

ANUARIO ININCO
Investigaciones de la Comunicación

ISSN: 0798-2992
Depósito legal: pp 198908df26
Publicación semestral



1988-2013

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

***Twenty five years for the promotion of research
communication and diversity***

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

Rectora
CECILIA GARCÍA-ARROCHA

Vicerrector Académico
NICOLÁS BIANCO

Vicerrector Administrativo
BERNARDO MÉNDEZ

Secretario
AMALIO BELMONTE

FACULTAD DE HUMANIDADES
Y EDUCACIÓN

Decano
VINCENZO PIERO LO MONACO

Coordinadora Académica
MARIÁNGELES PÁYER

Coordinador Administrativo
EDUARDO SANTORO

Coordinadora de Postgrado
MARÍA DEL PILAR PUIG MARES

Coordinadora de Investigación
ROSA LACASELLA

Coordinadora de Extensión
HILAYALY VALERA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN (ININCO)

Socio de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (InveCom)

Director ININCO UCV

CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS / cguzmancardenas@gmail.com / Telf. (58-212) 605.04.45

Consejo Técnico ININCO

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

Director Editor Anuario ININCO UCV

CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS / anuarioinincoucv@gmail.com / cguzmancardenas@gmail.com
Twitter: @anuarioinincoucv / Telf. (58-212) 605.04.45

Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura

observatorioinincoucv@gmail.com

<https://www.facebook.com/groups/observatorioinincoucv> / Twitter: @visioninincoucv

Maestría en Comunicación Social. Coordinadora

LUISA TORREALBA MESA / torrealbamesa@gmail.com / Telf. (58-212) 605.04.44

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

MORELLA ALVARADO MIQUILENA / edumediosucv@yahoo.com / Telf. (58-212) 605.04.44

Maestría en Gestión y Políticas Culturales. Coordinador

CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS / maestriagestionculturalucv@gmail.com / Twitter: @maestriagpcults
<http://www.youtube.com/user/ininco> / <https://www.facebook.com/groups/maestriagestionculturalucv>
Telf. (58-212) 605.04.45

Consejo Editorial

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

Consejo Honor del ININCO-UCV

ANTONIO PASQUALI, LUIS ANÍBAL GÓMEZ, OSWALDO CAPRILES, ALFREDO CHACÓN, †FEDERICO ÁLVAREZ,
ELIZABETH SAFAR GANAHL, OSCAR LUCIEN REYES, GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

Asistentes Área Comunicación Social

ISABEL MARÍA PITA AGRA / CHRISAILEN NAZARETH SOJO RADA

Secretaría Ejecutiva
XIOMARA SÁNCHEZ

Traducción
CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS

ANUARIO ININCO

Investigaciones de la Comunicación

Integrante de la Red Iberoamericana
de Revistas de Comunicación y Cultura

1

Vol. 25 • 2013

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

Caracas, junio 2013

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 2013

La misión del ANUARIO ININCO / INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN (1988-2013) 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 con 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; d) contribuir al desarrollo integral e independiente de Venezuela e incidir en la construcción de 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, 2013
22 cm.; il; tablas; p. 276 — (anuario ININCO, 1, Vol. 25)
ISSN: 0798-2992

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

Tiraje: 500 ejemplares / Papel: **Bond 20**

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 (BIGLLI)

- 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 Universidad Central de Venezuela <http://cdch-ucv.net/>

Patrocinio: Innovarium Inteligencia del Entorno, C.A.

Web site: http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ai

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. 1º de Octubre de 1993. Las fotografías utilizadas son estrictamente para uso académico, pueden estar sujetas a Derechos de Autor.

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

En orden alfabético, por apellidos y país

MANUEL SILVA-FERRER. Frei Universitaet Berlin. **Alemania.**

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

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

SUSANA FINQUELIEVICH. 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 (1935-2012). Observatorio Industrias Culturales (OIC). **Argentina.**

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

GUILLERMO NÉSTOR MASTRINI. Director de la Maestría en Industrias Culturales. Universidad Nacional de Quilmes. **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 (1963-2012). 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 / UMESP de Comunicación. Universidad Metodista de São Paulo. **Brasil.**

CESAR RICARDO SIQUEIRO BOLAÑO. Presidente de ALAIC. Director de la Revista Eptic On Line. Universidad Federal de Sergipe, UFS. **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. Nacional de Bogotá, UNP. **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.**

ÁNGEL BADILLO. Presidente de ULEPICC. Universidad de Salamanca. **España.**

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

LUIS ALFONSO ALBORNOZ. 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 GALLEGO. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (CAVP1) 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. Economia della Cultura. Revista de la Asociación por la Economía de la Cultura. IULM Universidad de Milán. **Italia.**

DELIA CROVI DRUETTA. Vice-Presidente de ALAIC. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. **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. SANCHEZ 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. Chair Political Economy of Communication AIECS-IAMCR. Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad. Universidad de Minho, UMINHO. **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. Presidenta Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR). Escuela de Periodismo y Comunicación. Universidad de Oregon, UO. **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.**

†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. Miembro de la Academia de la Lengua Venezolana como Individuo de Número. **Venezuela.**

AGRIVALCA CANELÓN. Coordinadora Académica Postgrado en Comunicación Social UCAB. **Venezuela.**

ANDRÉS CAÑIZALEZ. Presidente de INVECOM. Universidad Católica Andrés Bello, UCAB. **Venezuela.**

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

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI. Facultad de Humanidades y Educación. 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. Director del ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela, UCV. **Venezuela.**

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS. Maestría Gestión y Políticas Culturales. Universidad Central de Venezuela, UCV. **Venezuela.**

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela, UCV. **Venezuela.**

OSCAR LUCIEN REYES. Facultad de Humanidades y Educación. 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. 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 Montevilla. **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. ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela, UCV. **Venezuela.**

Contenido / Content

Editorial / Leading Article

Veinticinco años del ANUARIO ININCO / Investigaciones de la comunicación <i>Twenty-five years of the ANUARIO ININCO / Investigations of the communication</i> CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS	11
--	----

Tema Central/ Main Topic

Estudios de la comunicación en veinticinco años *Studies of the communication in twenty five years*

25 años de la línea de investigación Educación, Comunicación y Medios del ININCO-Venezuela 1987-2012 <i>25 years of the research line Education, Communication and Media ININCO-Venezuela 1987-2012</i> GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ	19
---	----

Cartografías de las Políticas Públicas Comunicacionales en Venezuela 1988-2013 <i>Cartographies of Public Policies Communications in Venezuela 1988-2013</i> LUISA TORREALBA MESA	61
---	----

25 años de la Comunicación Organizacional en Venezuela: una agenda en retrospectiva <i>25 years of the Organizational Communication in Venezuela: an agenda in retrospect</i> AGRIVALCA R. CANELÓN SILVA	93
--	----

Entre la luz y la lucidez. Fotografía periodística venezolana <i>Between the light and lucidity. Venezuelan journalistic photography</i> JOHANNA PÉREZ DAZA	133
---	-----

La escuela al son de los medios. La relación Educación, Comunicación y Medios en el contexto venezolano de los años 30 y 40 <i>The school to the sound of the media. The relationship Education, Communication and Media in the venezuelan context of the 30s and 40s</i> MORELLA ALVARADO MIQUILENA	169
---	-----

La vuelta a la radio en 80 años. Análisis de una muestra de documentos venezolanos sobre la radio para el período 1932 – 2012 <i>Round to the radio in 80 years. Analysis of a sample of venezuelan documents about radio for the period 1932-2012</i> FIDEL PÉREZ VARELA	203
--	-----

Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y perspectivas <i>Economy and Cultural Politics in Venezuela. Reviewing and perspectives</i>	
CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS	225

Arte, TIC y Nuevos Medios / Art, ICT and New Media

La experiencia comunicativa del arte en su expresión digital <i>The communicative experience of art in its digital expression</i>	
MORAIMA BEATRIZ GUANIPA URDANETA.....	273

**Comunicación Política y Políticas de Comunicación / Political Communication
and Media Policies**

El papel del Estado y la participación ciudadana en las políticas de comunicación y cultura en América Latina frente a los retos de la era digital <i>The state's role and participation in the communication and cultural policies in Latin America meet the challenges of the digital age</i>	
MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR	295

**Comunicación, Culturas Urbanas y Ciudadanía / Communication,
Citizenship and Urban Cultures**

La ciudad desde la cultura, la cultura desde la ciudad <i>The city from the culture, the culture from the city</i>	
TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS.....	311

Narrativa Audiovisual Televisiva / Audiovisual Narrative Televising

Modelos de tele-realidad: nomenclaturas actualizadas del hipergénero docudramático <i>Models of tele-reality: updated nomenclatures of docudramatic hyper-genre</i>	
MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO / INMACULADA GORDILLO ALVÁREZ.....	339

**Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura /
Observatory ININCO of the Communication and Culture**

Políticas de Gestión académico-administrativas: de la Educación Superior a la Educación Universitaria 1999-2012 <i>Management Policies academic-administrative: of Higher Education to University Education 1999-2012</i>	
GILBERTO JOSÉ GRAFFE.....	367

Memorias y Eventos / Memories and Events.....	397
---	-----

Normas para la presentación de originales al Anuario ININCO.....	403
--	-----

Normas de Arbitraje / Arbitration Rules	405
---	-----

Editorial / Leading Article

Veinticinco años del Anuario ININCO

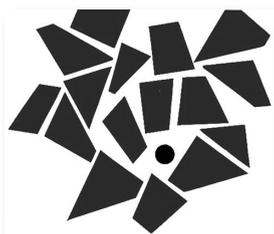
Twenty-five years of the Anuario ININCO

El 2013 marca el inicio de varias fechas importantes en nuestra Institución; los veinticinco años del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación (1988-2013) y los cuarenta años del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV), creado el 1º de abril de 1974 sobre las bases del antiguo Instituto de Investigaciones de Prensa fundado el 30 de octubre del 1958, a celebrarse en 2014. Ahora bien, en un país como el nuestro, que se caracteriza por un permanente desconocimiento del pasado y que pareciera que fue constituido en 1999 –según el discurso oficialista actual– registrar 25 años de publicación, difusión y divulgación científica ininterrumpida en el campo venezolano de las Ciencias de la Comunicación, no es un hecho de menor importancia.

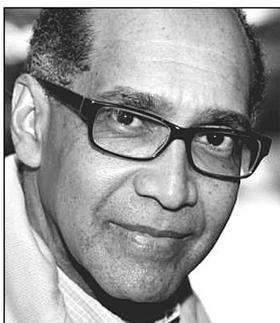


Se cumplen veinticinco años del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (UCV), la publicación, quizás, más emblemática del pensamiento comunicacional venezolano, que ha sido cobijo de las distintas corrientes en la investigación social –plurales y diversas–, con independencia crítica, recogiendo el espíritu democrático del artículo 58 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela 1999 y sin ningún tipo de requisito ideológico oficial para escribir en su ediciones semestrales. Veinticinco años de reputación científica en la comunidad académica venezolana e iberoamericana de la comunicación social, a pesar de la conjunción, en estos tiempos de factores adversos: polarización mediática, «violación» de las libertades de información y comunicación, deterioro de la cultura ciudadana, apropiación de los espacios simbólicos de la vida cotidiana y la auto-censura comunicacional; unido a la permanente

e histórica crisis en defensa de nuestra autonomía universitaria, previsto en el artículo 109 de la CRBV 1999, con impacto en nuestras publicaciones académicas, que sobreviven sometidas a una dieta de pan y agua.



La revista se presentará por primera vez a la comunidad científica académica de la comunicación social en 1988 bajo el nombre de **Anuario ININCO (Temas de Comunicación y Cultura)**, luego de la experiencia editorial de la Revista ININCO, surgida a principio de los ochenta. El diseño de la portada será realizada por el Arquitecto y Profesor de la UCV **Atilio Romero**. Contará en sus primeros números con la participación de los docentes-investigadores del ININCO-UCV: Federico Álvarez, Carmen Amelia Armas, Oswaldo Capriles Arias, Hugo Calello, Guillermo Castro, Tulio Hernández Cárdenas, Vilma Lehmann, Oscar Lucien, María Fernanda Madriz, Ambretta Marrosu, Elizabeth Safar, Pedro Segnini y Rafael Zapata. Será el Profesor **Oscar Agustín Lucien Reyes**, quien asumirá desde sus inicios la Coordinación de publicaciones de la institución así como la Dirección de la revista, entre los años 1988 y 2005. A partir del **volumen cinco, publicado en el año 1993**, se formaliza la creación del **Comité de Redacción**, integrado por los Profesores Oscar Lucien, Gustavo Hernández Díaz y **Ambretta Marrosu**, a quién desde esta tribuna, le rendimos un justo homenaje, ya que es impensable concebir la historia del Anuario ININCO sin la gestión editorial de ella.



Izq. Oscar Lucien. Archivo *El Nacional*, al centro, Ambretta Marrosu.
Der. Gustavo Hernández Díaz.

Archivo Fotográfico Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura.

La publicación del Anuario ININCO (*Temas de Comunicación y Cultura*) significará, entonces, un cambio en el concepto editorial de las revistas académicas científicas y corresponderá a un criterio de realidad menos ambicioso pero más seguro: una **edición anual** que testimoniara la labor de docencia y de investigación de los investigadores del Instituto. Desde ese momento hasta la fecha actual, con el pleno respaldo de quienes dirigirán el ININCO-UCV: Federico Álvarez (1986-1992), Elizabeth Safar Ganahl (1992-1999), Oscar Lucien Reyes (1999-2005), Gustavo Alfredo Hernández Díaz (2005-2012), Bernardino Herrera (2012) y Carlos Enrique Guzmán Cárdenas (2013-actual), hemos sido consecuentes con esa frecuencia y tratado de introducir mejoras tanto en los aspectos formales como de contenido. A partir del **volumen siete, en 1995**, se producen innovaciones en el diseño para hacerlo más atractivo a un público más amplio y se sustituye el subtítulo anterior *Temas de Comunicación y Cultura* por el de **Investigaciones de la Comunicación**. Transcurridos diez años, con el **volumen nueve, año 1998**, llegamos a un momento especial de nuestro recorrido. Somos incluidos en el Registro de Publicaciones Periódicas del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT), la más alta entidad pública de gestión de la actividad científica en nuestro país. Veinte años después se ratifica nuestra permanencia en el Registro de Publicaciones Científicas y Tecnológicas en el Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología al obtener un puntaje superior al 80%, es decir, entre 71,63 y 89,95 puntos.

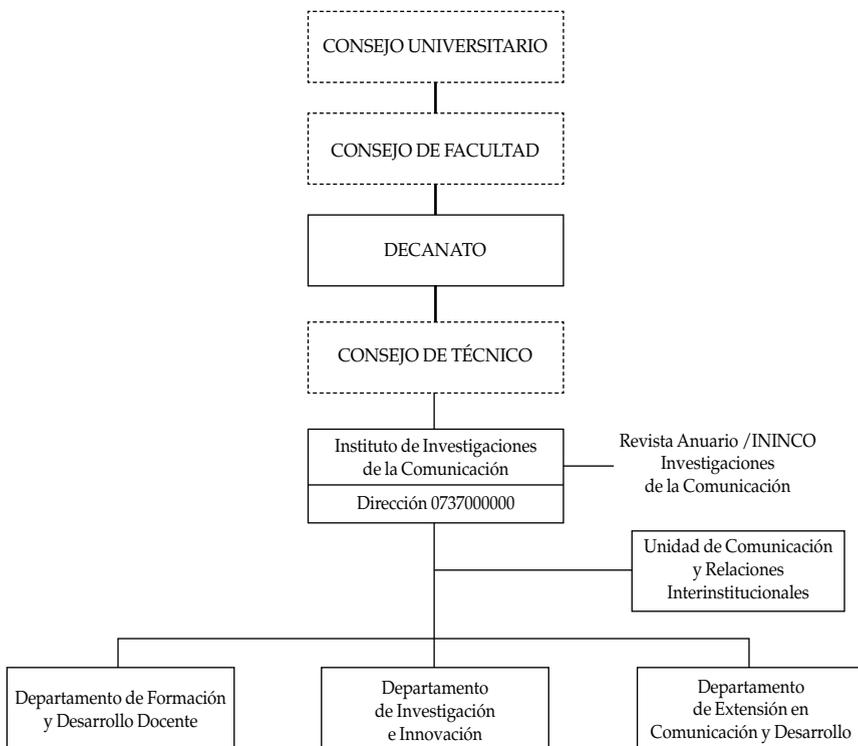
Desde el **volumen trece año 2001**, hasta el **volumen veintiuno, año 2009**, el Anuario ININCO se caracterizará por ser una publicación –versión impresa– de **periodicidad semestral, con la edición de dos números por año** al verse excedida en el número de artículos científicos por arbitrar; siendo una referencia obligada en el ámbito nacional e internacional (universidades, centros de investigación, observatorios, etc.) cuando se quiere conocer con más detalles temas relacionados con la Comunicación y la Cultura. Pero, a partir del **volumen veintidós año 2010**, manteniendo la misma frecuencia semestral, se comenzará a editar un número versión impreso y otro digital. La razón principal, es que el Anuario ININCO / *Investigaciones de la Comunicación*, es una publicación científica académica, sin fines de lucro, y que dependerá exclusivamente de los aportes provenientes del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad Central de



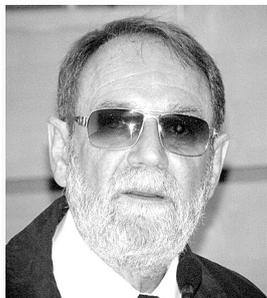
Venezuela (CDCH-UCV) así como del Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT) del Ministerio de Ciencia y Tecnología, por la cual, las modificaciones permanentes de los precios y cotizaciones del mercado nacional editorial nos afectan de sobremanera, obligándonos a reajustar nuestros planes editoriales.

A finales del 2005, el Profesor **Carlos Enrique Guzmán Cárdenas** asumirá la gestión del Anuario ININCO como Director / Editor, creándose el Comité Científico Internacional del mismo, que contará con 78 investigadores que acreditan, evalúan y arbitran los contenidos de cada número editado y publicado. Y, en mayo de 2013, de acuerdo al nuevo Organigrama institucional, aprobado por la División de Organización y Sistemas, dependencia adscrita a la Dirección de Planificación y Presupuesto de la UCV, el Anuario ININCO /Investigaciones de la Comunicación, estará adscrito directamente a la Dirección del ININCO-UCV.

ORGANIGRAMA DEL ININCO-UCV / MAYO 2013



Para conmemorar nuestro aniversario, el número 1 del Volumen 25 del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación está dedicado a la presentación de siete estudios, que abarcan diferentes líneas de investigación representativas de la acción comunicológica venezolana en los últimos veinticinco años (1988-2013), desde la Educomunicación y Comunicación Política pasando por la Comunicación Organizacional hasta la Economía de la Comunicación y la Cultura.



Queremos expresar nuestro agradecimiento a las autoridades académicas de la Facultad de Humanidades y Educación, con particular referencia a nuestro Decano Vincenzo Piero Lo Mónaco (foto izquierda) que durante mi gestión como Director del Anuario ININCO y ahora como Director del ININCO-UCV, ha sido incalculable su colaboración para el desarrollo editorial de nuestra publicación. De igual modo un justo reconocimiento hacia la Coordinadora de Investigación de la FHE-UCV, en la persona de la Profesora Rosa Lacasella, como al Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH-UCV), por sus permanentes y oportunos apoyos financieros, en medio de la invariable crisis universitaria del país, para con este esfuerzo académico científico de gestión editorial del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, «La Casa que Vence la Sombra», que alcanza veinticinco años fomentando y batallando por una comunicación y cultura democrática.

Hacemos una invitación a la comunidad académica, nacional e internacional, para seguir construyendo respuestas democráticas y abiertas, humanas y libres, de aprendizaje, en torno a la complejidad –sin pensamiento único– de la comunicación y la cultura.

25
aniversario

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

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN

Comunicando Democracia / Communicating Democracy

Hacia los 25 años del Anuario ININCO

Hacia los 40 años del ININCO-UCV



ININCO



Tema central / Main Topic

**Estudios de la Comunicación
en veinticinco años**

*Studies of the communication
in twenty five years*

*Études de la communication
dans vingt cinq années*

*Studi della comunicazione
in venti cinque anni*

*Studien der Kommunikation
in zwanzig fünf Jahren*

*Estudos da comunicação
em vinte cinco anos*

25
1988-2013

El Tema Central de este número, está dedicado a presentar de manera preferencial la **acción comunicológica** del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV), con motivo de los **veinticinco años (1988-2013)** de aparición ininterrumpida del **Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación**; publicación especializada para «comprender la comunicación» en las investigaciones venezolanas; de Latinoamericana y el Caribe. Preferencia significa llevar hacia adelante; permite adentrarse en el futuro basándose en la experiencia acumulada del pasado. En tal sentido, este número aniversario se compone de siete artículos, que constituye una **muestra** representativa de intereses de conocimiento prevalecientes en los últimos 25 años del campo de la comunicación social venezolana, operando sobre datos del pasado, sobre la apreciación del presente y de allí tratar de construir el futuro.

Gustavo Hernández Díaz, define el alcance de la Línea de Investigación **Educación, Comunicación y Medios**, que desarrolla desde 1990 en el ININCO-UCV a partir de sus objetos de estudio fundamentales: Educomunicación, Educación Mediática y Mediaciones Sociales. También identifica una cronología de la línea en el orden de la investigación, docencia y extensión, durante el período 1987-2012. Al respecto, **Luisa Torrealba Mesa**, Coordinadora de la Maestría de Comunicación Social del ININCO, sistematiza las propuestas para el desarrollo de políticas comunicacionales formuladas desde la Línea de Investigación **Comunicación Política y Políticas de Comunicación** del ININCO-UCV, entre 1988 y 2013, destacando su naturaleza, la problemática que pretendían atender y la respuesta que ha habido desde el Estado ante las mismas. Se revisan aportes teóricos-metodológicos hechos desde la academia, así como algunos análisis y reflexiones hechas por esta autora, para el desarrollo de políticas públicas de la comunicación, orientadas a la consecución de la democratización de las comunicaciones. Por su parte, **Agrivalca Canelón Silva**, Coordinadora del Postgrado de Comunicación Social de la UCAB e invitada para esta edición aniversario del Anuario ININCO, ofrece una panorámica del desarrollo evolutivo registrado por la **Comunicación Organizacional en Venezuela** durante los últimos 25 años. Concluye en su artículo que la Comunicación Organizacional demanda hoy un arquetipo propio, fundado no en el dominio de técnicas de producción de medios, sino en enfoques de salida que basculen entre un eje profesionalizante y un eje teórico-investigativo.



Johanna Pérez Daza, reporta los resultados de su investigación a partir de la revisión teórica en torno a la **fotografía de prensa**, presentando algunos acontecimientos noticiosos ocurridos en el país entre 1982-2012 documentados por la prensa regional y nacional, agrupados en tres categorías (política, desastres naturales, accidentes-desastres no naturales) que constituyen parte importante de la memoria colectiva. **Morella Alvarado Miquilena**, Coordinadora de la Especialización en Educación para el uso creativo de la Televisión del ININCO-UCV, elabora una reseña de algunas de las iniciativas generadas en Venezuela, durante los años treinta y cuarenta, con el fin de reconstruir desde el punto de vista de **historia de la comunicación**, al campo de la **Educomunicación** y con ello, rehacer la memoria de la interdisciplina. Para ello se organizan dichas experiencias en cinco grandes ejes articuladores y por otra, se toman en consideración cinco categorías para la construcción de una cronología de la educación en Venezuela, adecuados a efectos de su investigación. **Fidel Pérez Varela**, partiendo de la Línea de Investigación **Radiodifusión Sonora** realiza un arqueo de información, seleccionando un total 192 documentos de 153 autores con el objetivo de conocer las características de una muestra documental sobre la radio en Venezuela, entre 1932-2012; período que abarca los veinticinco años del Anuario ININCO. Y por último, **Carlos Enrique Guzmán Cárdenas**, Director del ININCO-UCV y Coordinador de la Maestría en Gestión y Políticas Culturales, presenta el avance disciplinario de la Línea **Economía de la Comunicación y la Cultura** como una subdisciplina de investigación, docencia en los Programas de Postgrados y extensión del ININCO-UCV, que tratará de aproximarse, desde principios del año 2000, como área estratégica de conocimiento, a los procesos de la creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales para la formulación de Agendas de Políticas Públicas Culturales. De igual modo, se identifica la producción del debate teórico-técnico sobre las estadísticas e indicadores culturales en Venezuela y su contribución al estudio de la **Economía de la Política Cultural**.

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

(Venezuela)

Doctor en Ciencias Sociales (2005) y Licenciado en Artes (1988) por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesor Titular de la UCV (2010) y ExDirector del Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV (2005-2012). En 1997, recibe el *Premio Anual de la Asociación de Profesores de la UCV al mejor Trabajo de Ascenso*. Autor de los siguientes libros: *TV en el Aula* (1991), *Teleniños y televiolencias* (1998), *La televisión madre de todas las pantallas en La televisión ¿enemiga o aliada?* (2002), *Inevitable pantalla de todas las horas En: Venezuela siglo XX visiones y testimonios* (2000), *¿Y dónde está la audiencia? En: Televisión pan nuestro de cada día* (2005), *La Televisión En: Los Medios de comunicación de Venezuela, Historia Mínima* (2004), *El ejercicio vital del periodismo de investigación En: Ojos frescos y bien abiertos* (2006), *Seis antenas para pensar la Televisión* (2007), *Aprender a ver televisión en la escuela* (2008), *Las tres T de la Comunicación en Venezuela. Televisión, Teoría y Televidentes* (2008), *Cómo hacer un Proyecto de Investigación en Comunicación* (2012). Director de la *Revista Extramuros* de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV (1997-2004). Investigador acreditado por el PPI años 2007-2009 en el Nivel II. Coordinador de Extensión de la FHE-UCV (1997-1999). Gerente de la Radiotelevisión y Multimedia de la UCV (2008-2011). Docente de los programas académicos de postgrado del ININCO. Coordinador de la línea de investigación: *Educación, Comunicación y Medios*, desde 1990. Miembro del equipo editor de la *Revista Comunicación* del Centro Gumilla (1988) y del Comité Internacional de la *Revista Comunicar* (España). Miembro del Comité Científico Internacional del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación. Asesor nacional e internacional en proyectos de investigación en comunicación. Correo electrónico: ghdgustavo@gmail.com Teléfono ININCO-UCV: + 58 212 6050441



25 años de la línea de investigación Educación, Comunicación y Medios del ININCO-Venezuela 1987-2012

25 years of the research line Education, Communication and Media ININCO-Venezuela 1987-2012

Recibido: 26/ 03/ 2013

Aceptado: 22/ 04/ 2013

- © De conformidad por su autor para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.

RESUMEN

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

25 años de la línea de investigación Educación, Comunicación y Medios del ININCO-Venezuela 1987-2012

En el marco de los 40 años del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV), expongo un conjunto de temas fundamentales de la Línea de investigación *Educación, Comunicación y Medios*, que desarrolla este instituto desde 1990: 1) Importancia académica y social de las líneas de investigación. 2) Definición, objeto de estudio y cronología de la línea de estudio educacional y comunicativa. 3) Metodología de la Educación Mediática para el sistema escolar formal.

Descriptores: Línea de investigación / Educación / Pedagogía / Educomunicación / Medios y mediaciones sociales.

ABSTRACT

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

25 years of the research line Education, Communication and Media ININCO-Venezuela 1987-2012

Within 40 years of the Institute of Communications Research (ININCO-UCV), present a set of fundamental issues of research Line Education, Communication and Media, which develops this institute since 1990: 1) academic and social importance research lines. 2) Definition, object of study and chronology of the survey line educational and communicative. 3) Method of Media Education for the formal school system.

Keys Words: Line investigation / Education / Pedagogy / Educommunication / Media and social mediations.

RÉSUMÉ

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

25 ans de l'Éducation de recherche, communication et médias ININCO-Venezuela de 1987 à 2012

Dans les 40 ans de l'Institut de recherches sur les communications (ININCO-UCV), je vous présente une série de questions fondamentales de la recherche en ligne Education, communication et médias, qui développe cet institut depuis 1990: 1) l'importance académique et social lignes de recherche. 2) Définition, thème et du calendrier de la ligne d'enquête éducative et communicative. 3) Méthode d'éducation aux médias pour le système scolaire formel.

Mots clés: en ligne Recherche / éducation / Pédagogie / Educommunication / Médias et médiations sociales.

RESUMO

Gustavo Hernández Díaz

25 anos de pesquisa Educação, Comunicação e Mídia ININCO-Venezuela 1987-2012

Dentro de 40 anos do Instituto de Pesquisas de Comunicações (ININCO-UCV), apresento um conjunto de questões fundamentais de pesquisa Educação, Comunicação e Mídia, que desenvolve este instituto desde 1990: 1) a importância acadêmica e social linhas de pesquisa. 2) Definição, a temática ea época da linha de pesquisa educacional e comunicativa. 3) Método de Educação de mídia para o sistema escolar formal.

Palavras-chave: Pesquisa / Educação / Pedagogia / Educomunicação / Mídia e mediações sociais.

PRELIMINARES



Planteo cuatro temas fundamentales en este trabajo:

Uno: Explico la importancia académica y social de las líneas de investigación en el campo de la comunicación; éstas articulan, de manera sistemática, conocimientos, temas de interés, proyectos, enfoques multidisciplinarios con el propósito de fortalecer programas de pregrado y postgrado.

Dos: Defino la Línea *Educación, Comunicación y Medios* a partir de sus objetos de estudio fundamentales: Educomunicación, Educación Mediática y Mediaciones Sociales.

Tres: Formulo una cronología de la Línea *Educación, Comunicación y Medios*, que desarrolla el **Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV)**, desde 1990. Identifico momentos significativos de la Línea en el orden de la investigación, docencia y extensión, durante el **período 1987-2012**.

Cuatro: Analizo, en términos generales, algunos de los principales enfoques metodológicos de la Educación Mediática, que han orientado, los programas de postgrado del ININCO: la *Especialización para el uso creativo de la televisión* y el *Aula Virtual: Aprender a ver TV*. Metodías que bien pudieran servir como punto de referencia conceptual en el sistema escolar formal.

TEMA 1

PENSAR EN LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La historia de la investigación en comunicación tiene una deuda pendiente con el pensamiento latinoamericano de la comunicación. Una de las soluciones que propongo es que se examine el trabajo realizado en las líneas de investigación para que se pueda hilvanar dicha historia. Posponer esta empresa académica resulta negativo para el desarrollo teórico del

campo de la comunicación. Si no se aprende **pensar la comunicación a partir de líneas de investigación** se corre el riesgo de instrumentalizar saberes y asumir protocolos sin tener consciencia exacta de lo que se está haciendo.

Urge entonces más reflexión epistemológica sobre la historia de las líneas para evaluar, entre otros aspectos, discursos científicos, tradiciones teóricas y hallazgos empíricos, que conciernen a la producción social de sentido de la comunidad científica. Recobrar la memoria de este campo de estudio, desde enfoques interdisciplinarios y multidisciplinares, es una de las opciones con las que se cuenta para comprender teorizaciones sobre el mundo en que vivimos y cómo el mundo que nos rodea ha llegado ser lo que es, con la presencia superlativa de la globalización. ¿Cómo podemos formar investigadores si se soslaya la historia de las líneas?

El concepto de **Línea de investigación** abarca varias definiciones, según perspectivas académicas:

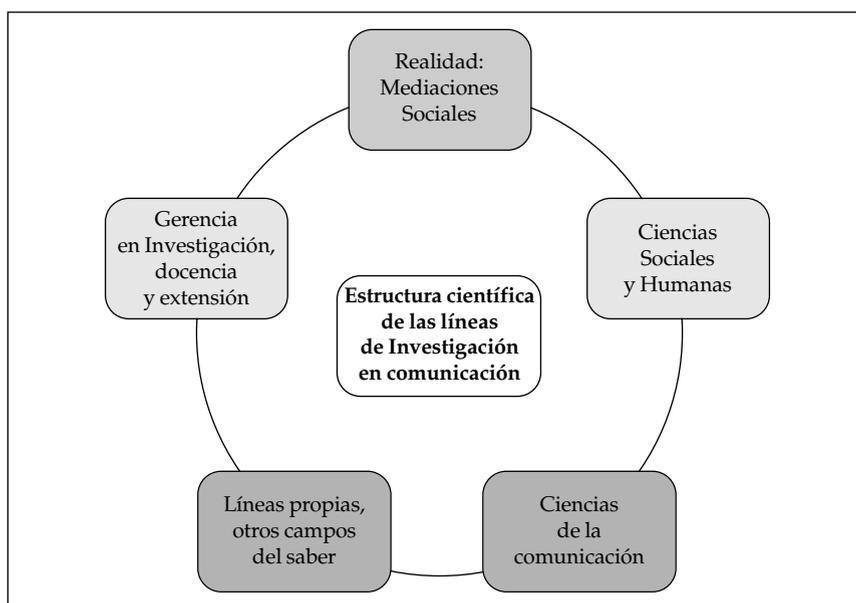
1. Vincula a comunidades científicas en torno a temas de interés.
2. Articula, de manera integral, actividades académicas que realiza el *investigador-docente* en el ámbito de las ciencias sociales y humanas.
3. Configura la estructura académica y gerencial de los programas de pregrado y postgrado para formar investigadores de alto nivel.
4. Desarrolla investigación, docencia y extensión universitaria.

El concepto de Línea no debe confundirse con proyectos institucionales y temas de interés académico que fomentan las disciplinas del conocimiento, con el legítimo propósito de responder a discusiones teóricas y coyunturas históricas. Proyectos y temas obedecen a objetivos concretos para su ejecución. Éstos forman parte sustantiva de la programación permanente de las líneas de investigación que se apoyan en toda una tradición teórica avalada por la comunidad científica internacional. Una de las más emblemáticas en la región es la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), constituida por 21 Grupos de Trabajo.

En síntesis, la estructura científica de las *Líneas de investigación* en Comunicación está integrada, grosso modo, por estos componentes: **a)** la realidad y su contexto de mediaciones sociales; **b)** los aportes de las Ciencias Sociales y Humanas; **c)** los enfoques inter-multidisciplinarios de las Cien-

cias de la Comunicación; **d**) las relaciones que establecen las líneas en su campo de estudio y, a su vez, con otras disciplinas y **e**) las variables de orden gerencial que hacen posible el quehacer institucional de universidades: programas de pregrado y postgrado; ejecución de proyectos, socialización de conocimiento, etc. El concepto de Línea se puede visualizar así:

Gráfico 1
Estructura científica de las líneas de Investigación en comunicación



Fuente: Dr. Gustavo Hernández Díaz. Línea de Investigación *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO-UCV, 2013).

TEMA 2

LÍNEA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y MEDIOS

La Línea *Educación, Comunicación y Medios* plantea estos objetivos:

1. Examina, de manera sistemática, el cómo estamos educando en medios de comunicación (metaenseñanza) y el cómo están aprendiendo los participantes a través de los manuales y textos (metaaprendizaje).

2. Valora los aportes teóricos y metodológicos de la teoría crítica de la educación y la comunicación (Freire, Pasquali, Kaplún, Ferrés, Orozco) y de las teorías constructivistas del aprendizaje (Piaget, Vygotski, Bruner, Ausubel).
3. Incentiva el debate de las ideas en el entorno cotidiano del alumno. Por lo tanto, rechaza la perspectiva meramente instrumental de la educación conductista, que establece un tipo de evaluación que enfatiza la evocación, casi literal, de los contenidos impartidos en el aula.
4. Problematisa y socializa el conocimiento impartido en materia de medios de comunicación, lo cual supone establecer un distanciamiento con el modelo comunicacional de Harold Lasswell y la teoría del aprendizaje conductista de Skinner, para auspiciar un modelo educativo fundado en el diálogo, la participación y la co-gestión del saber.
5. Fomenta la autonomía crítica; ésta se logra cuando el educando es capaz de valerse por sí mismo críticamente. Un programa destinado a la pedagogía de los medios cultiva e incentiva la curiosidad científica, la investigación y la problematización de la realidad, más allá del aula y con la eventual orientación del educador.

La Línea *Educación, Comunicación y Medios* estudia tres componentes esenciales: Educomunicación, Educación Mediática y Mediaciones sociales, los cuales paso a definir.

EDUCOMUNICACIÓN

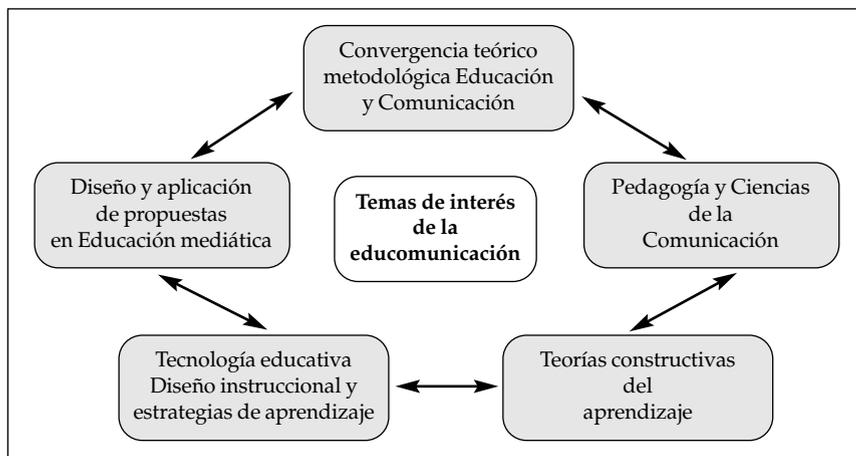
Interdisciplina que articula el campo de la educación y el campo de la comunicación (educomunicación), con el propósito de diseñar y aplicar estrategias pedagógicas sobre los medios (educación mediática) y mediaciones sociales en el sistema escolar formal, universidades y ambientes educativos no formales. La Educomunicación examina, desde la perspectiva epistemológica, estos temas de interés:

- La convergencia teórica, metodológica, deontológica, paradigmática entre el binomio educación-comunicación.
- Las teorías constructivistas del aprendizaje para el desarrollo del pensamiento crítico y creativo.

- Los principales enfoques teóricos de la Pedagogía y de las Ciencias de la Comunicación.
- Las técnicas y estrategias docentes para desarrollar el aprendizaje significativo en todos los ámbitos de nuestra vida.
- Las experiencias educativas en Educación mediática, tecnología educativa, diseño instruccional y otras modalidades de enseñanza que se planifican tanto en el sistema educativo como en organizaciones y comunidades.
- Propuestas metodológicas en educación mediática para incentivar el conocimiento consciente, advertido y creativo sobre los medios y mediaciones sociales.

Sin el enfoque interdisciplinario educación-comunicación se puede incurrir en instrumentalismo conceptual y en prácticas antideontológicas. Por lo tanto, es necesario reflexionar sobre el hecho educativo para establecer criterios pedagógicos y metodologías destinados a motivar el uso consciente y creativo de los medios masivos en una sociedad globalizada y mediada por tecnologías. El gráfico 2 sintetiza lo expuesto anteriormente.

Gráfico 2
Temas de interés de la educomunicación



Fuente: Dr. Gustavo Hernández Díaz. Línea de Investigación *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO-UCV, 2013).

EDUCACIÓN MEDIÁTICA

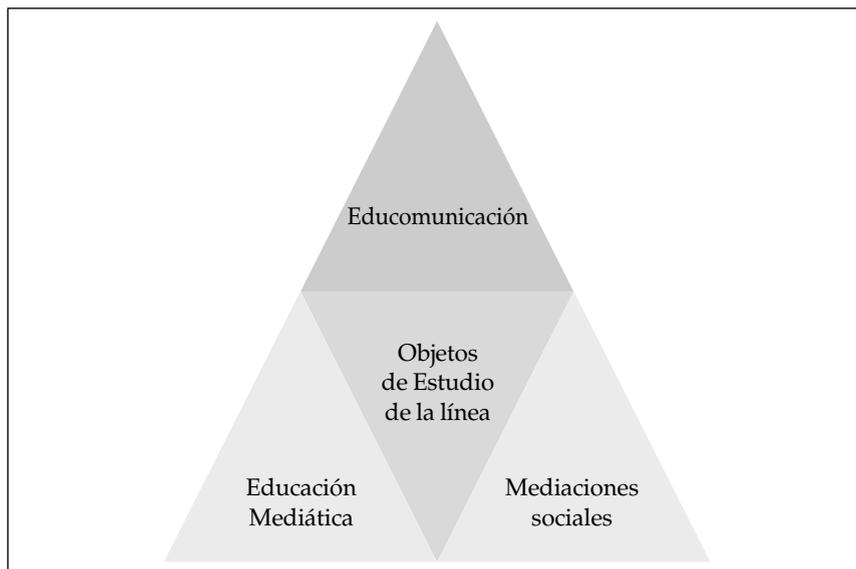
Propone metodologías para comprender los discursos mediáticos y la interacción que establece la audiencia con los medios, desde diversos enfoques: semiótica pragmática, comunicación alternativa, etnografía, mediaciones sociales y estudios culturales. Proporciona competencias conceptuales, procedimentales y actitudinales sobre una serie de aspectos concernientes al proceso comunicacional, entre los que destacan: géneros y programación, narrativas audiovisuales, significados y códigos, ideología y valores, régimen de propiedad (público, privado y gubernamental), audiencias y vida cotidiana, tecnología y globalización. Contempla tres objetivos centrales: primero, aprender a leer de manera crítica, consciente y creativa los medios desde las mediaciones sociales; segundo, ser capaces de producir contenidos audiovisuales con sentido crítico y creativo; y tercero, comparar el universo simbólico de los medios con la realidad personal, local y global; de esta manera se genera un aprendizaje integral y significativo.

Cabe destacar que la Educación Mediática ha adoptado diversas terminologías en diferentes países, las cuales albergan propósitos de formar a un ciudadano más selectivo, advertido y autónomo con respecto a la cultura de los medios: *Educación en medios de comunicación*, *Educación mediática*, *Educación para los Medios*, *Educación crítica de los medios*, *Educación para la recepción-crítica*, *Educación para la comunicación*, *Pedagogía de la imagen*, *Educación para la alfabetización audiovisual*, *Estudios de medios* y *Educación para fomentar el uso crítico de la televisión*. Acepciones internacionales que se pueden utilizar indistintamente, siempre y cuando no se aborde el trasfondo teórico de éstas.

MEDIACIONES SOCIALES

Las mediaciones, según los estudios de recepción de Guillermo Orozco (2001,1996), engloban un conjunto de posibles influencias socioculturales que estructuran el proceso de aprendizaje y la manera de percibir el mundo de los sujetos. Aun cuando no se puede menoscabar el poder de emisión de los medios, estas instituciones no son las únicas que median la realidad; por lo tanto, hay que considerar otras fuentes mediacionales de orden cognitivo, institucional, videotecnológica, situacional y referencial, que paso a explicar brevemente.

Gráfico 3
Objetos de estudio de la línea: Educación, comunicación y medios



Fuente: Dr. Gustavo Hernández Díaz. Línea de Investigación *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO-UCV, 2013).

- Las mediaciones *cognitivas* son aquellos esquemas, guiones o repertorios mentales de carácter psicosocial y cultural que sirven para atribuirle sentido a la realidad.
- La *mediación institucional* está constituida por aquellas agencias sociales de producción de interpretaciones (amigos, familia, escuela, movimientos sociales, medios masivos, iglesia, etc.), que complementan la percepción individual que el sujeto alberga sobre cualquier tipo de situación.
- La *mediación videotecnológica* comprende los medios masivos, Internet, las tecnologías de punta y los sistemas de comunicación portátil.
- La *mediación situacional* se refiere a los escenarios específicos donde interactuamos con los medios. Así pues, el hogar, la escuela,

la calle, las juntas de barrio, los restaurantes, son algunos de los escenarios más relevantes donde la audiencia se relaciona con la televisión y los medios masivos.

- Y finalmente, la *mediación referencial* contempla estos rasgos: edad, género, religión, etnia, raza, nivel socioeconómico y cultural-educativo.

En resumen, la Línea Educación, Comunicación y Medios estudia tres grandes dimensiones conceptuales: Educomunicación, Educación mediática, y Mediaciones Sociales. Reflexiona, además, sobre la relación teórico-epistemológica entre el campo de la educación y el campo de la comunicación con el fin de diseñar estrategias de enseñanza y aprendizaje en medios y mediaciones sociales. El gráfico n°3 expresa estas ideas.

TEMA 3

CRONOLOGÍA DE LA LÍNEA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y MEDIOS EN EL ININCO-UCV

El Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) de la Universidad Central de Venezuela, es la primera institución académica universitaria de Venezuela que desarrolla, desde 1990, la Línea de investigación *Educación, Comunicación y Medios*, que me honra coordinar desde su etapa fundacional. En este sentido, en el marco de los 40 años del ININCO, presento una crónica de los momentos académicos más significativos de esta Línea, durante el **período 1987-2012**. Siendo una aproximación sobre el tema, se ha considerado estos criterios referenciales:

1. Gestión de los directores del ININCO-UCV desde la década de los 80 hasta el año 2012.
2. Historia de la investigación en comunicación en América Latina.
3. Productos académicos asociados a la investigación, docencia y extensión.
4. Evolución de la Línea en cuatro etapas académicas: exploración, institucionalización, profesionalización y consolidación.

PRIMER MOMENTO: EXPLORACIÓN (1987-1992)

Desde la década de los 60 hasta mediados de los 80, el campo de la comunicación en América Latina, abreva de dos grandes tradiciones teóricas: la *Teoría Crítica* desarrollada por el *Instituto de Investigaciones Sociales de Frankfurt* y los estudios norteamericanos en comunicación conocidos bajo el calificativo de *Mass Communication Research*. Ambas tradiciones se apoyan, de manera esencial, de la filosofía marxista y del positivismo psicociológico, respectivamente. La demanda de un enfoque crítico se formaliza en el primer *Seminario sobre investigación de la comunicación en América Latina*, organizado por el *Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina*, CIESPAL, en 1973, en San José de Costa Rica. En este encuentro de especialistas en comunicación se recomendó investigaciones orientadas a diagnosticar y proponer alternativas desde perspectivas interdisciplinarias, ante una realidad social espoleada por injusticias y graves desequilibrios de carácter económico, político y cultural.

Estos son algunos de los aspectos medulares de la investigación en comunicación en los 80 y parte de los 90:

1. La sociología y filosofía crítica se convierten en disciplinas referenciales que profundizan en el análisis de los medios masivos, en tanto que establecen una ruptura epistemológica con el funcionalismo y la psicología conductista.
2. Desde el enfoque crítico-dialéctico se examinan estos tópicos: políticas nacionales de comunicación, régimen de propiedad y estructura de los medios, diagnóstico de la situación en comunicaciones, comunicación alternativa, teoría de la dependencia, nuevo orden mundial de la información y la comunicación, análisis semiótico de mensajes masivos.
3. Emergen, de manera gradual, los estudios culturales latinoamericanos a partir de los planteamientos de carácter filosófico y antropológico de **Jesús Martín-Barbero** y de **Néstor García Canclini**; que cristalizan en la teoría de las mediaciones sociales. Se indaga mediante etnografías, la interacción que entabla la audiencia con los mensajes desde el contexto cultural y social; se estudia también la relación que se establece entre lo popular y lo masivo. La obra seminal de Martín-Barbero, *De los medios*



a las mediaciones (1987), inaugura, finalizando la década de los 80, una línea de estudio en donde las audiencias no son entendidas como entidades dependientes de los efectos unidireccionales de los medios. Por el contrario éstas son capaces de reapropiarse del mensaje en términos de negociación: aceptándolo, complementándolo o rechazándolo, según el tipo de mediación que esté operando.

De igual forma, en la década de los 70 y parte de los 80, la *Educación mediática*, en la región, suscribe los fundamentos teóricos de la semiología europea y de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt. En esta dirección, la enseñanza de los medios se interesa por este elenco de temas: estructura ideológica, homogeneización de contenidos, psicoanálisis aplicado a los medios, receptor pasivo ante las Industrias Culturales, efectos de los mensajes. En algunos ambientes escolares, se impone una visión sesgada de los medios; se denuncia sin más las influencias negativas de los mensajes. En estas condiciones se bloqueaba la capacidad de análisis y la formación de criticidad; siempre a favor de lo que sentencia el docente.

Finalizando la década de los 80, la Educación mediática se enfoca desde otra perspectiva. Atiende, sobre todo, la interacción que establece las audiencias con los medios masivos, y en especial con la televisión. Tanto los medios como los receptores son variables a considerar en métodos de lectura crítica. Es por esa razón que la pedagogía de los medios incentiva el rol activo, participativo y colaborativo así como el pensamiento inductivo y creativo; tal como lo han señalado Mario Kaplún y Valerio Fuenzalida, en sus trabajos pioneros.

Obviamente que la teoría de la comunicación influyó en la enseñanza de los medios con los aportes de las mediaciones sociales de Martín-Barbero y la noción de sujeto activo de Stuart Hall (Estudios Culturales de Birmingham); sujeto capaz de interpretar y negociar mensajes más allá de efectos ideológicos-unilaterales. Podría afirmar que el giro epistemológico de la Educación mediática ocurre cuando se estudia, de manera pondera-

da, medios y mediaciones sociales con el fin de comprender la interacción entre la producción y la recepción.

En este contexto histórico de la investigación en comunicación, nace mi inquietud hacia la enseñanza de los medios a partir de los aportes de Mario Kaplún, Valerio Fuenzalida y Jesús Martín-Barbero. Inquietud que se fortaleció, aún más, cuando presenté mi trabajo de grado *Propuesta educativa para la percepción activa de los medios audiovisuales de difusión masiva*, en la Escuela de Artes, mención Cine, de la UCV, en el año 1988; siendo mi tutor Oscar Lucien y los distinguidos jurados: Ambretta Marrosu y Alfredo Roffé; profesores asignados al ININCO y la Escuela de Artes, respectivamente. Secuencia de hechos propicios cruzaron mi vida. La honrosa oportunidad de formar parte del equipo de la Revista Comunicación del Centro Gumilla, en 1987; y el compromiso moral, ético y espiritual que significó ingresar al Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV, en 1990; mi segundo hogar para siempre.

Gracias al apoyo académico de los profesores **Elizabeth Safar (foto derecha)** y **Oscar Lucien**, desarrollé la Línea de investigación *Educación, Comunicación y Medios*, que comenzó como un proyecto institucional en 1992. Vinculaciones académicas que tallaron mi interés superlativo por la pedagogía de los medios. Siendo **Federico Álvarez**, director del ININCO entre 1986 y 1992, mi interés temático central apuntaba a la sociopolítica de la comunicación y la cultura.



De manera paulatina este tema se fue desplazando hacia el enfoque interdisciplinario de la educación y la comunicación, retomando como objeto de estudio los medios masivos de comunicación, las mediaciones sociales y las tecnologías de punta con el propósito de diseñar y aplicar metodologías orientadas a sensibilizar sobre la lectura reflexiva y creativa de los mensajes masivos, tanto en el sistema escolar formal como en ambientes educativos no formales (comunidades de base, organizaciones no gubernamentales, escuela de padres, iniciativas educativas de la sociedad civil, sólo por mencionar algunos espacios de socialización).

En síntesis, esta etapa, marcada por la exploración conceptual en torno a la Educación mediática, abonó el desarrollo de proyectos financiados por la Universidad Central de Venezuela y por el Ministerio de Educación, en la década de los 90; periodo que se expondrá a continuación.

SEGUNDO MOMENTO: INSTITUCIONALIZACIÓN (1992-2000)

Uno de los aportes académicos de la profesora **Elizabeth Safar, directora del ININCO, durante el período 1992-2000**, radicó en institucionalizar las líneas de investigación; y en concreto, la Línea *Educación, Comunicación y Medios*. Esta situación se formalizó, aún más, con la aprobación de la Maestría en Comunicación Social en el año 2002, que contemplaba para aquel entonces ocho Líneas de trabajo¹:

1. «Alternativas comunicacionales: investigación y praxis social».
2. «Comunicación Política y Políticas de Comunicación».
3. «Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura».
4. «Historia de las Comunicaciones en Venezuela».
5. «**Educación Comunicación y Medios**».
6. «Sociedad de la Información, Política y Economía de la Cultura»
7. «Tecnologías de la Información y la Comunicación, Sociedad y Cultura».
8. «Teoría, Epistemología y Ética de la Comunicación».

En ese período el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) se convirtió en la primera institución universitaria del país, en desarrollar proyectos de investigación sobre lectura y recepción crítica de los medios masivos en escuelas y ambientes no formales de enseñanza. Estos fueron los proyectos financiados, en su momento, por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH) de la Universidad Central de Venezuela: **1) *Televisión y Niños: comunicación y educación para la percepción activa de la televisión.*** **2) *Propuesta curricular para fomentar la percep-***

¹ Véase: UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA (2002): *Proyecto de Maestría en Comunicación Social*, Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) y Escuela de Comunicación Social, Caracas: autor.

ción activa creativa de la televisión en la asignatura Castellano y Literatura, de 7º, 8º y 9º año de bachillerato. 3) Televisión y Niños: elaboración de un programa para la percepción activa de la televisión, para la Fundación del Niño.

En 1993, se introdujo el proyecto *Educación en medios de comunicación* ante el Congreso de la República con la finalidad de optar por un subsidio que permitiera su ejecución. Esta solicitud se aprobó por un monto de dos millones quinientos treinta y cinco mil bolívares (Bs. 2.535.000). Esto aconteció en mi formación como *instructor* por concurso de oposición en la línea de investigación: *Sociopolítica de la difusión masiva: seguimiento y análisis de los medios audiovisuales*, a cargo de la profesora Elizabeth Safar. Este fue el primer intento de institucionalizar esta Línea en otros ámbitos de la sociedad; extramuros, fuera del recinto universitario, tratando de establecer sinergia entre el ININCO y el Magisterio, con el propósito de incorporar la educación mediática en los planes y programas de estudio en Venezuela. En el período de Institucionalización, la investigación en comunicación que se realiza en los 90 no estaba exenta de la situación planteada en décadas anteriores:

1. Escasa reflexión epistemológica y metodológica del campo de estudio.
2. Debilitamiento de posturas críticas sobre el proceso comunicacional. Se prefiere una suerte de instrumentalismo conceptual, o una simple «aplicación» de modelos teóricos concebidos y estandarizados desde otras realidades; sin criticidad alguna, obsesionado por resultados inmediatos, para obedecer a las demandas del mercado.
3. Los estudios tienden hacia la crítica dogmática o escepticismo político, soslayando la adopción de un aparato teórico que explique, de manera ponderada, la realidad.

Pese a estos obstáculos de orden epistemológico, la Línea Educación, Comunicación y Medios del ININCO se distancia de postulados positivistas y abraza temáticas novedosas que, de manera gradual, se estaban formulando a finales de los 90: las mediaciones sociales de Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco; la relación entre consumo cultural e industrias culturales de Néstor García Canclini y Germán Rey; los estudios de

recepción de medios desde pedagogías modernas del aprendizaje de Mario Kaplún. Tópicos que plantean otro punto de vista de comprender los medios; desde las mediaciones sociales (familia, escuela, grupos de amigos, videotecnologías, etc).

TERCER MOMENTO: PROFESIONALIZACIÓN (2000-2005)

El período directivo del Profesor **Oscar Lucien (2000-2005)**, fue muy significativo para el ININCO y, en concreto, para la Línea *Educación, Comunicación y Medios* porque se crean los primeros programas de postgrado y de extensión sobre la enseñanza de medios en Venezuela.

La *Especialización para el uso creativo de la televisión* y el *Aula Virtual: Aprender a ver TV* surgen ante la urgente necesidad de formar investigadores y profesionales preparados teórica, metodológica y epistemológicamente para diseñar, coordinar y llevar a cabo proyectos de Educación mediática en el sistema escolar formal y en ambientes no formales de aprendizaje; con el propósito de incentivar el pensamiento creativo y constructivo sobre los medios masivos y las mediaciones sociales. El cuadro n° 1 ilustra los componentes académicos de la Especialización, aprobada por la Universidad Central de Venezuela en 2002.

AULA VIRTUAL: APRENDER A VER TV

En el año 2001, el profesor Oscar Lucien me solicitó formalmente que adaptara mi trabajo de ascenso: *Educación para la percepción activa de la TV: Propuesta metodológica para formar facilitadores en el ciclo básico de educación*, a los requerimientos pedagógicos y tecnológicos de la educación a distancia en línea. De allí surgió la idea de diseñar el curso *Aula Virtual Aprender a ver TV*, con una duración de un semestre y un año para los inscritos bajo el régimen anual en la Escuela de Educación de la UCV. En dicho diseño estábamos comprometidos los profesores Óscar Lucien, Morella Alvarado Miquilena y mi persona. Correspondió a la profesora Alvarado, recién incorporada a la Línea y con amplia iniciativa académica y administrativa, cumplir con el objetivo de adaptar teorías, conceptos, estrategias educativas al lenguaje de Internet. La modalidad de Aula Virtual es a distancia, y

Cuadro N° 1

Plan de estudios de la especialización para el uso creativo de la TV

ASIGNATURA	OBJETIVO	CONCEPTOS	CONTENIDOS	PROFESORES
Propuestas teórico metodológicas en Educación para el uso creativo de la televisión I y II	Reflexionar sobre la pedagogía de los medios en el ámbito mundial	Teorías en educación televisiva, Comunicación, Pedagogía, autonomía crítica, Problematización, Constructivismo.	Influencia de la televisión. Análisis de la programación televisiva. Análisis de la TV en nuestras vidas. Televisión realidad y audiencias. El discurso televisivo.	Gustavo Hernández Díaz
Lenguaje de la televisión I y II	Ofrecer un conocimiento teórico-metodológico sobre el lenguaje televisivo.	Semiología de la televisión, géneros televisivos, programación televisiva, consumo televisivo.	Códigos audiovisuales de la publicidad, los noticieros y de los argumentales (seriales, filmes, telenovelas), con miras a que apliquen dichos conocimientos en las aulas.	Morella Alvarado Miquilena
Seminarios Trabajo especial de grado I y II	Adiestrar a los participantes en la elaboración de propuestas educativas en Educación para el uso creativo de la televisión, aplicables a la educación formal básica y diversificada, que puedan desarrollarse como Trabajo Especial de Grado.	<u>Primer semestre:</u> delimitar la fundamentación teórica y metodológica del Trabajo Especial de Grado. <u>Segundo semestre:</u> desarrollo en ambiente escolar de una aplicación pedagógica sobre la enseñanza de la televisión. Consignación del Trabajo Especial de Grado.	Análisis teórico-documental, metodología, enfoques cualitativos y cuantitativos de la investigación, paradigmas científicos.	Oscar Lucien
Electivas	Electivas: vinculadas los diversos enfoques para el análisis creativo de la televisión y que responden a Líneas de investigación del ININCO.			

Fuente: Curso de especialización en educación para el uso creativo de la televisión (2002, reprografía). Línea de investigación Educación, Comunicación y Medios (ININCO-UCV, 2013). Elaboración: Dr. Gustavo Hernández Díaz.

está dirigido a profesionales con titulación superior, vinculados especialmente a estas disciplinas: Educación, Comunicación, Artes, Sociología, Trabajo Social, Psicología, entre otras. En el cuadro 2 damos cuenta de los módulos del curso.

Cuadro 2
Módulos del aula virtual: Aprender a ver TV

				
Módulo 1 Mi relación con la TV Hábitos, usos y preferencias.	Módulo 2 La Televisión como medio de Comunicación Proceso de la comunicación. Mediaciones sociales y videotecnológicas.	Módulo 3 La televisión se expresa así Lenguaje, códigos y narrativa audiovisual.	Módulo 4 ¿Qué muestra la TV? Programación y géneros televisivos.	Módulo 5 La Escuela del Buen Telespectador Deontología de la comunicación. Marco jurídico. Deberes y derechos de los usuarios.

Fuente: Dr. Gustavo Hernández Díaz. Línea de Investigación *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO-UCV, 2013).

En lo que atañe a los programas de extensión, desde el año 2001 se celebra el **Seminario internacional para el uso creativo de los medios**, actividad de extensión que alcanzó su novena edición en diciembre de 2010. Este importante evento se enriquece con el **Coloquio Medios, Infancia y Juventud: Enfoques y Experiencias** en la que participan profesores y estudiantes de las universidades del país y de las organizaciones no gubernamentales.

mentales, con la finalidad de reflexionar sobre la educación mediática en su contexto actual. Mencionaré los expertos internacionales que participaron en estos seminarios:

- Edición 2001: José Ignacio Aguaded (Universidad de Huelva-España,) y Guillermo Orozco (Universidad de Guadalajara-México).
- Edición 2002: Françoise Seguy (Universidad Stendhal III Grenoble-Francia).
- Edición 2003: Kathleen Tyner (Universidad de Texas y Austin-USA).
- Edición 2004: José Martínez de Toda (Universidad Gregoriana de Roma-Italia).
- Edición 2005: Marilia Franco (Universidad de Sao Paulo-Brasil).
- Edición 2006: Anna Escofet Roig (Universidad de Barcelona-España).
- Edición 2007: Alejandro Jaramillo Cobos (Universidad Nacional de Colombia- Colombia).
- Edición 2008: Gianna Capello (Universidad de Palermo-Italia, Musi Bollini y Laura Di Nitto (Radio Televisión Italiana – RAI3Italia).
- Edición 2009: Alejandro Cobo (Periódico Los Andes – Mendoza Arge- Argentina).

Estos son algunos tópicos que se han debatido en estos encuentros internacionales:

1. Teoría y metodología de la educación mediática.
2. Experiencias en pedagogía de los medios.
3. Educación mediática y Tecnologías de la Información y de la Comunicación.
4. Las audiencias de los medios de comunicación.
5. Producción de recursos audiovisuales en educación mediática.
6. Elaboración de manuales en educación mediática.

La Línea Educación, Comunicación y Medios coincide con las temáticas que han sido formuladas en la investigación en comunicación en América Latina, desde finales de los 90. Digamos que esta Línea comulga con los planteamientos teóricos del Grupo de Trabajo (GT-9), *Comunicación y educación* de la ALAIC. Este Grupo examina las relaciones epistemológicas, teóricas y metodológicas que se establecen entre el campo académico de la educación y el campo de la comunicación a partir del constructivismo y de los estudios culturales latinoamericanos. Desde este punto de encuentro interdisciplinario se formulan estrategias educativas para estudiar las industrias culturales, la Internet, las tecnologías de punta y las mediaciones sociales.

CUARTO MOMENTO: CONSOLIDACIÓN (2005-2012)

Asumí, con honor, la **dirección del ININCO, durante el período 2005-2012**. En mi gestión se incentivó la apertura de concursos de oposición y trabajos de ascenso en el Instituto, partiendo del concepto gerencial de que la institucionalidad se consolida en la medida en que los investigadores alcanzan su escalafón universitario.

En este período se abrieron dos concursos de oposición en el área: *Enfoques teórico-metodológicos en educación para los medios*. En el primero, resultó ganadora la profesora Morella Alvarado Miquilena, investigadora talentosa en este campo de estudio, con escalafón de Agregado y coordinadora de la *Especialización para el uso creativo de la televisión*, desde el año 2005. El segundo concurso espera su proceso de convocatoria para el año 2013; y está dirigido, en especial, a egresados en Comunicación Social, Artes, Psicología, Educación y Sociología. El ININCO ha establecido sinergia con el *Sistema de Actualización Docente del Profesorado* de la UCV (SADPRO-UCV), con el propósito de fortalecer sus programas de postgrado. Cabe destacar que las profesoras Norelkis Riera y Grecia Almeida, integrantes de SADPRO, en aquel momento, colaboraron, de manera loable, en la *Especialización, en el Aula Virtual: Aprender a ver TV* y en las actividades de extensión institucional. Durante el **período 2004-2011, han egresado 18 profesionales** de la *Especialización para el uso creativo de la televisión*, lo cual demuestra que se ha cumplido con la meta de impulsar la etapa de *profesionalización*, que se había iniciado en la gestión del profesor Oscar Lucien.

Esta Línea ha logrado el financiamiento de proyectos de grupo por parte del CDCH-UCV, siendo los más recientes: «*Los medios van a la escuela*» e «*Integración de los medios de comunicación en las escuelas básicas*», que corresponden a los años 2007 y 2010, respectivamente. De igual forma, se han formalizado los seminarios internacionales en educación mediática; habiéndose celebrado, como ya se indicó, nueve eventos en el transcurso de 2001 a 2009.

En el año 2009 se creó la primera edición del **Premio Bienal ININCO al trabajo de grado de Maestría y Especialización sobre comunicación** de las universidades venezolanas; y además se prosiguió con la Quinta Edición de los mejores trabajos de pregrado, que se celebra desde 2005. Este programa de extensión institucional estimula a noveles investigadores en comunicación desde distintas disciplinas humanísticas, sociales y económicas; en definitiva, es un espacio idóneo para que participen los egresados de la Especialización para el uso creativo de la televisión.

El equipo de investigación de la Línea ha publicado en el Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación, cumpliendo, de esta manera, con la tarea de divulgar el conocimiento. De igual forma, se han publicado libros, de mi autoría, sobre pedagogía de los medios: *Seis antenas para pensar la televisión* (Fundación Centro Gumilla-UCAB, 2007), *Las tres «T» de la comunicación en Venezuela: Televisión, teoría y televidentes* (UCAB, 2008) y *Aprender a ver televisión en la escuela* (Monte Ávila Editores, 2008). Hay que destacar con orgullo que el Anuario obtuvo el primer lugar en la Evaluación Integral de Revistas Científicas y Tecnológicas Venezolanas 2008, que realizó el Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT); publicación que coordina, de manera ejemplar, el profesor Carlos Guzmán Cárdenas, actual director del ININCO.

La Línea forma parte del comité científico internacional de la *Revista Comunicar* de España. El prisma central de esta publicación científica, de ámbito iberoamericano, es la *Educación en medios de Comunicación* así como la reflexión interdisciplinaria de la educación y comunicación. La alianza estratégica con esta publicación especializada es muy relevante porque nos permite intercambiar conocimientos con la comunidad científica en el campo de la educomunicación.

Hoy en día, el ININCO inicia el proceso de acreditación de la *Maestría en Comunicación Social* y de la *Especialización para el uso creativo de la televisión* ante el Consejo Nacional de Universidades (CNU). Recordemos que la acreditación evalúa la calidad de servicios y productos de investigación, según estándares académicos establecidos en el plano internacional. Según cifras suministradas por el CNU, la Universidad Central de Venezuela apuntala, entre las universidades públicas, con el número de programas de postgrado acreditados desde 1990 hasta 2013; con un total de 231 programas distribuidos en 126 especializaciones, 77 maestrías y 28 doctorados². El cuadro n° 3 sintetiza 25 años de esta Línea.

Cuadro 3
Cronología de la línea Educación, Comunicación y Medios (1987-2012)

 <p>Exploración (1986-1992) Prof. Federico Álvarez</p> <ul style="list-style-type: none"> -La línea abreva de la teoría de las mediaciones sociales y de la etnografía -Se publica TV en el Aula en 1991, Serie Apuntes 26, UCV. Autor: Gustavo Hernández Díaz. -Autores clave de la línea: <ul style="list-style-type: none"> -Martín Barbero, Kaplún, Fuenzalida. 	 <p>Institucionalización (1992-2000) Profa. Elizabeth Safar</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se formaliza la Educación Mediática en el ININCO. -Se desarrollan proyectos sobre la enseñanza de los medios en escuelas y organizaciones. -Se establece sinergia con el Magisterio venezolano. 	 <p>Profesionalización (2000-2005) Prof. Óscar Lucien</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se crean primeros programas sobre educación mediática en Venezuela. -Se internacionaliza la enseñanza de los medios a través de actividades de extensión. 	 <p>Consolidación (2005-2012). Prof. Gustavo Hernández Díaz</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se desarrollan concursos de oposición y trabajos de Ascenso en Educación Mediática. -Egresaron 18 especialistas en Educación mediática. -Producción de textos escolares en pedagogía de los medios.
--	--	---	--

Fuente: Dr. Gustavo Hernández Díaz. Línea de Investigación *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO-UCV, 2013).

² Véase portal oficial del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria: <http://www.cnpng.gob.ve/estadisticas/estadisticas.asp?id=01> (Con acceso: 4-3-2013).

TEMA 4

MÉTODOS DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA: PRIMER ACERCAMIENTO

La Línea de investigación Educación, Comunicación y Medios del ININCO aún tiene pendiente analizar, de manera profunda y extensa, los métodos orientados en pedagogía de los medios. Esto no sólo ocurre en nuestro país; también en otras latitudes. Este material beneficiará a los docentes que laboran en el sistema escolar formal, en el sector universitario y en comunidades de interpretación. Proponemos un compendio de métodos y estrategias para motivar la reflexión atenta y advertida de los medios masivos. Sirva entonces este primer acercamiento para explorar algunas pedagogías que se han considerado en esta Línea.

MARIO KAPLÚN: MÉTODO DE LECTURA CRÍTICA

Me atrevo afirmar que el método de Lectura Crítica de Mario Kaplún (1979, 1986), ha influido en un volumen importantísimo de manuales que se han producido desde la década de los 70 hasta nuestros días, en el campo de la investigación educomunicativa. Este Método abrevia, en lo esencial, de estos enfoques teóricos: comunicación alternativa, estudios culturales latinoamericanos, semiótica pragmática y de las modernas teorías del aprendizaje constructivista (Piaget, Vygotski, Bruner, Freire, Freinet, Ausubel, Novak, Gowin, entre otros). Seis rasgos distinguen el método de Lectura Crítica:

1. **Audiovisual.** Estudia los componentes ideológicos de los mensajes con el apoyo de tecnología audiovisual.
2. **Inductivo y Participativo.** Experiencia personal y socialización del conocimiento para reflexionar sobre la relación entre medios y vida cotidiana; sin perder de vista los grandes problemas sociales.
3. **Gradual.** El estudiante requiere de un tiempo determinado para familiarizarse con los conceptos que aprenderá en el curso. No se apuesta a la asimilación veloz sino al sosiego y al entendimiento.

4. **Instrumentos de análisis.** La mayoría de los manuales de enseñanza de los medios se basan, fundamentalmente, en la semiótica aplicada a la comunicación con el fin de analizar modalidades de expresión y de contenido de géneros informativos y ficcionales.
5. **Sencilla, accesible.** Se evita terminología críptica o indescifrable. Se explica los conceptos para que el educando los entienda y, a su vez, los pueda aplicar, de manera consciente y creativa, en los mensajes.
6. **Vivencial.** Se diseñan estrategias educativas que atiendan a las peculiaridades culturales de los estudiantes; de este modo, se garantiza el aprendizaje significativo.

GUILLERMO OROZCO: VISUALIDAD ELECTRÓNICA

Explica Guillermo Orozco (2002,1996): Es importante investigar las mediaciones sociales y videotecnológicas para de esta manera elaborar propuestas de educación mediática que respondan a la cotidianidad y consumo cultural de las audiencias. La comprensión de estas mediaciones suministra información valiosísima que incide favorablemente en el diseño y planificación de programas para la enseñanza de los medios. Dice un refrán: *Si quieres enseñar latín a Pedro tienes que conocerlo y obviamente saber latín.* Es más eficaz elaborar manuales a partir del conocimiento psicosocial que se extrae de las audiencias que disponer de metodologías de enseñanza descontextualizadas /o distanciadas de la vida cotidiana. Conocer a las audiencias implica mejores condiciones para favorecer un cambio en los procesos de recepción de medios y mediaciones.

El método Visualidad Electrónica, de este investigador mexicano, pretende que la audiencia haga consciente la interacción que establece con el lenguaje audiovisual y las tecnologías de información. Siendo así, este método propone cuatro grandes temas para la reflexión de los medios: *institucional, mediacidad, lingüística y tecnicidad.*

1. **Institucional.** Estudia los rasgos económicos y políticos que configuran a los medios como empresa.
2. **Mediacidad.** Examina la programación y géneros difundidos por los medios masivos.

3. **Lingüística.** Identifica lenguaje, narrativas y códigos audiovisuales; en este aspecto, la semiótica aplicada a la comunicación ofrece un marco metodológico importante para descifrar modalidades de expresión y contenido.
4. **Tecnicidad.** Refleja todos aquellos mecanismos técnicos que hacen posible la simultaneidad de los acontecimientos, la verosimilitud de la imagen, la producción de efectos especiales, la versatilidad de las escalas de plano y de los encuadres, la edición fragmentada de imágenes y sonidos.

JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA: SEIS SUJETOS DE LOS MEDIOS

Una de las propuestas educativas más integrales en pedagogía de los medios es la del investigador español en educomunicación, Martínez de Toda (1997). Su método contempla seis áreas de conocimiento sobre los medios masivos, que giran en torno al sujeto como audiencia: *crítico, alfabetizado, creativo, consciente, social y activo*.

1. El *sujeto crítico* estudia las siguientes categorías de la semiótica audiovisual: ideología, hegemonía, alienación y mito. **Ideología:** visión distorsionada y oculta de la realidad. **Hegemonía:** imposición de valores mediante estereotipos. **Alienación:** el individuo no se siente involucrado con su devenir social; no es consciente ni puede controlar los procesos de producción. **Mito:** sistema de creencias y representaciones de un grupo o nación; cosmovisión local y global de la sociedad.
2. El *sujeto alfabetizado* domina conocimientos instrumentales sobre el lenguaje de los medios: planos, angulaciones, movimientos de cámara, encuadres, iluminación, decorado, montaje, sonidos, narratología. Se enseña también estos temas: ficción y realidad, desarrollo de los conflictos, el núcleo narrativo del relato y los valores estéticos y morales inherentes a los mensajes.
3. El *sujeto creativo* aprende nociones básicas sobre producción mediática: edición, elaboración de guiones, multimedia, dirección de estudio, etc.
4. El *sujeto consciente* aprende introducción a la teoría de la comunicación: psicología social de las audiencias, modelos de la comunicación,

semiótica de la comunicación, políticas públicas de comunicación, deontología, recepción, intereses comerciales y políticos de la comunicación masiva.

5. El *sujeto social* estudia la interacción que establece la audiencia con los medios a partir de sus mediaciones familiares, escolares, situacionales, cognitivas.
6. Y el *sujeto activo* comprende, de manera integral, los medios masivos desde las dimensiones que ya se han señalado. Es un sujeto formado en Educación mediática; sabe que el contexto sociocultural determina las interpretaciones que se le pueden atribuir a un mensaje. Es consciente de los niveles de lectura de los textos: dominante, negociada y oposicional. *Dominante* porque se avala el mensaje; *negociada* porque el mensaje masivo se complementa con la opinión de la audiencia y *oposicional* porque se objeta totalmente el mensaje.

JOAN FERRÉS: MÉTODO EDUCACIÓN EN TELEVISIÓN

Joan Ferrés (2000,1994), pedagogo español, ha transitado por diversos enfoques metodológicos de la Educación Mediática. Sus aportes han sido notables con respecto a estos tópicos: a) la relación entre pedagogía, publicidad y audiencias; b) la inteligencia emocional y procesos de recepción; c) el uso de la metáfora en la experiencia educativa; y d) la psicología social de la cultura del espectáculo. Su método de lectura crítica de la televisión contiene seis etapas, que paso a definir:

1. **Punto de partida.** Se expresan, abiertamente, las primeras impresiones o reacciones que suscitan los géneros televisivos. Se propone a los alumnos que escriban un conjunto de palabras a partir de la opinión que tienen del mensaje a fin de que reflexionen sobre los términos empleados.
2. **Análisis Narrativo.** Se estudia la estructura narrativa del mensaje, es decir, la introducción del relato, la creación del conflicto, la trayectoria de los personajes, si han tenido que enfrentar dificultades, pruebas y esfuerzos, y la solución o conflicto que propone la narración.

3. **Sistemas de persuasión.** Se analizan las técnicas de persuasión comunicacional y la participación emotiva. El primer aspecto, la *persuasión comunicacional*, examina si el mensaje pretende convencer mediante la razón o la emoción; utilizando el efecto sorpresa para atraer la atención inmediata. Otras modalidades de persuasión: a) creación de un clima de confianza; b) mecanización o repetición reiterada; y c) criterio de autoridad, recurso de la fama, personalidad o realidades míticas. En cuanto a la *participación emotiva*, se debe explicitar por qué nos identificamos y/o proyectamos con los personajes. Hay *identificación* cuando asumimos el punto de vista del personaje, que refleja nuestra cotidianidad y hasta nuestro mundo onírico. Hay *proyección* cuando transferimos nuestros propios sentimientos (odio, miedo, deseo, celo, compasión) en los personajes.
4. **Figuras retóricas.** Se detecta si el mensaje televisivo emplea: sublimación, metáfora, metonimia, sinécdoque, redundancia, paradoja, elipsis, pleonasma, hipérbole, antítesis y personificación.
5. **Valores promocionados.** Se analizan los valores representados: libertad, felicidad, identidad y/o la diferencia, competencia, agresividad, poder, éxito social, riqueza, seguridad, estabilidad, instinto de conservación, riesgo, aventura, sexualidad, novedad, eterna juventud.
6. **Tratamiento formal.** Se identifican los recursos expresivos del lenguaje audiovisual: imagen, texto verbal, montaje, y estilo. El estudio de la *imagen* nos permite precisar cómo se usan las escalas de plano, las angulaciones de cámara, la iluminación, los efectos especiales. El estudio del *texto verbal* detecta el tipo de frases utilizadas: imperativas, explicativas y exclamativas. Se valora el *montaje* audiovisual desde el punto de vista narrativo, semántico y estético. Y finalmente, se indaga el *estilo* con el fin de saber si el mensaje pertenece a un género tipificado: comedia, cine negro, policial, musical, suspenso, ciencia ficción.

DAVID BUCKINGHAM: ALFABETIZACIÓN DIGITAL CRÍTICA

David Buckingham (2005), pionero en el desarrollo de la Educación Mediática en el Reino Unido, formula una serie de premisas fundamentales sobre la alfabetización en medios digitales:

- Se tiene que criticar el uso instrumental-funcional de la tecnología; esto es, cuestionar la idea de que las tecnologías son herramientas neutrales de información.
- La alfabetización digital abarca la lectura crítica y producción de medios digitales. Uno de los aspectos más positivos de la alfabetización consiste en elaborar y divulgar contenidos digitales, que refuercen valores humanos.
- La escuela debe establecer conexiones con las culturas digitales de niños y adolescentes. Reconquistar el aula de clases implica reconocer, a toda costa, las culturas extraescolares mediadas por tecnologías y medios electrónicos.

BUCKINGHAM, FORMULA LAS BASES CONCEPTUALES PARA EL ESTUDIO DE LOS MEDIOS:

1. **Representación.** Los medios no son una ventana transparente sobre el mundo. Se selecciona y se interpreta la realidad desde mediaciones sociales, que determinan gustos y preferencias. Por lo tanto, hay que prestar atención a estos factores: realismo, veracidad, presencias y omisiones, sesgos y objetividad, influencias y estereotipos.
2. **Lenguaje.** La cuestión es comprender la gramática de los medios desde estos aspectos: significados, convenciones, códigos, géneros, tecnologías.
3. **Producción.** Los textos mediáticos se codifican de manera consciente, a partir de intereses comerciales, políticos, altruistas, psicosociales y culturales. Se requiere conocer quién emite el mensaje y por qué lo hace. Para ello se consideran estos elementos: tecnologías, prácticas profesionales, industria (propietarios), conexiones entre los medios, regulación, circulación y distribución, acceso y participación.
4. **Audiencia.** Se identifica cuál es la intención que tienen los medios con las audiencias y cómo éstas, a su vez, interactúan con los medios. Se recomienda atender a estos asuntos: fijación de objetivos (cómo apelan los medios); tratamiento (cómo hablan los medios); distribución (cómo llegan los medios); usos (cómo se usan los medios); interpretación

(cómo se negocia el mensaje), disfrute (cuál es el nivel de satisfacción), diferencia sociales (influencia de sexo, edad, clase social, trasfondo étnico en la audiencia).

AREA Y PESSOA: ALFABETIZACIÓN WEB 2.0

Manuel Area y Teresa Pessoa (2012) proponen un modelo de alfabetización digital, que apunta a formar un ciudadano autónomo, consciente, culto y democrático en la sociedad Red. Este modelo está integrado por *dos niveles de alfabetización* que tienen como objetivo que el sujeto se construya una *identidad digital* en contextos formales y no formales de aprendizaje.

El primer nivel se denomina *Dimensiones de aprendizaje sobre la Web. 2.0*; en este nivel se *aprende a pensar la Web* como:

1. **Biblioteca universal.** Se adquiere competencias en alfabetización informacional para buscar información en portales académicos distribuidos en bases de datos digitales.
2. **Mercado de servicios.** Se proporciona herramientas para que seamos más conscientes en cuanto al consumo de bienes y servicios en la Red.
3. **Microcontenido.** El ciudadano es capaz de organizar, reinterpretar y procurar coherencia a volúmenes de información hospedados en Internet.
4. **Comunicación.** Se comprende las modalidades de participación en las redes sociales con el fin de fomentar la condición humana.
5. **Multimedia audiovisual.** Se cuenta con formación en teoría de la comunicación y valores éticos para producir, de manera consciente, en formato multimedia.
6. **Experiencias virtuales.** Se enseña a interactuar en entornos virtuales tridimensionales, cuyo fin es ofrecer un simulacro de realidad (como los simuladores de vuelo espacial).

El segundo nivel da cuenta de las *Competencias y habilidades* a desarrollar por el sujeto alfabetizado ante la Web 2.0:

1. **Instrumental.** Domino procedimental de la tecnología en lo que atañe a montar, instalar y utilizar aparatos informáticos (hardware) y conocer sistemas operativos y programas (software).
2. **Cognitivo-intelectual.** Formación académica y cultural para analizar los contenidos digitales y la sociedad de la información.
3. **Sociocomunicacional.** Divulgar el sentido de solidaridad, respeto y colaboración en las comunidades virtuales; en este caso, es fundamental la educación en valores.
4. **Axiológica.** Ponderar aspectos positivos y negativos de las tecnologías de la información y comunicación. Éstas no son asépticas y neutrales sino que inciden en el ámbito político, económico y cultural.
5. **Emocional.** Controlar las emociones para no dejarse seducir por formatos, expresiones y contenidos que se generan en los entornos digitales.

ININCO: SECUENCIA DE APRENDIZAJE Y SEIS ANTENAS PARA PENSAR LA TELEVISIÓN

Estos dos métodos se han empleado en el *Aula Virtual: Aprender a ver TV* y en la *Especialización para el uso creativo de la televisión* que, como ya señalé, forman parte de los programas de postgrado del ININCO; los primeros que se fundaron en Venezuela.

El primer método, *Secuencia de aprendizaje*, parte de mi experiencia con la psicología educativa, el paradigma constructorista y con las diversas modalidades de aprendizaje: Significativo (Ausubel), Descubrimiento (Bruner), Equilibración (Piaget), Reestructuración (Vygotski), Problematicación (Freire), Emisor-Receptor (Cloutier). Esta secuencia contempla, además, **cinco dimensiones cognitivas:**

1. **Exploración/ Descubrimiento.** El estudiante *se reconoce* como audiencia de los medios: opina desde de su vida cotidiana.
2. **Comprensión/Conceptualización.** El estudiante examina conceptos y valores que difunde los medios masivos.
3. **Problematicación/ Discusión.** Se problematiza la relación medios masivos y realidad a partir de las mediaciones que intervienen en el

proceso de recepción. Los consensos y disensos son importantes, nada se desecha en el debate.

4. **Creación/Producción.** Desde la recepción se genera un nuevo mensaje que se adapte a la experiencia cultural del educando.
5. **Confrontación/Evaluación.** Se fomenta la confrontación de ideas y la autoevaluación sobre los aspectos más resaltantes de las actividades realizadas.

El otro método *Seis antenas para pensar la televisión* se origina a partir de mis lecturas sobre Inteligencia Emocional de Goleman, las Inteligencias Múltiples de Gardner y, sobre todo, el Pensamiento Lateral de De Bono. Se debe educar las emociones en cualquier ámbito de nuestras vidas; la enseñanza de los medios se inicia, de manera genuina, cuando se examinan emociones y sentimientos cotidianos para luego interpretarlos desde la razón. *Las seis antenas (...)* es una propuesta educativa dirigida al ámbito familiar. Se basa en la teoría de De Bono (1996,1970) y se utiliza la metáfora de la antena de televisión para representar seis modalidades de pensamiento:

1. **Antena blanca.** Hechos, cifras e informaciones. Es la información que tenemos a nuestro alcance.
2. **Antena roja.** Emociones, sentimientos, presentimientos e intuiciones que provoca una situación determinada.
3. **Antena negra.** Juicio, verdad, precaución, comparación de los hechos.
4. **Antena amarilla.** Ventajas, beneficios, oportunidades de un proyecto.
5. **Antena verde.** Explorar, inspeccionar, reconocer, sondear alternativas de acción.
6. **Antena azul.** Pensar sobre lo que se piensa para controlar y evaluar el proceso intelectual de creación de ideas.

Finalmente, los cuadros 4 y 5 ofrecen una visión en conjunto de algunos de los enfoques metodológicos representativos de la educación en medios de comunicación:

Cuadro 4
Métodos de la Educación Mediática

 <p>Mario Kaplún (Lectura crítica) Audiovisual. Inductivo. Participativo. Gradual. Análisis. Sencillo, accesible, vivencial.</p>	 <p>Guillermo Orozco (Visualidad electrónica) Medios. Lingüística. Técnica. Institución.</p>	 <p>Martínez de Toda (Método seis dimensiones) Sujetos: Crítico. Alfabetizado. Creativo. Consciente. Social y Activo.</p>	 <p>Joan Ferrés (Educación en Televisión) Impresiones Narración Persuasión Valores Forma.</p>
--	--	---	---

Fuente: Dr. Gustavo Hernández Díaz. Línea de Investigación *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO-UCV, 2013).

Cuadro 5 (Continuación)
Métodos de la Educación Mediática

 <p>David Buckingham (Alfabetización digital) Representación Lenguaje Producción Audiencia</p>	 <p>Area y Pessoa Alfabetización Web 2-0 Biblioteca Mercado Microcontenidos Redes sociales Multimedia Experiencias virtuales</p>	 <p>ININCO (Secuencia de aprendizaje) Descubrir Conceptualizar Problematizar Producción Evaluar</p>	 <p>ININCO Método seis antenas Blanca Roja Negra Amarilla Verde Azul</p>
---	---	--	---

Fuente: Dr. Gustavo Hernández Díaz. Línea de Investigación *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO-UCV, 2013).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIRRE, Jesús María

- 2011 «Prácticas teóricas de comunicación en Venezuela», en *Revista Comunicación*, N° 155, Caracas: Centro Gumilla.
- 2007 «Investigación venezolana sobre Comunicación y cultura de masas. Panorama bibliográfico: 1994-2007», en *Revista Comunicación*, N° 140, Caracas, Centro Gumilla.

AREA, Manuel y Teresa PESSOA

- 2012 «De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0», en *Revista Comunicar*, N° 38, Andalucía: Grupo Comunicar de España.

BUCKINGHAM, David

- 2005 *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

DE BONO, Edward

- 1996 *Aprender a pensar*, España: Plaza & Janés
- 1994 *Cómo enseñar a pensar a tu hijo*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- 1970 *El pensamiento lateral*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.

ESCONTRELA MAO, Ramón y Lily STOJANOVIC

- 2006 «Bases para organizar una línea de investigación sobre la inserción de las TIC en la Educación Básica venezolana». *Rev. Ped.* [online]. vol. 27, N° 80. Disponible en la www: <http://www.scielo.org.ve/scielo>.

FERRÉS, Joan

- 2000 *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Editorial Paidós.
- 1995 «Televisión, espectáculo y educación», en: *Revista Comunicar*, N° 4, Andalucía, Grupo Comunicar.

1996 *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Editorial Paidós.

1994 *Televisión y Educación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

FUENTES NAVARRO, Raúl

1999 «La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI», en Revista *Diálogos*, N° 56, Perú, Felafacs.

HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo

2013 «La investigación en comunicación en América Latina», en *Revista Comunicación*, N° 161, Caracas, Centro Gumilla.

2012 «Audiencias y método cualitativo», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 2, Vol. 18, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.

2012a «Cine en el aula internacional», en *Revista Comunicación*, N° 157, Caracas, Centro Gumilla.

2012 «Cómo hacer un proyecto de investigación en comunicación», en *Serie Mapas de la Comunicación*, N° 12, Caracas: UCAB.

2011 «Estudios académicos venezolanos sobre recepción y audiencias en medios de comunicación», en libro colectivo *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas a futuro*, Quito-Ecuador: Ciespal.

2011 «Manuales de investigación en comunicación», en *Revista Comunicación*, N° 155, Caracas, Centro Gumilla.

2010 «Estudios latinoamericanos en recepción y audiencia mediática», en libro colectivo *Prácticas y travesías de comunicación en América Latina*. Caracas: Centro Gumilla.

2010 «Guerrilla comunicacional no es educación en medios de comunicación», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 150, Caracas: Centro Gumilla.

2010 «Educación en medios de comunicación en Venezuela durante el período 2005-2010», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 151, Caracas: Centro Gumilla.

- 2009 «Comunicación gubernamental en Venezuela durante el período 1999-2008», en libro colectivo: *Hegemonía y control comunicacional*, Caracas: Editorial Alfa-UCAB.
- 2009 «Políticas públicas de comunicación en Venezuela», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 149, Caracas: Centro Gumilla.
- 2008 «Las tres T de la comunicación en Venezuela»: *Televisión, Teoría y Televidentes*, en *Serie Mapas de la Comunicación*, N° 3, Caracas: Ediciones UCAB.
- 2008 *Aprender a ver televisión en la escuela*, Venezuela: Monte Ávila Editores Latinoamericana.
- 2007 *Seis antenas para pensar la televisión*, Caracas, Fundación Centro Gumilla, Universidad Católica Andrés Bello. Colección Temas de Formación Sociopolítica N° 46.
- 2007 «Educomunicación: desarrollo del pensamiento desde una interdisciplina emergente», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 138, Caracas: Centro Gumilla.
- 2007 «Análisis de la televisora social venezolana (TVES)», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 19, Vol. 1, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2007 «Gubernamental TVES», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 139, Caracas: Centro Gumilla.
- 2006 «Por qué educar para el uso consciente de la televisión en el sistema escolar formal en Venezuela», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 18, Vol. 1, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2006 «Educar en mediaciones» en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 2, Vol. 18, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2005 «¿El desafío educativo de la televisión?», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 17, Vol. 2, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2005 «¿Y dónde está la audiencia?», en libro colectivo *Televisión, pan nuestro de cada día*. Caracas: Alfadil.

- 2005 «Educación en medios de comunicación en Venezuela», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 131, Caracas: Centro Gumilla.
- 2004 «La televisión» en libro colectivo: *Los medios de comunicación en Venezuela: historia mínima*. Vol. 6, Caracas: Funtrapet.
- 2004 «Alcances y limitaciones de la Educación en medios de comunicación», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 138, Caracas: Centro Gumilla.
- 2003 «Teoría de la Educación para los medios de Mario Kaplún», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 15, Vol. 2, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2003 «Mitos y estrategias socializantes de la cultura mediática», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 124, Caracas: Centro Gumilla.
- 2003 «Reconocerse como audiencia de la televisión», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 122, Caracas: Centro Gumilla.
- 2002 «Estrategias pedagógicas para aprender a ver televisión», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 120, Caracas: Centro Gumilla.
- 2002 «Aprender a pensar en Educación en medios», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 14, Vol. 2, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2002 «La industria cultural como metáfora de la globalización», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 118, Caracas: Centro Gumilla.
- 2001 «Introducción a la teoría de la Educación para los medios», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 13, Vol. 1, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2001 «La audiencia en los medios de comunicación», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 113, Caracas: Centro Gumilla.

- 2001 «La televisión, madre de todas las pantallas», en *La televisión: ¿enemiga o aliada?*, Cuadernos ININCO/Investigaciones de la Comunicación N° 1, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2000 «La televisión en el horario infantil en Venezuela», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 12, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 2000 «Estudios sobre recepción televisiva», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 110, Caracas: Centro Gumilla.
- 1999 «Diagnóstico de la televisión en Venezuela», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 10, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1999 «Recepción televisiva en Venezuela», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 107, Caracas: Centro Gumilla.
- 1999 «Venezuela esta es tu televisión», en *Revista Extramuros*, N° 10, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1999 «Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela», en *Revista Comunicación / Estudios venezolanos de comunicación*, N° 107, Caracas: Centro Gumilla.
- 1999 «Recepción televisiva en Venezuela», en *Revista Comunicación / Estudios venezolanos de comunicación*, N° 107, Caracas: Centro Gumilla.
- 1998 *Teleniños y Televiolencias*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades, Universidad Central de Venezuela.
- 1998 «Conocer a los teleniños (Proyecto de investigación sobre los procesos de recepción televisiva en escolares caraqueños)», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 9, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1997 «De la efectología a los procesos de recepción en la audiencia de los medios», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 103, Caracas: Centro Gumilla.
- 1997 «Ley de telecomunicaciones», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 98, Caracas: Centro Gumilla.
- 1997 «La radio en Venezuela para el año 1997», en *Revista Comunicación/ Estudios venezolanos de comunicación*, N° 97, Caracas: Centro Gumilla.

- 1997 «Aprender a ver televisión» en *Revista Comunicar*, N° 8, España: Grupo Comunicar.
- 1997 «La Educación en medios en Venezuela», en *Revista Comunicación / Estudios venezolanos de comunicación*, N° 100, Caracas: Centro Gumilla.
- 1996/1997 «La Educación para los medios: una preocupación internacional», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 8, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1995 «TVconsecuencias», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 7, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1994 «La radiodifusión en Venezuela para el año 1994», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 6, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1994 «Educación para la TV en la Fundación del Niño», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 6, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1993 «Tendencias de la radiodifusión en Venezuela» en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 5, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1992 «Situación de la radiotelevisión en Venezuela para el año 1991», en *Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación*, N° 4, Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- 1991 «Código anti-ético de la cámara Venezolana de televisión», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 75, Caracas: Centro Gumilla.
- 1991 *TV en el aula*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, Serie Apuntes 26.
- 1988 «Educación Audiovisual para la percepción activa», en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 64, Caracas: Centro Gumilla.
- 1987 El cine Venezolano y su tendencia: 1984-1986, en *Revista Comunicación /Estudios venezolanos de comunicación*, N° 57, Caracas: Centro Gumilla.

KAPLÚN, Mario

- 1995 *Continuidades y rupturas en las búsquedas del comunicador*. Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de Pedagogía de la Imagen, La Coruña, España (reprografía).
- 1986 «Metodología para la Lectura Crítica», en *Educación para la Comunicación Televisiva* (Valerio Fuenzalida F, comp.) Chile, CENECA.
- 1985 *Comunicador popular*. Ecuador, CIESPAL.
- 1979 «Para la lectura crítica de la comunicación de masas», en *Cuadernos de Comunicación de Base* n° 4. Caracas.

LEÓN, Gustavo

- 2012 «El papel de la Ciespal en el proceso de institucionalización de los estudios de Comunicación en América Latina», en *Revista MHCJ*, N° 3, México, Universidad de Sonora.
- 2006 *Sobre la institucionalización del campo académico de la comunicación en América Latina: Una aproximación a las características estructurales de la investigación latinoamericana en comunicación*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, tesis doctoral, reprografía.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

- 1999 «¿Para dónde va nuestra investigación? Comunicación fin de siglo», en *Revista Comunicación*, N° 107, Caracas, Centro Gumilla.

MARTÍNEZ DE TODA, José

- 1998 «Las seis dimensiones en la educación para los medios», en *Comunicación*, n° 103. Caracas, Centro Gumilla.
- 1997 *Metodología evaluativa de la Educación para los Medios: su aplicación como un instrumento multidimensional*. Roma, Pontificia Universitas Gregoriana.
- 1995 «Enfoque latinoamericano sobre educación para los medios», en *Revista de Ciencias de la Información*, Número Extraordinario. Madrid, Editorial Complutense.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo

- 2002 Pedagogía de la tele-e-videncia: (Una propuesta mexicana de educación de las audiencias), *Cuadernos ININCO N° 1, La Televisión ¿Enemiga o Aliada?*, Caracas, Universidad Central de Venezuela.
- 2001 *Televisión, audiencias y educación*, Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- 1996 *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones La Torre.

OSSOTT, María Eugenia

- 2010 *35 años del ININCO, su historia, vigencia y proyección: una perspectiva de la institución desde la óptica de sus directores*, Caracas: Universidad Central de Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación, Comisión de Estudios de Postgrado, Área Comunicación Social (reprografía).

O'SUVILLAN, Harley y Cols.

- 1995 *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

PINEDA, Migdalia

- 2006 «La investigación de la comunicación en América Latina: evaluación del estado de la cuestión», en *Opción*, N° 50, Venezuela, Universidad del Zulia.
- 2001 «Las teorías clásicas de la comunicación: Balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI», en *Opción*, N° 36, Venezuela, Universidad del Zulia.

SERRANO, Manuel Martín

- 2011 «¿Para qué sirve estudiar teoría de la comunicación», en *Revista Comunicación*, N° 155, Caracas, Centro Gumilla.

SILVERSTONE, Roger

- 2004 *Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu Editores.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

2002 *Proyecto de Maestría en Comunicación Social*, Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) y Escuela de Comunicación Social, Caracas: autor.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

2002 *Proyecto de Especialización para el uso creativo de la TV*, Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), Caracas: autor.

VASALLO DE LOPES, María

1999 «La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas, en *Revista Diálogos de la Comunicación* N° 56, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

Luisa Torrealba Mesa

(Venezuela)

Magister Scientiarum en Comunicación Social y Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Coordinadora del Postgrado Maestría en Comunicación Social y Docente de los Programas de Postgrados del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la UCV. Investigadora adscrita en la línea de investigación *Comunicación Política y Políticas de Comunicación* del ININCO-UCV. Profesora en la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación (FHE) de la UCV. Investigadora en el Capítulo Venezuela del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL, años 2010-actual). Representante por el área de Comunicación Social en la Comisión de Investigación de la FHE-UCV. Colaboradora en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales. Miembro del Consejo Editorial del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación.

Correo electrónico:

torrealbamesa@yahoo.com

<https://www.facebook.com/luisa.torrealba.182>

Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6050444.



Cartografías de las Políticas Públicas Comunicacionales en Venezuela 1988-2013

*Cartographies of public policies
communications in Venezuela
1988-2013*

Recibido: 04 / 06 / 2013

Aceptado: 29 / 06 / 2013

© De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

LUISA TORREALBA MESA

Cartografías de las Políticas Públicas Comunicacionales en Venezuela 1988-2013

El presente trabajo sistematiza las propuestas formuladas desde el ININCO, entre 1988 y 2013, para el desarrollo de políticas públicas de la comunicación. Se revisan los aportes hechos por: Oswaldo Capriles Arias, Antonio Pasquali, Elizabeth Safar Ganahl, Gustavo Hernández Díaz, Carlos Guzmán Cárdenas, Carlos Colina y Luisa Torrealba. Se hace una revisión analítica del estado actual de las políticas de comunicación y de su evolución, partiendo de la tradición investigativa de la *Línea de Investigación Comunicación Política y Políticas de Comunicación*.

Descriptor: Políticas Públicas / Comunicación / ININCO / Venezuela.

ABSTRACT

LUISA TORREALBA MESA

Cartographies of public policies communications in Venezuela 1988-20013

This paper systematizes the proposals from the ININCO, between 1988 and 2013, to develop communication policies. We review the contributions made by Oswaldo Capriles Arias, Antonio Pasquali, Elizabeth Safar Ganahl, Gustavo Hernández Díaz, Carlos Cárdenas Guzmán, Carlos Colina and Luisa Torrealba. And it is an analytical review of the current state of communication policies and their evolution, starting from the research tradition *Line Communication Research and Policy Communication Policy*.

Keys Words: Public Policies / Communication / ININCO / Venezuela.

RÉSUMÉ

LUISA TORREALBA MESA

Cartographies de la communication des politiques publiques au Venezuela de 1988 à 20013

Cet article systématisé les propositions de la ININCO, entre 1988 et 2013, d'élaborer des politiques de communication. Nous passons en revue les contributions apportées par Oswaldo Capriles Arias, Antonio Pasquali, Elizabeth Safar Ganahl, Gustavo Hernández Díaz, Carlos Cárdenas Guzmán, Carlos Colina et Luisa Torrealba. Et c'est un examen analytique de l'état actuel des politiques de communication et de leur évolution, à partir de la tradition de recherche recherche en *ligne de communication et de la politique de communication de la politique*.

Mots clés: Politiques Publiques / Communication / ININCO / Venezuela.

RESUMO

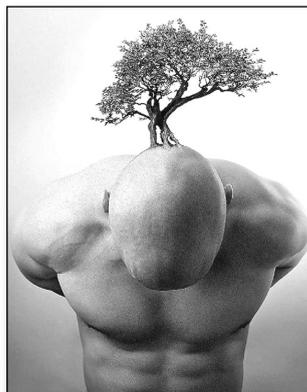
LUISA TORREALBA MESA

Cartografias da Política Pública comunicativa em Venezuela 1988-2013

Este documento sistematiza as propostas da ININCO, entre 1988 e 2013, para desenvolver políticas de comunicação. Nós revisamos contribuições feitas por Oswaldo Capriles Arias, Antonio Pasquali, Elizabeth Safar Ganahl, Gustavo Hernández Díaz, Carlos Cárdenas Guzmán, Carlos Colina e Luisa Torrealba. E é uma revisão analítica do estado atual das políticas de comunicação e sua evolução, a partir da tradição de pesquisa Linha de Pesquisa Comunicação Política Comunicação Política.

Palavras-chave: Políticas Públicas / Comunicação / ININCO / Venezuela.

Es frecuente escuchar a dirigentes políticos, funcionarios públicos y líderes de opinión hablar sobre políticas públicas; no obstante, pocos ciudadanos conocen el alcance de este concepto, las características que debe reunir una verdadera política pública, los pasos para su desarrollo y sus mecanismos de implementación y evaluación. En Venezuela, ha sido la academia el espacio natural en el que se ha estudiado el tema, partiendo de sus sustentos teóricos-conceptuales y metodológicos y analizando sus mecanismos de aplicación.



Desde su fundación, en 1974 el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Facultad de Humanidades y Educación, de la Universidad Central de Venezuela, ha tenido una amplia tradición de investigación sobre políticas públicas, a través de su línea de investigación «Comunicación Política y Políticas de Comunicación». Los aportes de sus investigadores han sido sólidos y recurrentes, a través de: la participación en reuniones nacionales e internacionales de alto nivel, que han tenido a la democratización de la comunicación como tema central; el desarrollo de propuestas teórico-metodológicas para la generación de políticas públicas; y el desarrollo de diagnósticos que han permitido identificar los principales problemas para el acceso de la ciudadanía al sistema de medios y a las tecnologías de la comunicación y la información.

1988
25
2013

El presente trabajo sistematiza las propuestas para el desarrollo de políticas comunicacionales formuladas desde la Línea de Investigación «Comunicación Política y Políticas de Comunicación» del ININCO, entre 1988 y 2013, destacando su naturaleza, la problemática que pretendían atender y la respuesta que ha habido desde el Estado ante las mismas. Se revisarán los aportes teórico-metodológicos hechos desde la academia, por investigadores como **Oswaldo Capriles Arias, Antonio Pasquali, Elizabeth Safar Ganahl, Gustavo Hernández Díaz, Carlos Guzmán Cárdenas y Carlos Colina**; así como algunos análisis y reflexiones hechas por esta autora, en su condición de investigadores del ININCO;

para el desarrollo de *políticas públicas de la comunicación*, orientadas a la consecución de la democratización de las comunicaciones. Se partirá de la metodología de la **investigación documental con un nivel exploratorio**, que permitirá hacer una revisión analítica del estado actual de las políticas de comunicación y el país y de su evolución desde 1988 hasta la fecha.

PRECISIONES CONCEPTUALES

Partimos de la concepción de una política pública como un *conjunto de lineamientos generados con la finalidad de brindar garantías para el cumplimiento de derechos y el ejercicio de libertades, por parte de los ciudadanos, en países con sistemas políticos democráticos*. Dichas estrategias se plantean el desafío de identificar: los problemas, su entorno, las posibles soluciones que satisfagan las necesidades de los ciudadanos, y contribuyan a construir y fortalecer el tejido democrático de la sociedad y del Estado. Comprende el marco legal y constitucional vigente, así como a las diferentes instancias de gobierno a escala local, regional y nacional. Deben además ser explícitas, coherentes, articuladas, plurales, de largo plazo y sus principios deberían estar incluidos en los planes de desarrollo de las naciones. Al Estado le corresponde ser el articulador, impulsor y ejecutor; a partir de acciones emprendidas por las diversas estancias de gobierno; y a la sociedad le compete participar en la formulación de las políticas y ser beneficiaria de las mismas.

Para ser pública, una política tiene que construirse con la participación democrática de todos los actores sociales sobre los que la política tendrá un impacto. Su generación implica un trabajo de confluencia e intercambio de propuestas y opiniones entre los funcionarios públicos, especialistas en el campo sobre el cual se pretende generar la política pública y la ciudadanía. Una política pública atiende problemas de largo aliento, preferentemente de interés para los ciudadanos y no responde a intereses particulares. Trasciende gestiones de gobierno y asuntos coyunturales, emergencias u operativos del momento. Se plantea un horizonte de largo plazo, y está sujeta a monitoreo, seguimiento, evaluación y corrección.

El proceso de desarrollo de una política pública es cíclico y consta de diversas etapas que van desde la identificación de un problema y de sus causas, hasta la aplicación y revisión de la política. Janet Kelly (2003:63) enumera seis fases para «*el ciclo de las políticas públicas*»:

1) la identificación de un problema; 2) la puesta en agenda; 3) la formulación de la política correspondiente; 4) la aprobación de legislación o reglamentos para su implantación; 5) la implementación de la política por los funcionarios o ejecutores; y 6) la evaluación de los resultados.

En América Latina las discusiones y propuestas de revisar en profundidad los procesos de comunicación y el sistema de medios de difusión comenzaron, tempranamente, en los años 60', fundamentalmente desde sectores académicos. Inicialmente se plantearon denuncias en torno a los desequilibrios en torno al uso y la tenencia de los sistemas de medios de comunicación que se desarrollaron en los países latinoamericanos. Como parte de las iniciativas a favor de la democratización de la comunicación, expertos de diversas disciplinas, respondieron a las convocatorias de la UNESCO y propusieron a los Estados diseñar y ejecutar estrategias para facilitar un mayor acceso y participación, por parte de los ciudadanos, al sistema de medios de comunicación, privados y estatales y a los mensajes producidos por éstos. Dichas acciones son definidas con el término **Políticas Nacionales de Comunicación** (en adelante, **PNC**)¹. Luis Ramiro Beltrán², explica que:

Una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo

¹ La iniciativa de promover Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) se concretó en la UNESCO en 1970, cuando el Director General del organismo, René Maheu, recibió la misión de ayudar a los Estados Miembros del organismo a formular sus políticas de comunicación, durante la décimo sexta reunión del organismo (Beltrán, 1976). Más adelante, en 1976, durante la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, convocada por la UNESCO y realizada en San José de Costa Rica, la idea en torno a las PNC tomó fuerza, luego de que se incluyera en la recomendación N° 6 de este encuentro incluye la idea de que los Estados deben formular sus propias políticas nacionales de comunicación e información (Informe final: Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, 1976: 26-31). En 1981 la iniciativa de las PNC, recibió una fuerte oposición de parte de empresarios de medios de comunicación de todo el mundo, a través de un documento denominado Declaración de Talloires, emitida durante una reunión convocada por el Comité Mundial por la Libertad de Prensa Estos aspectos son desarrollados con mayor amplitud en las próximas páginas.

² Luis Ramiro Beltrán es periodista e investigador en el área de la Comunicación. Nació en Bolivia (1930) y en la década de los 70 fue pionero e investigar del estado de las comunicaciones y de las políticas de la comunicación en América Latina. Es **miembro del Comité Científico Internacional** del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación.

coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país (BELTRÁN, 1976: 4)



(foto izquierda)³, en su artículo titulado «*El debate sobre políticas de comunicación en América Latina*», publicado en el **Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación**, señaló que una política de comunicación es:

Un conjunto explícito, sistemático y orgánico de principios y normas, organización, acción, control, evaluación y corrección, destinado a encauzar coherentemente las actividades del Estado hacia el mejor aprovechamiento social de los procesos, sistemas y formas de comunicación, en especial de los medios de difusión masiva y de los grandes sistemas de información, en el marco de una peculiar conformación política y de acuerdo a un determinado modelo de desarrollo económico social (CAPRILES, 1989: 22).

Las políticas, además de ser coherentes entre sí, deben tener un «*carácter explícito en tanto normativas*» y tener una organicidad (legal y administrativa), para ser consideradas como «*políticas*». Oswaldo Capriles Arias sostiene que: «*La proclamación formal de principios obligatorios es uno de los requisitos de toda política, tanto de razones de seguridad como de certeza jurídica, así como de responsabilidad y posibilidad de evaluación de los entes administradores públicos*» (Ibid: 24).

Resumiendo el planteamiento de ambos autores, se puede afirmar que las PNC son un conjunto de normas y principios generales que deberían

³ Oswaldo Capriles Arias es investigador venezolano especializado en el área de políticas de la comunicación y la cultura. Realizó importantes aportes al respecto en la década de los 80's y los 90'. Fue Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela en los periodos 1980-1981 y 1982-1986.

guiar, supervisar, evaluar y mejorar las acciones de las instituciones del Estado, de cara a encauzar el sistema de comunicación masiva a favor de las metas del desarrollo nacional. En ese sentido, las metas surgidas como parte del conjunto de políticas de comunicación deberían estar concebidas para favorecer el desarrollo social y democrático de los países en los que sean ejecutadas.

EL ROL DEL ESTADO EN LA FORMULACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA COMUNICACIÓN

El Estado juega un papel relevante en la formulación de las políticas públicas de la comunicación. Debe servir como ente articulador de las propuestas e intereses de los diversos sectores que hacen vida en la democracia. Es el «*sujeto activo*» en la formulación de las políticas. Debe actuar como un «(...) *conjunto orgánico que asume la representación de la sociedad entera a los efectos de dirigir y gestionar los asuntos generales*». Los poderes públicos deben proceder en conjunto, respetando las funciones propias de cada uno. Pero ese rol del Estado se puede desnaturalizar, priorizando un determinado proyecto político para limitar o determinar la formulación o la aplicación de las políticas, «(...) *en la medida en que establecen su marco constitucional formal y su contexto ideológico*» (CAPRILES, 1989: 25).

La participación de la colectividad debe estar presente en la formulación y ejecución de políticas públicas. Oswaldo Capriles Arias la define como «*el sujeto pasivo*» en el proceso, mediante mecanismos que complementen las formas de participación tradicionales de la democracia. Como se ha venido explicando, la participación democrática de los ciudadanos es el aspecto que hace verdaderamente públicas a las políticas, de lo contrario se tendría que hablar políticas «gubernamentales» y no de políticas «públicas» (*Ibidem*).

Otro aspecto a considerar es «(...) *que el proceso de formulación y eventual ejecución de políticas es simplemente un proceso de racionalización de la acción estatal y de la organización social*» (*Ibidem*); significa que es un proceso que implica cambios y reformas pero que deben guiarse por el análisis permanente de los factores coyunturales y su incidencia en la estructura de las instituciones y su gestión y, estar enmarcadas en un contexto de factibilidad.

Así, el Estado, con todos sus poderes públicos formalmente constituidos, se convierte en el «*sujeto activo*», que tiene la principal responsabilidad al momento de impulsar las políticas públicas. Y en segunda instancia la colectividad se convierte en el «*sujeto pasivo*» que se incorpora al proceso de formulación de políticas a través de mecanismos especiales que deben ser definidos durante el proceso. La afirmación de que en la formulación de las políticas interviene «*la totalidad del Estado*», implica que en el proceso debe participar los representantes de los diversos poderes públicos, de las instancias nacionales, regionales o locales. Es decir, que si en un municipio del país ubicado en la zona fronteriza es necesaria la aplicación de una política relacionada con redes de telefonía, se puede consultar, por ejemplo, a expertos del Ministerio de Infraestructura, a legisladores de la Asamblea Nacional que representen al estado en el que está ubicado el municipio, a las comisiones legislativas del Poder Legislativo Nacional que trabajen el tema de telecomunicaciones, a representantes del Consejo Legislativo Regional y a los integrantes de la Cámara Municipal. En la formulación de esta política también juega un papel importante el colectivo que habita en este municipio y que será beneficiario o vivirá los efectos directos de la aplicación de la política. Por ello, en la formulación y ejecución de la estrategia debe considerarse el aporte de la ciudadanía, a través de una fase de consultas.

Para la formulación de las políticas deben identificarse los problemas que requieren atención urgente y las posibles soluciones. Este diagnóstico se logra a partir de la revisión de la realidad sociopolítica y comunicacional y de los recursos disponibles, con el fin de dar un aporte de largo alcance en el tiempo y que ataque las raíces del problema y no las consecuencias parciales y momentáneas. Junto al rol que debe jugar el Estado como motorizador de las políticas públicas está el aporte de pueden dar los expertos, sobre la base del conocimiento y experticia que tengan en relación con el tema en el que se generan las políticas.

EL PROYECTO RATELVE: UN ANTECEDENTE Y MODELO DE POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

El Proyecto RATELVE: diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano fue el primer intento que ha habido en el país de formu-

lación de una política pública en comunicaciones. Produjo importantes discusiones sobre la materia, pero su aplicación no se concretó por las intensas presiones de los poderes económicos y comunicacionales del momento, que incidieron en la renuncia del Estado de llevarlo a cabo. Pese a haber sido abortado este proyecto continúa siendo una referencia en materia de comunicaciones en el país.

Proponía la apertura de un **modelo de servicio público de radio y televisión**, a través del cual se promovieran la información, la educación y la cultura, desde una perspectiva no gubernamental y no mercantil. Planteaba, además, la necesidad de formular una política de comunicación para el sistema de medios de comunicación radioeléctrico y la creación de una **radio-televisión de servicio público de carácter no gubernamental**, como propuesta encaminada a la democratización de la comunicación en Venezuela (Comité de Radio y Televisión de la Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura, 1976). Este documento continúa sirviendo de referente para comprender los aciertos, desaciertos y retos vigentes al respecto. Aunque se hace público antes del período estudiado en el presente trabajo, se incluye por constituir el más importante antecedente para las propuestas formuladas posteriormente desde el ININCO y por constituir un auténtico modelo de una política pública de comunicación.



El Proyecto RATELVE resultó del trabajo de un equipo multidisciplinario integrado por profesionales de diversas áreas del conocimiento, entre los que se encontraba un grupo de investigadores venezolanos de la comunicación, funcionarios públicos, grupos sindicales e instituciones como la Iglesia Católica, el Ejército, entre otros. El ININCO estuvo presente en este grupo de trabajo a través de dos de sus fundadores: **Antonio Pasquali (foto izquierda)** y **Oswaldo Capriles Arias**.

El informe final del Proyecto RATELVE, que fue publicado en 1976 por Ediciones de la Librería Summa, define los principios generales que deben regir a una política pública para el sector radiotelevisión y presentaba el diseño del modelo ideal y factible para Venezuela. Un diagnóstico descriptivo y analítico de los sistemas públicos y privados de radiodifusión que existían en ese momento en el país. Detalla la nueva política de radiodifusión que proponía al Estado venezolano. Y despliega la propuesta de la nueva institución radiotelevisión venezolana, RATELVE, encargada de la ejecución de dicha política. Propone un conjunto de criterios sobre las **alternativas de uso y las alternativas de propiedad de los medios**, que sirven como directrices para el diseño de una política.

Así en relación con las alternativas y modalidades de uso, presentaba la siguiente clasificación:

1. **El competitivo:** Concede libertad total o parcial de radiodifusión a instituciones públicas o privadas mediante el sistema de concesiones. Los diferentes productores-emisores compiten entre sí por la atención de las audiencias; el criterio para el sustento económico de los emisores es comercial, los mensajes no son planificados ni responden al criterio de servicio público; el mensaje «ómnibus» se estructura para que sea comprendido por todo el universo de perceptores, atiende a perceptores de áreas más pobladas y con mayor consumo potencial. Prevalece para los medios de propiedad privada, que viven de la publicidad y se rigen por los cánones de la economía de mercado.
2. **El complementario o planificado:** Concibe a la radiodifusión como un servicio público, los mensajes son producidos y emitidos fundamentalmente por organismos estatales. Las emisiones de los servicios de radiodifusión públicos suelen ser totales, se dirigen a todos los ciudadanos. La programación es diversificada, diferenciada, se dirige a las necesidades o preferencias de cada estrato socio cultural. La programación se supervisa desde el poder ejecutivo y debe atender a las metas del desarrollo nacional. Puede contar con publicidad pero no se comercializa y la publicidad no condiciona los mensajes.
3. **El específico:** La radiodifusión en este sistema es empleada generalmente por el sector público, pero para usos específicos como la teledu-

cación, telemedicina, teleinformación (comercial o científica), cadenas oficiales. Todas los demás funciones de la radiodifusión se dejan al sector privado (Proyecto RATELVE, 1976).

Entretanto, las alternativas según la propiedad de los medios son las siguientes:

1. **Estatización:** Contempla el control total por parte del sector público ajustadas a una planificación. No persigue fines de lucro. Debe adecuar los contenidos a las metas nacionales de desarrollo. Puede derivar en un sistema de radio y televisión pro-gobiernista. Experiencias de semi-estatización en América Latina evidencia que la misma pueda arrastrar vicios del sistema competitivo, como la falta de planificación.
2. **Propiedad mixta - Régimen mixto auténtico:** Establece relaciones de equilibrio con respecto a la propiedad pública y privada de los medios y el uso del sistema complementario específico con el competitivo. Este equilibrio se puede medir con parámetros como: inversión anual audiencia alcanzada, diversidad de programas, capacidad de emisión, entre otros. Puede haber un régimen mixto inauténtico: que es una combinación de medios públicos con bajos niveles de audiencia y un privado con altos porcentajes de audiencia (o el caso contrario); o dos sectores que se orientan hacia el mismo uso (competitivo o complementario). Este sistema inauténtico disminuye la posibilidad de elección por parte del receptor. Para la fecha de presentación del Proyecto RATELVE sus autores ubicaban el sistema de medios radiotelevisivos de Venezuela como un régimen mixto inauténtico. El sistema de propiedad mixta contempla la cobertura total en el territorio de los servicios públicos y permite a los usuarios elegir entre programas competitivos y complementarios o específicos. Establece una auténtica competencia entre los sectores público y privado, que le permite al receptor elegir en condiciones de equilibrio.
3. **Contrato de servicios:** En esta modalidad el sector público se reserva las funciones específicas de la radio y la televisión y, el sector privado debe asumir la planificación y la complementariedad. Es posible a través de la revocatoria y reversión de las concesiones para convertirlas

en contratos de servicios. El Estado planifica y le impone al radiodifusor privado las normas y condiciones en que deben actuar. El sector privado fungiría como un programador y emisor que ejecutaría los proyectos planificados desde el sector público; siendo el Estado el financista, y debiendo contemplarse márgenes de ganancia para el sector privado.

4. **Régimen de producción y reserva de uso:** Esta alternativa propone que el sector público renuncie a tener infraestructura de emisión e invierte sus recursos económicos en la producción de programas, para cuya difusión ser reservará el derecho de usar espacios en medios privados. El Estado en este esquema se posiciona como el más importante productor de radio y televisión con lo que practicaría de facto la complementariedad y la especificidad (Proyecto RATELVE, 1976).

En relación con los criterios generales que propuso RATELVE para la política de radiotelevisión para Venezuela, los miembros de la Comisión sugirieron que en relación con las alternativas de uso se adoptara **un servicio público de tipo complementario o planificado** y que la programación específica fuera asumida o vehiculada por la institución pública de radiotelevisión. Este régimen complementario sugerido para el sector público debería atender las necesidades prioritarias de la población venezolana en materia de comunicaciones radioeléctricas y debería competir de forma cualitativa con el régimen competitivo del sector privado.

Por su parte, con las alternativas de propiedad se sugirió que la nueva política de comunicación en materia de radio y televisión del Estado venezolano, asumiera la implementación gradual de **un régimen mixto auténtico**; que implicaba la existencia del sector privado competitivo, con una adecuada reglamentación que hiciera posible la concertación entre radiodifusión pública y privada, en función de las metas del desarrollo nacional; un sector público con coberturas maximizadas; funciones de control del sector privado por parte del sector público, con respeto a la libertad de opinión del sector privado. La propuesta señalaba dos soportes para el régimen mixto auténtico, que debían ser implementados por igual: *«1^o estableciendo relaciones de equilibrio cuantitativo entre los sectores públicos y privados (a nivel de cobertura, audiencia real alcanzada, capacidad de programación, financia-*

miento, etc.)»; 2^o «*compitiendo con el sistema competitivo*» al ofrecer a la audiencia nacional una verdadera alternativa (el complementario público frente al competitivo privado) (Proyecto RATELVE, 1976: 290).

Así mismo, con la producción la nueva política planteaba la unificación en un solo organismo de la capacidad de producción y emisión del Estado, con una proyección de entre un 90 y 95% de **producción nacional**. Sobre la difusión, la nueva propuesta de política consideraba fundamental la **maximización de la cobertura de los servicios de radio y televisión pública**. Preveía además la creación de un servicio de investigación, evaluación y planificación orientado a detectar las necesidades sociales y notificarles sobre las mismas a los organismos encargados de la producción y de una Institución Pública de Radiodifusión (RATELVE- Radiotelevisión Venezolana), encargado de la planificación y ejecución de las políticas públicas, con presencia de los sectores: información, cultura y telecomunicaciones del Estado.

En 1975, el presidente venezolano Carlos Andrés Pérez, promovió a través de la Ley de la Cultura, la creación del **Consejo Nacional de la Cultura (CONAC)**. Dicha ley también otorgaba lugar a una política de radio y televisión; algo importante tratándose del sector cultura que venía entendiéndose por cultura sólo las bellas artes. La inclusión de la radiotelevisión significaba el reconocimiento de la existencia y peso de las industrias culturales en la economía, la política y la vida ciudadana del país. El Proyecto RATELVE se desarrolló en el marco de esta iniciativa gubernamental. Estas medidas implementadas desde el gobierno nacional tuvieron como piedra de tranca al sector privado (mediático y publicitario), que mantuvo una enérgica oposición a las mismas. Como explica Beltrán (1976: 10): «(...) *los intereses privados afectados atacaron al gobierno por estas medidas, las que tildaron de no democráticas, totalitarias y antagónicas a la libertad de información y los derechos humanos*». Fue así como el proyecto RATELVE, considerado como una propuesta emblemática en materia de políticas de comunicación, quedó engavetado junto a otros proyectos de ley orientados a regular la actividad publicitaria y cinematográfica y por el contrario se ejecutaron acciones para favorecer al sector empresarial comunicacional, como la renovación de los permisos de transmisión de los medios radioeléctricos, a través del otorgamiento de concesiones por doce años y se apoyó a los

medios privados a través de favores económicos, como subsidios y otorgamientos de espacios para propaganda política (CAPRILES, 1989).

El entusiasmo inicial del gobierno venezolano con respecto a la promoción del proyecto RATELVE mermó tras las presiones ejercidas de los sectores empresariales y por la falta de una sólida voluntad política para defender su concreción. Las proclamas en torno a la necesidad de un **Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Información (NOMIC)**, promovidas desde la UNESCO, para afrontar los enormes desequilibrios existentes entre los países de mayor y menor desarrollo, se quedaron paralizadas ante la presión ejercida por los sectores económicos y la renuncia de muchos Estados a enfrentar las presiones de los grandes consorcios económicos de las comunicaciones. No obstante, a 33 años de la aprobación de la Resolución 4.19 de la UNESCO para un Nuevo Orden Informativo Mundial (NOMIC), y de la publicación del **Informe MacBride**, la necesidad de políticas que promuevan *la pluralidad, el acceso y la participación de los ciudadanos en los procesos de comunicación; el respeto por la diversidad cultural y por la libertad de expresión y el derecho a la información*, están más vigentes que nunca.

El informe MacBride (UNESCO, 1980a) advertía de la importancia de que existieran políticas de comunicación orientadas a eliminar los desequilibrios internos y externos, para el acceso de la población a las actividades y servicios de comunicaciones, en función de promover el desarrollo social. *«Aunque es cierto que la comunicación por sí misma no puede generar el desarrollo, no hay duda de que la comunicación inadecuada frena el proceso de desarrollo e impide la participación popular»* (p.170). En la década de los 80 continuó el debate sobre la necesidad de democratizar las comunicaciones, a través de la búsqueda de condiciones de equidad e igualdad y de nuevos espacios, para dar voz a los habitantes del mundo, en un sistema de comunicaciones mediáticas liderado por unos pocos grupos empresariales. Los atrasos, las carencias, la poca pluralidad y diversificación de las fuentes de información ofrecían un balance poco alentador para América Latina. No obstante, estas dificultades constituían un escenario propicio y retador, para dar empuje a acciones concretas a favor de un derecho a la comunicación en condiciones democráticas para todos. Al respecto, el profesor Antonio Pasquali sostiene:

(...) Nuestras propias desestructuraciones y retrasos hacen de Latinoamérica la región del mundo hoy mejor predispuesta a la invención y el ensayo de inéditos modelos de comunicación social, lo que no es poco decir, pues estamos hablando nada menos que de algo identificable con nuevos modelos de democracia (PASQUALI, 2005: 225)

En ese sentido, sigue siendo una tarea apremiante la labor de estructurar políticas de comunicación que sean impulsadas desde los Estados, a través de procedimientos que garanticen la participación de los diversos actores de la vida pública en su elaboración y aplicación. Es decir, que el proceso de generación de las políticas se realice en forma plural y democrática y que permita una plena intervención de los ciudadanos en su construcción. La apertura a la participación de los ciudadanos da un nuevo enfoque a las políticas de comunicación convirtiéndolas en una estrategia de carácter público. En el proceso de construcción de políticas públicas para la comunicación se deben considerar el levantamiento de un marco normativo e institucional para garantizar el ejercicio del derecho a la comunicación, en sus dimensiones de acceso y participación por parte de los ciudadanos y de otros derechos humanos asociados, como la libertad de expresión y el derecho a la información, en tanto que éstos son derechos fundamentales para la existencia y fortalecimiento de la democracia.

CONDICIONES PARA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA

Para el desarrollo de políticas públicas orientadas a democratizar las comunicaciones es necesario que el Estado abra espacios y otorgue garantías para la participación de los ciudadanos. Para Oswaldo Capriles Arias (1989: 25) «(...) *las políticas de comunicación deben asegurar una decisión colectiva acerca de las instituciones, sistemas y procesos de comunicación, y una participación en el uso de los mecanismos y medios en todos los niveles*». Es decir, se debe garantizar una participación abierta a los diferentes actores sociales: funcionarios públicos, académicos, expertos, organizaciones no gubernamentales y ciudadanos en general. Esto permitirá tener las diferentes miradas de un problema y la búsqueda de estrategias consensuadas para lograr propuestas que tengan efectividad a largo plazo.

La apertura de procedimientos de comunicación más democráticos sentará las bases para la construcción de políticas más democráticas. Al respecto, Capriles Arias recomienda que: «(...) *la comunicación debe aparecer definida como un proceso orientado a la participación democrática en los procesos de decisión de todos los asuntos importantes del cuerpo social*» (Ibidem). Y, que en el marco de la construcción de las políticas de comunicación se reconozca y se respete la diversidad y la producción cultural, pues en esa medida habrá mayor capacidad para el intercambio y la circulación de ideas, lo que favorecerá la obtención de una «*autonomía cultural*».

DESVIACIONES DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA COMUNICACIÓN

Las políticas públicas de la comunicación deben reunir las siguientes condiciones: que tengan largo alcance en el tiempo, que estén planteadas de forma explícita (bien en forma de leyes o normativas) y que respondan a un consenso amplio del conjunto social. No obstante, la realidad de los mecanismos empleados para la formulación de estas políticas en los Estados democráticos, conlleva una serie de desafíos: por un lado, el de superar las limitaciones o diferencias presentes entre los diversos sectores, para alcanzar el consenso; por otro, el de trascender las barreras u obstáculos que pueden surgir desde el poder político y económico.

Así, aquellas medidas que son tomadas de manera unidireccional por el sector político también entran en el rango de política, sólo que no encajan dentro de la concepción de «*públicas*» y más bien se adscriben a una propuesta de orden «*gubernamental*». Oswaldo Capriles Arias lo explica al señalar que: «*cualquier conjunto de acciones o inacciones viene a ser «una política» en la medida en que responda a mediano plazo a intereses del grupo dominante*» (1989: 24). Dichos grupos dominantes pueden ser sectores gubernamentales o empresariales. El autor refiere que tanto las acciones como las inacciones se constituyen en políticas, lo que implica que una omisión gubernamental, para dar respuesta a un problema determinado sobre el sistema de comunicación masiva de un país, también constituye una política. Así por ejemplo, si en un país existen dificultades para garantizar el pleno ejercicio al derecho humano a la libertad de expresión, o no existe la infraestructura adecuada para que en las zonas rurales puedan tener acceso a la telefonía básica, di-

chas dificultades podrían convertirse en una «*política implícita*», en la medida en que el Estado no propicia ninguna acción para revertirlas. En relación con el carácter explícito que deben tener las políticas, Capriles Arias indica que es necesario que además exista coherencia entre las normativas existentes. Explica que: «(...) *las prácticas estatales, aun explícitas a través de reglamentos o leyes, no son verdaderas políticas si no corresponden a una organización...*» (*Idem*: 25).

Otra desviación que puede haber en relación con la genuina concepción de una política pública de comunicación puede darse cuando desde las instancias de poder político-gubernamental o empresarial-comunicacional, se ejecutan estrategias que responden a un interés particular, que puede estar relacionado con la ambición de consolidar posiciones de poder. Un ejemplo de ellos es cuando un gobierno propicia leyes o decretos que otorgan facilidades o preferencias a determinados grupos económicos u organizaciones sociales, con determinadas filiaciones políticas, para la obtención de habilitaciones para operar medios radioeléctricos u obtener divisas para importar papel periódico. También podría registrarse una modalidad en la que el Estado se inhíba de propiciar políticas para la comunicación, por considerarse en una posición de minusvalía frente a grupos empresariales dominantes, o para evitar tocar los intereses económicos particulares y poner en riesgo el respaldo de estos para la permanencia de los gobernantes en el poder. El uso del término «*política*» también pueden prestarse a una confusión que subyace a intereses determinados. Capriles precisa:

(...) se llama «*política*» a lo mismo que los gobiernos, en ocasiones, están interesados en llamar así, o, aun más sofisticadamente, a aquello que los sectores de la empresa privada desean a veces *devaluar* bajo la misma apelación (a pesar de ser los beneficiarios de tales prácticas (*Idem*: 24).

Pese a que la naturaleza de las políticas de comunicación es esencialmente democrática la implementación de estrategias implícitas o explícitas para el sector comunicación puede ser emprendida por Estados que tengan una orientación



autoritaria o represiva, con la diferencia de que estarían orientadas a fines propagandísticos o de dominación. Capriles Arias explica:

Los conjuntos de acciones represivas respaldados por una estructura coherente de decisiones de ciertos Estados, si bien pueden reunir características de «política» en cuanto a su carácter finalista y homogéneo, no constituyen políticas de comunicación, sino estrategias de dominación, manipulaciones de la guerra psicológica, imposiciones dictatoriales (*Idem*: 28).

Si bien este planteamiento de Oswaldo Capriles Arias, sobre estrategias de dominación y manipulaciones se relaciona con la polémica que se planteó en los años 70, cuando académicos de países bajo fórmulas de gobiernos autoritarios y dictaduras militares señalaron diferencias en relación con otros países que tenían modelos políticos democráticos⁴; no obstante, tienen plena vigencia a la luz del presente, para analizar el tema comunicacional en países en los que prevalecen gobiernos con tendencias autoritarias.

DE LAS POLÍTICAS NACIONALES A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN

El tránsito del concepto de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), de los años 70' y 80' al de políticas públicas de información y comunicación en la década de los 90' y en los primeros años del siglo XXI, viene dado por el conjunto de transformaciones políticas, sociales y culturales que estuvieron marcados por hechos de gran impacto, como el fin de la Guerra Fría y la caída del Muro de Berlín, por el lado político, y la aparición y auge de nuevas tecnologías de la comunicación e información que imponen un reto a cualquier iniciativa que se emprenda en el ámbito local, regional o internacional, para el impulso de la democratización de las comunicaciones. A partir de los nuevos medios que han surgido con los avances de la electrónica, las telecomunicaciones, el auge de Internet y la evolución de los sistemas de comunicación por medio de interacción digi-

⁴ En la década de los 70 algunos autores como el brasileño Luis Gonzaga Motta y el colombiano Eduardo Ramos expresaron objeciones en las discusiones sobre las Políticas Nacionales de Comunicación que aludían a que si bien éstas podrían servir como elemento de cohesión para el Estado frente al sector privado de los medios; podría convertirse en elementos para reforzar el dominio del Estado en formas de gobierno autoritarias y dictatoriales (CAPRILES, 1989).

tales, se presentan nuevos desafíos: cualquier estrategia para la democratización de la comunicación se vuelque hacia Internet y que considere la necesidad de equilibrio entre acceso y participación de los ciudadanos, mediante planes de capacitación para el mejor uso y aprovechamiento de estos nuevos medios.

En 1989, desde el **Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV)**, ya la profesora **Elizabeth Safar Ganahl** (foto derecha) adelantaba las primeras reflexiones teóricas sobre la generación de políticas de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación, en su texto *«La incidencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la formulación de las políticas de comunicación en América Latina y el Caribe»* (1989).



Este trabajo se centra en la incidencia que pueden tener la informática, las telecomunicaciones y la televisión en la construcción del futuro de la región y en la necesidad de que sean superadas, las desigualdades entre las naciones ricas y desarrolladas y las que no lo son. Acotaba Safar que:

La formulación de políticas explícitas de comunicaciones y su necesaria inclusión en los planes nacionales de desarrollo puede permitir gestiones democráticas que consideren las necesidades reales de los países, que signifiquen una apertura más amplia a la investigación y al desarrollo experimental de tecnologías adecuadas, a la formación de personal calificado: todo con miras a reducir el nivel de dependencia tecnológica y económica, así como también el componente transculturizador negativo proveniente del sistema de medios transnacional (SAFAR, 1989: 232).

Propone añadir también la producción y difusión de programas de difusión masiva y de productos culturales de la región, que podría ser difundidos intra-regionalmente, que no debe perder de vista la configuración de un entorno internacional en el que el sistema económico liberal se afianzaba en el mundo y Estados Unidos se posicionaba como potencia económica dentro de dicho sistema (SAFAR, 1989).



En 1980 el Informe MacBride recomendaba que: «*La primera meta de toda política de comunicación es la de proveer al país de las telecomunicaciones y las redes de medios masivos que mejor se adapten a sus necesidades*» (UNESCO, 1980a:170). Treinta y tres años después de la publicación del Informe MacBride y 24 años después del diagnóstico realizado por la

profesora Elizabeth Safar, la realidad no ha cambiado. La investigadora advertía en su trabajo que la densidad telefónica en América Latina era muy baja en comparación a la densidad de receptores de televisión. **Las deudas referidas al sector telecomunicaciones y a las redes de medios masivos siguen estando vigentes en Venezuela.** Para el cierre del primer trimestre de 2013, la penetración de la telefonía básica apenas alcanza una teledensidad de 25,81% (cerca de 26 líneas telefónicas por cada 100 habitantes). Y cuenta con 6 empresas que ofrecen el servicio (CONATEL, 2013a: 1). El número de teléfonos públicos distribuido por todo el país es de 135.198 que representan una teledensidad de 0,45% (0,45 teléfonos por cada 100 habitantes) (CONATEL, 2013b:1). Mientras que el servicio de Internet tiene una penetración de 42,33% (CONATEL, 2013c: 1) y la televisión por suscripción tiene una penetración de 49,97% (CONATEL, 2013d: 1).

Las cifras evidencian una discordancia con lo establecido en el **Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007**, que plantea entre sus prioridades el desarrollo de incentivos fiscales para atraer capital privado nacional e internacional en la construcción de infraestructura y participación en la actividad estratégica de las telecomunicaciones y favorecer la comunicación con las regiones amazónica, andina y caribeña, a través de ejes de transporte fluvial, ferroviaria, terrestre, aéreo y marítimo (Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, 2001). Discrepan también con lo contemplado en el Plan de Desarrollo Nacional 2007-2013, conocido como **Proyecto Nacional Simón Bolívar: Primer Plan Socialista (PPS)**⁵, que considera a las telecomunicaciones como un área de importan-

⁵ El Plan Nacional Simón Bolívar 2007- 2013 se convirtió en una declaración de principios de un nuevo proyecto político de país, el **Socialismo del Siglo XXI**, en el que se aboga por un sistema de propiedad social comunal, que permite abandonar los esquemas de

cia para la promoción y defensa de la soberanía del país. «*Las telecomunicaciones junto con los sistemas de transporte son instrumentos esenciales para mejorar la accesibilidad de la mayor parte del territorio nacional y por tanto clave para incrementar una sinergia socio territorial sustentable y avanzar en la inclusión social*» (Proyecto Nacional Simón Bolívar: Primer Plan Socialista (PPS), 2001:30). En conclusión, **no se ha logrado la universalización en el acceso de la población a las telecomunicaciones**, característico de una política pública democrática. Los desafíos en materia de políticas de comunicación e información apuntan a «*un acceso y una participación de la población no sólo en la tenencia sino también en el uso de los medios que hacen posible hoy día la circulación de las ideas, el pensamiento y el saber en las sociedades*» (SAFAR, 1989: 262).

Ante los retos de pensar las políticas públicas de la comunicación para dar cabida al auge tecnológico propio de la llamada Sociedad de la Información, desde el ININCO-UCV, el profesor **Carlos Colina (foto derecha)**, aborda esta reflexión teórica, indicando que en el estudio del ciber-espacio cultural latinoamericano se suma el problema de los sujetos que no están presentes en la esfera virtual bien por no tener acceso a computadoras personales, o porque carecen de alfabetización tecnológica (COLINA, 2005). Demarca, que la integración de



América Latina pasaría «*(...) necesariamente por ofrecer acceso a la telefonía y a la electricidad, elevar los niveles de ingresos y de educación en la mayoría de la población, y por erradicar el analfabetismo tecnológico e informático*». Además advierte que: «*El uso de las TIC no puede quedar restringido a los exiguos sectores medios y altos de la población latinoamericana*» (COLINA, 2005:340).

Aunque sus reflexiones se centran en la necesidad de una política comunicacional para un ciber espacio cultural, son plenamente aplicables al acceso a las TIC y al ciber espacio en todas sus dimensiones. Destacando la necesidad de políticas «*que propendan a la ampliación efectiva y masiva del acceso a la red de redes*» (COLINA, 2005:344). Al enfocar su análisis en las

economía de mercado. «El Proyecto Ético Socialista Bolivariano tiene como misión la superación de la ética del capital», afirma el texto del Plan (p. 5).

posibilidades de integración de América Latina, destaca otra condición diferenciadora que deberían tener las nuevas políticas públicas de comunicación e información: la de abandonar la condición «local» o «nacional» por la que se abogaba en las propuesta a favor de Políticas Nacionales de Comunicación, para centrarse en la posibilidad de políticas que trasciendan fronteras y puedan ser coherentes con las características propias de los nuevos sistemas de comunicación digital, que propaguen límites de espacio, tiempo y territorios geográficos. Propone las siguientes directrices de lo que debería ser una política ciberespacial latinoamericana:

1. Fortalecimiento del acceso; 2. Elevación de los niveles de vida, instrucción, alfabetización, escolarización y de acceso a otras TIC (V.g. Telefonía); 3. Multiculturalismo y multilingüismo; 4. Alfabetización informática y /o virtual; 5. Equilibrio en la producción endógena; 6. Reforzamiento del eje educación-cultura-comunidad, en función de la creación de una ciudadanía latinoamericana (COLINA, 2005: 345).

Si bien las políticas deben responder a esos desafíos del espacio global, también deben respetar las diferencias propias de cada país, expresadas en sus realidades económicas y culturales, y las brechas económicas y sociales que podrían convertirse en elementos que fomenten la exclusión en el acceso a las nuevas tecnologías de comunicación y la información. Los temas de la inclusión, la reducción de las brechas digitales, la formación de los ciudadanos para un mejor acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, son temas tan sensibles y que generan tanta preocupación, como en su momento ocurrió con las discusiones sobre el desarrollo de políticas nacionales de comunicaciones (años 70' y 80'), que fueron temas medulares de la **Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información** (Túnez, 2005) y de las otras reuniones que le precedieron (Cumbre de la Sociedad de la Información, Quito, 2002 y Cumbre de la Sociedad de la Información Ginebra, 2003). La definición de estas políticas implicaría el reto de incluir un marco normativo que oriente el uso de estas nuevas tecnologías, pero que a su vez garantice la permanencia de los rasgos que definen a la Internet como un espacio libre de regulaciones y restricciones formales.

En los documentos finales de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (Túnez, 2005) hay una referencia directa a la necesidad de de-

sarrollo de políticas de comunicación e información (tales referencias están presentes en la Declaración de Principios: Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio, de la cumbre de Ginebra 2003; en el Plan de Acción de la Cumbre de Ginebra 2003, en el Compromiso de Túnez, 2005; y en la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información). De la última Cumbre resalta un llamado general tanto a actores gubernamentales, sector privado y sociedad civil, a procurar los recursos y mejores condiciones, para que cada vez más los ciudadanos del mundo tengan garantizado un mayor acceso a las tecnologías de la comunicación e información.

9. Reafirmamos la decisión de proseguir nuestra búsqueda para garantizar que todos se beneficien de las oportunidades que puedan brindar las TIC, recordando que los gobiernos y también el sector privado, la sociedad civil, las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales deben colaborar para acrecentar el acceso a la infraestructura y las tecnologías de la información y la comunicación, así como a la información y al conocimiento, crear capacidades, incrementar la confianza y la seguridad en cuanto a la utilización de las TIC, crear un entorno habilitador a todos los niveles, desarrollar y ampliar las aplicaciones TIC, promover y respetar la diversidad cultural, reconocer el cometido de los medios de comunicación, abordar las dimensiones éticas de la Sociedad de la Información y alentar la cooperación internacional y regional. Confirmamos que éstos son los principios claves de la construcción de una Sociedad de la Información integradora, cuya elaboración ha sido enunciada en la Declaración de Principios de Ginebra.

10. Reconocemos que el acceso a la información y el intercambio y la creación de conocimientos contribuyen de manera significativa al fortalecimiento del desarrollo económico, social y cultural, lo que ayuda a todos los países a alcanzar las metas y los objetivos de desarrollo acordados internacionalmente, especialmente los de la Declaración del Milenio. Este proceso se puede mejorar eliminando las barreras que impiden el acceso universal, ubicuo, equitativo y asequible a la información. Subrayamos la importancia de eliminar estas barreras con el fin de colmar la brecha digital, especialmente las que impiden alcanzar el pleno desarrollo económico, social y cultural de los países y el bienestar de su gente, en particular, en los países en desarrollo. (Compromiso de Túnez, 2005, párrafo 9 y 10).

El otro documento derivado de esa reunión, la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información, se destaca la importancia de que se desarrollen

políticas públicas orientadas a propiciar la democratización del acceso a Internet, en cuyo desarrollo y ejecución debería participar el sector privado, la sociedad civil y las organizaciones intergubernamentales y las organizaciones internacionales (Agenda de Túnez Para la Sociedad de la Información, 2005 párrafo 35).

En 1990, Elizabeth Safar Ganahl aborda nuevamente los desafíos en materia comunicacional vigentes en América Latina en su trabajo titulado, «*El nuevo escenario de las comunicaciones*»⁶; en el que rescata un conjunto de propuesta para la democratización de la cultura y la comunicación: «(...) *fomento a la producción nacional, fortalecimiento de mecanismos de integración, participación ciudadana activa en los procesos de toma de decisiones (...)*» (1990: 71). En el área de la comunicación social, la Universidad Central de Venezuela ha liderado la elaboración de las propuestas más novedosas y avanzadas, sustentadas en los principios de inclusión, pluralidad, acceso y participación, fundamentales para lograr la democratización de la comunicación. Estas iniciativas lamentablemente han sido desechadas, por presiones de sectores económicos o políticos.

LA MIRADA AL SISTEMA DE MEDIOS, RADIOTELEVISIVOS

En relación con la conformación del sistema de medios de comunicación en el país, en particular, de los medios radioeléctricos, un aporte importante y referencial es el conjunto de investigaciones desarrolladas desde 1994 por **Gustavo Hernández Díaz** bajo el título «*Diagnóstico de la televisión en Venezuela*», que comenzó como parte del proyecto institucional «Estructura del Sistema de las Comunicaciones en Venezuela» (ESCOV) y luego formó parte del **Observatorio ININCO de la Cultura y la Comunicación**. Entre los hallazgos de Hernández Díaz resaltan la existencia de un sistema de radiodifusión mixto inauténtico, en el que coexisten los sistemas privado-competitivo y público-gubernamental, que es el mismo que prevalece desde 1936 (HERNÁNDEZ, 1999). La inhibición del Estado ha dejado de lado, desde ese entonces, el establecimiento de un servicio radiotelevisivo

⁶ Este trabajo fue presentado por la autora como ponencia en la «Reunión de Especialistas sobre el Futuro de la Gestión Cultural en América Latina y el Caribe», organizada por el CLADEC, CONAC y la OEA (Carúpano, Estado Sucre, junio de 1990).

público desgubernamentalizado, que constituya una expresión genuina de democratización.



De izquierda a derecha,
los profesores del ININCO-UCV:
Carlos Enrique Guzmán Cárdenas
(Director del ININCO-UCV),
Luisa Torrealba Mesa y Gustavo Alfredo
Hernández Díaz. Junio 2013.

Diagnósticos posteriores realizados por **Carlos Guzmán y Yolanda Quintero** (2002) así como por **Luisa Torrealba** (2012), dan cuenta la incorporación de los medios radiotelevisivos comunitarios, al mapa mediático venezolano, que tuvo como punto formal de inicio la aprobación del **Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público**, aprobado mediante el **Decreto Presidencial N° 1.521**, del **03 de noviembre de 2001**. De igual forma da cuenta de la persistencia de una alta densidad en la penetración de la televisión en los hogares venezolanos que para el 2011 alcanzaba en 96,3%. Constataron que persiste la insuficiencia de información oficial, completa y sistematizada, sobre la distribución de las licencias para la explotación del espectro radioeléctrico, como ocurría desde la década de los 90. Se observa también un crecimiento del aparato mediático del Estado, con la aparición de televisoras con orientación gubernamental-partidista y un crecimiento progresivo del sector radiotelevisivo comunitario (TORREALBA, 2012).

El crecimiento de la penetración de la televisión contrastó con el rezago en el diseño de políticas públicas cohesionadas, de largo alcance, centradas en la pluralidad, independencia y calidad de la oferta programática. Así por ejemplo, Venezuela ha tenido un retraso en la implantación del sistema de televisión digital abierta, en relación con otros países de América Latina, como Brasil, México y Argentina, que ya están dejando atrás la era de la televisión abierta analógica. En nuestro país, la televisión digital abierta apenas comenzó con transmisiones formales principios de 2013, con una cobertura parcial que apenas alcanza a 11 ciudades; sin que el Estado hubiese realizado algún llamado público, para debatir y diseñar una política pública que establezcan los criterios para la distribución de las licencias del espectro radioeléctrico en la era digital y para la definición del marco legal que regirá el proceso (TORREALBA, 2012).

EL DIAGNÓSTICO DEL MARCO NORMATIVO TAMBIÉN HA ESTADO PRESENTE

En un trabajo realizado por esta autora en el 2007 se revisa el marco normativo vigente en Venezuela para las comunicaciones, en el que se observa avances vinculados con: la reglamentación que estableció un basamento legal para el funcionamiento de las radios y televisoras comunitarias; la existencia de garantías para el acceso y la participación de los ciudadanos en el desarrollo de contenidos a ser difundidos en los medios radioeléctricos, a través del establecimiento de la figura del **productor nacional independiente**, en la **Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión** (2004); e inclusión de garantías para el derecho a la información, aún en caso de estados de excepción (artículos 51, 57, 143 y 337 de la Constitución Nacional y Ley Orgánica de Estados de Excepción).

No obstante, se observan contradicciones en leyes, reglamentos o decisiones del Tribunal Supremo de Justicia que resultan contrarias al derecho constitucional a la información. Por otro lado, prevalecen leyes altamente punitivas que con la premisa de regular los contenidos de los medios de comunicación establecen, de forma expresa, medidas de censura, contrarias al espíritu del texto constitucional, que en sus artículos 57 y 58 establece el derecho a la libertad de expresión, a la información y a la comunicación libre y plural y prohíbe la censura (TORREALBA, 2007). Lo que evidencia,

que no existe un marco normativo coherente, sistemático, que haya sido consultado de forma pública y abierta con la ciudadanía y que tenga como racionalidad de búsqueda la democratización de la comunicación.

LAS PROPUESTAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN ¿VIGENTES U OBSOLETAS?

Los prolíficas y profundamente democráticas propuestas para el desarrollo de políticas públicas de la comunicación, hechas desde el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), desde su fundación, en 1974, lamentablemente no han tenido un efecto tangible en la práctica, en la gestión de los gobiernos que han dirigido al país desde 1988 hasta la actualidad.

La apuesta por un modelo de auténticas políticas públicas para la comunicación, extraídos de las reflexiones y propuestas teórico-metodológicas que sobre el tema formularon Antonio Pasquali, Oswaldo Capriles Arias, Elizabeth Safar, Ganahl, Gustavo Alfredo Hernández Díaz, Carlos Colina y Carlos Enrique Guzmán Cárdenas desde el ININCO, debe estar caracterizado por:

1. Un marco normativo coherente, que incluya plenas garantías para el ejercicio de los derechos comunicacionales.
2. Un sistema de medios de comunicación, con real cabida a la pluralidad de voces ciudadanas y donde coexistan, de forma armónica, medios públicos no gubernamentales, medios privados y medios comunitarios; y donde otros sectores de la sociedad, como organizaciones no gubernamentales, partidos políticos, grupos religiosos y universidades, puedan tener espacios para expresar sus voces;
3. Instituciones públicas, cuya razón de ser sea el interés superior de la ciudadanía en su conjunto y su derecho de contar con espacios para la libre expresión e información.

Estas propuestas fueron obviadas por las gestiones de los diversos gobiernos que dirigieron al país en los últimos 25 años; que priorizaron estrategias comunicacionales que dieran respuestas a sus intereses políticos

partidistas. Además, los equipos de gobierno cedieron ante presiones recurrentes, ejercidas desde el sector privado de las comunicaciones. Ante la posible adopción de políticas públicas de comunicación democratizadoras, empresarios privados de medios han enarbolado la bandera de la defensa de sus intereses comerciales. Las razones que han sustentando sus posturas han sido los temores, infundados, de que el desarrollo de un sistema público no gubernamental de medios, pondría en riesgos sus índices de audiencia y la inversión que perciben en el mercado publicitario y por lo tanto lesionaría el lucro que perciben. No obstante, la prematura confrontación a las propuestas de políticas democratizadoras, no se sustentaban sobre una comprensión previa y profunda de la racionalidad de las mismas.

Vale recordar algunas de las premisas que sustentaban dichas propuestas. En relación con el desarrollo de modelos de radiotelevisión de servicio público, los planteamientos hechos desde el ININCO se circunscriben en los criterios propuestos por la UNESCO para estos sistemas de medios y que fueron suscritos y compartidos en sus estudios y reflexiones por Pasquali y Safar: el acceso universal a toda la población, la diversidad de sus temas, programas y audiencias, la independencia de sectores comerciales, político-partidistas y la calidad técnica y de contenidos en los programas ofrecidos, que permita a los ciudadanos ejercer sus derechos de acceso y participación en la vida pública, con criterios de pluralidad e imparcialidad (UNESCO, 2006).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÁN, L.

1976 «Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina: Los primeros pasos», en *Nueva Sociedad*, N° 25, julio-agosto, Nueva Sociedad, Caracas.

CAPRILES, O.

1989 «El debate sobre políticas de comunicación en América Latina», en *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*, N° 2, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, UCV. Caracas, pp. 13-39.

COLINA, C.

2005 «¿Política comunicacional para un CIBER-espacio cultural latinoamericano?», en: *Anuario ININCO Investigaciones de la Comunicación*, Vol. 1, N° 17, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, UCV. Caracas, pp. 323-349.

COMISIÓN PREPARATORIA DEL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA. Comité de Radio y Televisión.

1977 Proyecto RATELVE (*diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*), Suma. Caracas.

CONATEL

2013 Telefonía fija local y rural. Indicadores, años 2000 -13. Consultado el 10 de junio de 2013. Disponible en: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/Indicadores_2013_trimestral/TELEFONIA_FIJA_LOCAL_RURAL_INDICADORES_2001-2013_I_TRIMESTRE.pdf

2013 Telefonía Pública. Años 2000 -13. Consultado el 10 de junio de 2013. Disponible en: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/Indicadores_2013_trimestral/TELEFONIA_PUBLICA_INDICADORES_2000-2013_I_TRIMESTRE_DE_2013.pdf

2013 Servicio de Internet. Indicadores años 1998 - 2013. Consultado el 10

de junio de 2013. Disponible en: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/Indicadores_2013_trimestral/SERVICIO_DE_INTERNET_INDICADORES_1998-2013_I_TRIMESTRE.pdf

- 2013 Difusión por suscripción. Indica dores. Años 2000 – 13. Consultado el 10 de junio de 2013. Disponible en: http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/Indicadores_2013_trimestral/DIFUSION_POR_SUSCRIPCION_INDICADORES_2001-2013_I_TRIMESTRE.pdf

GUZMÁN, C.

- 2005 «La Televisión Abierta (VHF/UHF), por suscripción y comunitarias de Venezuela», en: *Anuario ININCO Investigaciones de la Comunicación*, Vol. 1, N° 17, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, UCV. Caracas, pp. 371-387.

KELLY, J. (Coord.)

- 2003 *Políticas públicas en América Latina. Teórica y práctica*. IESA, Caracas.

LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO, TELEVISIÓN

- 2004 *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, N° 38.081. Diciembre 7, 2004.

LEY ORGÁNICA DE TELECOMUNICACIONES

- 2000 *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, N° 36.970. Junio 12, 2000.

LEY ORGÁNICA SOBRE ESTADOS DE EXCEPCIÓN

- 2001 *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, N° 37.261. Agosto 15, 2001.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA

- 2006 *Radiotelevisión de Servicio Público: Un Manual de Mejores Prácticas*, UNESCO/AMIC. San José de Costa Rica, pp. 30-31.

PASQUALI, A.

2005 *18 Ensayos sobre Comunicaciones*. Caracas: Debate.

REGLAMENTO DE RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA
COMUNITARIAS DE SERVICIO PÚBLICO

2001 *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, N° 37.359. Enero 8, 2002.

SAFAR, E.

1995 «Criterios para una política de radiotelevisión de servicio público no gubernamental en Venezuela», en *Anuario ININCO. Investigaciones de la Comunicación*, N° 7, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, UCV. Caracas, pp. 33-60.

1989 «La incidencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la formulación de políticas de comunicación en América Latina y el Caribe», en *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*, N° 2, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, UCV. Caracas, pp. 227-263.

TORREALBA, L

2007 «La información en Venezuela ¿un derecho garantizado?» en *Anuario ININCO. Investigaciones de la Comunicación*, Vol 19, N° 1, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, UCV. Caracas, pp. 87-109.

2012 «Diagnóstico de la televisión de señal abierta en Venezuela 2001-2008» en *Anuario ININCO. Investigaciones de la Comunicación*, Vol. 1, N° 24, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, UCV. Caracas, pp. 164-190.

UNESCO

1980 *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica y UNESCO. México-París.

1980 «Resolución 4.19, relacionada con un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación aprobada en la XXI sesión de la Conferencia General en Belgrado» en 18 Ensayos sobre *Comunicaciones*, pp. 221-222. Caracas: Debate.

Agrivalca R. Canelón Silva

(Venezuela)

Doctoranda en Comunicación, área disciplinaria Comunicación Organizacional, por la Universidad de Málaga (UMA), Málaga-España. Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo Impreso, y Magister en Comunicación Social, mención Comunicación Organizacional, por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Caracas-Venezuela. Coordinadora Académica y profesora del Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Miembro del Consejo de Redacción de la revista «Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación», con la línea de investigación afín a la Comunicación Organizacional. Ha sido colaboradora en diversas revistas académicas. Entre noviembre de 2006 y diciembre de 2009 se desempeñó como Coordinadora de los Consejos Consultivos Editoriales de El Nacional, rotativo representante por Venezuela ante el Grupo de Diarios de América (GDA). Ponente en congresos y encuentros académicos nacionales e internacionales. Cuenta con diecisiete años de experiencia en las áreas de Comunicaciones Integradas e Imagen de Marca. Miembro del Comité Científico Internacional del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación.

Correo electrónico: acanelon73@gmail.com



©Fotógrafo Carlos Guzmán Cárdenas

25 años de la Comunicación Organizacional en Venezuela: una agenda en retrospectiva

*25 years of the Organizational
Communication in Venezuela:
an agenda in retrospect*

Recibido: 04 / 06 / 2013

Aceptado: 29 / 06 / 2013

© De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4.638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

AGRIVALCA R. CANELÓN SILVA

25 años de la Comunicación Organizacional en Venezuela: una agenda en retrospectiva

El texto ofrece una panorámica del desarrollo evolutivo registrado por la Comunicación Organizacional en Venezuela durante los últimos 25 años. En tal sentido, se apalanca en el trazado de una ruta cronológica que habilite, a través de la articulación de hechos, actores y tendencias, una caracterización sucinta del pensamiento y la práctica de la disciplina en el país, revestidos de determinados giros, posibilidades, alcances y limitaciones en su trayectoria. Se acompaña este periplo con un conjunto de reflexiones nucleadas en torno a una agenda de desafíos de cara al futuro, con el ánimo de conjuntar los esfuerzos de la Academia, los empleadores y los profesionales en ejercicio, en el cauce de consolidar al campo con visos de autonomía.

Descriptores: Comunicación Organizacional / Relaciones Públicas / Comunicación Corporativa / Imagen Corporativa / Agencias de Comunicación / Venezuela.

ABSTRACT

AGRIVALCA R. CANELÓN SILVA

25 years of the Organizational Communication in Venezuela: an agenda in retrospect

The text provides an overview of the evolutionary development of organizational communication recorded in Venezuela over the last 25 years. In this regard, it leverages tracing a chronological path to enable, through the articulation of facts, actors and trends, succinct characterization of the thought and practice of the discipline in the country, lined with some twists, possibilities, scope and limitations in its path. This journey is accompanied with a set of reflections nucleated around an agenda for the future challenges, with the aim of combining the efforts of the Academy, employers and practitioners, in the course of consolidating the field with hints autonomy.

Keys Words: Organizational Communication / Public Relations / Corporate Communications / Corporate Image / Communication Agencies / Venezuela.

RÉSUMÉ

AGRIVALCA R. CANELÓN SILVA

25 ans Venezuela la communication organisationnelle: un programme en rétrospective

Le texte donne un aperçu du développement évolutif de la communication organisationnelle enregistrée au Venezuela au cours des 25 dernières années. À cet égard, il s'appuie traçant un chemin chronologique afin de permettre, à travers l'articulation des faits, des acteurs et des tendances, succinct caractérisation de la pensée et de la pratique de la discipline dans le pays, bordée de quelques rebondissements, les possibilités, portée et les limites de son chemin. Ce voyage est accompagné d'un ensemble de réflexions nucléées autour d'un ordre du jour pour les défis à venir, dans le but de combiner les efforts de l'Académie, les employeurs et les praticiens, dans le cadre de la consolidation du domaine avec des notes autonomie.

Mots clés: Communication organisationnelles / Public Relations / Communications de l'entreprise / image / d'agences de communication / Venezuela.

RESUMO

AGRIVALCA R. CANELÓN SILVA

25 anos na Venezuela Comunicação Organizacional: Uma agenda em retrospecto

O texto fornece uma visão geral do desenvolvimento evolutivo da comunicação organizacional gravado na Venezuela nos últimos 25 anos. A este respeito, ele aproveita traçando um caminho cronológico para que, através da articulação dos fatos, atores e tendências, caracterização sucinta do pensamento e da prática da disciplina no país, alinhados com algumas reviravoltas, as possibilidades, alcance e as limitações em seu caminho. Esta viagem é acompanhada de um conjunto de reflexões nucleadas em torno de uma agenda para os desafios futuros, com o objetivo de combinar os esforços da Academia, empregadores e profissionais, no curso da consolidação do campo com dicas autonomia.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional / Relações Públicas / Comunicação Corporativa / Imagem / Comunicação Agências Corporativas / Venezuela.

DE ENTRADA, UN POCO DE HISTORIA

Apreciando su andadura en retrospectiva hasta cubrir por entero el umbral de los veinticinco años más recientes, un rasgo que ha distinguido con particular acento a las organizaciones venezolanas de toda índole, aunque muy en especial a las privadas, es la progresiva concienciación en relación con la envergadura que reviste la gestión de sus comunicaciones y de su imagen en medio del cuadro general de expectativas e interpelaciones cifradas por la sociedad, siempre *in crescendo*.



En este orden de ideas, la **Comunicación Organizacional**, que hiciera sus pininos en el país al compás de la experimentación con las técnicas de las Relaciones Públicas, injertadas a mediados del siglo XX por las corporaciones transnacionales fundadoras de la industria petrolera nacional, paulatinamente iría ganando estatura al abrigo del andamiaje de las primeras oficinas instaladas para ocuparse del área en ciernes por las concesionarias *Creole Petroleum Corporation* y *Royal Dutch Shell*, compartiendo crédito con los Departamentos de Relaciones Industriales y alentando, junto a éstos, la dilatada producción de publicaciones corporativas merced los buenos oficios del Periodismo Industrial entre los años 60 y 70.

Para la disciplina, el curso de la evolución habría de prolongarse bien entrada la década siguiente, dando cabida, no obstante, a las naturales transformaciones derivadas no sólo de la reconversión macro experimentada por las organizaciones, atendiendo al fluir de novedosas corrientes gerenciales en medio de un mundo en grado sumo complejo, sino también del propio vuelo alcanzado por las comunicaciones bajo el influjo de la profesionalización, las nuevas tecnologías y, en definitiva, el trasvase de paradigma de la unidireccionalidad convencional al intercambio de doble vía.

En efecto, los **años 80** marcarían en Venezuela la hora del auge del Mercadeo, propulsor de una estrecha interacción organización-cliente-organización, pertrechado en la segmentación del mercado y el diseño de mensajes de acuerdo con las necesidades de cada público. A contrapunto, sería la hora menguada de las Relaciones Públicas, degradadas a una suerte de «arte de la persuasión» como secuela de la carencia de formación académica

entre buena parte de sus practicantes, amén del desconocimiento de éstos acerca del valor de la especialidad en términos de la gestión de relacionamientos con los públicos que abonen a la generación, el mantenimiento y la defensa de una imagen organizacional fuerte, sustentada en la verdad, la comprensión y la buena voluntad entre las partes involucradas (CASTEJÓN, 2002: 37). Planeando sobre esta ola, hallarían visibilidad las **Comunicaciones Integradas de Mercadeo**, obrándose el gran salto de la fragmentación a la complementariedad-orquestación de las herramientas de comunicación a disposición de la organización (Promociones, Publicidad, Relaciones Públicas, Mercadeo), con miras a conseguir ventas de una forma directa (entendiendo la comunicación como variable de marketing), traducida, a la postre, en una imagen de empresa que facilite esa venta (entendiendo la comunicación como variable estratégica): posicionamiento de la marca, receptividad de los consumidores-usuarios, aceptación de nuevos productos, incremento de la reputación.

En el intermedio, de tanto interés por la comunicación, proliferarían, en una fase preliminar, las consultoras externas prestadoras de estos servicios especializados, en su mayoría apalancadas todavía en el concepto y el instrumental de las Relaciones Públicas en tanto vía para facilitar el acercamiento de las empresas a los medios de comunicación social (BERNARDINI, 2002: 81). Entretanto, en un movimiento alterno, algunas agencias de publicidad apostarían por expandirse un paso más allá de la ejecución creativa, incorporando el componente de las Relaciones Públicas en el planteamiento de campañas promocionales. Fue así como surgieron las Agencias de Comunicación Integral, dejando en claro el «reacomodo» sobrevenido en el sector, solventado mediante (ver, cuadro n°1).



Sin embargo, el cambio más notable ocurriría con el advenimiento y la consabida entronización, ya hacia el decenio de los 90, del concepto de la **imagen organizacional**, traído a América Latina por el catedrático español Luis Tejada Palacios y recogido en la obra *«Gestión de la Imagen Corporativa. Creación y transmisión de la identidad de la empresa»* (1987), de gran influencia sobre los profesores Josué Fernández y Carlos Alarico Gómez, expertos venezolanos en el área de la comu-

nicación que, para la época, culminaban sus estudios de postgrado en la Universidad de Wisconsin, Estados Unidos (GÓMEZ y GÓMEZ, 2003: 8). En lo sucesivo, la Comunicación Organizacional, devenida en **Comunicación Corporativa** como nomenclatura más manida, permearía con holgura en el escenario de las organizaciones en Venezuela, buscando su sitio dentro de los fueros de la comunicología tradicional, planteando diversas interrogantes saldadas entre los pliegues de cada momento histórico, y des-puntando retos en la proyección hacia sus años futuros. He aquí, con modesta intención, un pequeño recuento de esa agenda.

Cuadro N° 1
Sector de las Comunicaciones / Década de los 80

Enfoque integral	Fusiones y/o alianzas (formales e informales) entre agencias de publicidad y agencias de Relaciones Públicas, a fin de complementar su oferta de servicios ante clientes comunes mediante una acción sinérgica.
	Fusiones y/o alianzas (formales e informales) entre agencias especializadas exclusivamente en Relaciones Públicas, a fin de fortalecerse, merced experiencias compartidas, en un campo cada vez más competido.
	Creación, por parte de algunas agencias de publicidad, de consultoras en Relaciones Públicas bajo el rol de filiales, poniendo de relieve los novedosos requerimientos de las empresas anunciantes en materia comunicacional.

Fuente: Elaboración propia a partir de Castejón (2010: 87-88).

DÉCADA DE 1990: COMUNICAR PARA SER COMPETITIVO

Conforme la tendencia dictada por la globalización a escala mundial, la política de liberalización y apertura económica implementada en Venezuela a partir del año 1989, con el advenimiento del segundo gobierno de Carlos Andrés Pérez, determinó la puesta en órbita de las empresas locales en los mercados internacionales, ya fuese apelando a la colocación de exportaciones, el establecimiento de asociaciones estratégicas o la inversión directa. En simultáneo, algunas empresas que hasta entonces habían permanecido bajo la tutela del Estado fueron adjudicadas al capital privado,

mediando en ello el llamado a participar en procesos de licitación pública, llevados por la batuta del «Gobierno Vendedor» (ÁLVAREZ, 2010: 387). Tras lo dicho hasta aquí, qué duda cabe, para este decenio copó el escenario venezolano un **enfoque económico-corporativo**, caracterizado por la reforma y la modernización del Estado sustentada en dos pilares fundamentales, a saber: la descentralización político-administrativa (para decantar muchas de las competencias estatales hacia otros niveles de poder), y la privatización (para brindar espacio a la iniciativa de los particulares merced el otorgamiento de concesiones y la puesta en marcha de modalidades de *outsourcing*) (CANELÓN, 2010: 53).

En esta onda, grandes grupos empresariales resolvieron retirarse de sectores económicos que juzgaban de menor valor agregado para, en adelante, concentrar selectivamente sus negocios en áreas más rentables (ARMAS y DAZA, 2001: 30). Asimismo, Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) desaparecieron de los circuitos industriales tradicionales, al tiempo que un buen número de franquicias encontró nichos idóneos de desarrollo, y algunos profesionales se animaron a convertirse en microempresarios (IRELAND y RIVAS, 2005: 20). De plano, para todas las empresas, a despecho de sus dimensiones y naturaleza, se imponían como constante los rigores de la competitividad y la eficiencia, decantados merced la concurrencia con agentes externos en la propia plaza o el encuentro con éstos como resultado de incursionar en una foránea; la firma de convenios y tratados económicos enfilados a la creación o la consolidación de mecanismos de integración regional; la introducción de productos sustitutos, amén del incremento en los márgenes de incertidumbre general.

A la vista de estas evidencias, el entorno operativo de las empresas se tornó harto complejo, haciéndolas vulnerables frente a los embates de un conjunto de fuerzas ambientales en continua fluctuación, a la par que sometiénolas al escrutinio no sólo de las autoridades gubernamentales, sino también de las comunidades aledañas, pasando por los consumidores y la nómina de empleados; en definitiva, grupos de interés con acceso y exposición a una multiplicidad de canales mediáticos, para más dotados de poder de veto y presión. De suyo, el signo de las transformaciones no podía sino traducirse en la obligación de innovar, afinando las más elementales formas de identificación, diferenciación y relacionamiento con los *stakeholders*,

en procura del establecimiento de vínculos de largo plazo y el logro de la coherencia organizacional en cada punto de contacto con aquellos.

En atención a estas coordenadas, a expensas de una economía fincada en la prestación de servicios y acicateada por la exigencia de altos márgenes de *fidelización* y decisiones efectivas de compra, la conciencia de la relevancia del ser humano, en tanto factor determinante para alcanzar los objetivos de las empresas (incluyendo la obtención de utilidades, el aumento de la productividad y la consecuente supervivencia), emergió con seño decisivo, volcando la atención hacia la satisfacción de las necesidades y las expectativas del personal en términos de condiciones laborales óptimas, remuneración acorde con el grado de experticia y la dedicación al puesto, reconocimiento de los méritos, entre otros. A renglón seguido, la empresa como tal cobró densidad en el mensaje transmitido, relacionándose con el **consumidor-usuario** no sólo a través de bienes tangibles sino también de acciones. Ello supuso trascender las acostumbradas herramientas de la Publicidad a favor de la inserción de prácticas profesionales propias de la Comunicación Organizacional, aparejadas estas con las teorías de la Administración de Recursos Humanos. Se buscaba, en esencia, materializar la aspiración de «humanizar» a las corporaciones diversificando los recursos comunicacionales para vehicular sus principios básicos organizacionales (misión, visión y valores) entre la generalidad de los públicos objetivo, léase clientes, proveedores, accionistas, gobernantes, legisladores y medios de comunicación social.

De resultas, la consideración de la imagen como un activo corporativo de amplio espectro, toda vez que cubre al unísono y con un halo integral los flujos comunicacionales que van de la organización hacia su plantilla de empleados/as y viceversa, pasando por las corrientes de intercambio formal e informal que surcan entre el personal, hasta desembocar, finalmente, en la comunicación que la organización, encarnada por sus trabajadores/as, entabla con los *stakeholders*, desencadenando un conjunto de percepciones de distinta valoración (positivas, negativas o neutras).

A decir verdad, para la década de 1990, y en mucho gracias a los trabajos de los internacionales Charles Fombrun (1996), Cees van Riel (1997), Abraham Moles (1991) y Joan Costa (1989; 1992; 1993), las organizaciones



parecieron internalizar el valor de las nociones de **imagen y reputación** en tanto activos intangibles susceptibles de gestión. Al amparo de esta tendencia, el argentino **Paul Capriotti** (1992; 1999) (**foto izquierda**) se abocó al análisis teórico pluridisciplinar en torno a la imagen y la identidad corporativa, entroncándolas, además, en el perímetro de la comunicación estratégica. Partiendo de esta premisa, Capriotti propuso un modelo de comunicaciones en el que el destinatario asume un papel crucial como re-creador del mensaje; por consiguiente, la imagen se gesta en los públicos como proceso autónomo de interpretación de la información. De allí el mandato de que la organización establezca vínculos de relación y comunicación con sus públicos, habida cuenta de que en la definición de la imagen corporativa inciden, aparte del discurso organizacional, la información proveniente del entorno, la competencia y los líderes de opinión. Otro tanto agregaría en estas lides Daniel Scheinsohn (1997), quien emprendió la ruta de la multidisciplinaria y la interciencia, concluyendo que la imagen es una construcción individual y colectiva producto de un proceso comunicacional, sentencia por lo demás determinante a la luz de la gestión competitiva.

Precisamente, consciente de la realidad de un contexto signado por la competencia, **Ítalo Pizzolante**, uno de los autores venezolanos (**foto derecha**) con mayor calado tratándose de la producción editorial en el área de la Comunicación Organizacional en Venezuela, dio cuenta de su primera publicación, titulada «*La Ingeniería de la Imagen*» (1992), en la que expuso una propuesta teórico-práctica nucleada alrededor del desarrollo de un método para la creación de la imagen de instituciones y personas, sirviéndose para ello de la analogía con los procesos de construcción civil, haciendo honor a su formación profesional de base. Apenas tres años más tarde, Pizzolante repetiría el gesto con la obra «*Reingeniería del Pensamiento. Identidad e*



Imagen Corporativa: una estrategia para crecer» (1996), en la que conservó la misma tónica en cuanto al abordaje de los aspectos clave que rodean la gerencia de la Comunicación Corporativa, si bien ahondó en los intrínquilos de la formación de imagen como variable generadora de valor a lo interno y a lo externo de las organizaciones. A ciencia cierta, ambos libros vendrían a complementar la labor de «evangelización corporativa» que el autor adelantaba desde principios del decenio, ya fuese impartiendo conferencias y cursos en universidades y centros profesionales, o compartiendo sus reflexiones y experiencias de consultoría en la columna semanal que inició primero en los diarios *Economía Hoy* y *El Diario de Caracas*, para trasladarla luego al rotativo *El Nacional*.

En esa misma vertiente haría inmersión el **Prof. Max Römer Pieretti** (1994), (foto derecha) inscribiéndose en la línea del **paradigma de la Comunicación Global**, con inspiración en las teorizaciones de Christian Regouby (1989), sin descontar los presupuestos de la imagen global legados por el comunicólogo español Joan Costa (1994). De acuerdo con este enfoque, «en una empresa todo comunica», de tal suerte que la comunicación y la organización forman parte de una estrategia de conjunto destinada a capitalizar un territorio para la marca. En suma, se trata de una gestión holística e integral que deviene en la congruencia entre identidad, imagen, cultura, mensajes y medios para lograr una matriz de opinión favorable, credibilidad y confianza.



Arribado a este estadio, enmarcado en la dinámica política, económica y social imperante en Venezuela de cara a los años 90, el reto para las empresas estribó en ingresar en sus filas a profesionales de la Comunicación Organizacional de comprobada calificación, en aras de conquistar o cuando menos mantener posiciones de ventaja frente a los competidores que se internaban con avidez en el mercado nacional. De seguidas, pues, para esta etapa, el envión propinado a la formalización de espacios en el entramado de las estructuras de las organizaciones, devenidos en unidades operativofuncionales abocadas a la planificación, el desarrollo, la ejecución, la dirección, el control y la evaluación de políticas y estrategias de relacionamiento/comunicación (CANELÓN, 2003: 31-32).

A tales efectos, la inclinación por las denominaciones formuladas para designar a estas dependencias altamente especializadas, oscilaría entre Comunicaciones Corporativas, Comunicación Institucional, Relaciones Institucionales, Asuntos Públicos, Proyección de Imagen, Asuntos Corporativos e Imagen Corporativa, manejándose en términos jerárquicos a nivel de Departamentos, Gerencias, Direcciones y hasta Vicepresidencias. Con todo, se pretendía marcar distancia, aunque fuese nominalmente, con respecto al antiguo rótulo «Relaciones Públicas», presa de connotaciones negativas dada la distorsión, entre algunos de sus practicantes, de la comprensión de su quehacer, fundado en la buena voluntad, la amistad y las conexiones personales (CASTEJÓN, 2002: 37-38).

En medio de estos desencuentros, por lo demás, la **Ley del Ejercicio del Periodismo sancionada en Venezuela en el año 1994** consagró en su articulado, en calidad de funciones periodísticas, la coordinación de las noticias y la gestión de la información llevada a cabo en los departamentos de comunicaciones de las empresas privadas y los organismos del sector público; estipulando en consecuencia, para los/as comunicadores/as sociales reconvertidos/as en profesionales de las Comunicaciones Corporativas o las Relaciones Públicas, la condición de sujetos de derechos y responsabilidades. He allí, justamente, que el reconocimiento de la importancia de la comunicación y la imagen de las organizaciones vino a refrendar el requerimiento de encargar de su conducción a profesionales capacitados para procesar e interpretar información, capitalizar oportunidades en función de los objetivos corporativos y consolidar el posicionamiento de la empresa, todo ello mediante la gerencia de mensajes clave y el despliegue de acciones sustentadas sobre una base de desempeño real. Por ende, la configuración de un perfil profesional que conjugara un cúmulo de competencias ensambladas con punto de gravitación en cinco ejes, en concreto (ver, cuadro n° 2).

No en vano, entonces, la profusión de conferencias académicas y talleres profesionales que versaran acerca de la Comunicación Organizacional y sus temas concomitantes, patrocinados por instituciones como la Asociación Venezolana de Ejecutivos (AVE) en las principales ciudades del país, amén de la confección de los primeros cursos de ampliación y seminarios, incluyendo el de Gerencia de la Imagen Corporativa dictado por el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) (BERNARDINI, 2002:

Cuadro N° 2
Competencias del/la Comunicador/a Organizacional

Ejes	Descripción
Investigación	Identificación de las necesidades de los públicos de la organización a través de diferentes instrumentos, con el fin de formular, ejecutar y evaluar programas de comunicación sustentados sobre criterios objetivos.
Asesoría	Orientación al cuerpo directivo en el diseño de políticas de comunicación para el logro de la integración interna y la adaptación externa de la organización.
Planificación	Desarrollo e implantación de estrategias de comunicación a partir del diagnóstico de asuntos clave y la construcción de escenarios.
Ejecución	Administración creativa de lenguajes, técnicas y soportes tecnológicos de comunicación.
Evaluación	Seguimiento sistemático de todos los esfuerzos de comunicación emprendidos por la organización para verificar su cumplimiento y resultados, empleando métodos de investigación cualitativos y cuantitativos.

Fuente: Canelón (2012: 10-11).

96). Paralelamente, las universidades se apresuraron a canalizar la respuesta de sus Facultades y Escuelas de Comunicación Social a través de los denominados énfasis profesionales (CAÑIZALEZ y KARAM, 2010), en un intento por articular las dimensiones conceptual-disciplinar y práctica-profesional con la consabida creación de nuevas subculturas ocupacionales (BISBAL, 2010). Plegándose a esta pauta, la mayoría de las instituciones educativas optaron por salidas de formación especializada apelando a cuatro vías (ver, cuadro n° 3).

La revisión sucinta de estas alternativas deja entrever el salto cualitativo experimentado por la Comunicación Organizacional en la Venezuela de los 90, habida cuenta de que pasó de un ejercicio soportado sobre la espontaneidad y la intuición, junto a la experiencia acumulada, a una actividad profesional merced la cual se prioriza la experticia y se valora la destreza

Cuadro N° 3
Demanda de estudios formales en Comunicación Organizacional

Énfasis profesional	Incluir temáticas de Comunicación Organizacional en asignaturas con programas de estudio amplios o con temas afines.
	Incorporar en el plan de estudios una o varias asignaturas relativas a la Comunicación Organizacional.
	Insertar en los planes de estudio una preespecialidad con esta vertiente temática.
	Formular programas <i>ad hoc</i> para la formación de especialistas (una licenciatura, un diplomado o una maestría).

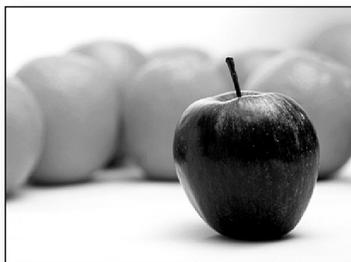
Fuente: Elaboración propia a partir de González (2012: 233).

instrumental (CASTEJÓN, 2010: 82). Lo anterior, conllevó una mutación en la naturaleza del trabajo, describiendo una trayectoria desde la orientación a las tareas a la solución de asuntos y problemas; y desde la actitud pasiva (cuando no reactiva o improvisada ante los resultados) a la búsqueda y la generación de situaciones que coloquen a la entidad en una posición aventajada (CANELÓN, 2005: 86).

No por casualidad, pues, la inclinación manifiesta de las fuentes empleadoras por contratar, para el desempeño de las funciones de rigor, a egresados/as de la carrera de Comunicación Social, con base en una formación académica que les dota de un repertorio elemental de metodologías de actuación. Sin embargo, prudente es acotar que la gestión de las comunicaciones no consiste, simplemente, en aplicar las herramientas técnicas disponibles; antes bien, abarca todo acto de gerencia, por cuanto la organización funciona como un cuerpo orgánico e integrado (CANELÓN, 2003: 35). Por esta razón, a pesar de los progresos conseguidos, la profesionalización del/la Comunicador Organizacional en Venezuela no salió bien librada de cuestionamientos en aquel entonces, tal como lo reveló la investigación «*Mercados y expectativas profesionales en el área de la comunicación en América Latina*» (1994), aupada por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), como tampoco lo hace ahora, a juzgar por los estudios suscritos por Grullón (2009), Martínez y Szemzo (2009), y Miralles y Rodríguez (2009).

En última instancia, según algunos empresarios y directivos, a poco andar en el camino, titulados/as en otros campos de las Ciencias Sociales, e inclusive egresados/as en «ciencias duras», pueden ejecutar, sin dificultad aparente, las tareas correspondientes al cargo, siempre y cuando posean conocimientos y experiencias en el área comunicacional. A contracorriente, otros son de la opinión de que las actividades propias de la función deben ser acometidas por un personal graduado en Comunicación Social. Ambos criterios demuestran, ciertamente, un reconocimiento de la importancia de la función, aun cuando no por ello esta sea del todo comprendida, valorada y respetada en su justa magnitud. De lo dicho se desprende que, más allá de la formación básica en Comunicación para conocer la dinámica de la información y el manejo instrumental de los medios, la universidad debe ofrecer al estudiante «una formación rica en metodologías para la generación de pensamiento» (GÓMEZ, 2000b: 47). En el fondo, subyace la asunción de que el **gestor de las comunicaciones**, aun cuando disponga de los servicios de una agencia especializada como soporte, debe ser un profesional analítico (capaz de analizar el contexto y tomar decisiones); estratega (capaz de definir estrategias); coordinador (capaz de manejar equipos multidisciplinarios); holístico (capaz de valorar todas las aristas: Mercadeo, Ventas, Relaciones Públicas, Promociones); y conocedor (capaz de entender las diferentes áreas del negocio para poder interactuar) (FLORES, 2002: 79).

Casualmente, entrados en este último punto, desacertado sería pasar por inadvertido el volumen de agencias de asesoría externa en comunicaciones surgidas en Venezuela en el transcurso de la década de los 90, sin desmerecer la consolidación lograda por las de más vieja data, evidenciando una expansión en tanto sector de negocios. De esta forma, muchos/a profesionales del área de las comunicaciones, inclusive periodistas afectados por la fuerte contracción económica por la que atravesaron los medios de comunicación para aquellos años, encontraron un interesante nicho de ocupación en la constitución de gabinetes especializados que, bajo la modalidad del *outsourcing*, aportaban como activo su *know-how* en investigación y planificación estratégica,



ofreciendo soluciones de consultoría de comunicación e imagen corporativa, con amplias perspectivas de crecimiento y profesionalización (RÓMER, 2002: 52). Sobresalieron, así, aquellas agencias capaces de integrar servicios y estrategia coherentemente, anticipadas en el área de la Internet, y con probadas capacidades para satisfacer las numerosas necesidades comunicacionales de las organizaciones a través de una plataforma que abarcará, en líneas gruesas, contacto con los medios de comunicación; actividades institucionales de cariz corporativo; gestiones de lobby; monitoreo y seguimiento del entorno; evaluación de situaciones de contingencia; manejo de crisis; preparación de eventos; investigación y desarrollo de mercados; capacitación de voceros, entre otros (CANELÓN, 2005: 86).

Así las cosas, enmarcadas en el progresivo asentamiento de la Comunicación Organizacional como disciplina académica y campo profesional en el país, las agencias de comunicación, otrora conocidas parcamente como agencias de Relaciones Públicas, se redefinieron disociándose de la percepción del rol de gestoras de *press releases* (específico de los departamentos de prensa –redacción y distribución de informaciones a los medios masivos de comunicación–), cuando no organizadoras de actividades promocionales. En adelante, más bien, se afanarían por reposicionarse en calidad de «aliadas» de negocio, asesorando a las empresas-cliente de cara a la gerencia eficiente de sus comunicaciones, cultivando matrices favorables en la opinión pública y elevando el plano de interrelación con los públicos (CASTEJÓN, 2010: 82-83, 89 y 90).

Y es que, para una empresa-cliente, el acceso directo a información sistemáticamente documentada contribuía a la identificación y la movilización atinada de los recursos para la toma de decisiones; por ende, la investigación, combinada con el procesamiento y el análisis de la información de acuerdo con las técnicas del *issues management* o «asuntos claves», cobró una importancia crucial a la vista del diseño y la planificación de estrategias de comunicación. A pie juntillas, se instalaba a sus anchas un trabajo de inteligencia del entorno en la ruta de anticipar los cambios en el ambiente, proporcionar un marco de referencia para la gerencia, y definir las prioridades y las acciones óptimas teniendo de presente el eje corporativo identidad-imagen-reputación. En tal sentido, tuvo lugar la coexistencia de **dos tipos de agencias de comunicaciones**, con sus bondades y sus limitaciones, a cual mejor gusto y preferencia, siendo los atributos básicos del servicio la atención al

cliente, la proactividad, la creatividad, la orientación a resultados, el personal calificado, la capacidad estratégica, la experiencia, los costos, y el manejo integral de distintas disciplinas comunicacionales (ver, cuadro n° 4).

Cuadro N° 4
Agencias de servicios externos de comunicación

Modelo	Características	Ventajas	Desventajas
Centralizado	Apunta a un eje central con departamentos articulados en atención a una misma estrategia de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo de actividades coordinadas bajo una estrategia común (coherencia en el desarrollo y la ejecución). -Implica concurrir con una sola voz en el mercado. -Mejor uso de los recursos. -Sinergia en los mensajes. -Capacidad para responder ante todos los proyectos de la empresa-cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Posible burocratización del trabajo.
Descentralizado	Referido a la inmersión en un solo ramo de la comunicación, ya se trate exclusivamente de Publicidad, Mercadeo, Medios o Relaciones Públicas.	<ul style="list-style-type: none"> -Mayor grado de especialización. -Atención más personalizada y directa. 	<ul style="list-style-type: none"> -No logra una visión compartida e integrada entre áreas de trabajo por agencia. -El cliente tiene que estar en contacto permanente con las diferentes agencias. -Se presta a una falta de compromiso por parte de las agencias contratadas y el personal que las integra.

Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez (2000a: 4).

La prevalencia inicial del modelo descentralizado de las agencias de servicios externos de comunicación no representó un obstáculo para que, con el transitar de los años, la mayoría se encarrilara con visión de futuro hacia la estructura centralizada, ampliando integralmente el abanico de servicios. Al abrigo de esta orientación, el desiderátum de una relación incluyente y complementaria entre los actores *in house* (empresa-cliente) y los actores *outsourcing* (consultora), visualizándose estos últimos como «socios», pero también como una especie de «mentores-consejeros» investidos con la misión de facilitar conocimientos que abonaran, en los primeros, el terreno del aprendizaje y la comprensión del valor de la comunicación (CASTEJÓN, 2010: 99).

El éxito de esta labor didáctica rendiría sus frutos finalizada la década de 1990, ateniéndose al aumento de los contratos y los clientes captados por la industria de la comunicación corporativa en Venezuela, posicionándose en el puesto de liderazgo las agencias consultoras Proa Comunicación Integrada, Pizzolante Comunicación Estratégica, Estima, Comstant Rowland, Burson-Marsteller, Cosar Grupo Comunicacional, ECL Proyectos de Comunicación, Feedback Comunicaciones, Laurens & Rivera y Asesorac.

DÉCADA DEL 2000: COMUNICAR PARA SER RESPONSABLE



Acorde con el cambio de signo político verificado en Venezuela nomás principiar el Siglo XXI, de la mano de quien para entonces se estrenara en la Primera Magistratura del país y extendiera su estadía como jefe de la administración de gobierno a lo largo de 14 años, entiéndase Hugo Chávez, la mayoría de las organizaciones y, en medio de estas con un seño particular las empresas, dieron la vuelta de tuerca con la tan manida necesidad de reinventarse, si bien sumando en esta ocasión a las tradicionales cotas de incertidumbre, las repercusiones generadas como producto de la aplicación de medidas de intervención estatal, valga citar la regulación de precios, la Ley de Seguridad Industrial, el control de cambios, la recaudación de impuestos, entre otras (FRANCÉS, 2007: 17).

En efecto, el arribo de la «Revolución Bolivariana», y con ella la posterior puesta a punto del proyecto del «Socialismo del Siglo XXI», emplazaron sobre la palestra la hoja de ruta de un discurso en clave de «Modelo Productivo Endógeno», según lo estipulado en los «Lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013» (PNDES, 2007-2013), también denominado «Proyecto Nacional Simón Bolívar. Primer Plan Socialista» (PPS), publicado en septiembre de 2006. Fue así como, sobre la base de las coordenadas señaladas en el referido documento, el Gobierno Nacional consintió en la creación de las **Empresas de Producción Social** en convivencia con las empresas del Estado y las empresas capitalistas privadas, en procura de «satisfacer las necesidades básicas de toda la población de manera sustentable», al abrigo del «funcionamiento de nuevas formas de generación, apropiación y distribución de los excedentes económicos» (pp. 43-44).

Acto seguido, se pertrechó legalmente al Estado en el ejercicio de la facultad de «control total» más allá de lo que concierne *in strictu* a las actividades productivas de valor estratégico, facilitándole la conducción de procesos de expropiación y adquisición de empresas del sector privado, el establecimiento de una intensa fiscalización por parte del Poder Ejecutivo a las actividades económicas encabezadas por particulares, sin descontar la creación de diferentes empresas (OBUCHI, ABADI y LIRA, 2011: 8), delineando en toda su magnitud la tipología que Álvarez (2010: 387) designa como el «Gobierno Patrón y Propietario». En consecuencia, terminaría por perpetrarse un reacomodo en la relación del Estado con las empresas («Asuntos Externos» y «Relaciones con los Gobiernos»), en paralelo a un reacoplamiento entre éstas y la sociedad, en razón del imperativo de consolidar las formas de acercamiento y vinculación que contribuyeran a colocar en perspectiva las bondades socioeconómicas que comporta el rol de la iniciativa privada en el país («Responsabilidad Social Empresarial», «Negocios Inclusivos» y «Valor Compartido»).

Por lo demás, el recuento siquiera sucinto de los principales hitos que modelaron este contexto no deja de ser relevante de cara a desvelar su incidencia sobre la trayectoria del campo de la Comunicación Organizacional en Venezuela. Para más señas, la verdad sea dicha, en la década iniciada en el 2000, mediando en el camino la huelga petrolera nacional acaecida a

finales de 2002 y prolongada hasta bien entrado el 2003, el Estado venezolano se erigió como el mayor empleador de profesionales titulados/as en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, encomendándoles la responsabilidad de conducir las Unidades de Prensa-Información-Comunicación tanto de las agencias de gobierno (locales, estatales y nacionales) como de los organismos públicos y las empresas del Estado, a la usanza de nominaciones variopintas que transitaban por «Información Pública», «Asuntos Públicos» e, inclusive, «Oficiales de Relaciones Comunitarias» (MOLLEDA, 2006).

Semejantes esfuerzos de comunicación gubernamental a lo interno del país serían replicados fuera de las fronteras, en especial tratándose del área geoestratégica «América del Norte», merced los buenos oficios de la *Venezuela Information Office* (VIO), fundada en el año 2003 con el ánimo de motorizar, sobre todo por la vía del *lobbying* o cabildeo, las actividades de relacionamiento del Estado venezolano con cuatro públicos bien delimitados, a saber: movimientos sociales; personalidades del ámbito político, social, académico y religioso; sectores excluidos de la sociedad norteamericana; y grupos de solidaridad con la Revolución Bolivariana. A todas éstas, la activación experimentada por el área de las Relaciones Públicas y la Comunicación Organizacional a la luz del incremento de las fuentes de empleo ofrecidas por las entidades de gobierno, encontraría un correlato a nivel gremial con la constitución, en el año 2000, de la Asociación Venezolana de Técnicos Superiores Universitarios en Relaciones Públicas (AVTESURP), correspondiendo al Dr. Julio Corredor-Ruiz ocupar el cargo de Presidente de la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas (CONFIARP) de 2004 a 2006.

En el ínterin, por lo que a corrientes teóricas imbricadas en la gestión organizacional concierne, para esa época vendría a apuntalarse en Venezuela el interés de las empresas por la **gestión estratégica de los activos intangibles**, entre los que se cuentan **la imagen, la reputación y la marca**, cuando no la cultura, la identidad y el conocimiento, perfilándose la comunicación como un proceso esencial en un entorno cada vez más complejo que exigía una mirada global a favor del encuentro constructivo de la organización con su grupos de interés o *stakeholders*. Siguiendo este planteamiento, conveniente es retrotraer, a título ilustrativo, la tendencia que, de

antaoño, ya venía abogando por la progresiva incorporación de indicadores de gestión a la función de la Comunicación Organizacional y la valoración de intangibles, propulsada en Iberoamérica por autores como Charles Fombrun, Cees van Riel y **Justo Villafañe (foto derecha)**, quienes, en el mediano y largo plazos, consiguieron auparse en torno a sí un movimiento no solamente profesional y asociativo sino también académico, al amparo de instituciones de la talla del *Reputation Institute*, el Foro de Reputación Corporativa (fRC), Forética, el Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS) y el Instituto de Análisis de Intangibles (IAI).



En este estado de cosas, cabría afirmar que la puesta en escena de los intangibles blindó el dominio aún regente de la visión economicista-managerial en la lectura de la comunicación «en» y «de» las organizaciones, homologándola y alineándola cual recurso en la estructura medular de los objetivos del plan de negocios (inversiones blandas para beneficios duros), lo que conlleva un trasvase desde el plano táctico al estratégico, dejando poco margen al azar en el ejercicio de la coherencia entre el discurso y la acción corporativa. Desde este punto de miras, se reivindicó la construcción y el mantenimiento del **valor de la confianza**, toda vez que la imagen de las corporaciones se halla permanentemente expuesta en la vitrina del juicio colectivo, si bien anteriormente bastaba con que las empresas se contentaran en anclar su reputación a la capacidad de producir para granjearse tanto la credibilidad entre sus públicos como la lealtad entre los usuarios-consumidores de sus productos. De ahí la inclusión de nuevas problemáticas e interlocutores para la organización, en un encuentro tripolar, a decir de Costa (1999: 25), que entraña la asunción del entorno como espacio de interacciones; la gestión de las comunicaciones como vector de relación; y la noción de las acciones como resultado de los actos productores de realidad.

Una buena dosis de estas premisas sería recogida, en el caso de Venezuela, por **Ítalo Pizzolante**, quien las formalizaría en su propuesta de la «*Geometría de la Comunicación*» (2003), una suerte de aproximación matemática a la reputación corporativa, concebida bajo la integración de tres planos, a saber: cultura (dintorno), identidad (contorno) e imagen (entorno).

Por añadidura, apoyándose en las claves del pensamiento estratégico y el concepto socio-sistémico de la acción-comunicación, Pizzolante (2004) pondría de relieve, desde plateas de harta contundencia como la Asociación Venezolana de Ejecutivos (AVE), el impacto trascendente que una cultura de gestión, rubricada por la transparencia de actuación y las buenas prácticas empresariales, supone para los paradigmas organizacionales. Introducía, por intermedio de estos razonamientos, la noción de «Gobierno Corporativo» (*Corporate Governance*), pivotado sobre la difusión interna de valores y la capitalización de relaciones respetuosas, con desenlace en el trato equitativo de los accionistas (independientemente de su participación en el capital); la clara definición de las responsabilidades y de las funciones de la Junta Directiva; la fluidez e integridad de la información; y el diálogo efectivo con los distintos públicos interesados en la compañía y su estructura de gobierno.

Manteniendo este norte en sus disquisiciones, Pizzolante la volvería a emprender con la obra «*El poder de la Comunicación Estratégica. Apuntes de un evangelizador corporativo*» (2006), que abreva en las prácticas del buen gobierno corporativo, pero también incorpora la idea de la «Competitividad Responsable» como un mandato social.

El ejercicio pleno de la libertad individual, que sustenta la responsabilidad ciudadana de las empresas y el cumplimiento de sus planes de negocios, me han hecho comprender que la competitividad debe ser responsable. Y ello es un mandato social que requiere una visión integral e integrada de la comunicación como herramienta estratégica para que el logro corporativo y el bienestar estén en perfecta armonía y sean sostenibles (p. 17).

De suyo, con estas palabras anunciaba Pizzolante la que sería su obra más reciente, titulada «*De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable*» (2009), en la que plasma sus impresiones en torno a la «Conciencia Social de la Empresa», deslizando un «Modelo de Actuación Responsable» en el que la comunicación estratégica encarna una herramienta de fortalecimiento institucional para el desarrollo sustentable de la empresa. Con todo, el autor admite aquí un viraje cualitativo desde el estadio de las técnicas publicitarias y de promoción hacia un nuevo perímetro cimentado en el diálogo y los vínculos con los grupos de interés.

De tal suerte, en la «carrera comunicacional», las iniciativas que de entrada parecieran estar dirigidas sólo a la búsqueda de una cierta imagen, van tallando, desde la acción-interacción, la estampa de las organizaciones como «ciudadanos responsables», integrantes del espacio público y conductores del desarrollo económico sustentable, lo que decanta en novísimas expectativas sociales frente a los actos corporativos, con la consiguiente asunción de obligaciones más allá de la simple producción de bienes o servicios. Lo anterior redundaba en la legitimación de las corporaciones («licencia para operar») en virtud del compromiso con sus empleados, su entorno social y ambiental, evidenciado a través de una planificación racional basada en la identificación de las necesidades de los *stakeholders*, la definición de objetivos y la consumación de acciones estratégicas con arreglo a una vocación institucional e inversión en áreas consideradas prioritarias (educación formal, capacitación para el trabajo o salud).

No en balde, en la década de 2000, la Cámara Venezolana-Americana de Comercio e Industria (VenAmCham) creó la «Alianza Social» con el propósito de incentivar la filosofía de la Responsabilidad Social entre las empresas privadas, al tiempo que abrió paso al diseño del llamado «Balance Social», fundado en el «Enfoque de Desarrollo Humano Sostenible» introducido en 1990 por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Descrita en sus generalidades, la herramienta permite la medición cuantitativa y cualitativa de las acciones socialmente responsables llevadas adelante por las entidades durante un determinado período, abarcando en su análisis los ítems Productividad, Equidad, Sostenibilidad y Empoderamiento. De este modo, sirve de guía para elegir dónde invertir, sin desdeñar que hace las veces de recurso de comunicación para mantener informados a los públicos sobre el quehacer social de las compañías (CANELÓN, 2005: 87).

En simultáneo a esta acometida en pro de la «Gobernanza Corporativa», impulsada con ahínco igualmente por el **Prof. Víctor Guédez** (foto derecha) en sus libros «*Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. El aporte de empresa al capital social*» (2006) y «*Ser confiable. Responsabilidad Social y Reputación Empresarial*» (2008),



las conquistas de la comunicación en los predios de la Educación Superior no se harían esperar tras aprobarse, en el año 2004, la primera Licenciatura en Relaciones Públicas, a cargo del Instituto Universitario de Relaciones Públicas (IUDERP). Este programa de estudios habría de convertirse en la opción para cerca de los 3 mil egresados/as del IUDERP en ese entonces, así como también para los practicantes procedentes de otras instituciones académicas, con miras a continuar sus estudios en el campo siendo de entrada Técnicos Superiores Universitarios (TSU) (MAGUAL, 2004).

Otro tanto sumaría a este cauce la eclosión de los postgrados en Comunicación Organizacional (Maestrías y Especializaciones), sobre todo hacia las postrimerías de la primera década del 2000, ayudando a moldear la diferenciación paulatina del/la profesional del área dentro del mercado laboral, en función de competencias congregadas alrededor del manejo de perspectivas teórico-metodológicas; la aplicación de técnicas de investigación; nociones de Administración y Gerencia; pensamiento estratégico para el diseño, la planificación, la dirección y la ejecución de políticas y programas de comunicación; aparte del conocimiento de los procesos y los sistemas de información con miras al empleo creativo de lenguajes, canales y soportes tecnológicos (CANELÓN, 2005: 85).

Se harían con este reto, la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) con su Maestría en Comunicación Social, mención Comunicación Organizacional, ofrecida en su sede de Caracas¹; la Universidad del Zulia (LUZ), con su Maestría en Ciencias de la Comunicación, mención Gerencia de la Comunicación; la Universidad Fermín Toro (UFT), con su Maestría en Comunicación Corporativa; la Universidad Privada Dr. Rafael Bellosillo Chacín (URBE), con su Maestría en Ciencias de la Comunicación; la Universidad José Antonio Paéz (UJAP), con su Maestría en Comunicación Organizacional; y la Universidad Monteávila (UMA), con su Especialización en Comunicación Organizacional. A grandes rasgos, priva en la oferta de instrucción de cuarto nivel el intento por formar al/la practicante de la Comunicación Organizacional con el debido rigor académico, sin descuidar la pléyade de requerimientos enumerados por las corporaciones empleado-

¹ Además de este programa de Postgrado en el área, la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) también dicta, desde el año 2010, en su sede de Guayana, el Programa de Estudios Avanzados en Comunicación Social, mención Comunicación Organizacional.

ras, inscritos en una tendencia tecnocrática que aspira a «que el profesional que egresa de las escuelas de comunicación social del país o de otras disciplinas adquiera ya no sólo adiestramiento técnico-instrumental (que se supone conforma el pregrado), sino una amalgama de competencias de especialización profesional» (BISBAL, 2010: 93), traducidas, en últimas, en «saber gerenciar» (RÖMER, 2002: 52).

A la marcha de esta onda en los claustros académicos, menester es mencionar, además, los eventos celebrados con el propósito múltiple de fomentar la reflexión permanente acerca del impacto de la comunicación en la gestión de las organizaciones venezolanas, divulgar las mejores prácticas registradas en materia de Comunicación Organizacional en el país, además de avizorar las corrientes emergentes en el área. En esta línea, la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas (CONFIARP) promovió a Caracas para que actuara, en septiembre de 2005, como sede del XXV Congreso Interamericano de Relaciones Públicas. Entretanto, a partir de ese mismo año, comenzó a organizarse la «Cátedra Abierta de Relaciones Públicas», bajo los auspicios de la Profa. Yanyn Rincón Quintero junto a sus estudiantes de Relaciones Públicas de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín (URBE), en el estado Zulia. Consistía este encuentro en la comparecencia de los/as alumnos/as en calidad de investigadores noveles, siendo acompañados por renombradas personalidades del ámbito de las Relaciones Públicas nacionales e internacionales, en la sintonía de aglutinar una «masa crítica» de conocimientos y experiencias (CANELÓN y SILVA, 2010: 196). A este respecto, meritoria ha sido también la colaboración de la **Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (INVECOM)**, en cuyo congreso (que en 2013 alcanzó su cuarta edición), se ha concedido vuelo a la presentación de comunicaciones científicas dentro del GT-2 «Gestión de la Comunicación en la Organización: Identidad e Imagen Corporativa», dirigido por la Profa. Fanny Ramírez de la Universidad del Zulia (LUZ).

En suma, luego del intenso recorrido protagonizado durante este decenio, no se incurriría en un desatino al decir que la Comunicación Organizacional en Venezuela ganó en reconocimiento, en especial si se justiprecia esta aseveración con asidero en la apretada síntesis vertida en las páginas precedentes, de la cual conviene rescatar la creciente y sostenida titulación de profesionales en este campo de estudios; la aceptación de la función

como un componente neural dentro de una apuesta estratégica más amplia y de más largo aliento; y la oferta de servicios especializados.

Precisamente, por lo que atañe a este último aspecto referenciado, pertinente es traer al ruedo la reiteración en el llamado a imprimir un carácter cada vez más objetivo a la disciplina de la Comunicación Organizacional, valiéndose a tales fines del uso de herramientas de medición y devolución diagnóstica. Por lo pronto, es previsible que continúen las hibridaciones metodológicas como producto de la progresiva inserción de las soluciones de consultoría en el recinto corporativo, expandiendo la aplicación de auditorías destinadas a auscultar el sistema de comunicación mediante baterías instrumentales básicas (entrevistas semi-estructuradas, cuestionarios, *focus group*, observación participante y no participante), seleccionadas atendiendo tanto al contexto de estudio como a la utilidad del método para la específica situación de intervención (comunicación entre los empleados; comunicación de autoridades-supervisores y empleados; comunicación interdepartamental; comunicación con los clientes) (CANELÓN y SILVA, 2010: 192).

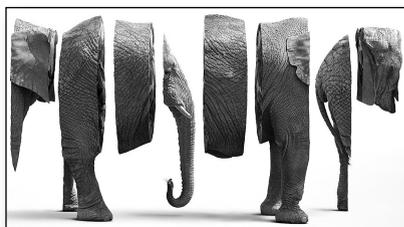
De hecho, una exploración somera a través de los *websites* habilitados por las agencias de comunicación reseñadas en el Directorio Mavares de Relaciones Públicas y Medios de Comunicación Social, posiciona a la auditoría entre los principales servicios de investigación ofrecidos, en una doble versión: la consagrada a la identificación de audiencias (públicos relevantes y potencial de impacto; *issues* o temas clave), y los estudios de imagen corporativa (familiaridad de los públicos con la organización; percepciones y actitudes de los públicos hacia la organización; características de personalidad asociadas por los públicos a la organización). Asimismo, destacan las auditorías de comunicación, utilizadas sobre todo para estudiar la legibilidad y la lectoría de los boletines corporativos y las revistas internas. Más hacia el presente, se han incluido al elenco las auditorías sociales, cuya intención apunta a examinar la actuación socialmente responsable de la organización, lo que despeja el camino para el diseño de modelos de competitividad responsable.

Cita aparte ameritan las metodologías orientadas a la evaluación del entorno, amén del análisis cuantitativo y cualitativo de las informaciones publicadas en la prensa (nacional, regional, revistas y *sites*), incluyendo

centimetro por columna, valoración de tendencia (positiva, negativa o neutra), comparación con la competencia y retorno de la inversión publicitaria (CANELÓN, 2007: 38). A caballo en el camino, se impone la receptividad frente a las implicaciones que supone el arribo de la Internet, la convergencia digital, la ampliación del espectro mediático y las nuevas redes de comunicación. En este escenario, el hecho de que las conversaciones se hagan abiertas y globales difumina los límites entre las organizaciones y los espacios sociales en los que actúan, toda vez que la dinámica de la comunicación se descentraliza sobre la base de la participación de las audiencias y la corriente multidireccional de los mensajes.

DÉCADA DEL 2010: COMUNICAR PARA SER AUTÓNOMOS

Prestos a retratar un balance del devenir de la Comunicación Organizacional en Venezuela a la distancia del último cuarto de siglo, ineludible es dar cuenta de un cúmulo de experiencias y aprendizajes que han definido, para ese período, el avance de un área de conocimiento y experticia profesional que apenas se inició como una actividad novedosa y entusiasta, arribada al país hacia la segunda mitad del siglo XX de la mano de las corporaciones petroleras transnacionales, y que a la vuelta de la cotidianidad del hoy ha conseguido extender su calado a una generalidad de iniciativas colectivas instituidas alrededor de la consecución de fines económicos, políticos y sociales.



A tenor de este planteo, asumiendo cual asidero el estatus de los «deberes» acumulados durante estos años, los cuales propician un pilar de sustentación sobre el cual consolidar fortalezas para afrontar las oportunidades que habrán de vislumbrarse en el horizonte inmediato y de mediano plazo, no menos pertinente se torna complementar el panorama, incluso con un dejo crítico, apelando al levantamiento de un inventario de los «deberes» asentados en la agenda, algunos de vieja data y otros de más reciente irrupción, pero todos, al fin y al cabo, cobijados bajo la égida de la Sociedad del Conocimiento, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y las Industrias Creativas.

Un cometido de este calibre supone, a no dudar, conjuntar esfuerzos, lo mismo entre docentes-investigadores, profesionales-practicantes, aspirantes a formarse y a titularse en el campo, sin desmedro de los empleadores-clientes, en el cauce de reflexionar desde la especificidad de los procesos de comunicación y relacionamiento que encuentran en la organización un contexto privilegiado de generación, concreción y desarrollo, al tamiz de la coexistencia y la articulación en su seno de cuatro sub-procesos, a saber: **la Comunicación Administrativa, la Comunicación Interna, la Comunicación Institucional-Corporativa y la Comunicación Mercadológica-Publicitaria** (KROHLING, 2003). Así las cosas, cabe atisbar en el mapa de las coordenadas venezolanas la permanencia de la inquietud universalmente compartida de delimitar la identidad conceptual de la Comunicación Organizacional dentro del espectro amplio de la Comunicación Social, amén de calibrar su alcance en tanto disciplina autónoma; susceptible de abordaje científico conforme la singularidad de su naturaleza, dinámicas y actores; que encarna al unísono un «sistema mediador» y un «sistema mediado» (CANELÓN y SILVA, 2010: 198).

Infelizmente, frente a ésta y otras cuestiones, cuya trascendencia en modo alguno puede postergarse o juzgarse menor, **los estudios académicos entrabados en la Comunicación Organizacional aún lucen incipientes en Venezuela** de cara a proporcionar respuestas firmes y dotadas de una mirada propia. En este sentido, obra a favor del vacío, por partida doble, el énfasis del que ha sido y todavía es objeto la investigación universitaria orientada hacia otras aristas de la Ciencias de la Información y la Comunicación, aunada al escaso auspicio y consabida cristalización de pesquisas que hagan inmersión en el debate epistemológico de la comunicación ligada al mundo específico de las organizaciones (CANELÓN, 2007). A la vista de este panorama, no es de extrañar el saldo en mora por lo que a la producción nacional de publicaciones especializadas en la esfera de la Comunicación Organizacional incumbe, lo que ha constreñido la retroalimentación de los programas de formación a la literatura procedente de otros países, sobre todo de España y los Estados Unidos, con el agravante de que, en el último de los casos mencionados, en ausencia de traducciones al español, el acceso a los materiales de reciente edición, suscritos por los/as autores/as más reputados/as, termina por hacerse difícil, dilatado o nulo.

De ahí la avidez por investigación básica, apalancada sobre un sustrato multidisciplinario, a partir de la cual anidar un cuerpo sólido de saberes atinentes a la Comunicación Organizacional que contribuyan a allanar el camino hacia la comprensión de modelos y entornos de organización cada vez más complejos, a la par que matizar la aplicación de métodos, técnicas y herramientas, superando la clásica apuesta por la descripción y la predicción (CANELÓN, 2011). Y es que, basta una revisión sucinta del repertorio de líneas de investigación apuntaladas por buena parte de los diferentes Postgrados en el área de la Comunicación Organizacional (Maestrías y Especializaciones) que han venido formalizándose en Venezuela durante la última década, para constatar el acento otorgado a la vertiente de la gestión, propia de la dimensión práctica y por consiguiente anclada en la instrumentalización de procesos. En este orden de ideas, la entropía terminológica² imperante por igual en los círculos profesionales y en los claustros universitarios, adicional a un acervo científico fundado más en la herencia de patrones prescriptivos extrapolados a la realidad local sin mediar las consideraciones culturales de rigor, reclaman un ineludible deslinde.

A la sazón, pertinente es afirmar que la evolución de la Comunicación Organizacional en el país no ha sido tan aventajada en comparación con la observada en otras ramas de la Comunicación Social, ni su envergadura asimilada cabalmente entre los/as comunicólogos/as y los/as comunicadores/as de oficio, terminando por capitalizar el nicho, valga reconocer con la mejor de las intenciones y meritorios aportes, expertos vinculados a

² Valga citar tan sólo algunos de los nombres con los cuales se suele hacer referencia a la comunicación en las organizaciones, a saber desde Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, pasando por Comunicación Empresarial, Comunicación Institucional, Comunicación Estratégica y Comunicación Corporativa, hasta desembocar en Comunicación/es Integrada/s, Comunicación Total y Comunicación Global. Por lo general, cada uno de estos términos cuenta con producción bibliográfica que respalda a sus respectivos/as seguidores/as y su visión particular del fenómeno de la comunicación que tiene lugar en el contexto de la organización. No obstante, este desborde semántico ha derivado en francas distorsiones hasta el punto de que, en ocasiones, propios y extraños llegan a confundir entre sí las nociones de Identidad e Imagen Corporativa, o de Imagen y Reputación Corporativa, asimilándolos cual sinónimos, si acaso no dan por sentado, simplemente, que la preferencia en el uso de los conceptos depende de los «caprichos de la moda». Asimismo, en la menos afortunada de las circunstancias, pueden incurrir en parcelaciones que, lejos de alentar el consenso, promueven posturas rayanas en el dogma.

las corrientes del *management*, quienes, en razón de su instrucción de origen y espacios de desempeño, muestran interés, antes bien, por el diagnóstico, el análisis, la evaluación y la optimización de variables que inciden sobre la productividad-rentabilidad de la organización, que no en la comunicación en tanto fenómeno consustancial a ésta.

A la guía de este hilo conductor, pues, la caracterización privativa de la investigación en Comunicación Organizacional en función del pragmatismo gravitante sobre el recinto profesional, en aras de responder eficiente y oportunamente a solicitudes urgentes y situaciones-problema, recurriendo a decisiones que cubran:

- Un flanco estratégico, para el diseño de objetivos, el trazado de líneas base, la planificación y el desarrollo de programas y campañas, la identificación y el seguimiento del contacto con los públicos.
- Un flanco de evaluación, para corroborar la consecución de los objetivos enunciados, además de mejorar la eficacia de los esfuerzos futuros (CANELÓN, 2007: 34).

Vista así, la Comunicación Organizacional se aprecia, finalmente, ya sea como una técnica de operacionalización racional, como un instrumento de persuasión y control, como una habilidad para la interacción grupal, o como un recurso para la generación de ambientes favorables de trabajo (ÁVILA, 2004), prevaleciendo el cuño positivista en las formas de aproximación y el carácter descriptivo en el análisis (SALADRIGAS, 2007).

Pese a este acuerdo tácito, empero, no deja de ser paradójico el hecho de que la medición de resultados, en tanto evidencia del valor agregado que la comunicación tributa a las organizaciones, todavía eche en falta la disponibilidad de sistemas de *reporting* fincados en indicadores debidamente estandarizados. A esto se agrega la reducida demanda de servicios profesionales de investigación en materia de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional en Venezuela (MOLLEDA, 2006), dirigiéndose la atención de las empresas, de preferencia, hacia los sondeos políticos y de opinión pública, aparte de los estudios de mercado y de comportamiento del consumidor (posicionamiento y reposicionamiento de productos/marcas), cerceñando los elevados honorarios el despliegue de evaluaciones continuas en

procura de nutrir, con renovados insumos, los planes estratégicos. Otro tanto comporta el perfil idóneo del/la investigador/a en el área de las comunicaciones organizacionales, poniéndose de relieve la experticia de psicólogos/as, sociólogos/as y antropólogos/as (habida cuenta de sus competencias para efectuar observaciones, aplicar entrevistas en profundidad y emprender análisis demográficos), frente al señero reactivo de los/as comunicadores/as sociales (ESQUEDA y PÉREZ, 2007).

A todas éstas, tienden a prevalecer los contrasentidos entre el profesional y el científico social abocado al estudio y la pesquisa en el área de la Comunicación Organizacional, toda vez que el primero aduce que la jerga utilizada por los académicos es irrelevante para el mundo real, mientras que el segundo clama, de parte de los/as practicantes, la sistematización de los hallazgos de sus investigaciones (si bien éstos no suelen difundirse públicamente dadas las cláusulas de confidencialidad acordadas con los clientes), o tan siquiera la documentación de sus experiencias a partir de casos exitosos o *cases histories*³ (CANELÓN y SILVA, 2010).

Escotada por estas disquisiciones emerge, estereotipada en el recodo privado-empresarial, la figura del/la comunicador/a cual mediador/a entre la organización y sus públicos, reproduciendo en exclusiva el discurso tecnocrático del «saber experto» a despecho de los resortes epistemológicos de la disciplina/campo (CANELÓN, 2011), lo que no obsta para que exija de la Academia el reconocimiento de un «saber hacer» con fundamento y rango teórico (CARDOSO, 2010), todavía con mayor insistencia al fragor del impacto de la competitividad, la globalización y la revolución tecnológica.

A renglón seguido, no faltan las voces (incluyendo la de quien escribe estas líneas) a favor de una relectura de la Comunicación Organizacional que, liberada de la tradición funcionalista, se interne en los procesos de producción de sentido, al cabo que reivindique la riqueza interpretativa

³ De allí que se abogue por introducir, en la malla curricular de las carreras de Relaciones Públicas y Comunicación Social, la materia denominada «agencias o consultoras», o en su defecto incluir la modalidad del «método de casos reales» como parte integral de la estrategia didáctica del aula, que habilite, a su vez, la construcción social de conocimiento (Muñoz, 2009). Con todo, se trata de que el estudiante dialogue con la realidad organizacional, relacionando modelos teóricos en el contexto de los cambios en los entornos macro y micro, lo que estimula el desarrollo de metodologías de actuación con el apoyo de los/as docentes.

provista por las plataformas cualitativas (SALADRIGAS, 2005). En esta onda, la entronización del siglo XXI funge cual telón de fondo para traer a un primerísimo plano las **posturas constructivistas y críticas** en tanto alternativas de cara a la configuración de objetos de investigación científica y el desarrollo de reflexiones teóricas tratándose de la comunicación en las organizaciones. De resultas, necesario es desbordar los linderos del quehacer productivo-empresarial-privado-corporativo que ha monopolizado buena parte de los presupuestos conceptuales y de la evidencia empírica, para abrir las compuertas a las experiencias organizacionales aclimatadas bajo el signo de «lo latinoamericano» (Baccin, 2003), reparando, con decidido ahínco para el caso que ocupa estas páginas, en la realidad de «lo venezolano» y su impronta cultural acrisolada por el ambiente político y socioeconómico actual.

De este modo, se detectan puntos de anclaje en la organización popular, la organización pública-gubernamental, la organización no lucrativa, e inclusive, en el inexplorado territorio de las Pequeñas y las Medianas Empresas (PyMES), dando por descontado su desconocimiento con respecto al valor estratégico de las Relaciones Públicas y la Comunicación Organizacional; la insuficiencia de recursos que les impide conformar un departamento abocado al área; o la superficialidad de la concepción que tienen de ésta, circunscribiéndola a la celebración de eventos y reuniones sociales, el servicio al cliente y la asistencia a visitantes (MOLLEDA, 2006). A la postre, obligatorio se aviene «aprehender» cada una de estas organizaciones en su complejidad y su singularidad, las cuales encuentran un reflejo parcial en los presupuestos de la teoría organizacional enunciada con base en escenarios distintos desde el punto de vista de dimensiones y funcionamiento (la «gran empresa»), dejando de lado la carga subjetiva inherente a su «mundo de relaciones».

En este encuadre, a los esfuerzos de la universidad por afinar un perfil de egreso adecuado a los requerimientos comunicacionales de las organizaciones, se añade la reformulación de los planteamientos de la Educación Superior (UNESCO, 1998), amén del exhorto por asumir un enfoque basado en competencias como punto de referencia para la elaboración y la evaluación de los diseños curriculares, sin descontar la medición de la eficacia del aprendizaje más allá de la asimilación de los contenidos (SIERRA, 2010).

En consecuencia, la Comunicación Organizacional demanda hoy un arquetipo propio, fundado no en el dominio de técnicas de producción de medios, sino en enfoques de salida que basculen entre un eje profesionalizante y un eje teórico-investigativo (ver, cuadro n° 5).

Cuadro N° 5
Arquetipo profesional del/la comunicador/a organizacional

	Eje Profesionalizante	Eje Teórico-Investigativo
Carácter	Operativo.	De investigación y fundamentación conceptual y epistemológica.
Propósito	Conocer herramientas de gestión y su aplicación.	Aprender la dinámica de construcción de conocimiento dentro de la disciplina, mediante la revisión de su estado del arte y sus fundamentos epistemológicos y metodológicos.
Énfasis	Instrumental, con acento en el estudio de casos como método para el desarrollo de destrezas gerenciales.	Científico, busca la comprensión de los fundamentos de la disciplina, especialmente los anclados en otras áreas de las ciencias sociales y humanas.
Enfoques de salida profesional	Directivos de Comunicación (Dir Com) facultados para la toma de decisiones, la conducción y el control de procesos de gestión (superación del rango técnico-ejecutor-operativo). Consultores organizacionales orientados hacia el desarrollo tanto de herramientas de intervención como de baterías metodológicas propias para el diagnóstico y la evaluación de procesos comunicacionales.	Académicos/as e investigadores/as interesados/as en profundizar en las dinámicas de construcción del conocimiento de la disciplina y sus áreas conexas (Publicidad y Relaciones Públicas).

Fuente: Elaboración propia.

Al ras de este hilo argumentativo, se sigue el papel estelar que ha de cumplir el enclave universitario, enfilado de preferencia hacia la facilitación de estrategias para la adquisición, la generación y la transmisión de conocimientos, amén del despliegue de habilidades sociales para la creación de activos intelectuales en organizaciones inteligentes (ABAD y CASTILLO, 2004: 31). De allí que, haciendo justicia a la «megacompetencia» de «aprender a aprender», para el/la Comunicador/a Organizacional se torna imprescindible la formación continua a través de cursos de postgrado, advirtiéndose la digitalización como un componente transversal de todas las funciones y especializaciones de la Comunicación Social ante el ascenso irreversible de las tecnologías de la información y de la comunicación (AGUIRRE, 2010), lo que exige repensar las estructuras de las mallas curriculares, incorporar el uso de las TICs en los procesos de enseñanza-aprendizaje y resituar los procesos de formación, investigación y debate de la comunicación en la propia academia (RÓVEDA, 2009).

En suma, adviene para el/la Comunicador/a Organizacional el reto de consolidar su perfil profesional amalgamando el componente humanístico con el gerencial (EOI, 2010), fortaleciendo las competencias metodológicas y favoreciendo el diálogo interdisciplinario para la investigación. Con todo, se marca distancia con respecto a las posturas que circunscriben su actuación a la mera resolución de problemas de comunicación merced la aplicación de un conjunto de técnicas. Antes bien, se advierte el imperativo de generar y sistematizar conocimiento en torno a su perfil profesional y su campo de acción, ya sea a partir de investigación básica o aplicada, instancia ésta que, en últimas, adquiere relieve, se legitima y se retroalimenta en la medida en que sus avances se aplican a fines concretos y se integran a tareas específicas de comunicación que contribuyan al desarrollo de la organización y el bienestar de sus públicos de interés (internos y externos).

La única forma en la que el sector de la comunicación corporativa ganará respeto y, en consecuencia, credibilidad es si creamos un mensaje común, coherente, consistente y permanente frente a nuestros públicos, así como el rol activo que asumamos en la empresa y la sociedad en general. Contribuir con el ambicioso objetivo de obtener respeto para nuestra profesión de comunicadores corporativos, más allá del viejo estilo de las relaciones públicas, y apuntalar a las nuevas generaciones que se están formando profesionalmente es

una oportunidad para dejar la sola teoría y compartir el mundo real: una vida compleja y muchas veces confusa que toca enfrentar en el mercado laboral. Un mercado lleno de satisfacciones y grandes enseñanzas, pero también de incomprendiones repletas de complejos y malentendidos (PIZZOLANTE, 2006: 21).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAD, I.M. y A.M. CASTILLO

2004 febrero. Desarrollo de competencias directivas. Ajuste de la formación universitaria a la realidad empresarial. *Boletín Económico de ICE*, (2795), 29-41. Recuperado el 8 de febrero de 2011, de http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/BICE_2795_2941_FA7395692966BF3E12353076EB83B42.pdf

AGUIRRE, J.M.

2010 «El campo académico de la Comunicación Social». En M. Bisbal (coord.). *El Siguiente Nivel. Reflexiones –desde el postgrado- para pensar la formación del comunicador social*. Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB (pp. 43-46).

ÁLVAREZ, J.

2010 Los políticos como enemigos. Gestión de los «External Affairs» y de las «Government Relations». *Revista Icono* 14, 8, (2), 383-406. Recuperado el 5 de julio de 2013, de <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/265/142>

ARMAS, V. y A. DAZA

2001 «Las empresas venezolanas en los noventa». *Debates IESA*, VI, (3). 35-46.

ÁVILA, R.

2004 *Crítica de la Comunicación Organizacional*. México: Colección Posgrado UNAM.

BACCIN, C.

2003 Comunicación institucional en Argentina: organizaciones gravitantes y opciones para el campo de conocimiento. *Boletín Temático ALAIC*, (11). Recuperado el 5 de enero de 2006, de <http://www.eca.usp.br/alaic>

BERNARDINI, S.

2002 «Las agencias de comunicación corporativa vistas por los usuarios de los servicios y los periodistas». En S. Bernardini (Edit.). *La imagen de los creadores de imagen*. (pp. 81-87). Caracas, Venezuela: Comstat Rowland, Comunicaciones Estratégicas C.A.

BISBAL, M.

2010 «Los postgrados de comunicación social en Venezuela: un mapa de situación». En M. Bisbal (coord.). *El Siguiete Nivel. Reflexiones –desde el postgrado– para pensar la formación del comunicador social*. Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB (pp. 85-101).

CANELÓN, A.

2012 *Un perfil de competencias para el Comunicador Organizacional. Reflexiones desde el Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)*. Ponencia presentada en el «VII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas ‘Relaciones Públicas: el diálogo de las organizaciones’». Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRRPP). Sevilla, España.

2011 «Pensar un perfil de competencias para el Comunicador Organizacional. Notas sueltas a partir de la reflexión académica». En, J. Larrea y F. Cardona (Coords.). *Docencia y Comunicación en Latinoamérica*. Buenos Aires, Argentina: Editorial DIRCOM (pp. 153-164).

2010 «Una visión del corporate desde la Gestión Pública. Las Empresas del Estado en la Revolución Bolivariana». *Comunicación. Estudios venezolanos de la comunicación*, (149), 48-57.

2007 «La gran empresa de investigar la comunicación». *Comunicación. Estudios venezolanos de la comunicación*, (140), 31-39.

- 2005 «Comunicación Organizacional: del lobby a la ciudadanía corporativa». *Comunicación. Estudios venezolanos de la comunicación*, (131), 82-89.
- 2003 «El comunicador organizacional: reflexiones en torno a su formación, perfil profesional y mercado laboral». *Comunicación. Estudios venezolanos de la comunicación*, (123), 30-37.

CANELÓN, A. y N. SILVA

- 2010 «Comunicación Organizacional en América Latina: retrospectiva, voces y horizontes». En M. Bisbal y J. Aguirre (Coords.). *Prácticas y travesías de Comunicación en América Latina*. Caracas, Venezuela: Fundación Centro Gumilla (pp. 183-207).

CAÑIZALEZ, A. y T. KARAM

- 2010 *Veinte formas de nombrar a los medios masivos. Introducción a enfoques, modelos y teorías de la comunicación*. Venezuela: Universidad de los Andes (ULA).

CAPRIOTTI, P.

- 1999 *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. España: Editorial Ariel.
- 1992 *La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada*. España: Editorial El Ateneo.

CARDOSO, J.

- 2010 Aspectos epistemológicos y metodológicos de la Comunicación Empresarial e Institucional. *Revista Icono 14*, 8, (2), 340-370. Recuperado el 8 de febrero de 2011, de http://www.icono14.net/revista/8-vol2/20_icono16_jorgecardoso.pdf

CASTEJÓN, E.

- 2010 *Impacto de la Comunicación Corporativa. Reflexiones sobre la praxis de los flujos divulgativos empresariales, selección de testimonios profesionales y propuesta de un método para estimar su efectividad*. Caracas, Venezuela: Comstat Rowland, Comunicaciones Estratégicas C.A.

2002 «Entendiendo la comunicación, la imagen y las Relaciones Públicas». En S. Bernardini (Edit.). *La imagen de los creadores de imagen*. Caracas, Venezuela: Comstat Rowland, Comunicaciones Estratégicas C.A. (pp. 35-44).

COSTA, J.

1999 *La Comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

1994 *La Imagen global*. España: Ediciones CEAL.

1993 *Identidad Corporativa*. México: Trillas.

1992 *Identidad Corporativa y Estrategia de Empresa*. Barcelona, España: Ediciones CEAC.

1989 *Imagen Global: evolución del diseño de identidad*. Barcelona, España: Ediciones CEAC.

ESQUEDA, S. y O. PÉREZ

2007 «El negocio de la investigación de mercados». *Debates IESA*, XII, (2), 30-35.

FLORES, M.

2002 *Tendencias en Comunicaciones Integradas*. Caracas, Venezuela: Ediciones de la Universidad Metropolitana (UNIMET).

FOMBRUN, C.

1996 *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. USA: Harvard Business School Books.

FRANCÉS, A.

2007 «La empresa se reinventa de nuevo». *Debates IESA*, XII, (1), 14-17.

FUNDACIÓN ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI).

2010 *Nuevos modelos de gestión y función de los Responsables de Comunicación*. España: Autor.

GÓMEZ, C. y A. GÓMEZ

2003 *Gerencia de Relaciones Públicas y Protocolo*. Caracas, Venezuela: Editorial CEC, S.A.

GÓMEZ, M.

2000a Comunicaciones a la carta. *Revista Miradas JMC/Y&R*, (11), 1-6.

2000b «El nuevo comunicador social está llamado a ser un profesional integral». *Miradas JMC/Y&R*, (12), 46-49.

GONZÁLEZ, J.

2002 «La Comunicación Organizacional y las Instituciones de Educación Superior: el conflicto entre la formación profesional y el campo laboral». En C. Fernández (Coord.). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.

GRULLÓN, C.

2009 *Análisis del perfil del egresado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB*. Trabajo de grado. UCAB: Escuela de Educación, mención Ciencias Pedagógicas.

GUÉDEZ, V.

2008 *Ser confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial*. Caracas, Venezuela: Editorial Planeta.

2006 *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. El aporte de empresa al capital social*. Caracas, Venezuela: Editorial Planeta.

IRELAND, J. y E. RIVAS

2005 «En busca del alma del servicio criollo». *Debates IESA*, X, (3), 17-22.

KROHLING, M.

2003 *Planejamento das Relações Públicas na comunicação integrada*. Brasil: Summus Editorial.

MAGUAL, I.

2004 «Victoria de todos». Recuperado el 14 de marzo de 2013, de http://www.eluniversal.com/2004/06/24/imp_alm_art_25A470835.shtml

MARTÍNEZ, L. y C. SZEMZO

2009 *Perfil profesional del periodista actual según la visión del empleador en Venezuela*. Trabajo de grado. UCAB: Escuela de Comunicación Social, mención Comunicaciones Publicitarias.

MIRALLES, P. y D. RODRÍGUEZ

2009 *Estudio exploratorio descriptivo del mercado laboral situado en el campo de las comunicaciones publicitarias*. Trabajo de grado. UCAB: Escuela de Comunicación Social, mención Comunicaciones Publicitarias.

MOLES, A.

1991 *La Imagen: comunicación funcional*. México: Editorial Trillas.

MOLLEDA, J.

2006 Investigación cualitativa y contextual en Venezuela: el impacto de los ambientes socioeconómico y político sobre el ejercicio de las Relaciones Públicas. *Razón y Palabra* [Revista electrónica], (58). Recuperado el 16 de julio de 2007, de <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/invenezuela.pdf>

MUÑOZ, K.

2009 Comunicación Estratégica. Universidad y Mediaciones, reflexiones de una docencia especializada en la profesión de Relaciones Públicas. *Razón y Palabra*, [Revista electrónica], (70). Recuperado el 8 de febrero de 2011, de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/17%20Corregido.pdf>

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN (MINCI).

2006 «Lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013» (PNDES 2007-2013). Caracas, Venezuela: Autor.

OBUCHI, R.; A. ABADI y B. LIRA

2011 *Gestión en Rojo. Evaluación de desempeño de 16 empresas estatales y resultados generales del modelo productivo socialista*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA.

PIZZOLANTE, I.

2009 *De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable*. España: Casa Editorial Española Ciencias Sociales.

2006 *El poder de la Comunicación estratégica. Apuntes de un evangelizador corporativo*. Caracas, Venezuela: Editorial CEC, S.A.

2004 El Gobierno Corporativo y la Realidad Latinoamericana. Entrevista a Ítalo Pizzolante. *Razón y Palabra*, [Revista electrónica], (37). Recuperado el 17 de marzo de 2004, de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n37/ipizzolante.html>

2003 La Geometría de la Comunicación Empresarial. *Razón y Palabra* [Revista electrónica], (34). Recuperado el 7 de enero de 2003, de <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n34ipizzolante.html>

1996 *Reingeniería del Pensamiento. Identidad e Imagen Corporativa: una estrategia para crecer*. Caracas, Venezuela: Editorial Panapo.

1992 *Ingeniería de la Imagen*. Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB. Colección Ayakua.

REGOUBY, Ch.

1989 *La Comunicación Global: cómo construir la imagen de una empresa*. París, Francia: Adisson-Wesley.

RÖMER, M.

2002 «Comunicación Institucional para profesionales en cuarto nivel». En S. Bernardini (Edit.). *La imagen de los creadores de imagen*. Caracas, Venezuela: Comstat Rowland, Comunicaciones Estratégicas C.A., pp. 49-54.

1994 *Comunicación global. El reto gerencial*. Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB. Colección Ayakua.

RÓVEDA, A.

2009 El Santo Grial de la Comunicación. En busca de las claves y dinámicas de la formación de un pensamiento estratégico en las escuelas de comunicación en América Latina. *REDMARKA*, 1, (1), 291-321. Recuperado el 8 de febrero de 2011, de http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/39/712/redmarka_n1_v1pp291_321.pdf

SALADRIGAS, H.

2007 Coordinadas Cubanas en torno al estudio de la Comunicación Organizacional. *Iconos*, 11, (21), 10-16.

2005 Comunicación Organizacional: matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 8, 2º época. Recuperado el 8 de febrero de 2011, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200540saladrigas.htm>

SCHEINSOHN, D.

1997 *Más allá de la Imagen Corporativa — Cómo crear valor a través de la Comunicación Estratégica*. Argentina: Ediciones Macchi.

SIERRA, J.

2010 Competencias profesionales y empleo en el futuro periodista. El caso de los estudiantes de periodismo de la Universidad San Pablo CEU. *Revista Icono* 14, 8, (2), 156-175. Recuperado el 8 de febrero de 2011, de http://www.icono14.net/revista/8-vol2/33_icono16_javiersierra.pdf

TEJADA, L.

1987 *Gestión de la Imagen Corporativa. Creación y transmisión de la identidad de la empresa*. Colombia: Editorial Norma.

VAN RIEL, C.

1997 *Comunicación Corporativa*. Madrid, España: Prentice-Hall.

JOHANNA
PÉREZ DAZA
(Venezuela)

Investigadora del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Magister Scientiarum en Relaciones Internacionales por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Licenciada en Comunicación Social, Mención Comunicación y Desarrollo, Universidad Bicentennial de Aragua (UBA), Venezuela. Profesora de los Programas de Postgrado: Maestría en Comunicación Social, Maestría en Relaciones Internacionales, Especialización para el Uso Creativo de la Televisión, en la misma casa de estudios. Investigadora «A» acreditada en Programa de Estímulo a la Innovación e Investigación del Ministerio del Poder Popular para Ciencia Tecnología e Innovación. Autora del libro «*Transiciones e Interacciones en la Sociedad del Conocimiento. Un enfoque postinternacional*» y Co-Autora de los libros digitales «*Conectando ideas para la Sociedad*» y «*Las Ciencias Sociales: Perspectivas actuales y Nuevos Paradigmas*». Ponente en diversos eventos científicos. Colaboradora de revistas nacionales e internacionales.

Correo electrónico:
johanna.perez@ucv.ve /
johanna.perez.daza@gmail.com
<https://www.facebook.com/johanna.perezdaza>
Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6050449
Blog: visionesyficciones.wordpress.com
Twitter: @PerezDaza



Entre la luz y la lucidez. Fotografía periodística venezolana

*Between the light and lucidity.
Venezuelan journalistic
photography*

Recibido: 17 /06/ 2013

Aceptado: 12 /07/ 2013

© De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4.638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos fueron seleccionadas por la autora del artículo y utilizadas estrictamente para uso académico.

RESUMEN

JOHANNA PÉREZ DAZA

Entre la luz y la lucidez. Fotografía periodística venezolana

Se presenta un estudio teórico-crítico sobre la fotografía periodística venezolana. El trabajo se divide en dos partes, en la primera se hace un breve recuento histórico y reflexivo sobre los primeros años de la fotografía, sus características y funciones en el ámbito periodístico; en la segunda se abordan acontecimientos noticiosos ocurridos en el país entre 1982-2012, documentados por la prensa regional y nacional, agrupados en tres categorías (política, desastres naturales, accidentes-desastres no naturales), que constituyen parte importante de la memoria colectiva. Finalmente, se revisa el papel del reportero gráfico en el registro y representación de los procesos históricos y se plantean algunas consideraciones y temas pendientes en la agenda de estudio de la fotografía y la prensa en general.

Descriptor: Fotografía / Periodismo / Acontecimiento / Reportero gráfico / Prensa / Venezuela.

ABSTRACT

JOHANNA PÉREZ DAZA

Between the light and lucidity. Venezuelan journalistic photography

We present a theoretical study critical of Venezuelan photojournalism. The work is divided into two parts, the first is a brief historical and thoughtful about the early years of photography, its features and functions in journalism, the second deals with news events that occurred in the country between 1982-2012 documented by the regional and national press, grouped into three categories (politics, natural disasters, accidents unnatural disasters) that are an important part of the collective memory. Finally, we review the role of the journalist on the record and representation of historical processes and some considerations and pending issues on the agenda of studio photography and the press in general.

Keys Words: Photography / Journalism / Event / Photojournalist / Press / Venezuela.

RÉSUMÉ

JOHANNA PÉREZ DAZA

Entre la lumière et de lucidité. Photojournalisme vénézuélien

Nous présentons une étude théorique critique du photojournalisme vénézuélien. L'ouvrage est divisé en deux parties, la première est un bref historique et réfléchi sur les premières années de la photographie, de ses caractéristiques et fonctions dans le journalisme, la deuxième traite des événements d'actualité qui se sont produits dans le pays entre 1982-2012 documenté par la presse régionale et nationale, regroupés en trois catégories (politique, catastrophes naturelles, accidents catastrophes non naturelles) qui sont une partie importante de la mémoire collective. Enfin, nous examinons le rôle du journaliste dans le dossier et la représentation des processus historiques et quelques considérations et questions en suspens sur l'ordre du jour de la photographie de studio et de la presse en général.

Mots clés: Photographie / journalisme / Événement / Photojournaliste / Presse / Venezuela.

RESUMO

JOHANNA PÉREZ DAZA

Entre a luz ea lucidez. Fotojornalismo venezuelano

Nós apresentamos um estudo teórico crítico do fotojornalismo venezuelano. O trabalho está dividido em duas partes, a primeira é um breve histórico e pensativo sobre os primeiros anos da fotografia, suas características e funções do jornalismo, o segundo lida com notícias sobre eventos que ocorreram no país entre 1982-2012 documentado pela imprensa regional e nacional, agrupados em três categorias (política, desastres naturais, acidentes catástrofes não naturais), que são uma parte importante da memória coletiva. Por fim, analisaremos o papel do jornalista no registro e representação dos processos históricos e algumas considerações e questões pendentes sobre a agenda de fotografia de estúdio e da imprensa em geral.

Palavras-chave: Fotografia / Jornalismo / Evento / Fotojornalista / Imprensa / Venezuela.

*Que la fotografía que nos queda,
más que el arte de la luz,
devenga el arte de la lucidez*
(JOAN FONTCUBERTA, 2010)

25
años
1988
2013

INTRODUCCIÓN

El título del presente trabajo refiere, por una parte, la naturaleza de la fotografía como el arte de escribir con luz y, por otra, las vicisitudes que en el campo periodístico han marcado algunos episodios en los que se demanda el uso de la razón para enfrentar complejas situaciones en las que la fotografía queda inserta y, en cierto modo, atrapada entre su versátil *esencia* y su debatido *deber ser*, entre lo que *es* y lo que se aspira que también *sea*; es decir: entre la *luz* y la *lucidez*. La fotografía es uno de los elementos de la **comunicación visual** con mayor fuerza y presencia en la sociedad actual, razón por la cual la prensa le ha otorgado gran importancia, ya que permite atraer la atención del lector y establecer vínculos de proximidad, situándolo frente a lo fotografiado, haciéndolo sentir testigo y participe del acontecimiento que representa la imagen, construyendo un lenguaje propio, no complementario ni accesorio al texto, sino diferente. Así pues, la fotografía utilizada en prensa se encuentra estrechamente relacionada con la veracidad de la información.

La fotografía periodística se convierte en un documento con significación histórica capaz de registrar la realidad y los sucesos más relevantes dentro de un espacio y lugar determinado, capturados por el reportero gráfico y que, luego de su distribución por la prensa, pasarán a formar parte de la memoria colectiva. Thomson afirma: «La fotografía es el medio más directo de situar al lector ante la escena representada» (THOMSON c.p. Abreu, 1998: 170); en este sentido la fotografía periodística dota de mayor credibilidad a la realidad que cuentan los medios, lo que a su vez hace que la fotografía sea asumida como testimonio del contenido informativo transmitido por la prensa.

UNA ESTRECHA RELACIÓN: FOTOGRAFÍA Y PRENSA

Un breve recorrido cronológico muestra que los primeros registros fotográficos¹ tuvieron como tema el entorno natural y los bodegones de yeso o naturalezas muertas, posteriormente, se centraron en la realización de retratos de personalidades; así mismo, los fotógrafos captaban a través de sus cámaras, edificaciones y paisajes. Progresivamente, se produce el acercamiento de la fotografía a los hechos noticiosos y en el año 1842, Carl Ferdinand Stelzner y su ayudante Hermann Biow logran fotografiar un incendio de tres días ocurrido en Hamburgo. A mediados del siglo XIX los fotógrafos comenzaron a recorrer las calles y avenidas de las ciudades más importantes en búsqueda de acontecimientos de relevancia histórica, pero el valor informativo y documental de la fotografía se acentuaría con los conflictos bélicos; destacan en este ámbito, los trabajos realizados por Roger Fenton y Carol Popp durante la guerra de Crimea (1854-1856), Mathew Brady en la guerra de Secesión (1861-1865), y, más recientemente Robert Capa² por sus fotografías sobre la guerra civil española (1931-1939).

Con el mejoramiento de las técnicas fue posible capturar los sucesos en plena acción e incluso con rápidos movimientos; pero no será hasta 1880 cuando la fotografía llegue a la prensa; el 04 de marzo de ese año, el periódico *The Daily Graphic*, de Nueva York, publica una imagen fotográfica y paulatinamente cobra auge la divulgación masiva de imágenes fotográficas. La difusión del propio invento es otro aspecto que acentúa la relación entre la prensa y la fotografía, por lo que los periódicos de la época informaron so-

¹ El 22 de mayo de 1826 se obtiene la primera fotografía, gracias a los experimentos y estudios del físico francés Nicéphore Niépce. Estas primeras imágenes se conocieron con el nombre de heliografías. Seguidamente, William Henry Fox Talbot y Louis Jacques Mandé Daguerre fueron ingeniando y aplicando técnicas capaces de fijar imágenes y darle permanencia (calotipo y daguerrotipo, respectivamente). Estudios recientes, entre los cuales destacan las conclusiones de Boris Kossov, afirman que en 1833 el francés asentado en Brasil: Antoine Hércules Florence experimentaba con procesos fotográficos sobre papel y además, utilizaba el término «fotografía». A pesar de las evidencias, estos datos no han tenido la difusión y la valoración oficial que merecen.

² Históricamente se le ha dado protagonismo casi exclusivo a Robert Capa en la cobertura fotoperiodística de esta guerra, sin embargo, hallazgos recientes demuestran que no trabajó solo y las imágenes que hoy se conocen son resultado del equipo que conformó con Gerda Taro y David Seymour «Chim». Para mayores detalles se sugiere revisar el caso de «La Maleta Mexicana», investigación realizada por el *International Center of Photography* de Nueva York.

bre el novedoso proceso de fijación de imágenes. Así, el *Diario de La Habana* da cuenta del daguerrotipo el 07 de enero de 1839; Brasil lo hace el 1º de mayo de 1839, gracias a la información suministrada por el *Xornal do Comercio* de Río de Janeiro. En Perú, el 25 de septiembre de 1839, a través de la reseña de *El Comercio*. En julio del mismo año se conoce el invento en Venezuela en *Eco Popular* y *El Correo de Caracas*³. En México se publica la información el 26 de febrero de 1840 impresa en las páginas de *El Cosmopolita*.

En el caso venezolano, el primer daguerrotipo llega al país en febrero de 1840 en manos del cónsul francés. Seguidamente, el 07 de diciembre de ese mismo año, Antonio Damirón tiene la iniciativa de traer un equipo de daguerrotipia que, lamentablemente, es extraviado en la aduana de La Guaira, sucumbiendo así sus aspiraciones de poner el retrato al alcance de los venezolanos. La visita de Francisco Goñiz, en 1841, al país marca el inicio de los primeros daguerrotipos realizados en suelo nacional. Entre los precursores de la fotografía en Venezuela destacan José Salvá y José González, así como Basilo Constantin y Gabriel Aramburu, quienes ofrecían efectuar fotografías, incluso sobre papel. Vale también, el intento de J.T. Castillo, quien en los años 40 se propone captar imágenes sobre las víctimas de las epidemias, aunque no hay un registro exacto que demuestre que esto llegó a realizarse.

El daguerrotipo se extendió por algunas zonas del país. A Angostura, hoy Ciudad Bolívar, llegó en 1844 a través de Charles DeForest Fredricks. En Caracas, Maracaibo y Valencia trabajó Basilio Constantin; en Barquisimeto hay registros de Gumersindo Giménez. También en Maracaibo se conoce la labor de José Lossada Piñeres. La modalidad más frecuente en aquel momento era el retrato de estudio⁴, eran escasos los fotógrafos dedicados al paisaje, esto debido, principalmente, a los inconvenientes técnicos que

³ «En Venezuela, la noticia es dada a conocer a través de *Eco Popular* el 4 de febrero de 1840, aunque la existencia de la técnica ya había sido difundida por *El Correo de Caracas* el 30 de julio de 1839 y en su edición del 11 de febrero de 1840 anuncia la llegada del primer daguerrotipo que sería visto en el país, una placa con una vista del museo de Louvre». (CABRERA, 2002: 42).

⁴ Destaca el caso del Presidente José Antonio Páez, de quien se conoce un importante número de retratos (aproximadamente 14, fechados entre 1849 y 1869) que muestran variados soportes y técnicas fotográficas como daguerrotipo, ambrotipo, tarjeta de visita y carta de gabinete. La mayoría fueron realizados en Nueva York, donde incluso fue retratado por el reconocido Mathew Brady.

acarreaban los pesados equipos y los lentos procedimientos. Sin embargo, la llegada al país de algunos extranjeros viene a compensar el vacío de la fotografía en exteriores, entre éstos sobresale el húngaro Pal Rosti quien, aproximadamente en 1857, logra interesantes imágenes de Caracas y del interior del país, mediante la técnica del colodión húmedo. En su itinerario Rosti seguía las recomendaciones del geógrafo y explorador Alexander von Humboldt.

El alemán Federico Lessmann consigue una importante colección de paisajes y retratos en la década de los 60 y también registra algunos hechos propios de las vivencias de los venezolanos, como una fotografía que capta una procesión del viernes santo y algunos hechos con cierto interés colectivo. Se inicia, entonces, la exploración fotográfica con fines cercanos a lo periodístico, a través de la labor de fotógrafos como Alva Pearsall, Próspero Rey y la familia Manrique, que aunque no llegaron a difundir sus fotos en la prensa, se adentran en una temática de carácter social. El 31 de marzo de 1889 se publican las primeras imágenes fotográficas en la prensa nacional, específicamente en *El Zulia Ilustrado*, éstas corresponden a dos fotos atribuidas al doctor Alcibiades Flores que muestran a un hombre, antes y después, de que le realizaran la extirpación de un gran tumor. Tres años más tarde, en 1892, Jesús María Herrera Irigoyen funda la revista *El Cojo Ilustrado*, la cual representa una de las referencias más importantes a nivel fotográfico en Venezuela, debido en gran parte a que solicitaban fotografías a los lectores, a colaboradores extranjeros y a fotógrafos de la talla de Federico Lessmann (hijo) y Henrique Avril, nacido en Barinas, considerado el primer reportero gráfico del país y quien llegó a publicar más de 300 fotografías, sólo en esta revista.



A la izq. Henrique Avril en el río Manzanares, Cumaná.
A la der. Portada de *El Cojo Ilustrado* con retrato de Avril. (Archivos de *El Nacional*)

Herrera Irigoyen adquirió equipos sofisticados para la época, los cuales fueron traídos desde Europa; todo esto hizo posible la conjugación de elementos técnicos y humanos, con la tácita intención de conseguir un acabado fotográfico de calidad. Las fotos de *El Cojo Ilustrado* hacían referencia, en su mayoría, a plazas, museos, templos, calles, entre otros lugares. Se publican también algunas imágenes de personas en determinadas acciones (trabajadores y artistas, principalmente), así como hechos de valor noticioso. Se estima que durante sus 23 años de existencia (1892-1915) en esta revista se publicaron aproximadamente 3.000 fotos de Venezuela y un número similar de imágenes del extranjero. Resalta que muchas de sus fotografías fueron tomadas en Caracas, salvo algunas excepciones que correspondían al envío de colaboradores, ya que es al final del siglo XIX cuando se piensa en la posibilidad de enviar a los fotógrafos al interior del país, quienes hacían las veces de corresponsales. Progresivamente, se va ampliando el número de fotógrafos vinculados con esta publicación: «entre los fotógrafos que se unen en los últimos años a los colaboradores de “El Cojo Ilustrado” sobresalen A. Guerra Toro, Suárez, Luis Felipe Toro y Manrique y Compañía en Caracas. En la provincia, Fajardo Alcalá, Ramón Solórzano Gómez, Carlos Rotundo y muchos otros» (ABREU, 1990: 265).

Otras publicaciones periódicas se interesan por el aspecto fotográfico, pero los pocos recursos, las limitaciones técnicas y las condiciones del momento, sólo permitieron la reproducción de unas cuantas fotos, entre éstas se encuentran los periódicos *El Pregonero*, *La Religión* y *El Independiente*, los cuales no descuidaron el uso del dibujo y la caricatura como formas predominantes de ilustración. En la prensa también se publicaban anuncios y ofertas de servicio y equipos fotográficos como cámaras americanas, alemanas y francesas, cada vez más ligeras y de fácil manejo.

El surgimiento de nuevos periódicos y las transformaciones políticas que enfrenta el país hacen que, poco a poco, se vaya consolidando el fotoperiodismo en Venezuela. En este sentido, *El Constitucional*, *El Universal* y *El Nuevo Diario* son medios de gran relevancia. Por otra parte, publicaciones que hacían oposición al gobierno debieron enfrentar los avatares propios del régimen dictatorial de Juan Vicente Gómez⁵, el cual acarrearía serias

⁵ Con Gómez destacan dos casos: Luis Felipe Toro «Torito», su fotógrafo oficial, cuya autoría abarca la mayoría de los retratos del Benemérito, a quien tenía el compromiso de atender las 24 horas del día; y Servio Tulio Baralt quien, a pesar de haber sido contratado

restricciones a las libertades públicas que, consecuentemente, limitaban a la prensa y el uso de la fotografía.



A la izq. Foto de **Henrique Avril**, primera transmisión telegráfica en Venezuela, 1884. (Archivos *El Nacional*) A la der. Foto de **El Porteño**, **Héctor Rondón**, 1962. (Archivos *Cadena Capriles*)

Luego de la muerte de Gómez surge una importante generación de reporteros gráficos enfocados en la cotidianidad, atreviéndose, en ocasiones, a insertar alguna crítica social. Entre estos fotógrafos se encuentran Juan Avilán (*Ahora*), Edmundo Gordo Pérez (*El Herald*, *La Esfera*, *El Universal*, *El Nacional*), Rafael Hueck Condado, Juan Martínez Pozueta, José Sardá, Sandra Bracho, Luis Noguera, **Héctor Rondón (único venezolano ganador del premio Pulitzer, en 1963, por su foto de *El Porteño*)**⁶, entre

como fotógrafo en varias oportunidades por el Presidente, terminó sus días en la cárcel de La Rotunda, debido a su oposición al régimen gomecista.

⁶ «El Porteño 2 de junio de 1962. Un alzamiento militar contra el gobierno de Rómulo Betancourt toma la ciudad de Puerto Cabello en el estado Carabobo. Las fuerzas leales al gobierno reaccionan con rapidez y asaltan la ciudad portuaria. Dos fotógrafos venezolanos, José Luis Blasco de Últimas Noticias y Héctor Rondón de La República logran colarse con las unidades del batallón Carabobo que avanzan por las estrechas calles de la ciudad. En el sector conocido como La Alcantarilla son emboscados por fuerzas rebeldes y se produce el enfrentamiento más sangriento de la revuelta. Allí estaban Blasco y Rondón, y con sus cámaras captaron en impactantes imágenes los momentos más duros de la refriega. Su valor y profesionalismo les permitieron hacer una serie de fotografías únicas e invaluables que a Héctor Rondón le valieron el World Press Photo del año 1962 y el premio Pulitzer del año 1963». (Web de Últimas Noticias, consultado el 26 de junio de 2012. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/la-propia-foto/del-archivo-de-la-cadena-capriles—el-portenazo.aspx>)

otros. El fotoperiodismo venezolano también se ve enriquecido por el trabajo de Luigi Scotto en *El Diario de Caracas* (fundado en 1979), así como Francisco Solórzano (Frasso) y Tomás (Tom) Grillo, quienes logran reconocimiento nacional e internacional por sus fotos de las manifestaciones populares del 27 y 28 de febrero de 1989, conocidas como El Caracazo. De esta forma, se va consolidando **el periodismo fotográfico en Venezuela**, el cual se define en medio de un dinámico entorno político, así como avances tecnológicos que permiten una mayor y mejor utilización de equipos y técnicas que marcarán la importancia de la fotografía en la prensa.

LA TRÍADA PERIODÍSTICA: ACONTECIMIENTO, COBERTURA Y TRATAMIENTO

Diversos sucesos se convierten en asunto mediático según su proximidad, novedad, impacto, influencia e interés colectivo. La significación de un suceso dentro de un contexto específico determina su relevancia, por lo que es posible entender el acontecimiento como «un hecho importante que sucede y es digno de ser comunicado» (DE LA MOTA, 1994: 27). A lo que se puede agregar el planteamiento de Dragnic quien señala otros aspectos para definir el acontecimiento en términos periodísticos: «En el periodismo es un sinónimo de hecho, aunque con la palabra “acontecimiento” suele indicarse algo que tiene una magnitud mayor, desde el punto de vista social. El acontecimiento es un hecho relevante, según la escala de valores de un grupo social determinado» (DRAGNIC, 1994: 7).

La relevancia social fija las bases para la identificación y delimitación de los acontecimientos, ya que su valor noticioso e incluso histórico se encuentra en un nivel más elevado que los hechos o sucesos que diariamente son tratados por los medios. De allí que los acontecimientos rozan lo excepcional, lo trascendente y su esencia perdura a través del tiempo, marcando hitos que afectan, de una u otra forma, a amplios grupos sociales. El acontecimiento desde su dimensión periodística puede ser tratado de diferentes maneras, a través de los géneros y formatos utilizados en los medios, y de acuerdo a las exigencias éticas y profesionales, delineando así el tratamiento periodístico. A la vez, el acontecimiento se inserta en la pauta periodística y recompone la agenda mediática, demandando una cobertura rigurosa, veraz, inmediata, pormenorizada, diversa en sus fuentes y ávida

de detalles. Se conforma así una triada periodística que vincula acontecimiento, cobertura y tratamiento; confluyendo además, el medio, las audiencias y el periodista o reportero gráfico.

En este contexto, se inserta la fotografía periodística, que en palabras de Vilches «no adquiere significación sino por el juego dialéctico entre un productor y un observador» (VILCHES c.p. Castillo, 1987: 46). Por su parte, Henri Cartier-Bresson abordó el acontecimiento captado en el acto fotográfico y destacó la importancia de lo que él denominó «el instante decisivo», que permite el reconocimiento simultáneo, en una fracción de segundo, del significado de un suceso y de la precisa organización de formas que den a este suceso su mejor expresión. La fotografía también ha sido vista como vehículo para los procesos comunicacionales de la sociedad actual⁷. Se asume, pues, la existencia de un lenguaje fotográfico con rasgos propios, diferente de otros lenguajes y con elementos provenientes de su naturaleza tecnológica, ya que: «la fotografía, como medio de expresión que es, posee un lenguaje específico, y por lo tanto una serie de códigos y signos que le son inherentes»⁸ (CASTELO, 1995: 15).

El caso concreto de la fotografía de prensa hace evidente la estrecha relación de los tres elementos antes mencionados (acontecimiento, cobertura, tratamiento), llegando a tener incluso connotaciones históricas, ya que como puntualiza Romero: «la fotografía periodística es aquella donde la imagen como registro de la memoria colectiva tiene mayor incidencia» (ROMERO, 1998: 36). Así pues, este tipo de fotografía puede llegar a convertirse en documento social y dejar constancia de los momentos significativos que se suscitan en un determinado contexto y, además, va constituyendo el

⁷ «La fotografía es sencillamente una manera de hacer imágenes de una forma masiva para una sociedad que cada día aumenta en proporciones y necesidades de comunicación también masivas» (BOULTON, 1990: 1).

⁸ «Habitualmente, cuando hacemos referencia al lenguaje lo asociamos automáticamente al escrito, sin embargo, existen multitud de lenguajes entre los que se encuentra el visual. Ambos lenguajes –el visual y el escrito– tienen como fin común la construcción de un mensaje a través de un sistema codificado, pero la diferencia entre uno y otro estriba en la forma de transmitir dicha información. Mientras que en la escritura estarnos “obligados” a seguir un orden preciso para comprender el mensaje, en una imagen fotográfica gozarnos de “libertad” para poder observar, detenemos y explorar a nuestro antojo dentro de la imagen» (CASTELO, 1995: 20).

registro histórico y visual de una población específica o de una colectividad, por lo que tiene un valor intrínseco en términos comunicacionales: «La fotografía de prensa es un aspecto más de la información y se constituye en información por sí misma» (DEL VALLE, 2001: 1).

La fotografía de prensa puede llegar a expresar visualmente circunstancias, sentimientos y emociones en las que las palabras (el texto o la voz) son insuficientes o cumplen otra función.

Para el hombre la comprensión del pasado constituye una necesidad, un requisito para la interpretación del presente, un basamento para la orientación valorativa de su experiencia (...) La fotografía, como producto de la cultura, constituye una fuente de primera mano para el conocimiento de la experiencia histórica. Creemos mejor lo sucedido cuando está «ilustrado» con fotografías, y aun cuando reconozcamos las posibilidades de mentir que tiene una foto, no dudamos que lo que muestra ella, estuvo allí (NAVARRETE, 1995: 167).

Se refuerza la proposición de que la fotografía periodística se convierte en referente histórico capaz de aportar datos sobre situaciones pasadas. Al respecto, Cabrera (2002) parte de las conclusiones de Joaquín Estefanía y hace algunas afirmaciones:

El periodismo es el primer borrador de la historia. Y es en esa relación entre periodismo e historia donde el periodismo fotográfico se encuentra más a gusto, pues la fotografía, desde sus inicios, ha servido como una evidencia tangible de que los hechos han sucedido. Si el periodismo escrito es el primer borrador de la historia, la fotografía –toda fotografía, pero en especial la periodística– es una píldora de historia congelada. Gracias a la fotografía podremos ver los cambios en la estructura urbana, en las costumbres, en el vestido y podremos ponerle rasgos a los personajes anónimos o trascendentes de la sociedad en evolución. Y aunque la foto en sí misma no informa en el sentido estricto de la palabra, sí evidencia, algo que la palabra nunca podrá hacer (CABRERA, 2002: 13).

A partir de estos fundamentos teóricos se presentan, en la siguiente parte, algunos acontecimientos de la historia reciente de Venezuela, en los que la fotografía periodística ha evidenciado su carácter social y documental.

FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA Y MEMORIA COLECTIVA (1982-2012)

Luego de la revisión teórica en torno a la fotografía de prensa, proponemos un recorrido por algunos acontecimientos que han marcado la historia reciente de Venezuela y que fueron documentados por la prensa (ver cuadro n° 1):

Cuadro N° 1
Categorización de acontecimientos

Década	Fecha	Región/alcance	Acontecimiento (nombre mediático con el cual se conoce)	Categoría
I (1982-1992)	19/12/1982	Estado Vargas	Explosión de Tacoa	Accidente (Desastre no natural)
	06/09/1987	Estado Aragua	Tragedia de El Limón	Desastre natural
	27-28/02/1989	Nacional	El Caracazo	Política
	28/09/1993	Estado Aragua	Explosión de Tejerías	Accidente (Desastre no natural)
II (1992-2002)	04/02/1992	Nacional	Intentona golpista (4 de Febrero)	Política
	09/07/1997	Estado Sucre	Terremoto de Cariaco	Desastre natural
	15-16 17/12/1999	Estado Vargas	Tragedia de Vargas	Desastre natural
III (2002-2012)	11/04/2002	Nacional	Golpe de Estado (11 de Abril)	Política
	25/08/2012	Estado Falcón	Explosión de Amuay	Accidente (Desastre no natural)

Fuente: Johanna Pérez Daza. Línea de Investigación *Alternativas comunicacionales, investigación y praxis social* (ININCO - UCV, 2013).

Se escogieron, **tres acontecimientos por cada categoría, para un total de nueve, distribuidos en tres décadas.** La selección de las **categorías (accidente, política, desastre natural)** obedece a aspectos fundamentales de la dinámica nacional, donde por tratarse de un país petrolero y gasífero se corre el riesgo de que ocurran accidentes como las explosiones de Tocoa, Las Tejerías y Amuay; se abarca también la categoría política que ha marcado el ejercicio democrático y los procesos sociales; así como los desastres naturales de considerables magnitudes que escapan del control del ser humano y son frecuentes en la región caribeña a la cual pertenece Venezuela.

Además, y en aras de una visión amplia que no se centre exclusivamente en la región Capital, se estudian tanto acontecimientos de alcance nacional como otros localizados en estados del interior (Aragua, Sucre, Vargas) que por su trascendencia conmocionaron a todo el país⁹. Para procesar la información se utilizó la siguiente hoja de decodificación de datos (ver cuadro n° 2):

Cuadro N° 2
Hoja de decodificación

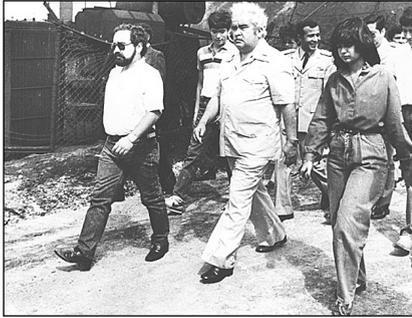
Acontecimiento: Contextualización, a partir de descriptores temáticos (acciones, actividades, situaciones) descriptores onomásticos (personas físicas o jurídicas), descriptores geográficos (ubicación y alcance).	
Aspectos	Descripción
Tratamiento periodístico	Géneros periodísticos utilizados (noticias, reportaje, crónica, entrevista).
Características de la imagen	Aspectos técnicos y formales de relevancia (composición, iluminación, características cromática, planos y encuadres).
Interpretación	Observación, análisis y razonamiento sustentado.

Fuente: Johanna Pérez Daza. Línea de Investigación *Alternativas comunicacionales, investigación y praxis social* (ININCO-UCV, 2013).

⁹ Aunque de corte trágico estos acontecimientos se seleccionan en atención no de una apología al amarillismo o sensacionalismo, sino de su relevancia y exigencia, ya que demandaron por su inmediatez, impacto y riesgo, un decidido trabajo fotoperiodístico; caso contrario de los hechos positivos o de menor trascendencia en la memoria colectiva (como por ejemplo logros y hazañas deportivas que pueden interesar sólo a una parte de la población), lo cual no descarta la existencia e importancia de este otro tipo de acontecimientos, aun cuando no sean objeto del presente análisis.

EXPLOSIÓN DE TACOA 1982

Ha sido catalogada como una de las peores tragedias del país, se calculan 180 víctimas fatales, entre ellas 42 bomberos y 10 trabajadores de la prensa¹⁰. Se produjo por la explosión de dos tanques de combustible del Complejo de Generación Eléctrica de Tocoa, en Arrecife, **estado Vargas**. La explosión se registró a las 6:15 am del **19 de diciembre de 1982**, lo que suscitó el desplazamiento de equipos reporteriles de los principales medios asentados en la cercana Caracas. A las 12:35 pm, de ese mismo día cuando ya se encontraban en el lugar representantes de los medios, así como efectivos del cuerpo de bomberos, policías y voluntarios, se produjo una segunda explosión.



Archivo fotográfico *Cadena Capriles*

¹⁰ Entre ellos la periodista Mariadela Russa, el camarógrafo Oswaldo Silva, el asistente de cámara Oscar Guerra y el conductor José Carrillo (*Venezolana de Televisión*); el reportero gráfico Román Rosales (*Últimas Noticias*); el periodista Carlos Moros y el fotógrafo Salvatore Veneziano (*El Universal*).

Las fotos de este acontecimiento muestran el impacto de las explosiones, algunas labores de rescate, el fuego consumiendo árboles y viviendas, panorámicas del complejo eléctrico, así como algunos retratos de testigos, funcionarios y autoridades. La mayoría fueron realizadas en blanco y negro. La cobertura periodística se prolongó por varios días, en los cuales se registraron las secuelas del incendio, funerales de las víctimas, las inspecciones realizadas por el entonces Presidente de la República Luis Herrera Campins, entre otros aspectos más sensibles que reflejaban la conmoción y el dolor humano.

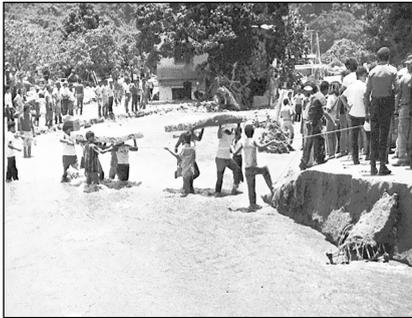
TRAGEDIA DE EL LIMÓN 1987

Se produjo el **06 de septiembre de 1987** cuando se desbordaron varios ríos del **estado Aragua**, entre los cuales destaca el de la localidad de El Limón, esto debido a fuertes precipitaciones que ocasionaron inundaciones en calles y viviendas, numerosos heridos, pérdidas humanas y materiales. La situación fue particularmente grave en los barrios El Progreso y Mata Seca, así como también en Las Mayas, El Piñal y Valle Verde. El acontecimiento apareció reseñado en las primeras páginas los diarios regionales y algunos de alcance nacional. El **género periodístico predominante fue la noticia**, pues lo importante era informar en precisión los detalles del desastre natural (número de heridos, muertos, desaparecidos, asistencia médica, labores de rescate...). La prensa regional muestra diversas perspectivas de la tragedia: la posición y las acciones del gobierno, por una parte, y las demandas de los afectados, por otra. Se observa una amplia cobertura del acontecimiento, evidenciada además, por el elevado número de periodistas y reporteros gráficos enviados a los lugares afectados.

Prevalece el empleo del blanco y negro¹¹ lo que guarda sintonía con el luto del momento, abundan las escenas urbanas que muestran los estragos del desastre natural (carros estancados en el lodo, muebles y electrodomésticos flotando entre las aguas, viviendas destrozadas), también se observan retratos grupales centrados en las labores de rescate y ayuda médica,

¹¹ A pesar de que ya dos diarios regionales (*El Siglo* y *El Araqueño*) y la mayoría de los nacionales utilizaban fotografías a color en sus primeras páginas.

especialmente la atención de emergencias en los hospitales. Es posible distinguir y clasificar dos tendencias fundamentales: unas fotos donde destaca el factor humano, y otras donde lo importante es el objeto o aspecto material, esto con el fin de mostrar la magnitud del acontecimiento.



Fotografías difundidas en la prensa regional.

A pesar de la premura que implicaba un hecho como éste, se nota el esfuerzo de algunos reporteros gráficos por captar y difundir imágenes bien construidas, que mostrasen el desastre pero sin caer en el amarillismo o la exageración. También se aprecian imágenes sencillas, cuya única intención era informar lo que estaba ocurriendo, para lo que se seleccionaron

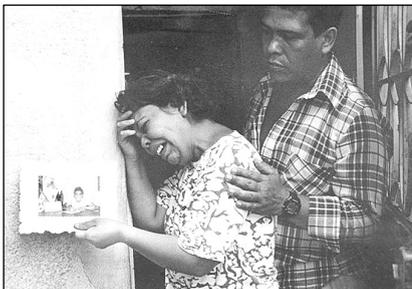
planos cerrados, para capturar más detalles y menos generalidades. Resalta la coherencia entre texto e imagen, así como la autonomía de algunas imágenes que sin estar acompañadas de leyenda son capaces de informar. Sin embargo, se aprecian fotos que dentro de su composición no contienen ningún referente visual geográfico que deje claro el contexto de la situación, sino que bien puede decirse que son las fotos de cualquier desastre natural y no precisamente las de la tragedia de El Limón. En este tipo de imágenes las leyendas complementan la información, ofreciendo datos que no pueden apreciarse en la fotografía.

EL CARACAZO 1989

Hace referencia a las **manifestaciones populares del 27 y 28 de febrero de 1989**, que produjeron no sólo en la capital sino también en las principales ciudades del país. A pocos días de haber asumido la presidencia de la República Carlos Andrés Pérez, estallan violentas manifestaciones en contra del llamado «Paquete Económico» propuesto por el gobierno entrante, lo que generó fuertes saqueos y enfrentamientos entre la población civil y efectivos policiales y militares. Este acontecimiento fue materia de primera página de diarios nacionales y regionales, los cuales publicaron, principalmente, noticias, entrevistas y reportajes. Algunos periódicos dedicaron páginas completas a series fotográficas (8-16 fotos). La mayoría de las fotos presentan planos generales, donde el uso de la luz natural fue suficiente para mostrar partes del suceso tales como: acciones del ejército y la policía en las calles, hombres y mujeres saqueando establecimientos comerciales, muertos y heridos, calles y comercios afectados, atención médica brindada por la Cruz Roja, personas trasladadas a distintos centros hospitalarios, ciudadanos detenidos. En algunas fotografías es posible identificar el referente geográfico.

Si bien algunas de las fotos publicadas se concentraron en el carácter informativo, otras cumplen una función de denuncia, mostrando los atropellos y abusos de la policía, en clara consonancia con las leyendas. Se observa también el intercambio informativo (entre corresponsalías y medios) y amplia cobertura del acontecimiento, publicando fotos de los distintos lugares donde se dieron estas manifestaciones, las cuales no quedaron

centralizadas a la capital. Hay que mencionar que las fotos sobre muertos y heridos son bastante crudas: cadáveres arrastrados por el piso, cuerpos ensangrentados, familiares llorando sobre cuerpos sin vida. En este acontecimiento la fotografía periodística jugó un importante papel de denuncia, sirviendo también para la identificación de desaparecidos y como prueba de los expedientes de violaciones de derechos humanos que en la actualidad continúan abiertos.



Fotografías de **Francisco Solórzano (Frasso)** y **Tomás (Tom) Grillo**, publicadas en la prensa nacional, especialmente en el diario *El Nacional*.

INTENTONA GOLPISTA 1992

El 04 de febrero de 1992 ocurre una insurrección militar comandada por el entonces teniente coronel **Hugo Chávez Frías**. Este intento de golpe de Estado en contra del presidente Carlos Andrés Pérez, no logró sus objetivos y los militares tuvieron que rendirse. Las acciones militares se desplegaron a través de 10 batallones que formaban parte de las guarniciones militares de los estados Aragua, Carabobo, Miranda, Zulia y el otrora Distrito Federal. Este acontecimiento fue materia de la prensa a nivel regional, nacional e incluso internacional. Se publicaron ediciones «Extra»¹² para ofrecer mayores detalles e información de última hora, centrada única y exclusivamente en la insurrección militar. El **género periodístico predominante fue la noticia**, la cual, en oportunidades, se complementaba con entrevistas y declaraciones. Las imágenes muestran a los principales actores del acontecimiento, entre los que se encuentran: Hugo Chávez Frías y el Presidente Carlos Andrés Pérez, los principales líderes militares insurgentes, fuerzas leales al gobierno, dirigentes políticos, representantes del gobierno nacional y regional, entre otros. Se utilizan algunas fotos de archivo, ya que la agitación del momento no permitía el encuentro directo entre estas personas y los reporteros gráficos.

Otro grupo de fotos consiste en planos generales, logrados con luz natural, en los que se muestran partes del acontecimiento tales como: actuaciones militares y policiales, acciones de los civiles como saqueos y compras compulsivas. También se observan camiones del ejército y efectivos militares fuertemente armados. Los referentes geográficos son especificados en las leyendas que acompañan las fotos y consisten en cuarteles e instalaciones militares. Las difíciles condiciones para el trabajo reporterial no fueron limitantes para algunos fotógrafos que supieron insertar su intencionalidad y valores estéticos, sin descuidar la función informativa. De este 04 de febrero, surge la imagen de Chávez que posteriormente será usada y reutilizada con fines políticos. La foto de aquel teniente coronel de boina roja sería recurrente y referencial a lo largo su vida política.

¹² Circularon a mitad de la mañana de ese día, pues el hecho ocurrió en horas de la madrugada cuando ya muchos periódicos estaban distribuyéndose sin contener la noticia.



Fotos-Archivo El Nacional.

EXPLOSIÓN DE TEJERÍAS 1993

Numerosos muertos y heridos dejó la explosión de una tubería de gas y posterior incendio en las proximidades del peaje de **Las Tejerías (estado Aragua)** de la autopista regional del centro, exactamente en el kilómetro 57. Este acontecimiento fue materia de los diarios durante varios días, ya que el impacto de la explosión dejó graves consecuencias (aproximadamente 60 muertos y 70 heridos) que, a su vez, causaron gran polémica y la demanda de una investigación exhaustiva, además de las labores propias en la zona del desastre. La prensa regional buscó ofrecer un panorama completo y a parte de noticias, se publicaron reportajes y entrevistas con la intención de profundizaron en el suceso. Con la intención de mostrar la magnitud de la explosión, se publican tomas aérea en las que se aprecia su impacto. Algunas fotos se centran en el factor humano, mientras que en otras prevalece el elemento material y composiciones en las que destacan carros incendiados, árboles quemados, llamas. Mayoritariamente, se usaron planos abiertos, luz natural, retratos grupales y escenas urbanas.

Las fotos muestran cadáveres calcinados, traslado de heridos al centro médico más cercano (Hospital José María Benítez, de la Victoria), labores de rescate, maquinaria excavadora volcada a raíz del estallido, detalles de las tuberías, estructuras metálicas que quedaron como único rastro de los vehículos quemados. Las leyendas juegan una importante relación con estas fotografías, ya que suministran datos que no pueden apreciarse por sí solo en las imágenes y que contienen referentes visuales inusuales para el lector que son explicados y aclarados en los textos.



Algunas imágenes publicadas por la prensa nacional.

TERREMOTO DE CARIACO 1997

El **9 de julio de 1997** a las 15 horas, 24 minutos (hora local de Venezuela), se registró en el **estado Sucre** un sismo de intensidad de 6.9 grados en la escala de Richter, con epicentro en la hacienda «Aguas Calientes» en el área de Cariaco, una comunidad rural, con un gran número de viviendas de bahareque y limitaciones en la red de servicios públicos. El estado Sucre está ubicado en el extremo nororiental de Venezuela, la región es considerada desde el punto de vista de amenaza sísmica como zona IV. Su capital: Cumaná, ha sido reiteradamente afectada por sismos, el del año 1997 se considera el más grave ocurrido en Venezuela desde el terremoto que sacudió a la ciudad de Caracas el 29 de julio de 1967.

Según los datos de la Fundación Venezolana de Investigaciones Sismológicas (FUNVISIS), entre el 9 y el 14 de julio se habían registrado más de 1.500 réplicas, de las cuales 89 se produjeron el mismo día del sismo y 1.427 en los cinco días siguientes. El terremoto de Cariaco, impactó, sin distinción, a una zona urbana como la ciudad de Cumaná y una comunidad

rural como la población de Cariaco, dejando un saldo de 73 muertos y 528 heridos, de acuerdo con cifras oficiales. En Cariaco, la mayoría de las víctimas fueron niños y adolescentes menores de 17 años que quedaron atrapados en una escuela y un liceo. Las calles quedaron agrietadas, cintas rojas improvisadas señalaban que una de cada dos viviendas había sido dañada. El presidente Rafael Caldera, se trasladó hasta el lugar y decretó zona de emergencia todas las poblaciones del oriente venezolano, además de tres días de duelo nacional.

Fotográficamente se aprecian dos grupos de imágenes: unas centradas en las personas (heridos, socorristas, autoridades) y otras en los lugares (casas, edificios, escuelas, hospitales). Prevalece el uso de planos abiertos, luz natural y fotografías en exteriores, la mayoría muestran los estragos del terremoto en la infraestructura, labores de rescate y búsqueda de cadáveres, remoción de escombros, llegada de insumos y asistencia nacional e internacional. La prensa también reproduce fotos de los desaparecidos (tipo carnet o del álbum familiar). La cobertura periodística se extendió por varios días, pasando a temas como la denuncia por irregularidades en la distribución de agua, ropa y alimentos, así como la utilización de la tragedia para fines políticos a través del protagonismo que buscaron algunos dirigentes. En este caso, las fotos correspondían a retratos individuales, cuya contextualización recaía, predominantemente, en el texto o leyenda.



Fotografías de la prensa nacional.

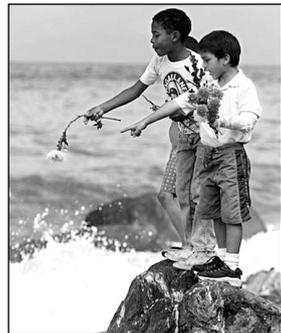
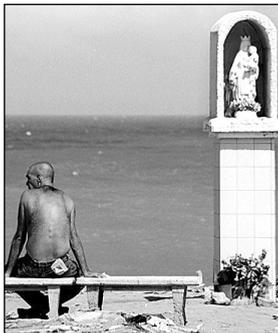
TRAGEDIA DE VARGAS 1999

Aún sin cifras oficiales, se estiman miles de muertos, miles de desaparecidos y cientos de miles de damnificados en lo que fue uno de los desastres naturales más destructivos del país, ocurrido entre el **15, 16 y 17 de diciembre de 1999** en la **zona del litoral central**, producto de intensas precipitaciones, deslaves, corrimientos de tierras e inundaciones. La catástrofe se desató en el contexto electoral del referendo para aprobar una nueva Constitución. Este hecho aparece en el libro *Guinness de los récords* como el de mayor número de víctimas mortales por un alud de barro. En el **estado Vargas** todavía se aprecian las consecuencias del deslave que destruyó carreteras, puentes, edificios y urbanizaciones y que incluso modificó el trazado cartográfico de este estado. En este aspecto la fotografía también fue de gran ayuda, una publicación editada posteriormente por el diario *El Nacional* señala que: «Desde el 21 de diciembre, la Dirección de Geografía y Cartografía de las Fuerzas Armadas comenzó a crear, a partir de imágenes aerofotográficas, una base de información que ofrece los primeros trazados de lo que será la nueva cartografía del estado más joven de Venezuela» (El Nacional, 2000: 22).

Este acontecimiento ha sido uno de los más fotografiados a nivel nacional. Periodísticamente fue tratado mediante noticias, reportajes y crónicas. En cuanto a las imágenes destaca el uso privilegiado del color (se observan menos fotos en blanco y negro, en comparación con los acontecimientos anteriores), resaltando el azul del mar y del cielo, así como tonalidades de marrón y grises por el lodo y los escombros. Prevalece el uso de planos abiertos e iluminación natural. También se observan tomas en picado y tomas aéreas, a fin de mostrar el impacto en el paisaje y la infraestructura.

Hay que destacar que muchas de estas fotos muestran la intencionalidad de los fotógrafos, quienes apelaron no sólo a los daños materiales, sino también a la conmoción sentimental, el factor humano, el dolor de las personas, por lo que hay un gran protagonismo de los sujetos fotografiados por encima de los objetos. Precisamente una **foto de Vicente Correale** (*El Universal*) que muestra a una niña secando las lágrimas de su madre fue merecedora de reconocimientos nacionales e internacionales de Fotografía: **Premio Nacional de Periodismo** y una mención especial de la *Society of News Designs*.

Como en otros sucesos similares se muestran las labores de rescate, atención médica y afectaciones generales en la zona, pero el valor fotográfico reside en la sutileza con la que se capturó, utilizando retratos de elevado contenido y tratamiento estético. Resaltan, igualmente, varias imágenes que hacen referencia al tema religioso-espiritual que emerge en acontecimientos de estas dimensiones, se observan fotos de iglesias, imágenes de santos y vírgenes, crucifijos, estampitas, así como improvisadas cruces que indicaban el lugar donde se encontraba algún fallecido. Otras fotos reflejaban la solidaridad y colaboración con la que fue enfrentada la tragedia, además, de las acciones que realizaron gobernantes como el propio presidente Hugo Chávez quien efectuó un recorrido por las zonas afectadas.



La primera foto (superior, izquierda) corresponde a **Vicente Correale** (*El Universal*).

La segunda a **Gustavo Frisneda** (*Últimas Noticias*). El resto de las imágenes fueron capturadas por **Nicola Rocco**, algunas publicadas en *El Universal*, disponibles en su blog: www.photomanifiesto.blogspot.com

GOLPE DE ESTADO 11 DE ABRIL 2002

En un principio hubo polémica por la denominación de este acontecimiento, calificándolo de vacío de poder o de golpe de Estado. Se trató de un **intento de derrocar al presidente Hugo Chávez**, y estuvo precedido por fuertes protestas y una huelga general convocada por FEDECÁMARAS. Se realizó de manera progresiva, a partir de la convocatoria de una marcha de la oposición que cambió su ruta inicial y se propuso llegar al Palacio de Miraflores, sede del gobierno nacional, en cuyos alrededores se encontraban simpatizantes de Chávez. Al encontrarse ambos bandos se produjeron enfrentamientos que dejaron varios muertos y heridos. Seguidamente, se anuncia la renuncia de Chávez y se autoproclama como Presidente de la República Pedro Carmona Estanga, de FEDECAMARAS. Los días siguientes se producen fuertes protestas de los simpatizantes de Chávez, así como algunas presiones internacionales de países que no reconocieron a Carmona. Militares leales al gobierno retomaron el poder y Chávez reasume la Presidencia en la madrugada del 14 de abril de 2002, desmiente su renuncia y se retoma el hilo constitucional e institucional.

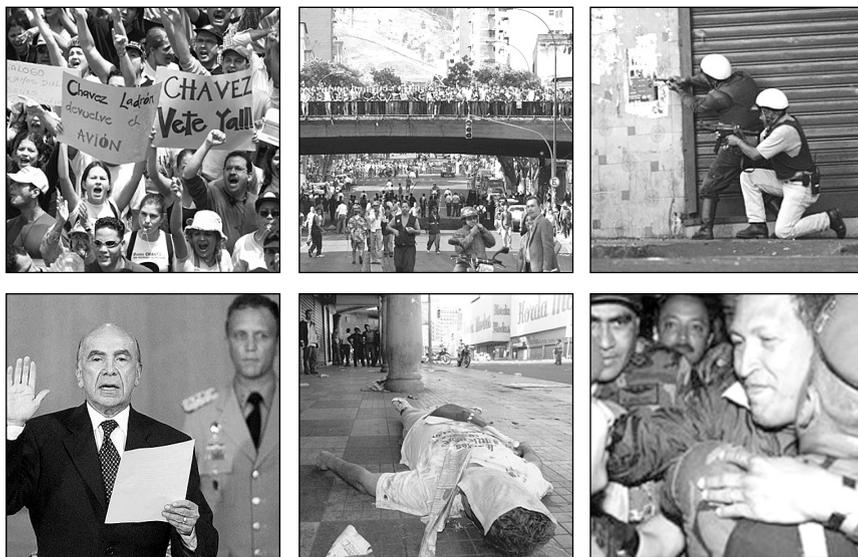
Los medios de comunicación tuvieron un papel protagónico llegando incluso a tildarse el acontecimiento como «golpe mediático». En este complejo y agitado escenario los reporteros gráficos se encargan de registrar diversos episodios del **11, 12, 13 y 14 de abril**. Las fotografías van desde planos generales de la marcha opositora, enfrentamientos entre policías y civiles, heridos, muertos, así como retratos de los principales actores políticos y militares, así como las posteriores muestras de alegría por el regreso de Chávez. La bandera nacional fue un símbolo utilizado recurrentemente por chavistas y opositores, por lo que aparece en muchas de las fotografías, en las que además predomina el uso del color. Las fotos mostraban el referente geográfico y en oportunidades aportaron detalles clave para las investigaciones sucesivas. Tal es el caso de las **fotografías de Wendys Olivo**, reportera gráfica de *Venpres* (la agencia oficial de noticias del Estado, hoy AVN), las cuales han servido de evidencia para determinar responsabilidades en la masacre de Puente Llaguno, donde murieron 19 venezolanos. Estas imágenes conformaron una secuencia fotográfica en la que se aprecian referentes geográficos, rostros y detalles que permitieron la identificación de algunos implicados.

En la foto se aprecia a **Jorge Tortoza** durante la cobertura del 11 de abril, fue capturada por el **reportero gráfico Carlos Ramírez**.



Igualmente hay que recordar la **muerte del fotógrafo Jorge Tortoza del *Diario 2001***, ocurrida en la avenida Baralt en pleno centro de Caracas, a consecuencia de varios disparos mientras cubría las manifestaciones del 11 de abril, en la que también resultaron heridos varios periodistas y camarógrafos. Tortoza no era un novato de la fotografía, ni alguien que se expuso irresponsablemente, era un reportero experimentado con diez años de trayectoria en prensa y que, anteriormente, había trabajado en el laboratorio de fotografía de la policía judicial. Todo esto ha fortalecido la hipótesis de que durante el golpe de abril, los trabajadores de la prensa fueron un objetivo específico¹³.

¹³ «El 11 de abril, al menos otros seis reporteros gráficos y camarógrafos resultaron heridos, cuando cubrían la manifestación de la oposición. Jonathan Freitas, del diario *“Tal Cual”*, resultó herido levemente en el brazo. La bala terminó su trayectoria en el teléfono móvil del periodista. José Antonio Dávila, técnico de un equipo del canal *CMT*, resultó herido de bala en la rodilla, cuando grababa imágenes de la manifestación desde el tejado de un inmueble. Ha confiado a RSF que él cree que los disparos seguían con precisión sus desplazamientos. Por otra parte, una reportera gráfica cuenta que un guarda de honor de casa militar, asignado a la protección del palacio presidencial, le dijo, aquel día: “Guarda esa cámara porque la orden es disparar a todos los que tengan cámara”. También resultaron heridos de bala Enrique Hernández, de la agencia pública *Venpres*, Luis Enrique Hernández, del diario *“Avance”* y Jorge Recio, asistente del fotógrafo *free lance* Nelson Carrillo. Según un colectivo de fotógrafos, creado después de los acontecimientos, Recio resultó afectado en la columna vertebral, y quedará parálítico. Por su parte, Miguel Escalona, del diario *“El Carabobeño”*, fue golpeado en la cabeza con un bate de béisbol, y le robaron el material. Finalmente, también resultó herido de bala un agente de la Disip (policía política), que grababa imágenes de la manifestación» (RSF-IFEX, consultado el 03 de julio de 2013. Disponible en: http://www.ifex.org/venezuela/2002/06/12/rsf_concerned_about_the_lack_of/es/)



Fotografías de medios nacionales, Venpres (hoy, AVN) y Agencia Internacional AP.

EXPLOSIÓN DE AMUAY 2012

Se produjo el **25 de agosto de 2012** en una refinería de petróleo, perteneciente a la empresa estatal Petróleos de Venezuela (PDVSA), ubicada en el **estado Falcón**. Esta refinería pertenece al Centro de Refinación de Paraguaná, considerado el segundo mayor complejo refinador de petróleo del mundo. Se calcula que la explosión causó 55 muertos y 156 heridos, además de graves daños a las estructuras y viviendas cercanas y al Destacamento N° 44 de la Guardia Nacional. Debido a sus magnitudes y características el incendio se prolongó por varios días, dando lugar al traslado de reporteros gráficos de medios nacionales y de las agencias internacionales con corresponsalías en el país (entre las que destacan *AFP*, *EFE*, *AP*, *Reuters*), además del trabajo de fotógrafos independientes. Es uno de los acontecimientos más diversamente fotografiados, la prensa incluyó fotografías enviadas por usuarios de las redes sociales como *twitter* y *facebook*. En algunas imágenes aparecen retratados numerosas personas tomando fotos con sus dispositivos móviles o cámaras digitales.

El tratamiento informativo típico de esta categoría (fotos de muertos y heridos, atención médica a las personas afectadas, pérdidas materiales y la extensión del propio incendio), se vio complementado por fotografías de tipo autoral que incluso llegaron a salas expositivas, tal es caso del **fotógrafo Gil Montaña** quien expuso una imagen de esta explosión en la novena Bienal de Fotografía Nacional del municipio Girardot, estado Aragua, lo cual evidencia la relación que puede llegar a establecerse entre periodismo y arte, con base a la sensibilidad y la expresión presente en las actividades que de estos ámbitos se desprenden.



La primera foto fue enviada a los medios por el usuario de *Twitter* @JRTALAVERA1974; la segunda corresponde al **fotógrafo Gil Montaña** enviado especial a Amuay (fotos disponibles en su blog: <http://gilmfoto.blogspot.com/>; la tercera imagen es de la agencia internacional Reuters y la última fue publicada en el portal Alba Ciudad.

CONSIDERACIONES FINALES

- En Venezuela, como en el resto del mundo, los primeros años de la fotografía se caracterizaron por un acceso limitado e incluso *elitesco*, con predominio del retrato de personalidades. Paulatinamente, se comienzan a capturar hechos de interés colectivo que serán incorporados a la

prensa de manera gradual. Hay que apuntar que los debates que enfrentaban a la fotografía con disciplinas artísticas como la pintura han cedido ante la consolidación de un lenguaje fotográfico propio que, en el caso concreto de la **foto de prensa**, se fortalece en medio de las exigencias informativas, pues como apunta Tomás Eloy Martínez: «Una foto que sirva sólo como ilustración y no añada nada al texto no pertenece al periodismo» (2005: 1).

- La **fotografía periodística** ha estado relacionada directamente con los cambios tecnológicos y, más recientemente, con la transición de la fotografía analógica (química, tradicional) a la digital. Antes de la masificación de la fotografía digital, por ejemplo, un reportero gráfico tenía que distribuir sus disparos según el carrete de 12, 24 ó 36 tomas, en distintas pautas del día. A esto se sumaban los altos costos de papel y químicos de revelado y copiado que demandaban mayor rigor en la selección y captura de las imágenes, por lo que hacer fotografía –más que tomar una foto– implicaba ojo agudo, certero, capaz de administrar los recursos, e identificar la distancia y el momento oportuno.
- La **fotografía digital** ha cambiado ciertos esquemas, ya la cantidad de tomas no es una limitante, las cámaras y dispositivos permiten almacenar, retocar y editar grandes números de fotos. La inmediatez en la visualización de la imagen capturada permite nuevas posibilidades que, a primera vista, dan la sensación de una ventaja insuperable. Sin embargo, la digitalización ha acentuado las posibilidades y riesgos asociados a la manipulación fotográfica.
- En la era digital se intensifica la circulación y sobreabundancia de imágenes y, como se vio en los últimos acontecimientos estudiados, la prensa llega a publicar incluso fotos enviadas por colaboradores; otras imágenes muestran como una especie de ruido visual la aglomeración de otras cámaras, mezclando la competencia de ávidos reporteros y ciudadanos que ineludiblemente se insertan en la composición, corroborando que: «Hoy tomar una foto ya no implica tanto un registro de un acontecimiento como una parte sustancial del mismo acontecimiento. Acontecimiento y registro fotográfico se funden» (FONTCUBERTA, 2010: 28).

- El mejoramiento de las técnicas y equipos ha venido acompañado de exigencias informativas, lo que devino en el aguerrido y valiente trabajo de reporteros gráficos¹⁴ que se encargaron de documentar los hechos más importantes del país, fungiendo de cronistas visuales, dejando como testimonio fotografías de valor social, pues como afirma Sardá, citado por Cabrera: «El reportero gráfico es como un historiador (...) es el hombre que de alguna manera es como si paralizara el tiempo. Es el hombre que puede tomar un instante de algo que pasó y que tiene su repercusión en el futuro, en la historia del país» (CABRERA, 2002: 13).
- En medio de presiones políticas y adversas condiciones impuestas por accidentes y tragedias naturales, el reportero gráfico ejerce su labor, por lo que es válido reconocer el importante papel del fotoperiodista en el ecosistema comunicacional contemporáneo¹⁵. Al mismo tiempo, es necesario ofrecerle las garantías debidas, entendiendo que aunque (como los periodistas) suelen ser testigos incómodos, los órganos de seguridad deben respetar su trabajo y evitar situaciones de riesgo y desenlaces fatales como el de Jorge Tortoza, antes mencionado.
- Hay que acercarse y tratar de entender a la fotografía periodística con cautela; conscientes y críticos ante las posibilidades de que, en detrimento de sus bondades, pueda ser utilizada con intereses distorsionados basados en la premisa de «la mentira como estrategia», ampliamente estudiada y argumentada por Joan Fontcuberta. En el análisis de los

¹⁴ Según el testimonio del **fotoperiodismo Simón Clemente** (Bloque de Armas, 2012): «El reportero gráfico es la persona que es un cuenta historia, el reportero gráfico es el hombre, el ser humano que va a un sitio cuando todo el mundo corre y se va de ese sitio, que hay un incendio, una explosión, un tiroteo, algún caos, todo el mundo corre en contra huyéndole a eso. El reportero gráfico es al contrario, somos como los bomberos, tenemos que ir al sitio, a presenciar eso y no solamente a presenciarlo: a hacerle la fotografía». Extraído del video: «La Mirada de los Maestros», producido por la Cadena Capriles en el marco del Seminario Diseño de la Información 2012, consultado el 15 de junio de 2012. Disponible en: <http://vimeo.com/44202682>.

¹⁵ A pesar de que en la era tecnológica algunos medios tienden a minimizar la importancia del oficio. Algunos periódicos han despedido a sus fotógrafos y a cambio dotan a sus periodistas de teléfonos inteligentes con cámaras que ofrecen buena resolución, mas no la misma mirada y tratamiento, lo cual ya comienza a evidenciarse en la calidad de sus imágenes. Se pasa de la buena foto a la foto cualquiera, como consecuencia de la sobrevaloración de equipos y tecnologías, y las disyuntivas entre la democratización y la banalización del oficio.

acontecimientos presentados se apreciaron fotos con un carácter netamente informativo, así como imágenes cargadas de la intencionalidad del fotógrafo, quien realiza una composición y un encuadre que busca transmitir los sentimientos y emociones que viven en el momento tanto los afectados como el fotógrafo, quien llega a hacerse copartícipe, lo que determina la revalorización y preponderancia actual de la fotografía de prensa y sus autores¹⁶.

- Todo esto ha sido posible, entre otras cosas, gracias a la **profesionalización de los fotorreporteros**, pues además de la experiencia y práctica, han surgido y se han consolidado en el país varias escuelas de fotografías encargadas de ofrecer herramientas a las nuevas generaciones de fotógrafos. En esta misma línea, el **Círculo de Reporteros Gráficos de Venezuela** (que este año celebra sus 70 años) ha dado sus aportes. Se espera que los logros en materia formativa puedan ampliarse. La confluencia de factores como **profesionalización, digitalización y masificación de la fotografía** –a pesar de tener ciertas contradicciones– ha hecho posible que la fotografía de prensa se diversifique y ya no sea únicamente informativa. A pesar de los avances, las concepciones estéticas y artísticas, así como géneros más complejos en su concepción y tratamiento como la secuencia, la serie y el reportaje fotográfico, demandan nuevos espacios en la prensa nacional. En el análisis realizado se evidenció la **consonancia entre texto e imagen** y la presencia de fotoleyendas aclaratorias, estableciéndose una especie de relación simbiótica, lo que fortalece las posibilidades de ambos lenguajes: el escrito y el visual.
- En un contexto más amplio, los fotoperiodistas latinoamericanos cada día ganan mayor presencia y reconocimiento internacional, trastocando la visión eurocéntrica arraigada en la fotografía desde sus orígenes. Prestigiosos premios como el *Pulitzer* o el *World Press Photo* han valorado la sensibilidad y tratamiento informativo de los fotógrafos

¹⁶ «Queda ya lejano el tiempo en que la imagen era en los periódicos mera ilustración o elemento decorativo. La técnica fotográfica, con sus prodigiosos perfeccionamientos (...) ha creado un reportero en el que las frases se sustituyen por imágenes. Pero esto se ha logrado, naturalmente, por la aplicación de un sentido periodístico a la técnica fotográfica, lo cual ya nos permite establecer la premisa principal de que el reportero gráfico tiene que ser, antes que nada, reportero, es decir, poseer el sentido de lo noticiable, ver la noticia» (HERRÁIZ, 1990: 95).

latinoamericanos. De la misma manera, **la visión femenina se ha incorporado a la fotografía latinoamericana y venezolana**, antes exclusivo oficio de hombres o en el que las mujeres eran marginadas y excluidas, conociéndose casos en los que fueron intencionalmente borradas de la historia. Las fotografías han hecho importantes contribuciones al fotoperiodismo venezolano, por lo que también es oportuno reconocer sus aportes, aunque todavía queden muchas barreras que superar.

- En medio de logros y oportunidades se presentan dificultades y polémicas. En ocasiones, la prensa ha hecho prevalecer la técnica sobre la ética, originándose extensas polémicas sobre **el tratamiento fotoperiodístico en la cobertura noticiosa**, tal como en el caso de una foto publicada en el año 2010 por el diario *El Nacional* con los cadáveres de la morgue de Bello Monte y la cual fue objeto de críticas y prohibiciones por parte del gobierno nacional, así como posiciones enfrentadas en la opinión pública. Este episodio deja ver las luces y sombras del trabajo fotoperiodístico que además de la información, también puede ejercer una labor de denuncia y seguimiento. Tal es el caso de los acontecimientos analizados en la categoría accidente/desastre no natural, en los que la sociedad civil exigió explicaciones, sanciones y medidas de prevención a futuro, lo que fue respaldado por la cobertura fotográfica sostenida en el tiempo, conjugando fotos de archivo con fotos actuales a modo comparativo, en los casos en los que aún se aprecian secuelas no subsanadas, como ocurre también en los acontecimientos estudiados en la categoría desastre natural, cuando al cumplirse un año más de estas tragedias se publican sendos trabajos fotográficos con estas orientaciones.



Primera página de los periódicos *El Nacional* y *Tal Cual* con la polémica foto de la morgue de Bello Monte

- El análisis de la categoría política corrobora los múltiples usos y funciones que puede tener la fotografía de prensa. Así, en casos como El Caracazo y el Golpe del 11 de abril, han sido utilizadas como evidencias y pruebas ante la justicia, lo que también se ve revestido de intencionalidades. Conviene pensar y asumir **la imagen en sus condiciones de producción, circulación y contextualización**, lo que abarca un complejo proceso con etapas de creación, comunicación y recepción. La neutralidad en la fotografía es un ideal, enmarcado en extremos de inocencia y culpabilidad, siendo fundamental la criticidad y responsabilidad de quienes participan de la comunicación visual.
- La revisión histórica realizada y el complejo escenario actual, muestra que quedan desafíos y retos en relación a la traída periodística y el devenir de la fotografía periodística venezolana, cuyo desarrollo a estado marcado -como hemos visto- por el debate entre la luz y la lucidez. Hay que profundizar en las reflexiones en torno a la comunicación como derecho y enfatizar que éste también incluye la comunicación visual y, por extensión, el derecho a las imágenes, a su captura y difusión con fines informativos y bajo los correspondientes parámetros éticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Carlos

1998 *Lo precario en la fotografía de prensa*. Revista Latina de Comunicación Social, número 6 Revista en línea, Disponible en: <http://www.lazarillo.com>. Consulta: 21 de septiembre de 2001.

1990 *La fotografía periodística. Una aproximación histórica*. Venezuela: Publicaciones del CONAC.

BOULTON, Alfredo

1990 *Anotaciones sobre la fotografía venezolana contemporánea*. Caracas: Monte Ávila Editores.

CABRERA, A. y RUIZ, P.

2002 *Oficio de familia. Una mirada al periodismo fotográfico venezolano a partir de las historias de los hermanos Delgado Cisneros*. Trabajo de grado no publicado. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

CARTIER-BRESSON, Henri

2003 *Fotografía del Natural*. Barcelona, España: Ediciones Gustavo Gili.

CASTELO, Luis

1995 *Usos no normativos del lenguaje fotográfico*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, España.

CASTILLO, E.

1987 *Aproximación teórica a la fotografía interpretativa*. Trabajo de grado no publicado. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

DEL VALLE, Francisco

2001 *El análisis documental de la fotografía*. Ediciones en línea de la Universidad Complutense de Madrid.

DE LA MOTA, Ignacio

1994 *Enciclopedia de la Comunicación*. Tomo I. México: Noriega Editores.

DRAGNIC, Olga

1994 *Diccionario de Comunicación Social*. Venezuela: Editorial Panapo.

EL NACIONAL

2000 *Y el Ávila bajó al mar. Testimonios y fotografías de la tragedia de Vargas*. Tercera edición. Los Libros de *El Nacional*, Caracas.

FONTCUBERTA, Joan

2010 *La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

HERRÁIZ, Ismael

(1990) *Enciclopedia de Periodismo*. España: Editorial Cátedra.

MARTÍNEZ, Tomás Eloy

2005 *Los hechos de la vida*. Conferencia, pronunciada en Bogotá el 28 de junio de 2005, organizada por la CAF (Corporación Andina de Fomento) y la FNPI (Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano). Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1228740-los-hechos-de-la-vida> Consultada el día: 04 de julio de 2013.

NAVARRETE, José

1995 *Ensayos desleales sobre fotografía*. Venezuela: Publicaciones del CONAC.

Galerías fotográficas, archivos digitales y hemerotecas de:

Agencia Venezolana de Noticias (AVN) / Cadena Capriles

Correo del Orinoco / *El Nacional*

El Periódico / *El Universal*

Blogs: <http://gilmfoto.blogspot.com/>
www.photomanifiesto.blogspot.com

MORELLA ALVARADO
MIQUILENA
(Venezuela)

Magíster en Estudios Socioculturales en el Instituto de Investigaciones Culturales (IIC) de la Benemérita Universidad Autónoma de Baja California (UABC), Mexicali, México. Magister en Multimedia Educativo por la Universidad de Barcelona (UAB, 2005), España. Licenciada en Artes, mención Promoción Cultural (1995), con Estudios en Teatro Latinoamericano por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Investigadora Agregada adscrita al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), Línea de Investigación Educación, Comunicación y Medios, en la UCV. Coordinadora General de la Especialización en Educación para el uso creativo de la Televisión, desde 2005. Coordinadora e investigadora por el Capítulo Venezuela del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL, años 2009-actual). Investigadora (PPI) años 2007-2010 en el Nivel I. Colaboradora en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales. Miembro del Consejo Editorial del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación.

Correo electrónico:
profesora.morella@gmail.com
Teléfono ININCO-UCV: + 58 212 6050444

Este artículo es resultado del trabajo de investigación correspondiente al Proyecto Individual titulado «Enfoques teóricos y metodológicos de la Educación para los Medios», financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la UCV (CDCH-UCV), bajo el Nro. PI - 07-00-6747-2007.



©Fotógrafo Morella Alvarado

La escuela al son de los medios. La relación Educación, Comunicación y Medios en el contexto venezolano de los años 30 y 40

The school to the sound of the media. The relationship Education, Communication and Media in the venezuelan context of the 30s and 40s

Recibido: 04/ 06/ 2013

Aceptado: 29/ 06/ 2013

© De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.

RESUMEN

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

La escuela al son de los medios. La relación educación, comunicación y medios en el contexto venezolano de los años 30 y 40

Los antecedentes de la relación Educación, Comunicación y Medios, son diversos e imbricados. En el presente trabajo se elabora una reseña de algunas de las iniciativas generadas en Venezuela, durante los años treinta y cuarenta, con el fin de reconstruir desde el punto de vista histórico, al campo de la Educomunicación y con ello, rehacer la memoria de la interdisciplina. Se realiza una primera categorización de los eventos y acciones reseñadas, a partir de los ejes articuladores de la relación Educación, Comunicación y Medios, señalados por Alvarado (2010), así como las categorías que proponen Bravo y Uzcátegui (2011) para la creación de una cronología de la educación en Venezuela.

Descriptores: Cine Educativo / Educomunicación / Legislación / Memoria / Radio Educativa / Venezuela.

ABSTRACT

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

The school to the sound of the media. The relationship Education, Communication and Media in the venezuelan context of the 30s and 40s

The history of the relationship Education, Communication and Media, are diverse and overlapping. In this paper we offer an overview of some of the initiatives generated in Venezuela, during the thirties and forties, in order to rebuild from the historical point of view, the field of Educommunication and thus memory redo interdisciplinary. It makes a first categorization of events and actions outlined, from the pivotal elements of the relationship Education, Communication and Media, reported by Alvarado (2010) and proposed categories and Uzcátegui Bravo (2011) for creating a chronology of education in Venezuela.

Keys Words: Educational Film / Educommunication / Legislation / Memory / Radio Educational / Venezuela.

RÉSUMÉ

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

L'école au son des médias. L'éducation de la relation, de la communication et des médias dans le contexte vénézuélien des 30s et 40s

L'histoire de l'éducation de la relation, de la communication et des médias, sont divers et se chevauchent. Dans cet article, nous vous proposons un aperçu de quelques-unes des initiatives générées au Venezuela, au cours des années trente et quarante, afin de reconstruire à partir du point de vue historique, le domaine de la Educommunication et donc refaire de mémoire interdisciplinaire. Il fait une première catégorisation des événements et des actions décrites, à partir des éléments pivots de l'Education de la relation, de la communication et des médias, rapportés par Alvarado (2010) et les catégories proposées et Uzcátegui Bravo (2011) pour la création d'une chronologie de l'éducation au Venezuela.

Mots clés: Film éducatif / Educommunication / Législation / Mémoire / Radio enseignement / Venezuela.

RESUMO

MORELLA ALVARADO MIQUILENA

A escola, ao som da mídia. A relação educação, comunicação e mídia no contexto venezuelano dos 30s e 40s

A história da relação Educação, Comunicação e Mídia, são diversas e sobrepostas. Neste artigo, oferecemos uma visão geral de algumas das iniciativas geradas na Venezuela, durante os anos trinta e quarenta, a fim de reconstruir a partir do ponto de vista histórico, o campo da Educomunicação e, assim, refazer a memória interdisciplinar. Ele faz uma primeira categorização de eventos e ações descritas, a partir dos elementos centrais da relação Educação, Comunicação e Mídia, relatados por Alvarado (2010) e categorias propostas e Uzcátegui Bravo (2011) para a criação de uma cronologia da educação na Venezuela.

Palavras-chave: Educação Cinema / Educomunicação / Legislação / Memória / Radio Educativos / Venezuela.



INTRODUCCIÓN

El binomio **educación-comunicación**, posee a nuestro juicio, cinco grandes ejes de relación que incluyen:

1. El proceso de comunicación que se genera en el espacio educativo (Comunicación Educativa, Didáctica Comunicacional, Pedagogía Comunicacional);
2. La utilización de los medios como tecnología en el ámbito educativo con fines instruccionales (Tecnología Educativa-Televisión y Radio Educativa), lo cual incluye a la educación mediada por tecnologías;
3. La inclusión de los medios en la escuela, como espacio para la recreación (Cine Club) o como espacio para la expresión manifiesta del aprendizaje del lenguaje escrito y otras competencias, lo cual se expresa principalmente a través del Periódico Escolar y del uso de recursos tecnológicos (Blogs, Grupos de Discusión, Wiki, Redes Sociales, entre otros).
4. Presencia de contenidos educativos en la producción mediática (Función educativa de los medios);
5. La inclusión de la comunicación, los medios y sus contenidos, como grandes áreas temáticas a estudiar principalmente al interior del sistema educativo, desde una perspectiva interdisciplinar (ALVARADO, 2010).

EC educomunicación

Desde este último eje se sustenta la denominada **educomunicación**. Esta perspectiva interdisciplinar propone a su vez, nuevas articulaciones:

- a. Incluye el trabajo con los medios de comunicación como objeto de estudio, desde el ámbito educativo formal y no formal. Y desde ahí se abordan los elementos que están implícitos en el proceso de

comunicación, a saber: mensaje, contexto, medio, audiencia, emisores, la industria mediática, entre otros.

- b. Estudia el lenguaje visual, audiovisual y todos los lenguajes de los medios y sus propias lógicas narrativas.
- c. Promueve la expresión creativa y el ejercicio de la ciudadanía, a través de las interrelaciones que se generan a partir del trabajo con los medios.
- d. Incentiva la educación en, con y para la comunicación.
- e. Incluye aportes de otras disciplinas que y no sólo de las que la conforman como interdisciplina. Por ejemplo, la Didáctica de Medios o Didáctica Medial.
- f. Contempla las miradas que la educomunicación genera sobre sí misma así como miradas externas.
- g. Coloca el énfasis en las mediaciones y en la Pedagogía de las Mediaciones (ALVARADO, 2010:44).

Aun con tales diferenciaciones, no es fácil categorizar a las experiencias y acciones vinculadas al binomio educación-comunicación. Ello porque los cruces e intersecciones son múltiples y variados, y tienden a establecer vínculos reticulares. De ahí, me proponga realizar una reseña de algunas de las experiencias que se han realizado en nuestro país y que se incluyen en alguno o varios de los ejes articuladores señalados. De igual modo, se organicen algunas de las referencias vinculadas al binomio educación y medios existentes en nuestro país durante las décadas del treinta y del cuarenta, a partir de una doble vertiente. Por una parte, los cinco grandes ejes articuladores señalados supra y por otra, se toman en consideración las cinco categorías que **Bravo Jáuregui y Uzcátegui** (2011), rescatan para la construcción de una cronología de la educación en Venezuela, adecuados a efectos del presente trabajo. Estos son:

Aspectos Normativos-Legal: Constituciones, Leyes, Decretos, Reglamentos, Resoluciones, Circulares, Ordenanzas, y otro tipo de ordenamiento legal que haga referencia y/o alteren la estructura y funcionamiento del sistema escolar.

Aspecto Político-Ideológico: Proyectos Educativos (Nacionales, Regionales, Sectoriales), Planes Nacionales, Programas y otras presiones de tipo propositivas que definan el deber ser de la educación. Planes y Programas Educativos de Partidos Políticos, Gremios, Organizaciones Civiles y/o No Gubernamentales. Ideas Pedagógicas.

Aspecto organizativo-estructural: Organización del Sistema, Función del Sistema, y sus distintos niveles y modalidades y/o sus equivalentes. Financiamiento, Edificaciones Escolares, Recursos Humanos, Matricula. Estructura del Gobierno Educativo: Ministerio de Educación y su estructura organizacional, regional, estatal y nacional.

Aspecto Pedagógico: Ideas Pedagógicas, Reflexiones Pedagógicas, Currículum, Obras Didácticas, Modelos Pedagógicos, Técnicas y Métodos de enseñanza, Evaluación: de los Aprendizajes, Curricular, y del Sistema, Pedagogos Venezolanos.

Eventos Generales del Sistema Escolar: Creación de Instituciones, Organizaciones Gremiales, Conflictos, Huelgas, Movimientos Estudiantiles, Problemas Educativos (Nacional y Regional) (2011: 186-187).

Las dos décadas que se reseñan en este artículo están marcadas por los cambios obligados que se generaron en el ámbito político. Son **veinte años transitados por once presidencias** (Victorino Márquez Bustillos 1915-1922; Juan Vicente Gómez 1922-1926; Juan Bautista Pérez 1929-1931; Juan Vicente Gómez 1931-1935; Eleazar López Contreras 1935-1936; Eleazar López Contreras 1936-1941; Isaías Medina Angarita 1941-1945; Rómulo Betancourt 1945-1948; Rómulo Gallegos 8 meses 1948; Carlos Delgado Chalbaud 1948-1950; Germán Suárez Flamerich 1950-1952); **una dictadura** (Juan Vicente Gómez, *El Benemérito*) y **dos golpes de Estado** (octubre de 1945 y noviembre de 1948). Aun con ello, desde el ámbito público el impulso dado a la inclusión de los medios en el campo educativo es inestimable. Con lo cual se reconoce que la denominada voluntad política es uno de los principales ingredientes para la generación de políticas y acciones vinculadas a la educomunicación, aunque no el único.



ANTECEDENTES



Los antecedentes de la relación educación, comunicación y medios, son diversos, así como las experiencias. Una de las más interesantes ocurrida en nuestro país, la reseña **Jesús Rosas Marcano** (1996, **foto izquierda**) y data del año 1825¹. Se trata de la propuesta realizada por el Coronel británico Eduardo Stophord, director del periódico *El Colombiano*, el cual circuló en Caracas entre el 9 de mayo de 1923 y el 29 de noviembre de 1826. Dicho periódico, editado en inglés y en español, tenía como fin principal, divulgar información de interés para los inversionistas ingleses. A partir de la práctica ya común en el contexto norteamericano, de introducir «los periódicos en las escuelas comunes» (ROSAS MARCANO, 1996:116), en la edición del 2 de marzo el Coronel Stophord afirma:

Si todos los de la presente generación hubieren leído en la edad primaria las gacetas, no veríamos ahora tantos políticos ignorantes y al mismo tiempo charlatanes y vocingleros como los que tenemos hablando continuamente sobre asuntos y tiempos que conocen tan poco como la gente que vivía antes del diluvio. Espero que todos los preceptores de la juventud consideren bien el asunto, y que los padres cuidaran que la escuela a donde envíen a sus hijos estén provistas de gaceta (Stophord en ROSAS MARCANO, 1996:116).

Tal vez dicha iniciativa también estuvo vinculada con las intenciones de modernizar el sistema educativo, por parte del poder central. Pocos años antes, en 1822, Francisco de Paula Santander promovió por decreto, la instauración de las escuelas de Enseñanza Mutua², en las ciudades de

¹ Sobre todo si se toma en consideración que el primer periódico que se publicó en Venezuela fue *La Gazeta de Caracas*. El primer número, de cuatro páginas a doble columna, apareció el lunes 24 de octubre de 1808.

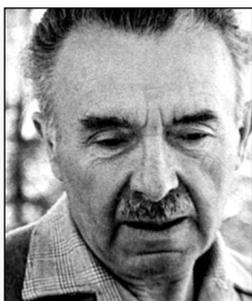
² Método concebido por Andrew Bell (1753-1838) y Joseph Lancaster (1779-1838) y que consiste en que los alumnos de más edad y con condiciones demostradas, se transformarían en monitores para, bajo la guía del maestro, enseñar los alumnos más pequeños. El método estaba dirigido fundamentalmente a masificar la enseñanza entre los grupos menos favorecidos.

Bogotá, Caracas y Quito. Simón Bolívar y Andrés Bello, quienes conocieron al creador de tal sistema educativo en Londres, lo contrataron para que se encargara de las escuelas de Caracas. «El método atrajo a los políticos y pedagogos latinoamericanos de comienzo del siglo XIX porque la educación masiva y universal coincidió con los ideales iluministas de los que se habían apropiado a partir de la difusión de la revolución francesa» (Narodowski en PADAWER, 2008:103). Joseph Lancaster estuvo en la ciudad de Caracas entre 1824 y 1827 y decidió marcharse debido a la imposibilidad de llevar a cabo el proyecto. El mismo incluía entre otros aspectos: la creación de un jardín botánico, un laboratorio de ciencias físicas, una biblioteca para los maestros en formación y una imprenta, para editar textos escolares. Tal vez Lancaster «esperaba formar buenos impresores entre los doce alumnos fundadores de la institución» (ROSAS MARCANO, 1996:116). En el ínterin, el 18 de marzo de 1826, el Congreso colombiano –que recordemos, legislaba al Departamento de Venezuela– promulgó la *Ley sobre la organización y arreglo de la Instrucción Pública*. La que posteriormente, daría pie a la creación de la *Dirección General de Instrucción Pública* en 1838, bajo el Gobierno del General Carlos Soublette³ A través de dicha ley, se promovió «una mejor educación a través de la creación ‘de buenos papeles periódicos’ lo que podría entenderse como una motivación a la utilización del periódico escolar o no como recurso de enseñanza» (ROJAS, 2007: 8). Lo cual muestra que en nuestro país ya existían iniciativas que reconocían la importancia de la relación educación/medios⁴.

³ El *Decreto de Instrucción Pública y Obligatoria*, no es promulgado sino hasta el año 1870, bajo el mandato de Antonio Guzmán Blanco.

⁴ Entre los antecedentes de una educación innovadora en nuestro país tenemos, las propuestas que realizaron el Padre Baltasar de los Reyes Marrero (1789-1791), catedrático de Artes y Filosofía, de la Real y Pontificia Universidad de Caracas (métodos de trabajo inspirados en el «buen gusto», el «estudio», la «investigación» y la «evidencia»; el Doctor Juan Agustín de la Torre (1750-1808) (el «saber útil» centrado en la transformación del medio; beneficios de una educación pública bajo la responsabilidad del gobierno; importancia del «cultivo» de la ciencia y diversificación de la educación para formar a los jóvenes en función de sus vocaciones y aptitudes); Fray Francisco de Andujar (1770-1817) (Gratuidad de la enseñanza de las matemáticas en función de su utilidad social); Miguel José Sanz (1756-1814) (Formación integral, instrucción universal, educación para la conciencia ética y métodos naturalísticos, importancia de la educación popular); hasta llegar a Simón Rodríguez (1777-1854), quien propone un plan de reforma y renovación de la escuela venezolana

Posteriormente y en otros contextos, la utilización de la prensa en el ámbito educativo tendrá dos referentes importantes que, a su vez, son parte de la denominada **Escuela Nueva: Leon Nikolaiveich Tolstoi (1828-1910) y Célestin Freinet (1896-1966)**. El primero a través de su *Iásnaia Polaina*, granja que funcionó como espacio educativo creado para los hijos de los campesinos. A partir de dicha experiencia, se reseña en el año 1862, la publicación de textos infantiles elaborados por niños, en la revista del mismo nombre *Iásnaia Polaina*.



Por su parte, **Célestin Freinet (foto izquierda)**, a inicios del siglo XX, generó acciones que permitieron a sus estudiantes integrar la práctica comunicativa, creativa y expresiva al ámbito escolar. Entre las innovaciones educativas de Freinet, está la denominada clase-paseo que permitía al estudiante, involucrarse de manera directa con el proceso de observación y la experiencia, y con ello, hacer significativo el aprendizaje⁵. Junto a ello, tres

actividades didácticas claves:

1. El *texto libre*: conformado por los «testimonios individuales presentados en clase por los alumnos que desean dar a conocer a sus condiscípulos acontecimientos que les han llamado la atención y en los que han participado» (LEGRAND, 1993:3).
2. El *periódico escolar*: como medio para vincular a la experiencia educativa con el espacio familiar.
3. La *correspondencia interescolar*, utilizada para establecer contacto con otras escuelas y dar a conocer testimonios individuales generados a través del texto libre seleccionados democráticamente en clase y modificados colectivamente con miras a su difusión. Resaltan sólo tres, aunque sus técnicas son mucho más amplias y abarcan: los planes de trabajo,

(criterios de norma y administración escolar, atención a los grupos sociales más desposeídos, valía del maestro y método flexible y novedoso) (MURGUEY, 2004).

⁵ Esta perspectiva pedagógica tuvo su equivalente en nuestro país, a través de la experiencia de Don Simón Rodríguez (1777-1854), anclado en los postulados de la denominada Corriente Naturalista.

conferencias, biblioteca de trabajo y la asamblea de clase. Su principal recurso: la *imprensa o limógrafo*. La imprenta, el diario y la correspondencia escolares se convertirán en los instrumentos primordiales de su revolución pedagógica. La propuesta de Freinet promueve el trabajo colectivo y cooperativo, a través de la colaboración, el respeto y la responsabilidad.

DE LAS ONDAS RADIALES

La aparición de la **radio** vino acompañada de la necesidad de otorgarle una intencionalidad educativa. Ello como producto de la seducción que de manera inexorable éste medio genera en las audiencias. De manera sorprendente, la asignación de este rol no provino del ámbito educativo, sino paradójicamente desde el entretenimiento, específicamente desde una de las disciplinas artísticas que privilegian la actividad en vivo y que, en oportunidades adquiere el carácter de subversivo: **el teatro**.



Destaca aquí, la propuesta realizada por Bertold Brecht, a través de *Las teorías de la radio 1927-1932*⁶. Entre sus preocupaciones, se encuentran el tema de la programación y producción de contenidos para la radio; la óptima utilización de la tecnología y sobre todo, el tema del financiamiento. Sobre este último hace especial mención a lo que compete a la recaudación y la ínfima inversión que se realiza en emisiones con fines culturales. Asimismo, establece una diferenciación que busca otorgar un fin didáctico al medio.

La cuestión de cómo se puede utilizar el arte para la radio y la cuestión de cómo se puede utilizar la radio para el arte –dos cuestiones muy distintas– tienen que subordinarse siempre a la cuestión, de hecho mucho más importante,

⁶ Dicho texto aparece en «*El compromiso en literatura y arte*», que es una recopilación artículos y apuntes realizados a lo largo de su vida.

de cómo se pueden utilizar el arte y la radio en general. Esta cuestión se contestará, si tenemos razón o nos la dan, de la siguiente manera: arte y radio tienen que ponerse a la disposición de fines pedagógicos (BRECHT, 2003:8-9).

La intención de Brecht era proporcionar algunas herramientas que permitieran aplicar la **crítica dialéctica** (tesis, antítesis y síntesis) a la vida misma, a través de la utilización de los recursos que aporta la tecnología. Ello con la idea de lograr las transformaciones necesarias que impactarían en la sociedad de inicios del siglo XX, todo ello bajo la perspectiva de la **teoría crítica**. Su propósito se complementa con las llamadas Piezas de Aprendizaje (*lehr-stücke*), en las que se incluye el *Vuelo Transoceánico. Radiojuego educativo para los escolares y estudiantes* (1929). A través de esta obra, ejemplifica su propuesta de trabajo con la radio como estrategia para integrar al espectador en los conflictos narrados y sobre todo, como un vehículo para divulgación ideológica. Para Brecht, la radio podría transformarse en un verdadero medio de comunicación en el momento en que integre la interacción entre emisores y receptores con fines ideológicos emancipadores. Ya, en otros contextos, se habían ensayado experiencias que apuntaban a estos usos, tal como *The Radio of Future* (1921), del poeta futurista ruso Víktor (Velimir) Vladimirovich Khlebnikov. Esto encontraría eco en los denominados radiodramas (radionovelas, radioteatro y radiocuentos), y en experiencias como

Danger (1924) en Inglaterra; *Maremoto* (1924)⁷ en Francia y *Spuk* en Alemania (1925)⁸.

En el caso de **Venezuela**, será durante el mes de mayo del año 1926, cuando el grupo conformado por dos militares: el Coronel Arturo Santana y el General F.A. Colmenares Pacheco; dos comer-



⁷ «Marémoto Radio-drame de la mer», original de Pierre Cusy y Gabriel Germinet, junto a «Agonie» de Paul Camille, obtuvo el premio de literatura radiofónica organizado por «L Impartial français».

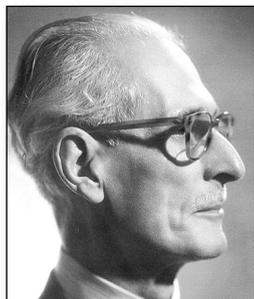
⁸ Para mayor información recomendamos ver André-Jean Tudesq (2000), «Les études sur la radio et la périodisation de la radio».

ciantes: Luis Roberto Scholtz y Alfredo Moller y un médico: Adolfo Bueno, agrupados en la empresa *Santana, Scholtz & Cía*, da inicio a la actividad comercial radiofónica, con la aparición de la estación A.Y.R.E. Disfrutar de la programación de la estación era posible sólo a través del pago de una cuota de acceso o suscripción, que permitía obtener el radio transitor. En las ciudades que tuvieron acceso a la radio, la vida social giraba alrededor de ella. La radio se conformó en el principal canal de información, de entretenimiento y de divulgación de ideas, a las que la mayoría de la población no tenía posibilidad de acceder, al menos en no su forma escrita.

En vista de que el acceso al medio implicaba para muchos una limitación económica, algunos ciudadanos con ingenio, replicaron en la clandestinidad los receptores de piedra de Galena (un Sulfuro de Plomo), que ya eran utilizados en otras latitudes. Estos aparatos de fabricación casera, permitieron democratizar el acceso y sobre todo, evadir el pago de las tasas correspondientes, lo cual, progresivamente, acabaría con una experiencia sustentada económicamente por los usuarios (CORREA, 2004). La utilización de la radio de galena será la que daría un giro al medio. Pasó del entretenimiento a la intención educativa, con preferencia dirigida a la audiencia infantil. Gracias a la técnica de la galena, **Rafael Rivero Oramas transmitió el programa *Tío Nicolás desde su propia casa***⁹. Los contenidos estaban destinados a divulgar información sobre la fauna, flora, costumbres y creencias venezolanas. Su frase más celebre: *mis queridos pitoquitos* (EDUMEDIA, 2005). Considerado como el padre de la literatura infantil venezolana:

En 1931 crea su famoso personaje «El Tío Nicolás», que él mismo define como «Viejo contador de leyendas y cuentos populares, inspirado en típicos campesinos de las montañas del estado Miranda». Estos cuentos comenzaron a transmitirse entre 1932-1937 por Radio Caracas, Radio Difusora Venezuela, Estudios Universo, Ondas del Lago y Radio Difusora Nacional hasta mediados de 1962 (PUERTA DE P, 2010: 87).

⁹ La data sobre la creación de dicho programa es señalada por algunos autores durante el año 1928, aunque la difusión por la radio comercial data de 1931. A partir del año 1935, dichas historias serían publicadas en el Diario *El Universal*, bajo la denominación *Aventuras del Tío Nicolás* en formato de historieta.



Aunque la aparición de la radio en nuestro contexto data de la década del 20, vemos que es durante el gobierno del **General Eleazar López Contreras** (1936-1941, **foto izquierda**), cuando se menciona por primera vez, la necesidad de utilizarla con fines educativos. Desde el punto de vista legislativo, la radio se incluye por primera vez en el *Reglamento de Servicios de Telecomunicaciones*, (Gaceta Oficial Nro. 17.630 del 19 de enero de 1932), promulgada bajo el régimen de Juan Vicente Gómez (1908-1935). Posteriormente, el 7 de febrero del año 1934, se anuncia el *Reglamento de Radiodifusión* (Gaceta Oficial Nro. 18.261), que se mantuvo vigente hasta el año 1937. Tan importante era el rol de la radio que, a la muerte del dictador Juan Vicente Gómez, *El Benemérito*, en diciembre del año 1935, se producen una serie de manifestaciones y protestas y, en vista de ello, el Gobernador del Distrito Federal Félix Galavíz decide suspender las garantías constitucionales, especialmente se prohíben «3. las comunicaciones telefónicas y por radio» (AGUDO, 1976:69). Ello por el potencial movilizador que posee. Reconocidas sus virtudes, el medio se incluye como un aliado de las políticas educativas. Esta iniciativa fue el resultado de las acciones destinadas a los sectores comunicativo y educativo propugnadas a través del célebre *Programa de Febrero* (1936). Así, encontramos en este programa, los apartados:

III. Vías de comunicación:

i) Mejora de los servicios postal, telegráfico, telefónico, radiotelegráfico y radiotelefónico. Reglamentación de las estaciones radioemisoras, y *establecimiento de una red nacional de radiodifusión con fines principalmente educativos* (...).

IV. Educación Nacional:

En este ramo, el plan del gobierno comprendería: a) Lucha contra el analfabetismo. (...) Divulgación cultural mediante escuelas ambulantes, conferencias de especialistas, el libro y *la radio* (LÓPEZ CONTRERAS, 1936: 4-5, *Cursivas nuestras*).

Combatir el alto índice de analfabetismo, que para el año 1936 alcanzaba al 70% de la población, sería el punto de honor del nuevo gobierno. El

Programa de Febrero, considerado como el I Plan de la Nación, fue dado a conocer al público masivamente a través de una alocución radial. Esta impactó a los radioescuchas, no sólo por lo que allí se dijo, y que era lo ansiado por una población que recién salía de un largo período de silencios, sino porque la posibilidad de oír al nuevo líder, a pesar de las distancias, implicaba una conexión/identificación emotiva que los gratificaba como audiencias. El **28 de julio de 1936, según Gaceta oficial n° 19.019, se promulgó la primera Ley de Telecomunicaciones**, sancionada en el Palacio Federal de Caracas. Ha partir de ahí, el General López Contreras, crea la *Dirección General de Radiotelefonía y Radiodifusión*, y se establece **la primera emisora radial de carácter público: Radio Nacional (29 de Julio de 1936)**. Posteriormente, en el año 1946, se inaugura la estación *Radiodifusora Nacional* que luego pasará a ser la *Radio Nacional de Venezuela*. Ésta se caracterizará, hasta el día de hoy, por ser «la emisora del Estado Venezolano o ‘la emisora del gobierno’ (...) la Radiodifusora Nacional quedó adscrita al Ministerio de Comunicaciones hasta el año 1947 cuando pasa a la Dirección de Cultura y Bellas Artes del Ministerio de Educación» (SAFAR y PASQUALI, 2006:77). La primera concepción implícita en lo que respecta al **uso del sistema mediológico en relación a la educación**, es su utilización como vehículo de difusión cultural, tal como se desprende de la siguiente cita:

A principios de enero de 1937, se decreta el nuevo reglamento de Radiodifusión, el cual define la naturaleza del servicio como ‘fomento de la cultura científica, artística, literaria y del comercio y sirve de entretenimiento del público oyente (SEGNINI, 1987: 65).

Dicho Reglamento de Radiodifusión¹⁰, publicado en Gaceta Oficial n° 19.160, de fecha 12 de enero de 1937, deroga al anterior reglamento publicado en 1934. Este impulso legislativo verá frutos en el sector educativo, con la creación del *Centro de Extensión Pedagógica del Ministerio de Educación Nacional*, según iniciativa del **periodista Alejandro Alfonso Larrain**, el día 30 de noviembre de 1938. A esta dependencia gubernamental se le asigna

¹⁰ El *Reglamento de Radiodifusión*, se apoya en las propuestas de la Convención Radiotelegráfica Internacional de Madrid y la Convención Internacional de Washington del 25 de noviembre de 1927.

la responsabilidad de capacitar a los maestros y aspirantes a ejercer la función docente, a través de tres secciones: Cursos por Correspondencia, Radio Educativa y Cine Educativo (EDUMEDIA, 2005). La función fundamental del centro sería ofrecer a los docentes no titulados, la capacitación necesaria para interactuar con los medios y propiciar su acercamiento a las comunidades. Es evidente que el incluir los medios en el aula, era una necesidad imperiosa que encontró acogida en la acción pública de ese momento. El Centro de Extensión Pedagógica también establecerá alianzas para la creación y difusión de contenidos, pero esta vez no con el sector gubernamental –tal como había sucedido años antes entre diversos ministerios– sino con la empresa privada, concretamente con *Radio Caracas (Broadcasting Caracas-1BC)* y *Ondas populares* (LAWLER, 1945)¹¹.

El 29 de julio de 1940¹², durante el mandato del **General Isaías Medina Angarita (1941-1945, foto izquierda)**, se promulga una **nueva Ley de Telecomunicaciones** (Gaceta Oficial N° 20.248), la segunda de nuestra historia y que **se mantendría vigente hasta el año 2000**. Más tarde, el 7 de febrero de 1941¹³, se decreta un nuevo Reglamento de *Radiocomunicaciones* (Gaceta Oficial Extraordinaria, Decreto 2.427). Con una perspectiva visionaria vinculada a las recientes invenciones en torno a la televisión, en el Art. 1 de la *Ley de Telecomunicaciones* se señala:



Salvo lo dispuesto en esta Ley o en leyes especiales, el establecimiento y explotación de todo sistema de comunicación telegráfica por medio de escritos, sig-

Salvo lo dispuesto en esta Ley o en leyes especiales, el establecimiento y explotación de todo sistema de comunicación telegráfica por medio de escritos, sig-

¹¹ Vale destacar que *Radio Caracas, la segunda emisora radial de la ciudad, inició actividades el 10 de Diciembre de 1930*, impulsada por Edgar Anzola, Ricardo Espina, Alfredo López y Williams Phelps. *Ondas Populares, inaugurada durante el 1935*, fue la tercera emisora radial que se estableció en la ciudad de Caracas, gracias a la concesión entregada por el Estado venezolano, al conocido empresario Gonzalo Veloz Mancera, quien años más tarde, en 1953, fundaría la primera televisora comercial del país *Televisa*, cuyo centro de operaciones se encontraba en la parroquia *El Valle*.

¹² Otras fuentes señalan como fecha de publicación en Gaceta Oficial el 1ro de Agosto de 1940.

¹³ La Gaceta Oficial N° 3.336 Extraordinario (1ro de febrero de 1941), referida al *Reglamento de Radiocomunicaciones* menciona que deroga «al del veintiséis de abril de mil novecientos cuarenta» y otras fuentes señalan que dicho reglamento fue promulgado el 5 de marzo de 1941.

nos, señales, imágenes y sonidos, de toda naturaleza, por hilos o sin ellos, u otros procedimientos o sistemas de transmisión de señales eléctricas o visuales, inventados o por inventarse, corresponde exclusivamente al Estado (En AGUDO, 1976: 201).

Las radiotelevisoras también se ven reflejadas en el Art. 20, vinculadas al apartado de penas y sanciones. A través de dicha Ley, el Estado se reserva el «establecimiento y explotación de cualquier sistema de comunicación lo mismo que su administración, inspección y vigilancia» (AGUDO, 1976: 84) Y junto a ello «revocar las autorizaciones que haya concedido para el establecimiento de tales servicios, suspender e impedir las comunicaciones y la emisión de mensajes» (*Ibidem*). Lo cual prefigura un control preventivo que posteriormente se haría discrecional. *El Reglamento de Radiotelecomunicaciones* de 1941, facilitó las acciones de Medina Angarita vinculadas al uso de los medios como recursos utilizados en la educación no formal. En el Art. 41 del *Reglamento de Radiocomunicaciones*, se hace referencia a los contenidos que deben tener las programaciones, lo cual es un claro antecedente de regulación de contenidos, que precede a la normativa posterior:

Las estaciones de Radiodifusión pueden establecerse con fines comerciales o con fines exclusivamente culturales. Las radiodifusoras comerciales son las únicas que pueden difundir programas comerciales y sólo mediante la emisión de anuncios, propagandas, menciones combinadas con la transmisión de conferencias, conciertos, obras teatrales, piezas musicales, noticias, comentarios y otros servicios de interés general y de divulgación cultural y científica (AGUDO, 1976: 205)

En el Art. 42, se enfatiza sobre la línea primordial de tales contenidos: «Deberán prevalecer programas artísticos y culturales y los anuncios y propaganda y menciones de índole comercial serán perifoneados en lenguaje conciso y distribuidos de forma metódica y amena, a objeto de no desvirtuar su fin primordial de educación y esparcimiento» (Agudo, 1976: 205). En el Art. 66, se reconoce de manera expresa la intención educativa que deben poseer los contenidos dirigidos a las audiencias infantiles: «los programas dedicados a los niños organizados por las estaciones radiodifusoras, deben tener por objeto la educación de la infancia, mediante el

desarrollo de temas y asuntos orientados a ese fin e inspirados en sentimientos nobles» (Agudo, 1976: 210). En este contexto, la radiotelevisión aún es considerada como un espacio de innovación tecnológica. De ahí que en el Art. 105 del Reglamento, se afirme que «Para la construcción y funcionamiento de estaciones de radiotelevisión sólo se expedirán permisos de experimentación científica» (AGUDO, 1976: 213).

De lo anterior se desprende que la administración de Medina Angarita preanuncia el doble carácter en el uso que los sistemas mediológicos tendrán a partir de entonces en el país: el comercial y el cultural. Para el segundo caso, el uso cultural será estrictamente difusivo y lo será de unos contenidos programáticos que oscilan entre la educación/formación/información circunscritos al campo cultural de las Bellas Artes (ALVARADO, 1995). Es este uso cultural no claramente definido, el que permitirá la oscilación de los contenidos mediáticos entre lo que se pretende educativo pero que sólo llega a ser estrictamente divulgativo.

La separación de los fines de la radiodifusión en ‘culturales’ y ‘comerciales’ estableció una de las perniciosas formas de liberar a los concesionarios de sus responsabilidades sobre estos bienes públicos, al mismo tiempo que los eximía de destinar recursos para capacitar personal y producir programas nacionales para la radiotelevisión, una de cuyas consecuencias ha sido la preponderancia del programa importado sobre el nacional en la programación radiotelevisiva, una muy baja calidad en la producción local y escasa diversificación y pluralismo en los contenidos (SAFAR y PASQUALI, 2006: 76).

Destacamos que la acción alfabetizadora lopecista, iniciada con el Programa de Febrero, tuvo sus antecedentes en las prácticas *civilizatorias* propuestas a lo largo del continente latinoamericano a finales del siglo XIX por Antonio Guzmán Blanco (Venezuela), Domingo Faustino Sarmiento (Argentina) y Porfirio Díaz (México), entre otros. Por ejemplo, en Argentina, se hablaba de las *maestras-niñas* de Domingo Faustino Sarmiento, promulgador de la célebre distinción entre *Civilización y Barbarie*. Se trataba de un grupo de aproximadamente sesenta y cinco maestras –y maestros– norteamericanos, que emigraron para fundar, dirigir u organizar las escuelas en dicho país.

En Venezuela, la labor educativa y cultural de López Contreras, contó con el respaldo de la contratada *Misión Pedagógica Chilena*. Ésta estuvo conformada por 14 profesores que trabajaron fundamentalmente en Educación Primaria, Educación Secundaria y en el área de Perfeccionamiento del Profesorado. De Costa Rica, se contó con la asesoría para la organización de las Escuelas Normales; de México, para las Escuelas Rurales y la Educación Campesina y, finalmente de Uruguay, con para las Escuelas Experimentales. Un referente importante de estas misiones pedagógicas, se encuentra en la España Republicana de la década del 30. Su objetivo: preparar planes de alfabetización concebidos como un instrumento de doble efecto, por una parte dinamizar la vida escolar y por la otra, proyectar la educación hacia la sociedad (ALVARADO, 1995)¹⁴. En nuestro país, muchas de estas acciones se realizaron por iniciativa de las autoridades de la época, entre los que destacan: Mariano Picón Salas, superintendente de Educación, Arturo Uslar Pietri, Rafael Vegas y Rómulo Gallegos, Ministros de Educación.

Estas delegaciones tenían como fuente de inspiración epistemológica la teoría de la Escuela Nueva, por eso su influencia en 'los programas de Educación Primaria del 10 de noviembre de 1936, (los cuales) fueron elaborados bajo la dirección de la Sala Técnica con la participación del Consejo de Instrucción, varios profesores y maestros venezolanos, los miembros de la misión chilena y el profesor boliviano Dr. Carlos Beltrán Morales' (RODRÍGUEZ, 1988: 50).

Los postulados de la *Escuela Nueva* también llamada Escuela Activa, –a la que pertenecieron tanto Tolstoi como Freinet– y de la *Escuela Moderna*, pregnaron al pensamiento educativo de los años cuarenta en nuestro país. La **Escuela Nueva** promulga la idea de que el proceso educativo debe basarse en aspectos diferentes al premio y al castigo, al modo de los presupuestos conductistas. Excluye asimismo a los exámenes, los cuales se habían institucionalizado como una forma de valoración desde el miedo, procedimiento que ganaba protagonismo en las escuelas públicas y en las

¹⁴ Vale destacar que las primeras misiones pedagógicas llegaron a nuestro país, en 1874, bajo la autorización de Guzmán Blanco. Así, «se autoriza el 12 de septiembre de 1874 al Cónsul de la República en el Imperio Germánico, para traer a 8 profesores y 2 profesoras de esa nación, para implantar el sistema de instrucción de Alemania en nuestro territorio» (Cedeño en BRAVO Y UZCÁTEGUI, 2003).

religiosas, principalmente. Basada ya no en la autoridad de maestro, ni en el contenido de los manuales, la Escuela Nueva coloca el énfasis en los procesos que cada individuo como persona, vive en el ambiente escolar. La observación y la discusión se tornaron así en los recursos principales que se esgrimieron como herramienta para la vida de quienes participaron de esta experiencia.

Mientras que la **Escuela Moderna** (experiencia catalana desarrollada entre 1901 y 1906), que surge bajo el lema *Escuela para todos*, tenía como objetivo, ofrecer opciones de instrucción a la clase trabajadora, como una opción de emancipación y práctica de libertad. Como parte de los recursos que enriquecerían su oferta educativa se encuentra: la adquisición de una imprenta, lo cual facilitaba la divulgación de su pensamiento y acción; así como la disponibilidad de espacios propicios para el desarrollo de una práctica educativa innovadora en su época, a saber, un laboratorio y un museo natural, lo cual colocaba al alumno en relación con la ecología y el ambiente, y una biblioteca, que le facilitaba el acceso directo a las fuentes de información, así como la incorporación de maestros dentro de su *staff*, que comprendieran su rol de mediador y apoyo.

Los niños y las niñas tendrán una insólita libertad, se realizarán ejercicios, juegos y esparcimientos al aire libre, se insistirá en el equilibrio con el entorno natural y con el medio, en la higiene personal y social, desaparecerán los exámenes y los premios y los castigos. Se hace especial atención al tema de la enseñanza de la higiene y al cuidado de la salud. Los alumnos visitarán centros de trabajo –las fábricas textiles de Sabadell, especialmente– y harán excursiones de exploración. Las redacciones y los comentarios de estas vivencias por parte de sus mismos protagonistas se convertirán en uno de los ejes del aprendizaje. Y esto se hará extensivo a las familias de los alumnos, mediante la organización de conferencias y charlas dominicales (Ferrer i Guardia en DÍAZ LUQUE, 2008).

El *Boletín de la Escuela Moderna* fue el principal recurso utilizado para la difusión de la experiencia, recurso que a su vez también fue vehículo para dar voz a los alumnos y con ello, visibilizarlos. Junto a ambas escuelas, las propuestas de John Dewey, también están presentes en la acción educativa venezolana de los años cuarenta. Así el **aprendizaje a partir de la ex-**

periencia, materializado a través de la problematización y el método de proyectos (Aprender desde el hacer) y las denominadas *Unidades de aprendizaje* de Henry C. Morrison, son elementos claves.

Las influencias de la Escuela Nueva y el pragmatismo de John Dewey se observan también cuando se aprobó la VIII Reforma Curricular de Educación (7 de noviembre de 1940) (...) 'en la introducción quedan establecidos los principios de fundamentar la enseñanza en la psicología, responder a los intereses y necesidades de los educandos, la actividad del alumno como base para el logro del aprendizaje, la integración de la escuela a la vida como respuesta a las necesidades individuales y sociales' (RODRÍGUEZ, 1988: 52-53).

La modernización de la acción educativa impulsó la creación y transformación de las *Escuelas Normales*¹⁵. Estas estaban destinadas a formar a bachilleres docentes con el único fin de incorporar a los maestros y maestras casi adolescentes, a la Educación Primaria y Pre-escolar. La acción inicial para la formación de maestros lo encontramos en noviembre del año 1876, cuando se decreta la creación de las primeras escuelas normales en Caracas y Valencia.

En estos centros, los cursos desarrollados tendrían una duración de seis meses, con clases de escritura, lectura, geografía, historia y las relacionadas con la constitución nacional. Para 1881, a las escuelas normales existentes en Caracas y Valencia, se sumaban las de Cumaná, San Cristóbal y Barquisimeto (Binggott en RODRÍGUEZ, 1998:103-104).

Otro antecedente importante de formación de formadores, lo encontramos en la creación del *Liceo Pedagógico* (Gaceta Oficial Nro. 6.466 del 29 de Julio de 1894). Este tendría la responsabilidad de «profundizar el estudio de la pedagogía, fundar una biblioteca escolar y promover congresos pedagógicos» (PEÑALVER BERMÚDEZ, 2005: 20). Como ejemplo de dichas escuelas normales, tenemos en Caracas, a los desaparecidos: *Instituto*

¹⁵ El establecimiento de las Escuelas Normales en nuestro país, tiene lugar a partir del año 1873, cuando el Dr. Martín J. Sanabria, Ministro de Fomento, promueve la creación de las Escuelas Normales. Algunas de estas escuelas se encontraban en marcha desde comienzos del siglo XX, como es el caso de la Escuela Normal para Hombres (1912-1913) y posteriormente Escuela Normal «Miguel Antonio Caro». Para el 17 de junio de 1924, se promulga la Ley de Instrucción primaria, Secundaria y Normalista (Gaceta Oficial Nro. 15.315).

Experimental de Formación Docente (1960-Los Ruices), *Escuela Normal Miguel Antonio Caro o Escuela Normal de Varones* (1945-Catia) y la *Escuela Normal Gran Colombia o Escuela Normal de Mujeres* (1950-El Cementerio). Desde estas instituciones, se impulsó el trabajo con los medios fundamentalmente desde la perspectiva de la tecnología educativa así como espacio de recreación y de manifestación de aprendizajes con respecto al lenguaje escrito¹⁶.

Así, la creación de centros educativos apuntaba por todos los medios a incluir al país en un necesario proceso de modernización y progreso, cónsono con los cambios que el país experimentaba. Las escuelas junto al potencial de la radio como medio, serían el nodo principal de la labor



divulgativa y transformadora. En tal sentido, señala **Luis Beltrán Prieto Figueroa (foto izquierda), Ministro de Educación durante el año 1948:** «Se prevé ampliar en forma tal la radio-recepción en nuestras escuelas, que éstas puedan ser agencias culturales en los pueblos menos comunicados de la República (...) (Prieto Figueroa en EDUMEDIA, 2005: 13). Junto a ello, tanto en la *Ley Orgánica de Educación Nacional* (1948), como en el *Estatuto Provisional de Educación* (1949), se propone a la **Educación Extra-Escolar** como

modalidad de enseñanza no formal, que servirá para divulgar los saberes necesarios y cumplir por una parte, con los postulados de la democratización cultural, es decir, «más cultura para todos» y por otra, con la noble labor de «culturizar a las masas». Esto último, en concordancia con tres de las tesis propuestas por Prieto Figueroa:

a. La del **Estado-Docente**, elaborada a partir de la noción de Estado-Social de Hermann Heller:

El Estado interviene, por derecho propio, en la organización de la educación del país, y orienta, según su doctrina política, esa educación. Depende la

¹⁶ En líneas generales, la utilización de la radio como tecnología educativa, viene impulsada por cuatro razones básicas: 1) La radio como recurso de comunicación que acorta distancias; 2) La radio como instrumento para la recuperación de la memoria oral; 3) La radio como educadora informal o indirecta; 4) La radio como vehículo para la transmisión de contenidos instruccionales (PRIETO CASTILLO, 1993).

orientación de una escuela de la orientación política del Estado. Si el Estado es nazista, la escuela es nazista. Si el Estado es falangista, la escuela es falangista. Y si el Estado es democrático, la orientación de la escuela necesariamente tiene que ser democrática (Prieto en FUENMAYOR *et al*, 2009: 78).

b. La del «**Humanismo Democrático-Humanismo-Educativo**», a propósito de John Dewey y que Prieto Figueroa define el «fin supremo de la educación»:

Desarrollar las virtudes del hombre, colocándolo en su medio y en su tiempo, al servicio de los grandes ideales colectivos y concentrados en su tarea para acrecentar y defender valores que, si fueran destruidos pondrán en peligro su propia seguridad, constituye en nuestro concepto, el fin supremo de la educación (...) principios que orientan un humanismo para las masas, en contraposición con el humanismo burgués, dirigido, como ya hemos visto, a las élites, y, sobre todo, no a las elites de los mejores, de los más inteligentes y valiosos, sino a los que estaban en posición de predominio por su riqueza, o por su poder (Prieto en FUENMAYOR *et al*, 2009: 81-82).

c. La de la **inclusión de los grandes grupos sociales a la educación**, lo cual quedó plasmado en el célebre documento «*De una educación de castas a una educación de masas*» (1951). Así, en la Ley Orgánica de Educación Nacional, define los mecanismos a través de los cuales se alcanzarán los fines de la Educación Extra-Escolar:

Artículo 58.—La educación Extra-Escolar utilizará para el cumplimiento de sus finalidades: bibliotecas, radiodifusoras, teatro y cine, exposiciones, audiciones musicales, conferencias, servicios de información, publicaciones, organizaciones recreativas y todo otro medio adecuado para elevar el nivel cultural colectivo. Igualmente se organizarán campos de cultivo y experimentación, exposiciones agropecuarias e industriales y talleres de perfeccionamiento para el trabajador, que funcionarán independientemente o anexos a escuelas, cuarteles, fábricas, haciendas, sindicatos y otras instituciones sociales y económicas. El Estado cuidará de que las actividades realizadas en el mismo sentido por personas e instituciones privadas estén orientadas dentro de los principios educacionales establecidos en la Constitución y en las leyes.

Y ahí, la radio jugaría un rol protagónico, fundamentalmente, por su alcance masivo y relativo bajo costo. Años después, las denominadas *Escuela del Aire*, en los Andes venezolanos, serán la modalidad de educación a distancia que derivó de la iniciativa de la Educación Extra-Escolar. Las acciones de la radio educativa se multiplicaron en nuestro país y en nuestro continente, a partir del impulso dado por la iglesia y por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), principalmente.

BAJO LA LUZ DEL CINE



La acción educativa impulsada por el Programa de Febrero, tuvo un importante apoyo en **Rómulo Gallegos (foto izquierda)**, quien se desempeñó como Ministro de Instrucción Pública, dependencia denominada después Ministerio de Educación Nacional (marzo-junio de 1936). Así, la marcada intención educativa asignada a la radio, se extendió al **cine**. Y será el Estado el encargado de responsabilizarse por las estrategias que garantizarán su difusión entre la población escolarizada. En la Gaceta Oficial del 02 de abril de 1936, se publicó el decreto para la creación de una Junta Nacional de Cooperación Cultural, considerando que:

Para la más rápida y eficaz realización de los fines que se propone el Gobierno en el desarrollo de su programa de difusión de la cultura entre las grandes masas de población campesina y obrera, por el empleo de medios para las Misiones Culturales, las Escuelas Ambulantes, conferencias de especialistas, el libro, el cinematógrafo y la radio, se requiere el concurso de nuevos organismos educativos (PAIVA PALACIOS, 1985: 12).

Dicha Junta estaría presidida por el Dr. Gonzalo Barrios. Una de las principales actividades de Gallegos, fue auspiciar el envío al exterior de Comisionados Especiales. A finales de marzo del año 36, José Ramón Gutiérrez viaja a los EEUU, para «estudiar y contratar todo lo relacionado al cine educativo» (PAIVA PALACIOS, 1985: 19). Lo cual también reseña Acosta (2009),

a partir de la Memoria y Cuenta del Ministerio de Instrucción Pública del año 1936, en la que se hace referencia a la creación de un cargo de:

Comisionado Especial de Instrucción, para estudiar en el exterior los nuevos métodos educativos y la inclusión de la educación visual en la enseñanza a través del cinematógrafo (...) La comisión para estudiar en los Estados Unidos la introducción del cine en las escuelas la contraerá José Ramón Gutiérrez (ACOSTA, 2009: 9).

El 26 de julio de 1936, en el Ministerio de Educación Nacional, se crea la *Sección de Servicios Técnicos* adscrita a la *Sección de Cine Educativo* «con la finalidad de proyectar películas culturales y de apoyo a los programas de educación primaria, secundaria y normal» (EDUMEDIA, 2005:12). Esto enmarcado en el macro objetivo de disminuir los altos índices de analfabetismo existentes en el país. La materialización de las acciones, corrieron bajo las órdenes del para ese momento Ministro de Educación Nacional, Dr. Alberto Smith –sucesor de Gallegos– quien menciona la **aplicación del Cine Educativo en la Escuela Primaria**, como un logro de su gestión. Señala José Miguel Acosta lo que sería la materialización de las iniciativas de capacitación:

Pesquisas en archivos oficiales revelan la creación en 1936 de la sección de Cine Educativo bajo la tutela de José R. Gutiérrez, Director Administrativo del Ministerio de Educación. Dicha búsqueda confirma igualmente los intereses del despacho por los nuevos métodos educativos, dentro de los cuales destaca la inclusión de la educación visual en la enseñanza a través del cinematógrafo. A partir de ese momento se intensifica la importación de películas y equipos de proyección con el fin de exhibir filmes didácticos en los planteles escolares del país (2009: 8)¹⁷.

La integración de tales innovaciones al aula, también se extendió a otras expresiones, como la **fotografía**. En el año 1936, se crea el *Departamento*

¹⁷ Cfr., José Miguel Acosta (2004: 10). «En ese corto plazo se cambia el nombre a Ministerio de Educación Nacional –antes Ministerio de Instrucción Pública– se prepara el proyecto de Ley Orgánica de Educación, se divide en dos la educación secundaria y se promueve la enseñanza objetiva a través del cine, actividad que jugará un importante papel en el desarrollo del cine educativo en el país».

de *Fotografía Nacional*, adscrito al Ministerio de Educación Nacional. La responsabilidad difusiva y educativa asumida por el Estado venezolano, se materializa en una acción sin precedentes, que se hace notar a través de las adquisiciones realizadas, tal como se desprende de la siguiente cita:

Será en este momento cuando se intensifique la compra de cintas educativas y equipos de proyección, con el fin de exhibir filmes didácticos y culturales en los planteles escolares del país. Al efecto, se exonera el pago de derechos de importación a numerosos accesorios necesarios al programa de cine escolar. Los pedidos incluyen en 1936, doce proyectores parlantes *Ampro Junior* para filmes de 16 mm y una dotación de cintas educativas; en el mismo año, el despacho adquiere una camioneta Chevrolet equipada con un proyector *Bell & Howell Filmosound* y una planta eléctrica portátil para ser utilizada en exhibiciones al aire libre (SUEIRO, 2007).

Los montos invertidos en dichas adquisiciones fueron de Bs. 14.395,10 para los doce proyectores y Bs. 9.017,55 para las películas educativas (PÉREZ, 2011). La motivación por integrar los medios al desarrollo educativo de la nación, fue más allá de la adquisición de equipos, pues también se extendió hacia la búsqueda de informaciones de experiencias similares que sirvieran de marco de referencia, tal como lo vimos anteriormente. Vemos así, que la función educativa que desde el Estado se le otorga a los medios, y en especial al cine, se concreta principalmente a través de acciones enmarcadas bajo los modos difusivos y divulgativos. Los intereses se centraron en la:

Propagación de ideas sobre higiene individual, higiene colectiva, higiene del hogar, sobre agricultura, ganadería, apicultura, modos de combatir las epidemias que pueden afectar estos ramos; en el terreno cultural, todos aquellos temas útiles en la propagación de ideas sobre artes, ciencia e historia y todo aquello que con éxito pueda adaptarse a los programas que rigen actualmente en la educación secundaria, primaria y normal (Memoria y Cuenta del Ministerio de Educación Nacional, citado por ACOSTA, 2004: 10).

Temas que posteriormente se conformarán en los principales ejes sobre los que trabajará la Radio y TV Educativa en nuestro país. La incorporación del cine en el aula, al menos en su dimensión divulgativa, se asu-

mió como una acción significativa en la política educativa pública de los años treinta. Así:

La Memoria del Ministerio de Educación Nacional de 1937, reporta la asistencia de 76.000 niños de ambos sexos a las sesiones de cine educativo realizadas durante los nueve meses de clases, así como la instalación de equipos de cine y la entrega de películas en las misiones rurales (SUEIRO, 2007).

Para ello, en dicho Ministerio se creó, durante el mismo año, una «Sección de Servicios Técnicos con un presupuesto de Bs. 644.200, compuesta por tres secciones, una de éstas se ocupó de la cinematografía escolar» (PÉREZ, 2011: parr-17). El alcance de esta acción en el campo educativo, tuvo proporciones interesantes, si se toma en consideración la cantidad de niños y niñas escolarizados para la época. Para el año 1936, la población de Venezuela era de 3.509.618. La población infantil en edad escolar (07 a 14 años era de 689.288 (19.63%)¹⁸. De esa población, sólo 207.371 (30.08%) estaban escolarizados. Así, según la cifra presentada por Sueiro, el porcentaje de niños y niñas que asistieron a las sesiones de cine educativo, alcanzó el 36.64% de la población inscrita en el sistema escolar. Así, con el propósito de lograr sus objetivos pedagógicos y sobre todo, de generar contenidos endógenos, desde el Ministerio de Educación Nacional se establecieron durante los años treinta, alianzas estratégicas con otros organismos gubernamentales, lo cual se evidencia en la siguiente cita:

En 1937, el Ministerio de Educación en cooperación con el de Sanidad y Asistencia Social producirá películas educativas y/o sanitarias adaptadas a

¹⁸ Según el cuadro «Población por sexo, según grupo de edad, censo de 1936» Cuadro Magnitud y Estructura, año 1936, del Instituto Nacional de Estadística de la República Bolivariana de Venezuela. En: <http://www.ine.gov.ve/buscador/mostrar.asp>. [Consulta, 29 de Diciembre de 2007]. En la I Convención Nacional del Magisterio Venezolano, organizada en 1936 bajo la conducción de Prieto Figueroa, se alertó sobre el total de población en edad escolar (calculada en 689.288 niños y jóvenes, según datos censales), tan sólo 19,9% estaba inscrito en algún colegio, y escasamente 14% asistía regularmente a clases (Márquez, 1992). Esta cantidad era atendida por 3.500 maestros, de los cuales nada más el 11% eran titulares de los cargos ocupados. De cada 1.000 jóvenes, 1 arribaba al bachillerato (Díaz Sánchez, 1937). El porcentaje de analfabetismo rondaba el 68,8% en la población de 15 años y más, de acuerdo a las cifras de la Dirección General de Estadísticas (BUTTO, 2002: párr-12).

nuestra realidad. Para acometer tal producción el 29 de enero de 1938 se funda el Instituto de Educación Audiovisual (IEA) bajo la dirección de Teodoro A. Bacé (ACOSTA, 2006: 8)¹⁹.

Observamos entonces, avances cuali-cuantitativos que resultan obvios en torno a la relación medios audiovisuales/escuela. Así, con el afán de superar la mera difusión de contenidos y la adquisición de equipos, la actividad se extiende al campo de la formación y a la preparación del personal técnico y artístico necesario para generar contenidos acordes con el contexto venezolano y con ello, darle vida a la producción audiovisual nacional. Aun con estos nobles propósitos, esta iniciativa no escapó de la discontinuidad programática que ha caracterizado a la acción de las instituciones públicas en Venezuela, según se desprende de la siguiente cita:

A pesar del éxito obtenido por las películas exhibidas en los planteles y de los elogios de la crítica, el IEA será clausurado en agosto del mismo año. Su cese coincidirá con el del Servicio Cinematográfico Nacional (1927-1938) y con el registro de la empresa presidida por Rómulo Gallegos. Estudios Ávila (1938-1942) absorberá ambas dependencias cinematográficas oficiales y el novelista conseguirá fusionar una estructura privada con otra pública; lo que confirma los estrechos vínculos entre el cine nacional y las altas esferas del poder político (ACOSTA, 2006: 8).

Esta vinculación poder político/medios, ya había funcionado en el caso de la radio, tal como mencionamos anteriormente con el Coronel Arturo Santana, quien era Edecán del general José Vicente Gómez, siendo éste último, el Vicepresidente e Inspector General del Ejército y no por coincidencia, hijo del Dictador Juan Vicente Gómez, Presidente de Venezuela durante veintisiete años consecutivos. Lamentablemente este primer intento por parte del Estado, sucumbe ante los intereses económicos y personales de un grupo de personalidades, entre los que se encontraba el destacado creador Rómulo Gallegos. Ello le da un giro a la actividad de promoción de la cultu-

¹⁹ La labor de Teodoro Antonio Bacé Flores, es reconocida y divulgada por la prensa. De él se dice que «ha cosechado notables triunfos en nuestro país en trabajos y producciones de películas educativas». *La Esfera*, Caracas, 30 de Enero de 1938, Cfr., José Miguel Acosta 2004, p. 11.

ra audiovisual que vincula a la educación y la comunicación, que va de lo público a lo privado y que posteriormente, intentará mantenerse bajo la figura mixta, en la que ambos sistemas (público y privado), harán lo posible por convivir juntos.

Durante el año 1947, el Centro de Extensión Pedagógica –creado en 1938– es cerrado para dar paso a la *Sección de Servicios de Cine, Radio y Teatro Escolares*, así como al *Servicio de Cine, Fotografía y Audiovisual*, adscritos a la *Dirección de Cultura y Bellas Artes* del Ministerio de Educación. Entre sus funciones se encontraba la creación de contenidos educativos en 16 y 35 mm, tal como lo señala el para entonces Ministro de Educación, Luis Beltrán Pietro Figueroa:

En el Servicio de Cine Educativo se ha planeado una serie de películas que tienen por objeto dar a conocer a nuestro país (...) Ya están terminadas las películas de la región andina, de la isla de Margarita y se comenzarán a filmar las que se refieren a la región de los llanos, de la costa, de la selva, junto con películas dedicadas especialmente a la industria petrolera y a la industria de la pesca. Esperamos que esta serie de películas educativas, hechas con sentido pedagógico y con técnicos especializados en la materia, puedan rendir la utilidad cultural que de ellas se espera (Prieto Figueroa en EDUMEDIA, 2005: 13).

Posteriormente, el 1ro. de Julio de 1949, por instancias de la Junta de Gobierno de los Estados Unidos de Venezuela, se creó el *Servicio de Cine y Fotografía* del Ministerio de Educación Nacional. Su objetivo principal: crear un banco de imágenes sobre la vida venezolana y con ello, exportar el ideal de nación. El mismo Prieto Figueroa (1951), expresa que el servicio de Cine Educativo, poseía 50 aparatos portátiles de proyección, además de 26 unidades móviles destinadas a la educación de adultos. Labor que, a sus ojos fue paralizada por la dictadura que se impuso en Venezuela, a partir de 1953 con el General Marcos Pérez Jiménez.

EJES Y CATEGORÍAS

Para cerrar, el **Cuadro Nro. 1**, pone en evidencia cuáles son los ejes y categorías que privaron en las acciones y eventos reseñados. Un primer

elemento que destaca: el eje de relación que se vincula con la tecnología educativa. Es decir, los medios al servicio de la educación y sobre todo, destinados a presentar y reforzar contenidos. Los temas claves: salud, identidad nacional, cultura general. Ello se explica, por lo que hemos mencionado era el punto de honor de los gobiernos de la época: reducir los altos índices de analfabetismo que imperaban en el país.

El segundo eje que predomina: el de la función educativa de los medios. Eje que se mantendrá a lo largo del tiempo, como una de las responsabilidades que a toda costa los medios deben cumplir. Lo anterior, como una forma de equilibrar los fines comerciales que aún mantienen. En lo que respecta a las categorías se observa, que la mayoría de los eventos reseñados, están vinculados con el proceso de modernización del Estado. Proceso que estaba acompañado, primero por el diseño de políticas públicas; segundo, por las reformas necesarias en materia legal y tercero, por la creación de la estructura tanto organizativa como infraestructural, a través de la cual se podía atender a las dos primeras. Junto a ello, el principal actor de esta acción sigue siendo el Estado, aunque por momentos establezca alianzas con el sector privado empresarial, tal como sucedió con la creación de Estudios Ávila o con la alianza entre el Centro de Extensión Pedagógica del Ministerio de Educación Nacional con *Broadcasting* Caracas 1BC y la estación radial Ondas Populares. Según la data recopilada, los actores individuales y la sociedad civil organizada, son escasos. Falta indagar en otras fuentes y con ello despejar las dudas. Queda por ver, cómo evolucionan éstas características en las próximas décadas en las que un nuevo elemento entra en escena: la **televisión**.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACOSTA FABELO, José Miguel

2004 *Rómulo Gallegos y el cine venezolano: Estudios Ávila 1938-1942*. Trabajo presentado para ascender a la categoría de Profesor Titular. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

ACOSTA FABELO, José Miguel

2006 *Cine didáctico en el Ministerio de Educación*. Venezuela 1938. Resúmenes de las IX Jornadas de Investigación Humanística y Educativa, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas.

ALVARADO MIQUILENA, Morella

2010 *La mirada latinoamericana en la educomunicación I. Conceptos básicos para educadores venezolanos*. Trabajo no publicado presentado para ascender a la categoría de Investigadora Asistente. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 254 pp.

1995 *De la blanca gestión a la gestión radical la política gubernamental en el Estado Bolívar 1988-1991*. Trabajo especial de grado no publicado, presentado para optar al título de Licenciada en Artes Mención Promoción Cultural, Universidad Central de Venezuela.

ÁVILA, Francisco

1941 La Gazeta de Caracas. Primer periódico de Venezuela En: *Revista Nacional de Cultura*, N° 30, 7 pp.

BRAVO JÁUREGUI, Luis y Ramón UZCÁTEGUI

2011 La Educación en Venezuela desde la memoria educativa venezolana. Una cronología En: *Investigación 186 Educativa: Venezuela en Latinoamérica Siglo XXI* (Parte II) Universidad Central de Venezuela, pp. 183-192.

2003 *Siglo XIX Educativo en Venezuela: Una Cronología Fundamental*, Colección Memoria Educativa Venezolana, Vol. II. Libro electrónico, Caracas.

BRECHT, Bertold

2008 Teorías de la radio 1927-1932, En: *Eptic Revista de economía política de las tecnologías de la información y comunicación*, Vol. V, N° 2, Mayo/Ago, 2003.

BUTTÓ, Luis Alberto

2007 *Síntesis histórica de los cambios ocurridos en el índice de desarrollo humano en venezuela entre 1936 y 1945*. Investigación y Postgrado. [online]. oct. 2002, vol.17, no.2 [citado 19 Mayo 2008], p. 113-140. Disponible en la World Wide Web: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872002000200005&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1316-0087.

CORREA, Carlos

2004 II. La radio, En: *Los medios de comunicación de Venezuela. Historia Mínima*. Fondo editorial de la Fundación de Trabajadores Petroleros de Venezuela, Caracas.

EDUMEDIA

2005 *Pioneros de la televisión educativa en Venezuela*. Edición Especial Cuadernos Edumedia, Fundación Edumedia, Caracas.

FUENMAYOR, Elsa; Deicy LÓPEZ; Alida OBERTO; Marilyn QUEVEDO; Rafael PIÑA; Marielys TALAVERA

2009 *Descripción de las Ideas Pedagógicas de «Luis Beltrán Prieto Figueroa»* www.revistaorbis.org.ve 13 (5) 73-85.

FERNÁNDEZ HERES, Rafael

1997 *La Educación Venezolana bajo el signo de la Escuela Nueva (1936-1948)*. Biblioteca de la Academia Nacional de la Historia, Caracas, p. 29.

LAWLER, Vannet

1945 «Music Education in Fourteen American Republics», en, *Music Educators Journal*, Vol. 31, N° 5 (Apr., 1945), pp. 16-19, Reston, Virginia.

LEGRAND, Louis

1993 Célestin Freinet (1896-1966). En *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada* (París, UNESCO: Oficina Internacional de Educación, pp. 425-441).

LÓPEZ CONTRERAS, Eleazar

1936 *Programa de Febrero, del General Eleazar López Contreras* (21 de febrero de 1936). Documento en línea. En: [http://www.anhvenezuela.org/admin/Biblioteca/Textos%20Historicos%20de%20Venezuela/Programa%20de%20Febrero%20del%20General%20Eleazar%20Lopez%20Contreras%20\(1936\).pdf](http://www.anhvenezuela.org/admin/Biblioteca/Textos%20Historicos%20de%20Venezuela/Programa%20de%20Febrero%20del%20General%20Eleazar%20Lopez%20Contreras%20(1936).pdf). [Consulta, 29 de Diciembre de 2007]

PADAWER, Ana

2008 *Cuando los grados hablan de desigualdad: Una etnografía sobre iniciativas docentes contemporáneas y sus antecedentes históricos*. Editorial Teseo, Buenos Aires, 348 pp.

PAIVA PALACIOS, Carmelo

1985 Don Rómulo Gallegos en el gabinete de 1936, Vicerectorado académico Universidad del Zulia, Maracaibo.

PEÑALVER BERMÚDEZ, Luis

2005 *La formación docente en Venezuela. Estudio Diagnóstico*. Instituto Internacional de la Unesco para la Educación Superior en América Latina y el Caribe.

PÉREZ, Nelson

2011 Cine educativo en el Ministerio de Educación Nacional. Venezuela: 1936-1952, En: *Cinerama. Historia del cine en Venezuela*. <http://cinemaucv.blogspot.com/2011/11/produccion-del-cine-etnologico-en.html>

PRIETO CASTILLO, Daniel

1993 *Uso de la radio como tecnología educativa complementaria*, Módulo 9. Noviembre 29 a Diciembre 3, CREAD-ISTEM, Costa Rica.

PUERTA DE P., Maén

2010 *La revista Tricolor y la construcción del imaginario nacional. Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*. Mérida-Venezuela. ISSN 1316-9505. Enero-Diciembre. Nº 16, pp. 75-90.

RODRÍGUEZ, Nacarid (Comp.)

1998 *Historia de la educación venezolana*. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

ROJAS, Reinaldo

2007 *Educación y nación: la formación del sistema escolar público en Venezuela, primera mitad del siglo XIX Heurística: revista digital de historia de la educación*, ISSN-e 1690-3544, Nº. 7, 2007, pp. 112-136

ROSAS MARCANO, Jesús

1996 *El periódico en la escuela y desde la escuela*. Fundación de los trabajadores de Lagoven, Caracas, 176 pp.

SAFAR, Elizabeth y PASCUALI, Antonio

2006 «La radiotelevisión pública en Venezuela», en *Radiotelevisión de Servicio Público: Un manual de mejores prácticas*, UNESCO, San José de Costa Rica.

SPIRITTO, Fernando

2005 *Las telecomunicaciones en Venezuela: los primeros pasos (1883-1946)*. Disponible en: <http://www.analitica.com/va/sociedad/articulos/6952595.asp>(Consultado el 03 de julio de 2013).

SUEIRO, Yolanda

2007 *Cronología del Cine Venezolano*. Comentarios en el Blog, correspondientes al 1ro de Noviembre de 2007. Publicado por: Dirección de Investigación y Documentación. Fundación Cinemateca Nacional, En: <http://cronologiadelcinevenezolano.blogspot.com/2007/10/1930.html#c6450769148035468811> [Consulta, 29 de Diciembre de 2007]

UZCÁTEGUI, Ramón

2006 «Memoria Educativa Venezolana. Una línea de investigación para el análisis y seguimiento de la institucionalidad educativa en Venezuela», En: *Revista de Pedagogía*, UCV, Vol. 27 N^o 78 Caracas, abril 2006.

MURGUEY, Valentin

2004 *Introducción*, Universidad Rovira y Virgil, Barcelona. En: <http://www.tdx.cat/bitstream/haudle/10803/8913/valentin00.pdf?sewence=1>

FIDEL PÉREZ VARELA
(Venezuela)

Magister Scientiarum en Comunicación Social (UCV, 2008) y Psicólogo (UCV, 1987). Es especialista del área de radiodifusión sonora, a la cual se ha dedicado desde el año 2004. En el año 2010 obtuvo el Premio ININCO al Mejor Trabajo de Maestría de las Universidades Venezolanas, en su primera edición. En 2013 obtuvo el Premio al Mérito, la Excelencia y la Productividad 2012 – Mención Investigación, que anualmente otorga el Sindicato APUFAT, que agrupa a los profesionales de la Universidad Central de Venezuela. Desde 2010 se desempeña como investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela.

Correo electrónico:
fidelucv@gmail.com

Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6930077



La vuelta a la radio en 80 años. Análisis de una muestra de documentos venezolanos sobre la radio para el período 1932-2012

*Round to the radio in 80 years.
Analysis of a sample of venezuelan
documents about radio for
the period 1932-2012*

Recibido: 04/ 06/ 2013

Aceptado: 29/ 06/ 2013

© De conformidad por su autor para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

Fidel Pérez Varela

La vuelta a la radio en 80 años. Análisis de una muestra de documentos venezolanos sobre la radio para el período 1932- 2012

Con el objetivo de conocer las características de una muestra documental venezolana sobre la radio, el autor realiza un arqueo de información, seleccionando un total ciento noventa y dos documentos de ciento cincuenta y tres autores. Ochenta y seis de tales documentos los clasificó como Investigación y Análisis teórico, y ciento seis como Otros documentos, en orden a criterios propios de determinación del valor científico de cada documento. En sus conclusiones indica que sus resultados evidencian poco interés en la radio como tema de estudio, y que ninguno de los autores de los trabajos que se considera de nivel científico acredita una trayectoria de investigación sobre este medio, lo que interpreta como señal del lugar que ocupa este medio en el interés de los investigadores.

Descriptores: Radio / Bibliografía radiofónica / Bibliometría / Venezuela.

ABSTRACT

Fidel Pérez Varela

Round to the radio in 80 years. Analysis of a sample of venezuelan documents about radio for the period 1932-2012

In order to know the characteristics of a sample documentary on Venezuelan radio, the author makes a tonnage of information, selecting a total documents hundred ninety-two hundred and fifty-three authors. Eighty-six of these documents were classified as research and theoretical analysis, and one hundred and six as other documents, in order to determine the criteria of scientific value of each document. The conclusions indicate that their results show little interest in radio as a subject of study, and that none of the authors of the papers that considered scientific level credits a research career hereby interpreted as a sign that the place of this means in the interest of researchers.

Keys Words: Radio / Radiofonic bibliography / Bibliometrics / Venezuela.

RÉSUMÉ

Fidel Pérez Varela

Le retour à la radio dans les années 80. L'analyse d'un échantillon de documents vénézuéliens à la radio pour la période 1932-2012

Pour savoir les caractéristiques d'un documentaire de l'échantillon sur radio vénézuélienne, l'auteur fait un tonnage d'information, en sélectionnant un total documentaire cent quatre-vingt-douze cent et cinquante-trois auteurs. Quatre-vingt-six de ces documents ont été classés comme recherche et analyse théorique, et cent et six comme autres documents pour déterminer les critères de valeur scientifique de chaque document. Les conclusions indiquent que leurs résultats montrent petit intérêt dans radio comme un sujet d'étude, et qu'aucun des auteurs des papiers qui ont considéré par ceci des crédits du niveau scientifiques une carrière de la recherche n'a interprété comme un signe que la place de ceci veut dire dans l'intérêt de chercheurs.

Mots clés: Radio / Radiophoniques bibliographie / Bibliométrie / Venezuela.

RESUMO

Fidel Pérez Varela

O retorno para o rádio em 80 anos. Análise de uma amostra de documentos venezolanos no rádio para o período 1932-2012

Para saber as características de um documentário de amostra em rádio venezuelano, o autor faz uma tonelagem de informação, enquanto selecionando um total documenta cem noventa-dois cem e cinquenta-três autores. Oitenta-seis destes documentos foram classificados como pesquisa e análise teórica, e cem e seis como outros documentos para determinar os critérios de valor científico de cada documento. As conclusões indicam que os resultados deles/delas mostram pouco interesse em rádio como um assunto de estudo, e que nenhum dos autores dos documentos que consideraram créditos de nível científicos por este meio uma carreira de pesquisa interpretados como um sinal que o lugar disto significa no interesse de investigadores.

Palavras-chave: Radio / Bibliografia rádio / Bibliometria / Venezuela.

PRESENTACIÓN

En este trabajo mostramos los primeros resultados presentados por el área de **Bibliometría** de la *línea de investigación de Radiodifusión Sonora* del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela. Como objetivo general nos planteamos conocer las características de ciento noventa y dos (192) documentos de ciento cincuenta y tres (153) autores, recuperados de veintidós revistas¹, un centro de documentación², nueve bibliotecas de siete universidades³ y dos bibliotecas públicas⁴ acerca de la radio producidos y/o publicados en Venezuela entre **1932 y 2012**, en tanto que como objetivos específicos establecimos:



1. Producir una clasificación de la información de los documentos recuperados en términos de: los períodos de tiempo, las áreas de interés predominantes y los autores;
2. Determinar la cantidad de documentos por períodos de tiempo, por áreas de interés predominantes y por autor.

25
aniversario

El presente reporte se enmarca en una **investigación documental de nivel exploratorio y descriptivo**. Se trata asimismo de una **investigación bibliométrica**, es decir, que procura obtener y proporcionar una información precisa acerca de documentos de determinadas características sobre un tema específico producidos en un ámbito geográfico y

¹ Comunicación, Anuario ININCO, Revista ININCO, Temas de Comunicación, Video Forum, Órbita, Edumedia, Apuntes, Cuadernos sobre Comunicación, Mediática, Nueva Sociedad, SIC, Enlace, Espacio Abierto, Fermentum, Miradas, Opción, Pasado y Presente, Presencia Ecueménica, Quorum Académico, Revista de Estudios Gerenciales y de las Organizaciones y Revista Venezolana de Gerencia.

² Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela.

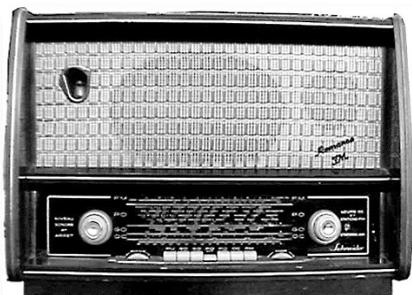
³ Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad Santa María (USM), La Universidad del Zulia (LUZ), Universidad Rafael Belloso Chacín (URBE), Universidad Nacional Abierta (UNA) y Universidad Metropolitana (UNIMET).

⁴ Biblioteca Nacional y Biblioteca Metropolitana «Simón Rodríguez».

en un período de tiempo definidos o, como se puede apreciar en Curiel (1999: 21), «...el estudio que procura cuantificar el proceso de la comunicación escrita, es decir, del conocimiento registrado en soportes documentales».

En este caso nos referimos a una muestra documental y a una muestra de bibliotecas. Nuestro objeto de estudio lo constituye una muestra de documentos, publicados y no publicados provenientes de las fuentes mencionadas, así como de nuestra biblioteca personal, y algunos obtenidos de Internet. La realización de esta actividad supuso el arqueo de al menos 4.900 registros de información, además de la revisión de los registros de 1.558 índices de los números de las revistas consultadas. Este artículo representa un extracto de un trabajo más extenso, por lo cual son omitidas varias partes del mismo para enfocarnos en parte de los datos obtenidos.

CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DEL MATERIAL



Dada la variedad de documentos manejados por nosotros en este trabajo (tanto por la calidad como por la naturaleza de cada uno) los evaluamos en función de su nivel académico y científico, en el sentido de su mayor o menor apego a las exigencias académicas universitarias y al método científico. En función de ello

dividimos los documentos en dos grupos: un primer grupo lo identificamos como **Investigación y Análisis teórico**. Nos referimos a trabajos de *investigación* cuando se aprecia el cumplimiento de lo requerido en toda investigación científica y el ajuste al método científico; y denominamos *Análisis teórico* al abordaje del tema que realiza el autor desde determinada perspectiva teórica, o el análisis que realiza de diversas perspectivas o modelos acerca del tema. El segundo grupo lo denominamos *Otros documentos*, e incluimos en él los documentos de poco o ningún valor o nivel científico propiamente dicho pero que deben ser registrados como aportes informativos acerca del medio estudiado.

A continuación presentamos la información de los documentos, organizada según la clasificación que ya hemos indicado, y dentro de cada una

de ellas, y de modo desagregado, los períodos, las áreas de interés y los autores que trabajaron cada una de ellas.

INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS TEÓRICO - ÁREAS DE INTERÉS

Aquí mostramos de modo esquemático los trabajos producidos para el período de 52 años de 1960 a 2012, que totalizan ochenta y seis (86), entre artículos (38), trabajos de postgrado (32), libros (8), trabajos de ascenso (3) e informes de investigación (5). A continuación, en los cuadros 1 y 2 podemos apreciar sintetizada –por período, área, autor y año– la información para los documentos incluidos en esta categoría.

Cuadro 1
Investigación y Análisis Teórico 1960–1999

Período	Área	Autor(es)
1960 1969	Radionovela	Colomina (1968).
1970-1979	Diagnóstico Situacional	Pasquali (1972). ININCO (1976, 1977, 1978). Capriles (1976), Tremonti (1977).
	Participación y Consumo	Albarracín, Blanco y de Kizer (1972). Parra de Araujo (1978).
	Radionovela	Bermúdez (1979a; 1979b).
1980 1989	Economía y Política	Hernández y Giménez (1984; 1988).
	Programación	Cabello (1985, 1986).
	Radionovela	Benítez (1984).
	Legislación	Fuenmayor (1983).
	Diagnóstico situacional	ININCO (1981?).
	Divulgación	Núñez (1984).
	Historia	Safar (1986).
1990	Diagnóstico Situacional	Prieto (1994); Rico (1997), IRFA (1998) Hernández Díaz (1992; 1993a, 1993b, 1994, 1997).

Cuadro 1 (continuación)

Período	Área	Autor(es)
1990	Participación y Consumo	Cañizales y Correa (1991). Mata (1992), Correa (1994).
	Economía y Política	Calderón y Moreno (1991). Hernández y Cinco (1997).
	Democracia	Arreaza (1997).
1999	Noticieros	Correa (1991b)
	Radio Rural	Cabello (1997)
	Comunicación Organizacional	García y Barrios (1997)

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

Cuadro 2
Investigación y Análisis Teórico 2000-2012

Área	Autor(es)
Mercadeo	Gámez (2003); Molaya (2003); Rivas (2004); Soto (2004); Villarroel (2005); Alvarez Alemán (2006); Ferrer Cubillán (2006); Aretuo (2007); Martínez (2007); Bracho (2008); Molina (2008); González (2009); Alviarez Olivares (2011); Atencio (2011), y Revilla (2012).
Gerencia	Rubio (2000); Petit (2003; 2004; 2007); Añez y Petit (2010); Gutiérrez (2004); Castro (2006); Ferrer (2006); Araujo (2009), Crespo (2010).
Diagnóstico situacional	García y Barrios (2000); Guzmán Cárdenas (2006); Pérez Varela (2008a; 2008b); Díaz (2010); Quiñones (2011).
Radio comunitaria	Padilla (2003-2004); Rodríguez y Velazco (2009); Benítez Mijares (2012).
Discurso, lenguaje y comunicación	Camacaro (2005); Castejón (2009); Sánchez (2011).
Tecnología	Ramírez (2005); Continanza (2008).
Radio educativa	Raniolo (2001); Montero y Mandrillo (2007).

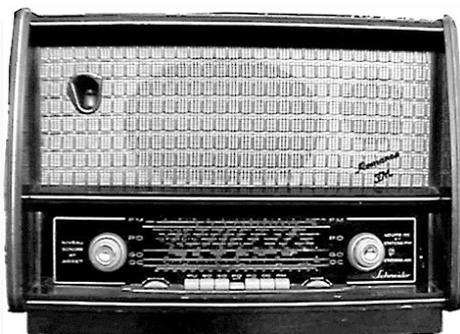
Cuadro 2 (continuación)

Área	Autor(es)
Legislación	Galifi (2005?); Abreu, Castro, Plumacher y Reyes (2010).
Cultura	García y Finol (2003).
Valores	Rupilo (2004).
Internet	Cebrián-Herreros (2009).
Periodismo	Martínez-Costa y Herrera (2006).
Estética	Pérez Varela (2012a).
Percepción	Pérez Varela (2012b).

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

OTROS DOCUMENTOS -ÁREAS DE INTERÉS

Esta categoría incluye **ciento seis (106) documentos**, entre artículos (57), libros (41), ponencias (5), trabajos de ascenso (2) y trabajos de postgrado (1). A continuación mostramos, por período, área, autor y año, la información de los documentos de esta categoría para los **períodos 1930-1979** (Cuadro 3), **1980-1999** (Cuadro 4) y **2000-2011** (Cuadro 5).



Cuadro 3
Otros documentos 1930-1979

Período	Área	Autor(es)
1930	Historia	Ceballos (1932).
1939	Tecnología	Yépez (1938).
1940 1949	Historia	La Voz del Táchira (1945).
1950 1959	NINGÚN DOCUMENTO RECUPERADO	
1960	Radio Educativa	Ancízar (1962); Ara (1963; 1967). Navascués (1965).
1969	Historia	Díaz (1960).
	Tecnología	Ara (1969).
1970	Radio Educativa	Vidal (1975); Encinas-Valverde (1976); Ecuér (1976). Cabezas (1977); Ibáñez (1977).
	Historia	De Armas (1975).
1979	Mercadeo, Publicidad y Ventas	Castro (1977).
	Política	Rondón (1976).
	Estética	Rondón (1977).
	Periodismo	Cabello (1978).

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

Cuadro 4
Otros documentos 1980-1999

Período	Área	Autor(es)
1980	Historia	Radio Caracas Radio (1980); Cortina (1981); Olivero (1986); Rivas (1986); Arteaga (1987); Soto y Fillol (1988).
1989	Participación y Consumo	Kaplún (1982); Parra (1986); Ibáñez (1989).
	Diagnóstico Situacional	Bisbal (1981); Brito (1986a).

Cuadro 4 (continuación)

Período	Área	Autor(es)
1980 1989	Radio Educativa	Brito (1986b); Cardona y Gondelles (1989).
	Radionovela	Herrera (1980); Skármeta (1989).
	Radio comunitaria	Gutiérrez (1984); Correa (1988).
	Economía y política	Smythe (1982).
	Divulgación	Carrillo (1982).
	Desarrollo	Serrano (1986).
	Frecuencia modulada	Bisbal (1985).
	Deporte	Hernández (1988).
1990 1999	Historia, Anécdotas y Crónicas	Escalante (1993); Marrugo y Urdaneta (1993); Yépes Peña (1993); Cortina (1995); Rondón (1997); Medina (1998).
	Radio Pública – Radio de Servicio Público	Brito (1991); Cabello (1991); Alfonzo (1992).
	Participación	Presencia Ecuménica (1990); Párraga (1997), Correa (1999).
	Periodismo y Noticieros	Hernández Díaz (1991); Rolfini y Castaño (1994).
	Radio Educativa	Lombardi (1997).
	Producción	Zavarce (1996).
	Diagnóstico Situacional	Safar (1992).
	Radio y cine	de la Nuez (1997).
	Radio frontera	Villamizar (1997).
	Radio clandestina	Radio Nederland (1991).
	Radio Regional	Manzanares (1991).
	Investigación	Correa (1991a).
	Economía	Bisbal (1991).
Varios	Manzanares (1992; 1993); Sanromán (1992?); Yépes Peña (1995); Ramírez (1997), Sánchez (1997); Fundación Bigott (1997; 1998).	

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

Cuadro 5
Otros documentos. 2000-2011

Área	Autor(es)
Historia	Barreto (2003); Correa (2004); Vidal (2004); Fuenmayor (2006). Olivero (2007); Andrade (2008); Churión (2011).
Producción	Castro (2001); López Vigil (2005a; 2005b; 2005c, 2006a; 2006b). Castro, Escalante y Durante (2007).
Periodismo y Noticieros	Pineda (2001); Lesma (2001); Escalante (2005); López Vigil (2008).
Radio Educativa	Correa (2000); IRFA (2002) García (2002).
Tendencias	Correa (2000); Pineda (2001).
Libertad de Expresión	Barrios y Urdaneta (2002); López Vigil (2006c).
Radio comunitaria	Martínez (2003-2004); Hernández y Marchesi (2008).
Divulgación	Cleer (2011).
Consumo	Prieto y Durante (2007).
Gestión	Lozano y Fuentes (2008).
Cultura	Acosta y Castellanos (2004).
Desarrollo	Girard (2001).
Varios	Yépes Peña (2002); Villamizar (2005).

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

CIFRAS DE LOS DOCUMENTOS PRODUCIDOS EN EL PERÍODO 1930-2012



En esta sección mostraremos las cifras para los documentos de las categorías *Investigación y Análisis teórico*, período 1960-2012 y otros documentos, período 1930- 2011, por área y por autor. Las tablas 1 y 2 muestran las cifras **de los documentos por período de tiempo** de la categoría de *Investigación y Análisis teórico*, y *Otros documentos*, respectivamente. Las

tablas 3 y 4 se refieren a los **documentos por área de interés de cada categoría**. Finalmente, las tablas 5 y 6 representan las **cifras para la cantidad de documentos por número de autores para cada tipo de documento**.

Tabla 1
Investigación y Análisis Teórico
Cantidad de Documentos sobre radio
Por período de tiempo

Período	Cantidad de documentos
1960 – 1969	1
1970 – 1979	10
1980 – 1989	9
1990 – 1999	17
2000 – 2012	49
Total	86

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

El primer dato que resalta es la poca producción documental para el lapso total de 44 años de 1968 a 2012 (partiendo de 1968, fecha de publicación del trabajo de Colomina) y que arroja un **índice de 1,95 documentos por año**. La década de los '60 apenas figura con el pionero trabajo de Colomina, y la década de los 70 parece ser –muy pobremente– la del inicio de los estudios sobre la radio, a juzgar por la cifra de 10 investigaciones sobre el medio, similar a la que corresponde a la década siguiente. La producción documental se duplica en los 90, al pasar de 9 a 17 publicaciones, y en la primera década del siglo XXI da un salto del 188% respecto al período anterior, lo que se explica por los 32 trabajos de postgrado incluidos en este período, los cuales representan el 65% del total de trabajos del mismo (49). El total de documentos para el período 2000-2012 (49) constituye el 57% del total histórico (86).

Tabla 2
Otros documentos
Cantidad de documentos sobre radio
por período de tiempo

Período	Cantidad de documentos
1930 – 1939	2
1940 – 1949	1
1950 – 1959	0
1960 – 1969	6
1970 – 1979	10
1980 – 1989	22
1990 – 1999	31
2000 – 2011	34
Total	106

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

La cifra de documentos para la categoría de Otros documentos (106) supera en 19% la cifra de los documentos de la categoría de Investigación y Análisis teórico (86), lo cual atribuimos principalmente al hecho de que en su gran mayoría son obras dirigidas a público no especializado, lo que supone que su elaboración represente menos obstáculos, plantee menores exigencias a sus autores y por ello más personas, de diversos niveles académicos y culturales, emprendan la tarea de producir y/o hacer pública una obra. Conviene recordar que en esta categoría se encuentran incluidos trabajos valiosos e interesantes de autores de renombre pero que por su naturaleza se acercan más al género de ensayo, reseña, anécdota, crónica o afines.

Para la categoría de Otros documentos, en la década de los 30 encontramos sólo dos obras, pero no por su escasez este dato deja de ser interesante, ya que incluye la obra más antigua que hayamos encontrado relacionada con la radio (Ceballos, 1932), publicada apenas seis años después del inicio de las transmisiones radiales en Venezuela y dos años después del inicio formal de la radio en este país. Si bien esta muestra de documentos no es representativa, algún indicio nos deben proporcionar estas cifras. Así, en los años 60 aparecen algunas publicaciones, con un ligero aumento para la década siguiente. En los años 80 ocurre un salto, superando en 120% la cifra de la

década anterior, en los años 90 se incrementa un 40%, y para el último período el incremento es del 10%. **La producción de los últimos 20 años representa más del 60% de la cifra histórica de documentos para este renglón.** En todo caso, se aprecia un aumento sostenido de la producción de este tipo de documentos en los últimos cincuenta años, pero dentro de la escala de la escasez que parece ser característica de las obras relacionadas con la radio.

A continuación (Tablas 3 y 4) mostramos las cifras de los documentos de las categorías de Investigación y Análisis Teórico, y Otros documentos por áreas de interés.

Tabla 3
Investigación y Análisis Teórico
Cantidad de documentos sobre radio por área de interés
Período 1960-2012

Área	Cantidad de documentos
Diagnóstico situacional	21
Mercadeo	15
Gerencia	10
Participación y consumo	5
Radionovela	4
Economía y política	4
Legislación	3
Radio comunitaria	3
Lenguaje y comunicación	3
Periodismo y noticieros	2
Tecnología	2
Radio educativa	2
Programación	2
Otros	10
Total	86

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

NOTA. La categoría de *Otros* incluye un (1) documento para cada una de estas categorías: Comunicación organizacional, Cultura, Democracia. Divulgación, Estética, Historia, Internet, Percepción, Radio rural y Valores.

La Tabla 3 nos muestra las cifras históricas de documentos de Investigación y Análisis teórico en todos los temas investigados para el período estudiado. Las cifras de las tres primeras categorías revelan el interés de los autores en saber *cómo se encuentra, cómo se maneja y cómo se vende la radio*. Estas tres categorías comprenden el 53% de la distribución. **Los 21 documentos ubicados en la categoría de Diagnóstico situacional representan el 23% del total de 86 documentos.** La cifra de 25 documentos en la categoría de Mercadeo y Gerencia (29% del total) es el resultado de un aporte muy alto –como ya hemos visto– de la cantidad de trabajos de postgrado de autores que en la última década se han interesado en este medio. El resto de los temas se distribuye con cifras muy similares, que no pone en evidencia un interés predominante. Esto se refuerza por el hecho de que temas como la radionovela, historia, participación y consumo, y radio rural, a juzgar por nuestros datos, no parecen motivar a los investigadores desde hace un buen tiempo, teniendo en cuenta que los últimos trabajos sobre estos temas fueron publicados en 1984, 1986, 1994 y 1997, respectivamente.

La cifra de trabajos de diagnóstico situacional pone en evidencia el interés de los autores por conocer el contexto y el medio radiofónico venezolano, a nivel nacional, regional y local en sus diversos aspectos. Esto, por una parte, obedece a una motivación típicamente científica de construir una imagen lo más precisa posible de la situación del medio respecto a determinadas variables, con el objeto de identificar tendencias y niveles comparativos de desarrollo del sector, vislumbrar escenarios, y para evaluar políticas y estrategias tanto públicas como privadas, entre otros posibles fines. En todo caso, este tipo de estudios de monitoreo, de observación del sector de la radiodifusión sonora representa una tarea necesaria, ya que aporta información muy útil para la comunidad de investigadores de la comunicación.

Tabla 4
Otros documentos
Cantidad de documentos sobre radio por área de interés
Período 1930-2011

Área	Cantidad de documentos
Historia	23
Radio educativa	15
Varios	10
Producción	8
Participación-consumo	7
Periodismo-noticieros	7
Radio comunitaria	4
Economía y política	3
Radio pública – Radio de servicio público	3
Diagnóstico situacional	3
Tendencias	2
Divulgación	2
Radionovelas	2
Tecnología	2
Desarrollo	2
Libertad de expresión	2
Otros	11
Total	106

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

Resalta, en primer lugar, en la Tabla 4 la cifra de documentos de historia. Habiendo revisado las obras referidas de Historia y visto su nivel y naturaleza, este dato lo explicamos por el gusto y el placer humano intrínseco de narrar libremente, en un contexto sin compromisos teóricos o metodológicos que, como ya señalamos, le permite la elaboración de un texto histórico a personas que por lo general no tienen formación en investigación.

Un texto histórico de nivel científico plantea unas exigencias que sólo puede satisfacer un profesional especializado, y cuantitativamente ello se evidencia en el hecho de que entre los documentos que abordan la historia de la radio ubicados en la categoría de Investigación y Análisis teórico (Tabla 3) sólo se encuentra un documento, que es un Trabajo de Ascenso. Llama también la atención que el área del *Diagnóstico situacional* ocupe el primer lugar entre los documentos de *Investigación y Análisis teórico*, con 21, mientras que la misma categoría en *Otros documentos* apenas llegue a 3. En este caso se trata de documentos producidos por investigadores conocidos pero que ubicamos en esta categoría por tratarse de documentos breves y de baja complejidad aunque no de baja calidad. El monitoreo, la observación y el registro de hechos y elementos relacionados con medios de comunicación –en este caso la radio– son tareas consustanciadas con el método científico y la investigación, que se ponen de mayor relieve en los documentos de la primera de las categorías, de ahí la mayor preponderancia de estudios de este tipo en dicha categoría.

La categoría Varios –que aparece aquí en tercer lugar con 10 documentos– no figura entre los documentos de *Investigación y Análisis teórico*: lo cual atribuimos al nivel de complejidad de tales documentos, que en el caso de esta última categoría lo apreciamos como de mucha mayor cuantía respecto a los que se ubican en la categoría de *Otros documentos*, justamente por la naturaleza algo más laxa de éstos, bien por el nivel del discurso, el tratamiento de la información, el propósito comunicacional, el destinatario posible del texto, la longitud del mismo, los posibles aportes de relevancia, el número de fuentes, la cantidad de información manejada, etc., lo que, no necesariamente les resta calidad o seriedad.

En el caso de los documentos de *Participación y consumo* apreciamos que se presentan en una cantidad similar en la categoría de *Otros documentos* (7 documentos) a los de la misma categoría que en *Investigación y Análisis teórico* (5 documentos), lo que evidencia una distribución equivalente del interés hacia estas áreas desde ambas perspectivas. El dato de trabajos sobre la *radio educativa* también es interesante porque mientras aquí ocupa el segundo lugar (14% del total de 106 obras), apenas aparece entre los trabajos de nivel científico (Tabla 3): sólo dos (2%) de un total de ochenta y seis, lo que evidencia notable desinterés de los investigadores por este tema, posiblemente

te debido a que la percepción de la utilidad de la radio para la educación y el desarrollo, que tuvo cierta fuerza en los años 60 y 70, ha sido desplazada hacia el video, la televisión, en primer lugar, y posteriormente Internet.

ÁREAS CON MAYOR NÚMERO DE DOCUMENTOS POR PERÍODO DE TIEMPO

En cada período los intereses de los autores se distribuyen de cierta manera y por lo general se concentran mayoritariamente en determinadas áreas, en respuesta a factores coyunturales, individuales, o de otra naturaleza. En todo caso consideramos importante mostrar estos intereses predominantes, para poder tener una visión más completa de las cifras aquí proporcionadas.



Históricamente, las décadas en las que podemos observar algún predominio cuantitativo entre las áreas de la categoría de *Investigación y Análisis teórico* son las décadas de los 70, los 90 y la primera década del siglo XXI. Según podemos derivar de la revisión del Cuadro 1, el área que presenta más documentos en la década de los 70 fue la de **Diagnóstico situacional**, con 6 de un total de 10 en las cinco categorías para el período. En los años 80 no predomina ningún interés, ya que los 9 trabajos del período se distribuyen casi homogéneamente entre las 7 categorías. En los 90 el área de diagnóstico situacional vuelve a aparecer con una cifra superior al resto: 8 trabajos de un total de 17 para las 7 categorías del período, en el cual destacan los cinco minuciosos estudios de **Hernández Díaz** sobre la estructura técnica de la radio y la televisión venezolana. Estos trabajos fueron comenzados en los inicios de la operación de la radio en Frecuencia Modulada en el país, que ocurrió luego de un proceso que el autor critica, y que en su momento analizaron Calderón y Moreno (1991), donde subrayaron los elementos políticos que entraron en juego en dicho proceso, de modo que obedecieron a una coyuntura histórica a la que se imponía hacerle seguimiento, como lo hizo el referido investigador. El otro trabajo que se orienta en el mismo sentido es el de Rico (1997), que representa un registro

valioso de las emisoras de radio por lo completo y detallado. En ambos casos el interés es conocer lo existente, luego de la reconfiguración del mercado de la radiodifusión sonora.

En la primera década del siglo XXI el predominio entre los documentos de la categoría de *Investigación y Análisis teórico* se aprecia en las áreas de **Mercadeo y Gerencia**: con 25 documentos entre ambos (casi todos, trabajos de postgrado de universidades privadas), que representan el 51% del total de 49 documentos para el período. Este dato lo vinculamos al creciente interés por estas disciplinas, al cual las instituciones de educación superior han respondido con la creación de carreras y postgrados afines a las mismas. Asimismo, la orientación del interés de estos autores hacia la radio, en el contexto de estas áreas, denota la percepción del medio como empresa y la necesidad y conveniencia de estudiarlo desde esa perspectiva.

Dentro de las obras ubicadas en la categoría de *Otros documentos* prevaleció el interés por las áreas de **Radio Educativa** (período 1960-1979) e **Historia** (1980-2011), con el reciente agregado del interés por la **Producción Radiofónica** (2000-2011). En el caso de la radio educativa, no es casual que los primeros textos se ubiquen en la década de los 60, ya que ello está directamente conectado con la creación en 1961 de Radio Tovar, en el Edo. Mérida –posteriormente llamada Radio Occidente– emisora que fue ejemplo del empleo de este medio desde una perspectiva educativa y desarrollista. En el caso del interés hacia la *Historia* conviene apuntar que los textos ubicados en esta categoría son reseñas breves, anecdóticos o cronologías, en su mayoría sin nivel académico, y cuya producción vinculamos al deseo y placer de narrar, que no suele estar asociado a rigor de ninguna especie. Finalmente, la figuración del área de *Producción radiofónica* resulta comprensible, dada la renovación del interés hacia la radio que ocurrió en Venezuela a principios de la década de los 90 del siglo XX por el inicio masivo de la operación comercial de la FM, que se vincula directamente con el inicio de los estudios formales de locución en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela en la segunda mitad de los años noventa del siglo XX.

PRODUCCIÓN DOCUMENTAL POR CANTIDAD DE AUTORES

En las tablas 5 y 6 podemos apreciar la cantidad de obras por número

de autores, tanto para la categoría de Investigación y Análisis teórico como para Otros documentos.

En las cifras mostradas en la Tabla 5 se evidencia que el 89% de los autores (71) presenta sólo una obra, pero debemos recordar que en esta cifra se ubican los **32 trabajos de postgrado**, que constituyen el 45% del total para los

Tabla 5
Investigación y análisis teórico
Cantidad de documentos por número de autores

Cantidad de autores	Cantidad de documentos
71	1
3	2
2	3
3	4
1	5
80	—

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

NOTA Esta Tabla nos indica la cantidad de documentos producidos individualmente por cada autor incluido en la cifra de la columna de la izquierda. Los autores son considerados individualmente aunque sean coautores de un mismo documento.

Tabla 6
Otros documentos
Cantidad de documentos por número de autores

Cantidad de autores	Cantidad de documentos
61	1
13	2
4	3
1	5
1	7
80	—

Fuente: Elaboración propia, Fidel Pérez Varela. 2012.

NOTA Esta Tabla nos indica la cantidad de documentos producidos individualmente por cada autor incluido en la cifra de la columna de la izquierda. Los autores son considerados individualmente aunque sean coautores de un mismo documento.

autores ubicados en esta categoría. Los autores con dos obras son Manuel Bermúdez, Julio Cabello y Edinson Castro. Los autores que presentan tres obras son Carlos Correa y Dulce García. Por su parte, **el ININCO, Fidel Pérez Varela y Elsa Petit acreditan cuatro autorías, y Gustavo Hernández Díaz, cinco.** Este grupo de nueve autores representa el 11% del total histórico de 80, lo que dibuja –junto a las cifras bajas de producción documental– lo que ha sido y parece continuar siendo la producción documental sobre la radio en la comunidad de investigadores de la comunicación en Venezuela.

En el caso de los documentos ubicados en esta categoría de Otros documentos vemos que el 76% (61 autores) presenta una obra. El 16% de los autores (13 de ellos) acredita dos obras, y son Ángel Ara, Marcelino Bisbal, Julio Cabello, Edinson Castro, Alfredo Cortina, Esther Durante, Ignacio Ibáñez, María Angélica Olivero, Mildred Pineda, Javier Vidal, Gustavo Villamizar y Oswaldo Yépes. Los autores de tres obras son Héctor Escalante, Berta Brito, César Miguel Rondón y Elsy Manzanares. Carlos Correa figura con cinco trabajos y José Ignacio López Vigil con siete.

LIMITACIONES



Como en todo trabajo de investigación, en el presente nos enfrentamos a factores que establecieron límites a nuestro trabajo, en lo relacionado a las bibliotecas y las revistas. En relación a las bibliotecas mencionemos que además de las universidades incluidas en este estudio nos propusimos obtener información de otras universidades, tanto de Caracas y el Edo. Miranda como del interior, y lo hicimos con las universidades Fermín Toro (UFT), del Edo. Lara, Bicentenario de Aragua (UBA), Monteávila (UM) y Católica Santa Rosa (UCSR) del Edo. Miranda, Arturo Michelena (UAM), del Edo. Carabobo, Universidad de Los Andes (ULA) y Universidad Cecilio Acosta (UNICA) del Edo. Zulia. El contacto fue imposible –por cualquier vía– en el caso de la ULA y la UNICA, y en una tercera la persona de autoridad no pudo atender a nuestra llamada. Recibimos información sobre trabajos de radio de las universidades UBA, UFT, UM, UCSR

y UAM, sin embargo decidimos no incluirla por tratarse de una búsqueda realizada por terceros, lo cual de alguna manera le resta confiabilidad, ya que es el investigador quien debe realizar directamente la búsqueda, porque es él quien conoce sus criterios, sus necesidades, su línea de investigación y su proyecto; y su formación, experiencia y habilidades le permiten realizar esta procura de información de una forma completa y sistemática de modo de garantizar a sus lectores una información de alta calidad. Esta consideración no implica queja alguna de parte nuestra a quienes nos enviaron información (mas bien un absoluto agradecimiento) sino constituye una auto-crítica por no haber diseñado mejor la búsqueda de información en otras universidades, la cual exige un protocolo especial.

En relación al grado de exhaustividad y representatividad de las cifras contenidas en este trabajo deseamos señalar que si bien los artículos recuperados provienen de la totalidad de las revistas académicas de comunicación que han sido editadas en Venezuela hasta el presente, así como de todos sus números, en el caso de las revistas de otras áreas no fue así, aunque el número de índices revisados fue mayor en este segundo grupo: 1264 en este caso y 300 en el caso de las revistas de comunicación. Similar observación podemos formular respecto al número de bibliotecas consultadas, en el sentido de que representan un porcentaje muy pequeño de las existentes en el país. Sin embargo, ya hemos indicado que se trata de la primera parte o primer reporte de una investigación en progreso. A lo que apuntamos a mediano plazo es a abarcar la totalidad o casi totalidad de las bibliotecas del país.

CONCLUSIONES

- Si bien nuestras cifras son preliminares, proveniente de una muestra parcial de bibliotecas y de áreas del conocimiento, la baja producción de documentos de valor científico que se evidencia (apenas 86 para un período de 52 años) estaría apuntando hacia la ratificación del **desinterés hacia la radio como tema de investigación**, tal como lo han afirmado los autores referidos en este trabajo. En todo caso, la continuación de nuestra exploración permitirá consolidar o no esta tendencia. Teniendo en cuenta siempre que nuestras afirmaciones alcanzan sólo hasta nuestras

fuentes de información, hay que concederle importancia a la cifra de trabajos de postgrado sobre la radio que hemos podido registrar y que ha apuntalado el salto notable de 188% en la producción documental de textos sobre radio en la última década. Esto muestra un interés sobre la radio realmente llamativa y que ha contribuido a mantenerla como tema de investigación.

- Ningún autor de los incluidos en este estudio muestra lo que pudiéramos llamar una *trayectoria* en investigación de la radio, lo que comunica el lugar que ocupa la radio en el interés de los investigadores, y de quienes no lo son pero que en algún momento han decidido aproximarse al estudio dicho medio.
- Consideramos no exagerar al afirmar que respecto a la radio en Venezuela queda prácticamente todo por investigar y así las cifras lo indican. No sólo no parecen existir trayectorias de investigación sobre este medio sino que tampoco hay áreas ampliamente trabajadas, lo que hace de la radio un medio científicamente desconocido. Se impone, pues, el surgimiento de investigadores que se interesen en este medio y el respaldo de las universidades y de las editoriales a la difusión de los trabajos que sean realizados sobre este medio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Debido a las limitaciones en cuanto al número de páginas de cada artículo que establece este Anuario, y dada la magnitud de nuestra lista de referencias (201 en total), decidimos publicarla en esta ubicación en Internet: <http://fidelucv.wordpress.com/2013/06/04/referencias-articulo-la-vuelta-a-la-radio-en-80-anos/>

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS (Venezuela)

Doctorante en Humanidades, Magíster Scientiarum en Administración (2002), Especialista en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo (1997) y Sociólogo por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Director, Profesor Agregado e Investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la UCV. Representante del Área de Comunicación Social de los Postgrados de Facultad de Humanidades y Educación de la UCV (2012-actual). Director Editor del Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación. Diseño, Coordinación General y docente de la Maestría en *Gestión y Políticas Culturales* de la UCV. Responsable de la línea de investigación *Sociedad Informacional, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura* del ININCO-UCV. Profesor de postgrado del Máster en Comunicación Social UCV y en la Especialización de Gerencia de las Comunicaciones Integradas, Universidad Metropolitana (UNIMET). Docente de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Miembro de Comités Editoriales de Revistas Internacionales sobre Comunicación. Investigador acreditado por el Programa de Promoción del Investigador (PPI 8480) 2007-2010 en el Nivel III. Ha publicado siete libros y coautor de tres sobre Políticas Culturales, Economía de la Cultura y Consumo Cultural. Su más reciente libro *Economía Creativa e Innovación. Industrias Creativas, Culturales y de Contenidos Digitales* (2012, Editorial Académica Española). Autor de capítulos en más de 21 libros. Responsable de diez proyectos financiados, tanto nacional como internacional, en los últimos seis años. Colaborador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales con más de 61 artículos académicos publicados. Miembro en calidad de Asociado y Coordinador General del Grupo de Trabajo *Estudios Culturales y Economía de la Comunicación* de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom). Miembro regular de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR).

Correo electrónico: carloseguzman@cantv.net;
cguzmancardenas@gmail.com;

Twitter: @innovarium

Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6050445

Tel. Oficina +58 212 3267370

Skipe: carlos.enrique.guzman.cardenas



©Fotógrafo Ernesto Morgado

Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y Perspectivas

*Economy and Cultural Politics
in Venezuela.
Reviewing and perspectives*

Recibido: 15 / 03 / 2013

Aceptado: 26 / 04 / 2013

© De conformidad por su autor para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y perspectivas

Identificamos la producción del debate teórico técnico sobre las estadísticas e indicadores culturales en Venezuela y su contribución al estudio de la economía de la política cultural. Consideramos pertinente mencionar aquellas investigaciones, libros y documentos, tanto de carácter nacional como internacional, que en los últimos veinticinco años han tratado la temática de la economía de la cultura y las políticas culturales. Todo esto, con el propósito de aportar una visión diacrónica que pueda facilitar el trabajo de futuras investigaciones que se han de realizar en el país.

Descriptores: Creación / Cultura / Economía Creativa / Economía de la Cultura / Estadísticas Culturales / Industrias Creativas / Industrias Culturales / Inversión Cultural / Política / Políticas Culturales / Venezuela.

ABSTRACT

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economy and Cultural Politics in Venezuela. Reviewing and perspectives

We identify the technical production of the theoretical debate on cultural statistics and indicators in Venezuela and its contribution to the study of the economics of cultural policy. Consider pertinent to mention those investigations, books and documents, both national and international, in the last twenty five years have addressed the issue of cultural economics and cultural policies. All this, in order to provide a diachronic view to facilitate the work of future research to be undertaken in the country.

Key Words: Creation / Culture / Economy Creative / Cultural Economics / Statistics Cultural / Creative Industries / Cultural Industries / Investment Cultural / Political / Cultural Policy / Venezuela.

RÉSUMÉ

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economie et politique culturelle au Venezuela. Revoir et perspectives

Nous identifions la production technique du débat théorique sur les statistiques et indicateurs culturels au Venezuela et de sa contribution à l'étude de l'économie de la politique culturelle. Considérez pertinent de mentionner ces enquêtes, des livres et des documents, à la fois nationaux et internationaux, dans les vingt-cinq dernières années ont abordé la question de l'économie et les politiques culturelles. Tout cela, afin de fournir une vue diachronique pour faciliter le travail de recherche futures à mener dans le pays.

Mots clés: Création / Culture / Economie créative / Économie de la culture / Statistiques culturelle / Industries créatives / Industries culturelles / investissement en culture / Politique / Politique culturelle / Venezuela.

RESUMO

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economia e Política Cultural na Venezuela. Revisão e perspectivas

Nós identificamos a produção técnica do debate teórico sobre estatísticas e indicadores culturais na Venezuela e sua contribuição para o estudo da economia da política cultural. Considerar pertinente mencionar as investigações, livros e documentos, nacionais e internacionais, nos últimos 25 anos têm abordado a questão da economia da cultura e políticas culturais. Tudo isso, a fim de fornecer uma visão diacrônica para facilitar o trabalho de pesquisas futuras a serem realizadas no país.

Palavras-chave: Criação / Cultura / Economia Criativa / Cultural Economia / Estatísticas Culturais / Creative Industries / Indústrias Culturais / Investimento Cultural / Política / Política Cultural / Venezuela.

Una de las tareas del intelectual consiste en el esfuerzo por romper con los estereotipos y las categorías reduccionistas que tan claramente limitan el pensamiento y la comunicación humanos. (...) Las culturas están demasiado entremezcladas, y sus contenidos e historias son demasiado interdependientes e híbridos, para someterlas a operaciones quirúrgicas que aislen oposiciones a gran escala, básicamente ideológicas... (...) Nada desfigura la actuación pública del intelectual tanto como el silencio oportunista y cauteloso, las fanfarronadas patrióticas, y el repudio retrospectivo y autodramatizador (2007: 13-14).

Edward W. Said (1935-2003). Activista palestino, crítico político, teórico literario y musical. Premio Príncipe de Asturias a la Concordia en 2002.

ECONOMÍA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA COMO DISCIPLINA EN EL ININCO-UCV

La Línea de Investigación «*Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura*», SIPECC), que desarrollamos en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) de la Universidad Central de Venezuela, pretende contribuir a llenar el vacío que en el pensamiento comunicacional venezolano, académico y universitario, existe tanto sobre la **Economía de la Comunicación y la Cultura** como de la **Economía de la Política Cultural**.



Es una aproximación sistemática y diacrónica en correspondencia con otras experiencias académicas internacionales (tales son los casos de IAMCR¹, ALAIC², ULEPICC³, ACEI⁴, INVECOM⁵), a las complejas relaciones de interdependencia que se establecen entre las redes selectivas de

¹ International Association for Media and Communication Research.

² Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

³ Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura.

⁴ Association for Cultural Economics International.

⁵ Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación.

información y comunicación en Venezuela, en los diferentes aspectos políticos culturales, económicos y tecno-científicos, con particular acento en el **análisis crítico** de la dimensión cultural y las transformaciones globales que acompañan la actual emergencia de la denominada Sociedad de la Información y del Conocimiento (SIC), convirtiéndolas en un espacio para la *investigación inter y transdisciplinaria*.



Los temas que exploramos son: evaluación de las políticas culturales; hegemonía y producción simbólica subalterna; la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales y comunicacionales; economía creativa; economía política de la comunicación; las características económicas de los bienes de producción cultural y comunicacional; determinación del impacto económico de la cultura y la comunicación; estadísticas e indicadores culturales; audiencias y hábitos de consumos culturales; estudios sobre las industrias culturales y creativas; los territorios y ciudades creativas, la innovación tecnológica; emprendimientos culturales y comunicacionales, el mercado del arte; derechos de autor y propiedad intelectual; las artes audiovisuales; la música, el sector editorial, el teatro, el patrimonio, los museos, el turismo cultural, entre otros. Ahora bien, estos temas que examinamos en la línea SIPECC del ININCO-UCV, comenzaron por hacerse visibles a partir de la necesidad de contar con *radiografías, diagnósticos o mapeos* de lo que significa el sector cultural y comunicacional de la economía venezolana, como consecuencia del impacto de las **industrias culturales⁶, creativas⁷ y de contenidos digitales**. De hecho, los estudios referidos a

⁶ La definición conceptual que realizan organismos internacionales con liderazgo en estos temas –como la UNESCO– ha evolucionado a lo largo del tiempo. En 1982 la UNESCO definía a las Industrias Culturales de esta manera: «Se estima, en general que existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales; es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural». Esa definición todavía era tributaria de una concepción que hacía eje en la distinción entre economía y cultura como campos separados, y en alguna medida también lo es de otra antigua separación: la de las bellas artes frente a la cultura de masas. Posteriormente se convino en asumir a las Industrias Culturales en su doble dimensión –cultural y económica– y así: «Todas las definiciones coinciden en considerar que se trata de

la dinámica económica de la cultura son relativamente recientes, sin embargo, a pesar de su escasez en los países latinoamericanos y en particular en el caso venezolano, los datos disponibles sugieren fuertemente que las industrias de contenido cultural y creativo (concepto más extendido para el propósito de este trabajo de investigación) constituyen sectores emergentes claves de los sistemas económicos contemporáneos. Derivado de lo anterior, desde principios del año 2000, se comenzó a examinar y evaluar, como línea estratégica de conocimiento, en el ININCO-UCV, el avance disciplinario de la Economía de la Comunicación y la Cultura para la formulación de **Agendas de Políticas Públicas Culturales**. Las áreas de análisis más frecuentes en Economía de la Cultura serán:

aqueellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. (...) las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. Las industrias culturales aportan un valor añadido a los contenidos al mismo tiempo que construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo. Resultan esenciales para promover y difundir la diversidad cultural así como para democratizar el acceso a la cultura y, además, conocen altos índices de creación de empleo y riqueza. Abocadas a fomentar y apoyar la creación, que constituye su fundamental 'materia prima', pero también a innovar, en términos de producción y distribución, la indisoluble dualidad cultural y económica de estas industrias constituyen su principal carácter distintivo» (UNESCO / CERLALC. 2002: 11-12). La UNESCO define a las industrias culturales: (...) «como aquéllas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza. Estos contenidos están protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bien o servicio. Son industrias trabajo y conocimiento-intensivas y nutren la creatividad a la vez que incentivan la innovación en los procesos de producción y de comercialización» (UNESCO, 2000). En el informe realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), titulado: «*Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*», optarán por referirse: (...) «a aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor. Los bienes y servicios culturales son aquellos cuyo valor económico primario deriva de su valor cultural (O'Connor, 1999) y tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual. Esta definición se extrae de las de la UNESCO y GATT, que definen las industrias culturales principalmente como bienes y servicios protegidos por derechos de autor» (QUARTESAN, Alessandra; Mónica ROMIS y Francesco LANZAFAME. 2007: 4). [cursillas de los autores].

⁷ El término de Industrias Creativas es relativamente nuevo. Existen definiciones divergentes en cuanto a los elementos que las constituyen y ambigüedades en sus diferencias con las

- el gasto tanto de los hogares venezolanos como unidad final de consumo, del Estado en sus distintos niveles de injerencia y del sector privado;
- el empleo directo e indirecto que genera la actividad cultural en las fases de producción o creación, distribución, difusión o comercialización, consumo y preservación en el mercado nacional e internacional de productos, bienes y servicios culturales;
- el aporte al producto interno bruto (PIB) de las actividades culturales y comunicacionales;
- la relación de las actividades culturales como actividades económicas con otras áreas de la economía nacional.

Con todo, la importancia de la cultura y la creación como sectores propios de las actuales economías latinoamericanas no se corresponde ni con el estado de la investigación empírica –todavía muy escaso– ni con la información disponible, que suele revelarse insuficiente para completar mapeos mínimamente rigurosos. En Venezuela, algunos estudios modestos (véase, al final del artículo, recomendaciones bibliográficas) han sido el inicio por contribuir al reconocimiento de la importancia que el conocimiento del **volumen económico de las industrias y actividades relacionadas con la comunicación y la cultura**, tiene respecto de las políticas públicas. No obstante, es necesario reiterar que **en el país no existe un Sistema de Cuentas en el sector de la comunicación y de la cultura**, por lo que se hace necesario llevar a cabo pesquisas, desde la perspectiva de la SIPECC, que proporcionen datos para identificar dichas relaciones. La falta de estudios y de análisis del sector cultural-creativo en Venezuela se debe, en buena parte, a

industrias culturales. Lo cierto, es que a finales de los años noventa era utilizado como sinónimo de industrias culturales. Sin embargo, se diferencian del contexto en que emergen. A partir de 1995, Industrias Creativas y Economía Creativa pasarán a ser demarcaciones utilizadas principalmente en los textos sobre políticas públicas de desarrollo y en las investigaciones académicas sobre economías regionales. Existen conceptos próximos a las industrias creativas, tales como: industrias del entretenimiento, industrias de contenido, industrias culturales, industrias de contenido digital, industrias de la experiencia e industrias de copyright. Consultar, GHELFI, Donna (2006) *The Creative Industries: A Historical Context*. Ponencia en WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat.

la escasez de datos y estadísticas en el ámbito cultural, y este hecho también dificulta la evaluación pormenorizada de su funcionamiento así como la actuación de los agentes que la componen. Esta inopia de datos es más apremiante cuanto más desagregada queremos la información, sobre todo, cuando es necesario tener indicadores líderes no sólo de la oferta cultural sino de la demanda y el consumo cultural del venezolano.

Difícilmente pueda catalogarse una casualidad que países de elevado crecimiento económico y bienestar, se caractericen por una alta participación del sector cultural-creativo dentro del conjunto de la producción de todos los bienes y servicios agregados a través de la actividad económica. En tal sentido, Venezuela y en general todos los países con severas dificultades para alcanzar un mejor desempeño económico y social, deberán realizar un esfuerzo por:

- a. **Evaluar las actividades culturales y comunicacionales como eslabón de la cadena de valores agregados**, a través de la generación de indicadores que permitan su análisis de una forma global y comparativamente con otros sectores y actividades económicas; y
- b. **Valorar la producción, distribución y consumo de los principales bienes y servicios**; tales como edición de libros, periódicos y revistas, materiales grabados, publicidad, radio y televisión, actividades teatrales, cine, películas y videocintas, entre otras.

En consecuencia, el desconocimiento del sector cultural-creativo condiciona los enfoques y contenidos de posibles estudios sobre el comportamiento económico comunicacional y cultural del país, aconsejando una visión de conjunto. La precariedad de los datos, la dispersión y las diferencias de calidad de las fuentes y la propia heterogeneidad del sector dificultan el análisis, obligando a tratar las distintas actividades culturales de forma muy desigual o a prescindir de algunas que hubiesen sido de indudable interés. En Iberoamérica, entre tanto, desde finales de la década de los noventa, se comienzan a realizar estudios sistemáticos y con regularidad asociados a esta área de conocimiento, desde distintos enfoques que van de la *Economía de Cultura*, *Economía de la Comunicación*, *Economía Política de la Comunicación y la Cultura* hasta más reciente *Economía Creativa*. Así tenemos a manera de ejemplo, los autores que se mencionan a continuación:

Lluís Bonet, Enrique Bustamante, Ramón Zallo, Ángel Badillo, Víctor Fernández Blanco, M^a Isabel García García, Yolanda Fernández Fernández, José Luis Zofío Prieto, Pau Rausell, Salvador Carrasco Arroyo, Luis César Herrero Prieto, José Ramón Lasuén Sancho, Francisco Sierra y Fernando Vicario Leal, entre otros por **España**; Helena Sousa, en **Portugal**; Octavio Getino, Guillermo Mastrini, Paulina Seivach, Héctor Esteban Schargorodsky, Martín Becerra y Luis Alfonso Albornoz, en **Argentina**; Eduardo López, Erick Torrico V. y Alejandra Baldividia R. en **Bolivia**; Enrique Sánchez Ruiz, Rodrigo Gómez García, Javier Esteinou Madrid y Ernesto Piedras Feria en **México**; Claudio Rama Vitale, Luis Stolovich, Graciela Lescano, José Maurelle, Rita Alonso, Rita Pessano y Hugo Achugar en **Uruguay**; Antônio Márcio Buainain, Sergio Medeiros Paulino de Carvalho, Enrique Saravia, José Alvaro Moisés, César Bolaño, Valério Brittos, Roberto Chacón de Albuquerque, Luiz Carlos Prestes Filho y Ana Carla Fonseca Reis por **Brasil**; Paulina Soto Labbé y Belfor Portilla Rodríguez en **Chile**; Santiago Niño Morales, Javier Machicado, Germán Rey y Omar López Olarte por **Colombia** y, en **Venezuela**, Tulio Hernández, Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, Daniel Hernández y Francisco A. Pellegrino.



Arriba. A la izq. Foto con **Luis Alfonso Albornoz**. A la der. Foto con **Ramón Zallo**.
Abajo. A la izq. Foto con **Ernesto Piedras Feria**. A la der. Foto con **Rodrigo Gómez García**.

Dicha preocupación por indagar las relaciones entre economía y cultura para el caso de los países latinoamericanos, se verá reflejada en algunos congresos, seminarios y estudios de carácter nacional que reconocerán las perspectivas de lo que significa el impacto de la cultura en la economía latinoamericana. A este respecto, en el caso venezolano, se destaca la creación del **Grupo de Trabajo (GT07) «Estudios Culturales y Economía de la Comunicación»** –2010 actual– por la **Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (INVECOM)** como iniciativa de la línea SIPECC⁸ del ININCO-UCV, dirigido por el autor de este artículo.

Sin embargo, no será hasta el **2006**, cuando el país contará con el primer estudio (el único realizado hasta la fecha) correspondiente al Proyecto Economía & Cultura CONAC-CAB titulado: «*La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*»⁹, auspiciado por el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC) y el Convenio Andrés Bello (CAB); coordinado por el autor de esta investigación con la participación de Yesenia Medina de Bonnin y Yolanda Quintero Aguilar, tendrá como objetivo *contribuir a la comprensión sistemática del complejo poliédrico cultural y comunicacional en Venezuela, analizando su impacto productivo y, considerando las características que adquiere como sector económico específico* al observar los aspectos del circuito cultural: producción, distribución y consumo. De igual modo, interpretar la dinámica de cada sector cultural, las interrelaciones y los retos que la sociedad de la información y del conocimiento plantea. Para tal fin, se propuso un marco conceptual de la ecuación economía y cultura en el cual se debería situar un análisis descriptivo y prospectivo de las Industrias Culturales y su impacto económico. Por otra parte, se desarrollaron aspectos metodológicos que permitieran identificar las actividades económicas características del sector cultural venezolano y hacer los respectivos cálculos macroeconómicos. Se analizó el comportamiento del **PIB cultural** en la

⁸ Anterior denominación Grupo de Trabajo: «Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura» (2008-2009).

⁹ GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (coordinador), Yesenia MEDINA y Yolanda QUINTERO AGUILAR (2006) *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Bogotá, Colombia. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, Viceministerio de Cultura, CONAC, Convenio Andrés Bello. 1ra. Edición. Colección Economía y Cultura N° 10.

economía venezolana y se describieron varios escenarios económicos. Pese a la ausencia de estadísticas culturales, se presenta una visión general y objetiva de la situación actual de las principales industrias culturales y comunicacionales. Por último, se proponen algunas recomendaciones de políticas públicas en el sector cultural venezolano.

Como referencia histórica, podemos decir que en Venezuela, los estudios iniciales estarán enfocados a la **Economía de los Medios de Comunicación**, destacando las investigaciones pioneras realizadas por el profesor **Gustavo Hernández Díaz**¹⁰, Ex Director del ININCO (2005-2012) publicadas en la *Revista Comunicación Estudios Venezolanos de Comunicación* del Centro Gumilla y en el *Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación* de la Universidad Central de Venezuela. De igual modo debemos subrayar las pesquisas académicas sobre la televisión, la radio, el cine y la prensa realizadas por Antonio Pasquali, Héctor Mujica, Oswaldo Capriles Arias, Marta Colomina de Rivera, Elizabeth Safar Ganahl, Jesús María Aguirre, Doris Pachano Rivera, Evangelina García Prince, Lulú Giménez, Ángela Hernández, Tulio Hernández Cárdenas, Marcelino Bisbal, Andrés Cañizalez y Francisco A. Pellegrino.

En el caso particular del ININCO-UCV, desde su fundación en **1974**, con los trabajos de Antonio Pasquali, Oswaldo Capriles Arias, Elizabeth

¹⁰ Véase, HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (1999) «Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 30-39; (1999a) «Recepción televisiva en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 58-63; (1997) «La radio en Venezuela para el año 1997». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 97. Primer Trimestre, pp. 63-67; (1994): «La Radiodifusión en Venezuela para el año 1994». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 6, pp. 153-168; (1993): «Tendencias de la radiodifusión en Venezuela». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 5, pp. 107-129; (1993a): «La radiodifusión en Venezuela para 1993». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 84. Cuarto Trimestre, pp. 9-11; (1992) «Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 4, pp. 85-104.

Safar Ganahl, Daniel Hernández y Carlos Guzmán Cárdenas, se abrirá una línea histórica de pensamiento entre las dimensiones economía, comunicación y cultura. Pero, será desde comienzos del dos mil que se arraigará la Economía de la Cultura, como una sub-disciplina de investigación, docencia¹¹ en los Programas de Postgrados y extensión del ININCO-UCV, que tratará de aproximarse a los procesos de la creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales. Originalmente los estudios e investigaciones sobre las relaciones entre economía de la cultura y políticas culturales, estarán dirigidos a temas como: el financiamiento y la inversión cultural, el otorgamiento de subsidios e incentivos fiscales para la gestión cultural, la participación del sector privado empresarial y el mecenazgo, la innovación y la competitividad, la protección social del trabajador cultural, economía del cine, entre otros.

Así tenemos que para finales de 2003, en el período de gestión del Prof. **Oscar Lucien Reyes, ExDirector del ININCO-UCV (2000-2005)** resaltará la publicación del texto de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas¹², titulado: *«Políticas y Economía de la cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano»*, que precisa algunos conceptos básicos sobre la relación entre economía y cultura en Venezuela. La línea de investigación Economía de la Comunicación y la Cultura, coordinada por el

¹¹ La asignatura «Economía de la Cultura y la Comunicación» se incorporara al Programa de Postgrado **Maestría en Gestión y Políticas Culturales** del ININCO-UCV, aprobada por el Consejo Consultivo Nacional de Postgrado y elevado a consideración del Consejo Nacional de Universidades (CNU) en fecha 11/03/2010, con informe favorable, recomendando la autorización del programa y publicado en Gaceta Oficial 39.487 (13 de agosto de 2010).

¹² GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2003) *Políticas y Economía de la cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano*. Caracas, Venezuela. Cuadernos ININCO 2. Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. UCV. (2002) «Política y Economía de la Cultura en Venezuela». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 2. N° 14, diciembre, pp. 97-142; (2002a) «Política y economía de la Industria Audiovisual en Venezuela». En: *Encuadre. Revista de Cine y Medios Audiovisuales*. Caracas, Venezuela. N° 75, (segunda etapa), diciembre, pp. 35-38.

autor¹³ de este artículo tendrá entonces, en el ININCO-UCV¹⁴, entre sus temas más importantes, aspectos como: la intervención pública en la promoción y difusión de la cultura, el impacto económico de la cultura y la comunicación, el precio de los bienes artísticos, el funcionamiento de instituciones culturales como los museos, los teatros, las óperas etc., las carreras profesionales de los artistas, el comportamiento de las industrias culturales y creativas (música, audiovisual, edición de textos), la relación entre cultura y desarrollo, etc.

¹³ Véase, GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique (2005) «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: Cesar BOLAÑO, Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía, pp. 269-314; (2005c) «La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto económico Industrias de la Creación». En: *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. Venezuela, Fundación BIGOTT / CAF; (2004b) «Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 128, Cuarto Trimestre, pp. 74-87; (2001c) «Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre, pp. 86-101; (2000) «La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión». Caracas, Venezuela. Editorial Arte. 1ra. Edición. En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación BIGOTT y Fundación POLAR. *Cultura y Recuperación Nacional*. Memoria del Seminario, pp. 104-128.

¹⁴ Consultar como producción del autor en el Anuario ININCO: GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique (2009) «Explorando las Industrias creativas, de la experiencia y culturales». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 21. N° 1, junio, pp. 117-173; (2008) «La Economía Creativa: TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 20. N° 1, junio, pp. 209-262; (2007) «La innovación tecnológica en la industria cinematográfica iberoamericana. Estudio Delphi 2006-2010». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 19. N° 2, diciembre, pp. 107-162; (2006b) «La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica. Un análisis comparativo diacrónico». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 18. N° 1, junio, pp. 57-118; (2005a) «Las industrias culturales en la economía de Venezuela y su contribución al PIB 1997-2002». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 191-216; (2001)

LA PRODUCCIÓN DE ESTADÍSTICAS CULTURALES EN VENEZUELA

Si decimos que la Economía de la Comunicación y la Cultura poseen en estos momentos una relevancia particular, debemos darle al debate teórico técnico sobre las **estadísticas e indicadores culturales en Venezuela** la misma notabilidad, pues obviamente forman parte y tiene implicaciones en ella, así como al estudio de la Economía de la Política Cultural. Es necesario insistir que al no contar Venezuela con un sistema de cuentas en el sector de la comunicación y de la cultura, se hace necesario llevar a cabo investigaciones sobre esta temática que proporcionen datos para identificar las diferencias en el consumo cultural del país.

En tal sentido, la línea de investigación SIPECC que desplegamos actualmente en el ININCO-UCV, procura evaluar en sus magnitudes transversales lo que ha sido el comportamiento económico-cultural del país desde la creación del Instituto Nacional de la Cultura y Bellas Artes (INCIBA), concebido el 12 de Abril de 1960 Gaceta Oficial N° 2.6231 y modificado el 28-12-66 según Gaceta Oficial N° 29221, adscrito al Ministerio de Educación, hasta el actual Ministerio del Poder Popular para la Cultura (MPPC), instaurado mediante el Decreto N° 5.103, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.836 extraordinario del 08 de enero de 2007.



Teniendo en cuenta la diversidad del ecosistema cultural venezolano y la inexistencia total de cifras culturales originadas y procesadas por el actual Ministerio del Poder Popular para la Cultura, que estén a disposición pública de actores culturales y fuerzas sociales, grupos, comunidades, sujetos sociales y población en general, una de las conclusiones relacionada con la obtención de estadísticas culturales en Venezuela y particularmente para la Economía de la Política Cultural, señala la evidencia de problemas serios, a saber:

«La Industria publicitaria en Venezuela 1996-1999». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 1. N° 13, pp. 215-262.

- Datos estadísticos incompletos e inadecuados.
- Ausencia de sistematización y organización de datos.
- La falta de datos relevantes a una escala geográfica apropiada. Los indicadores deben definirse considerando la variable territorial que permita un seguimiento adecuado espacialmente. En Venezuela, **no contamos con mapas o cartografías culturales**.
- Los retrasos en la publicación de las estadísticas, lo que dificulta la utilización de la información que suministran los indicadores para la toma de decisiones públicas en tiempo y forma.
- *Discontinuidad*: no existen información de series históricas, que permitan un análisis diacrónico de un determinado período.
- *Dispersión*: la información se localiza en diversas fuentes, ya sea de manera oficial o simplemente expuesta en medios no oficiales (revistas, periódicos, etc.).
- Información generalizada y, en algunas ocasiones, contradictorias.
- La ausencia de informes técnicos en relación con los requisitos de los programas culturales y medidas, lo suficientemente desglosados, lo que condiciona el alcance del seguimiento y, consecuentemente, de las evaluaciones realizadas.

Adicional, nos encontramos, que en el país no existen números desagregados relativos a las características generales de la extensión así como el volumen de las actividades económicas vinculadas con los sectores culturales y creativos nacionales; referentes a las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en general (*copyright industries*), las industrias culturales y comunicacionales y, en particular, sobre las industrias de la creación (*creative industries*), desconocidas e infraexplotadas por los poderes públicos. De igual modo, se omiten las actividades relacionadas con la pequeñas y medianas empresas culturales (Pymes), las empresas artesanales, el turismo cultural, la gastronomía, vestimenta y moda, fiestas y tradiciones, audiovisual y multimedia, contenidos digitales y la sociedad del conocimiento; sobre los agentes y organizaciones que participan en la cadena de valor (*creative chain*) de cada sub-sector de las industrias

culturales, creativas y de contenidos digitales así como su integración con los sectores productivos de cada país; desconocemos los canales alternativos de distribución y circulación que incorporen y valoren la creación y la producción local y, faciliten su acceso a mercados locales, regionales y mundiales, lo cual, en definitiva, dificulta trazar acciones concretas de fortalecimiento y modernización proclive al desarrollo de dichas industrias.

Por otra parte, en el caso de Venezuela –otra de sus conclusiones previas–, se mantiene una tradicional resistencia a la clasificación estadística y al rigor de las divisiones de la realidad, que la misma permite realizar –bajo el supuesto de una racionalidad tecnocrática y economicista– desconociéndose así el impacto poblacional de las actividades culturales, la estructura de la oferta y la demanda, el tipo de instituciones, instalaciones y equipos, recursos humanos, costos, inversión cultural central, estatal y municipal, beneficios de la acción cultural, entre otras.

Vale decir, que en Venezuela, en los últimos veinticinco años, aún no se ha desarrollado un **Ecosistema de Información Cultural Compleja (ESICC)**, más allá del tradicional sistema de información cultural, *que sirva para inventariar, organizar y sistematizar los recursos culturales (de políticas, investigación, conservación o asociativas) del país que se puedan cuantificar y encontrar disponibles, para establecer un «mapa cultural» de aprovechamiento, sub-utilización y escasez de la inversión, que debe conducir a la determinación de índices de desarrollo cultural (IDC) nacional, regional, estatal, municipal, parroquial y comunal de la relación entre oferta-demanda cultural así como del acceso (población atendida) a los bienes y servicios culturales.*

Se trataría de una Red basado en el concepto de «Sistema Distribuido de Información» para el intercambio de productos o servicios culturales (información interna) proyectando información hacia el entorno (información corporativa) de los actores del Sistema Nacional de Cultura (en adelante, SNC), que permita al país elaborar indicadores y construir estadísticas de cultura y comunicación, de forma confiable, periódica y oportuna; *desarrollar estrategias y mecanismos permanentes de monitoreo inteligente del Desarrollo Cultural en los ámbitos nacional, regional y local; crear espacios públicos de discusión en materia de organización y políticas culturales; así como generar herramientas para la difusión amplia y divulgación selectiva*

de información y conocimientos para los creadores, productores, gestores, intermediarios y comunidad general en su sentido más amplio, del complejo institucional cultural venezolano. En definitiva, generar un sistema de información se trata de construir un gran **Ecosistema** conformado por varios subsistemas cuyas áreas de impacto son distintas pero coinciden en algunos puntos:

- Un Subsistema de Información Cultural georeferenciado (sobre patrimonio material, inmaterial, bienes muebles e inmuebles, apoyos y estímulos, etc.).
- Un Subsistema de Estudios de Público.
- **Un Subsistema de Economía y Cultura.**
- Un Subsistema de Análisis de la Información para producir estadísticas e indicadores.

Así mismo, persiste la indefinición del término cultura que siempre ha acompañado las discusiones sobre estadística e indicadores culturales. La definición de cultura es el límite alrededor *de lo que es o debe medirse* por las estadísticas de la cultura. Los problemas con que se enfrenta la formalización de estadísticas culturales son diversos. Los sistemas de estadísticas económicas están sustentados en modelos teóricos muy desarrollados que permiten la definición y el acuerdo de los sistemas internacionales de medida. Pero no hay teorías generales culturales y de la creatividad donde integrar un sistema de estadísticas o de indicadores sociales. La cultura es un concepto abrumador. Ampliamente definido, la cultura puede incluir los sistemas económicos, los procesos y las ideologías políticas, las instituciones educativas, los programas sociales, el ambiente, sistemas tecnológicos, las prácticas recreativas, las actividades artísticas, industrias culturales y comunicacionales, las actividades espirituales y religiosas. Sin embargo, estas nociones de cultura son demasiadas extensas y existen desacuerdos conceptuales sobre los objetivos de la medición cultural¹⁵. En este sentido,

¹⁵ Al respecto, la UNESCO viene haciendo un esfuerzo, orientado a normalizar en este caso las estadísticas culturales internacionales. En su reciente Revisión del Marco de Referencia de las Estadísticas Culturales comenzó a incorporar en el análisis el concepto de Industrias Creativas, pero solo de manera tangencial y haciendo eje en lo cultural. Para mayor detalles, consultar, UNESCO (2009) *2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*.

los indicadores culturales deben permitir el análisis de las políticas públicas, es decir, deben detectar los objetivos sobre los que actuar, proporcionar información y evaluar el impacto de su aplicación. Pero, por otro lado, no deben conducir las políticas culturales, sino proporcionar información al usuario, *sea éste especialista en la materia o no*.

En un diagnóstico preliminar, se puede concluir, que Venezuela no cuenta con una arquitectura para obtener información cultural de utilidad (*auditoria de la información cultural*), de manera sistemática (*inteligencia del entorno*), así como cuáles son los instrumentos para la localización y obtención de esa información (*cadena de valor de la información*), que sea fácil de entender (*visualización y usabilidad*), de manera que los poderes públicos como los agentes privados que intervienen en el sector cultural, creativo y comunicacional la puedan usar (*cultura de la información*).

Se hace improrrogable contar con un *proceso sistemático de búsqueda, selección, organización, depuración y presentación de la información cultural y comunicacional que apoyen la definición y evaluación de las políticas públicas*, para la resolución de problemas, aprendizaje dinámico, planificación estratégica y toma de decisiones. Un proceso que debe hacerse de manera metódica y que sería una plataforma conceptual, organizativa, informática y de redes de información para la gestión y definición de políticas públicas culturales en Venezuela.

Varios intentos por crear un Sistema de Estadísticas Culturales se han realizado, no obstante, a la fecha actual se evidencia una privación del mismo. Existen pocos, pero interesantes, estudios culturales realizados en años anteriores a la presente investigación sobre esta temática. Pero todos han concluido, en primer lugar, en la **exigua estimación y valoración estratégica de la función investigativa** para la Economía de la Política Cultural, como un elemento clave en la formulación, ejecución y evaluación de las políticas culturales y, en segundo lugar, en las exigencias de *auditar* el estado actual de la **Gestión de Información relacionada con el Ecosistema**

Montreal, Quebec, Canada. Unesco Institute for Statistics (UIS). First Edition. (2007) *Draft. The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Montreal, Quebec, Canada. Unesco Institute for Statistics. First Edition. Ver, CARSON, Jamie (2001) *Culture Goods Trade Estimates: Methodology and Technical Notes*. Canada, Ottawa, Ontario. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Research Paper.

Cultural venezolano así como *iniciar* algunos programas que serían soportes básicos para la planificación y definición de políticas culturales a través del tratamiento inteligente de la información del complejo institucional cultural venezolano, cuyos objetivos básicos serían:

- Poner a disposición de la sociedad venezolana, la comunidad científica, el sector privado empresarial y las administraciones públicas nacionales, estatales y municipales, **una base de informaciones y convencimiento común de las tendencias y previsiones de futuro** sobre la evolución de la cultura y, su impacto e influencia en el sector productivo y en la sociedad.
- Servir de **apoyo para la toma de decisiones de carácter estratégico**, tanto por las administraciones públicas como por el sector privado empresarial en temas en los que los aspectos culturales tengan una importancia evidente.

En cuanto a intentos institucionales académicos por generar estadísticas e indicadores culturales que proporcionen al Estado Venezolano un mayor conocimiento de la realidad cultural venezolana, se destacan tres **Anuarios Estadísticos Culturales** realizados por Carlos Guzmán Cárdenas, en el marco de la línea de investigación SIPECC, contando con el auspicio de la Fundación Polar:

- (2006) *Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela. Fundación POLAR. 287 págs.
- (2004) *Las cifras del libro y las bibliotecas en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela. Fundación POLAR. 203 págs.
- (2004) *Las cifras del cine y el video en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela. Fundación POLAR. 95 págs.

El propósito fundamental de dichos Anuarios Estadísticos –esfuerzo editorial único realizado en el país hasta la fecha– fue establecer algunos

indicadores para el desarrollo del sector cultural y su impacto en la economía de Venezuela. Por otra parte, es bien conocido, que la delimitación de los campos y dominios asociados a lo cultural es compleja. De manera que se hizo referencia a indicadores y estadísticas culturales que permitieran tener una visión sobre el desempeño del país desde 1990-2003. Es importante insistir que en el caso de Venezuela, contar con la disponibilidad de estadísticas e indicadores sobre algunos sectores culturales es prácticamente inexistente; así que uno de los principales logros de estas publicaciones es haber recogido y procesado una data sobre el país cultural que tenemos.

Existe un relativo consenso entre los actores culturales del país sobre la utilidad y pertinencia de reunir y producir estadísticas culturales, es decir, datos cuantitativos y estadísticos que permitan la reflexión económica (sobre la magnitud de la producción y consumo culturales), y análisis de las políticas culturales así como el estudio a corto, mediano y largo plazo de la vida cultural. En otras palabras, el establecimiento de un **Sistema Nacional de Estadísticas Culturales** debe satisfacer diversos tipos de exigencias correspondientes a su vez a objetivos diferentes. En primer lugar, debe cumplir con objetivos generales consistentes en medir y analizar los pesos respectivos de la vida cultural en la dinámica del país y, el de la **economía de la cultura** en la economía nacional; por otra parte, debe permitir forjar instrumentos que concurren a la toma de decisiones, a la definición y evaluación de políticas.

ECONOMÍA DE LA POLÍTICA CULTURAL VENEZOLANA. REVISIÓN

Es indiscutible que una de las grandes debilidades en el proceso de planificación y toma de decisiones de la gestión cultural venezolana tiene que ver con la carencia de estadísticas e indicadores sobre la **inversión pública y privada cultural** que nos permitan apuntar hacia los objetivos últimos de las políticas públicas culturales que no pueden ser otros, que la *creación de oportunidades* para el desarrollo de la democracia cultural y, por ende, *el ejercicio de los derechos culturales y humanos* en general. Sentar las bases de un sistema semejante, con particular atención a la Economía de la Política Cultural, significaría en primer término proceder a investigaciones con miras a obtener una serie de indicadores, que proporcionarían una

imagen estadística de las grandes opciones del Estado Venezolano en materia cultural:

- Estimación de la inversión cultural del Estado en sus diferentes niveles, central, estatal y municipal;
- Porcentajes del gasto cultural total del Estado Venezolano en comparación al ingreso nacional;
- Porcentajes del Presupuesto del Ministerio del Poder Popular para la Cultura en relación con el Presupuesto Total, y en comparación al Presupuesto de los otros Ministerios;
- Porcentajes de la inversión cultural en el Presupuesto de cada uno de los estados;
- Distribución porcentual de la inversión cultural por área cultural (museos, auditivas, etc.), en el marco respectivamente del gasto cultural total y del gasto cultural estatal;
- Distribución porcentual de la inversión cultural por función cultural (fomento, investigación, formación, conservación, etc.) en el marco respectivamente del gasto cultural total y del gasto cultural estatal;
- Distribución del gasto cultural total por entidad federal y repartición del mismo entre el área metropolitana y la provincia. Aspectos que tratarán de ser abordados en el estudio que presentamos.

En segundo término, y esto constituye un objetivo teórico más ambicioso, emprender un análisis del **consumo cultural** entendido como: «*el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica*». Explorar, identificar y caracterizar los elementos y las relaciones que componen la estructura de consumo cultural que se está desarrollando en el país, mediante la cual se asocian o disocian los destinatarios/beneficiarios/usuarios de la oferta cultural en calidad de bienes y servicios, de acuerdo a las condiciones socioeconómicas y demográficas según el tipo de gustos, hábitos, frecuencias y tipos de

dominios culturales a fin de instrumentar los resultados en el diseño de la políticas públicas culturales.

Así tenemos, que el balance de las políticas públicas en materia de inversión cultural, en la primera década del siglo XXI venezolano, nos indica que **no se ha modificado el escenario dominante** de finales de la década de los noventa del siglo XX, como consecuencia:

- En primer lugar, de una concepción del desarrollo cultural sustancialista, tradicional y patrimonialista en contraposición a un marco conceptual de *equidad cultural que valora que la vida cultural es inherente al desarrollo de las capacidades y potencialidades humanas para la realización de la vida en sus diferentes etapas, que puede convertirse en un servicio público económicamente productivo, así como en un instrumento social de cambio, catalizador de la identidad e incluyente de la sociedad venezolana en su conjunto corrigiendo las desigualdades y compensando las asimetrías sociales* haciendo énfasis en la significación de valores culturales relacionados con sostenibilidad, preservación cultural, diversidad cultural, creatividad, solidaridad y derechos culturales.
- Y, en segundo término, como producto de una democratización difusionista-extensionista (masificación) con un fuerte desequilibrio asimétrico de los consumos culturales en el contexto venezolano de la pobreza y patrones socio-políticos excluyentes con retrocesos del proceso de la descentralización de los servicios públicos culturales de los estados y municipios en el ámbito de las comunidades y grupos vecinales organizados.

Por tanto, se ha hecho evidente, históricamente, la necesidad de transformar el financiamiento de la cultura a partir de un cambio cualitativo en la percepción de la misma. La clave del financiamiento de la cultura hay que cifrarla en la relación entre **redistribución de renta y retorno socio-económico** implicados en ésta. Claro que aún es preciso discernir cuál es la base filosófica que afronta la política cultural actual, a la hora de expandir los recursos de un servicio público reciente en una estructura de gasto público

atrapada en criterios de bienestar clásico. De igual modo, se constata la **falta de una mirada prospectiva** así como la desarticulación entre los problemas comunicacionales y culturales frente a los cambios que serían preciso operar en su seno como en el contenido de su acción. De esta suerte, en el caso de Venezuela, **el Estado mantiene una visión avejentada sobre los sub-dominios de nuestras industrias culturales y creativas** que suman la inmensa mayoría del peso económico de la cultura, *sin políticas, planes y proyectos* explícitos que derivan de la *libertad de creación cultural*, la *igualdad de oportunidades y diversidad* de nuestras identidades culturales, respeto a todas las corrientes del pensamiento humano y la *sustentabilidad cultural* para incorporarnos a una nueva estructura de producción, circulación y consumo cultural en el contexto de la denominada sociedad del conocimiento, sin afectar nuestras pluralidades culturales.

Sobre este particular, no bastaría entonces, contar con mecanismos políticos-administrativos para garantizar una gestión eficaz-eficiente en términos del Desarrollo Cultural Venezolano. Es imperativo tener una *percepción del presente*: ¿en dónde estamos? y al igual que una *percepción del futuro probable*: ¿para dónde vamos? y así de esta forma poder enfrentar el diseño y la construcción de un *futuro cultural deseable*: ¿hacia dónde queremos ir? y sus *respectivas estrategias de desarrollo*: ¿hacia dónde podemos ir? La disponibilidad de estas observaciones nos permitirían, por tanto, esbozar una guía estratégica en la definición de objetivos a mediano y largo plazo así como también la elaboración de **políticas culturales innovadoras** basadas en los problemas del desarrollo y los posibles comportamientos futuros, ya sean futuribles (posibles) o futurables (deseables).



Esta maniobra supone como bien lo expresó el Sociólogo y Crítico Cultural venezolano, Tulio Hernández (1992:2, **foto izquierda**).

(...) **lograr el reconocimiento de la cultura como un sector estratégico**; es decir, como un espacio de la vida colectiva que requiere de un tratamiento deferencial y específico dentro de la definición de los destinos nacionales. Y para lograrlo es necesario que los propios miembros del sector apunten a reconstituirlo y redefi-

nirlo dentro del pensamiento y la acción política. Lo que necesariamente implica, administrativa y conceptualmente, la re-unificación, la re-concentración de lo que hasta hoy se halla disperso: **incorporar arriesgadamente las industrias culturales**, articular la defensa y conservación del patrimonio, trabajar con y para la radiodifusión pública, y ajustarse a las nuevas estructuras y redes surgidas en las gobernaciones y las municipalidades como exigencia de los procesos de descentralización y transferencia de competencias [negrillas nuestras].

En tal sentido, es importante destacar en las discusiones del Sector Cultura, la necesidad de **una Prospectiva del Desarrollo Cultural Venezolano afín al fomento/difusión de un Sistema Nacional de Innovación Cultural, SNIC** (GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos: 1995), que permita la conjunción de capacidades y actores, agentes, fuerzas e instituciones distintas, tanto nacional, regionales y locales; públicos como privados, a través de relaciones fluidas y de mutuo intercambio, cuyo propósito sea la generación o mejoramiento de procesos, productos y sistemas de organización cultural para superar **el desarrollo asimétrico del consumo cultural venezolano**. De igual modo, para emprender con anticipación la gestación de un futuro cultural deseable concerniente a la re-valorización progresiva de los aportes de la cultura y su articulación con el desarrollo de la sociedad venezolana en su sentido más amplio, que se va (re)construyendo en interacción con referentes culturales globales que operan mediante la producción industrial de cultura, su comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de los bienes.

Por otra parte, subrayando, la urgencia de revisar los enfoques paradigmáticos de gestión cultural –de pensamiento lineal y enclaustrante– casi siempre de una visión fundamentalista: una *política cultural guttemberguiana*, que han caracterizado los mecanismos, instrumentos y recursos financieros para operacionalizar la totalidad del proceso de planificación del Desarrollo Cultural Venezolano en los últimos veintiséis años. El **modelo cultural «civilizatorio»: «más cultura para todos», «la cultura es de todos» (masificación)**, trascendió a los ámbitos políticos, sociales y la comunidad cultural en su sentido más amplio, sin haberse generado oportunamente la búsqueda de una política centrada en *la cultura de*

*la convivencia*¹⁶ para reorientar el rumbo social del país, donde forme parte de un verdadero proyecto de desarrollo de la Democracia.

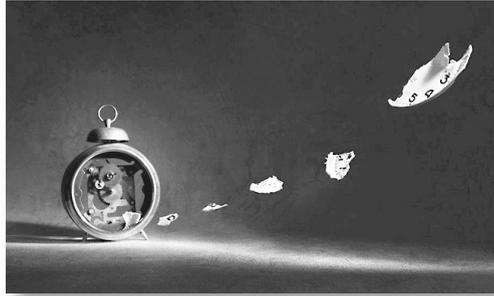
Detrás de esta investigación está la convicción de la importancia que tiene la construcción cultural de la ciudadanía y los ciudadanos, de igual modo que la democracia debe involucrar a la población en la participación política y en sus formas significativas de conciliaciones, consensos, transacciones, de cooperación y solidaridad necesarios para el despliegue de la vida cívica cultural; elementos básicos para el funcionamiento de una *cultura política democrática*¹⁷, e incluso para su sobrevivencia. Sin lugar a dudas, muchos conflictos, de diversa índole, se han acumulado en la gestión cultural pública de los últimos catorce años (1999-2013), pero los problemas culturales más agudos enmarcados en el desarrollo asimétrico del ecosistema cultural venezolano se han puesto en evidencia a partir de 1989 hasta al presente y respecto a los cuales se han adoptado políticas culturales más de carácter **operativo-programático**, que **estructurales-estratégicas**, que si bien no han producido una reducción de los gastos y las inversiones culturales, sino que por el contrario se han incrementado en los presupuestos nacionales, no obstante el desafío, en el mediano y largo plazo, de alcanzar un *desarrollo cualitativamente distinto* como sostén del sistema democrático, para generar y armonizar cambios en los valores sociales y culturales, ha sido obturado y excluido en la conciencia colectiva para transformar radicalmente las estrategias de desarrollo cultural y enfrentar los retos del siglo XXI.

¹⁶ En la democracia las decisiones políticas deben ser aceptadas por todos, deben efectuarse con el consentimiento del pueblo. El *consenso significa el acuerdo entre los miembros de una comunidad social*. El consenso es el medio aceptado por la democracia para dirimir las diferencias entre los grupos que intervienen en la definición de la esfera de la política. En él se sintetizan principios, valores y normas que sentarán las bases para concretar los fines y los medios de acción de una comunidad política. El consenso se difunde a través de mecanismos para la selección de líderes y para la representación de intereses, y opera a partir de la definición de los procedimientos para la toma de decisiones.

¹⁷ Aquella cultura política que es funcional para el establecimiento, vigencia, y subsistencia de un régimen democrático y lleva a los ciudadanos(as) a concebirse como miembros de la comunidad política y social en igualdad de condiciones ciudadanas, ejercer y hacer valer los derechos y obligaciones establecidas en la Constitución, derechos constitucionales, las garantías individuales y los derechos humanos de la sociedad, así como desarrollar el potencial para participar de manera corresponsable en los asuntos públicos para construir el bienestar colectivo.

PERSPECTIVAS DE ECONOMÍA Y POLÍTICA CULTURAL

Al respecto, la inversión pública cultural en términos nominales se ha intensificado; sin embargo, los reparos acerca del incremento nominal de las asignaciones presupuestarias en materia cultural que el Estado Venezolano ha dedicado en los últimos **veinti**



titrés años (1986-2009) se han visto mediatizados en términos reales por el fenómeno inflacionario de características estructurales que vive la nación desde 1972 hasta el presente. El crecimiento institucional de la inversión pública cultural consolidada desde 1965, cuando empezó a funcionar el INCIBA, hasta la formulación del presupuesto para el ejercicio fiscal 2010 (con el 0,50% del gasto cultural acordado, Sector 09.01) correspondiente al actual Ministerio del Poder Popular para la Cultura, ha estado signado por una progresión nominal tendencial cercana al **0,53% del total del presupuesto nacional**. Estas características en la composición institucional de los recursos financieros para el sector cultura y creativo también han respondido a una variación cronológica tendencial, mediadas por la depreciación inflacionaria desde 1989.

En consecuencia, es indispensable para la definición de las futuras políticas públicas culturales partir de una **hipótesis financiera apropiada** que asignen los recursos financieros que movilizarían las acciones concretas en el sector cultural y creativo venezolano. Se mantiene vigente el diagnóstico realizado en 1981 por el Despacho del Ministro de Estado para la Cultura, en donde se recomendaba en términos del Desarrollo Socio-Cultural, un mínimo de **2,5% del Presupuesto Nacional** a ser ejecutados durante un plazo acumulado de diez años, para asegurar cambios importantes en la vida social.

Por supuesto, el crecimiento financiero del sector cultural y creativo, no significa que el Estado Venezolano, en los últimos **catorce años (1999-2013)**, haya superado la *irracionalidad en la distribución de los recursos, la deficiencia estructural y operativa en su administración, la dispersión de los recursos*

*presupuestarios asignados a la acción cultural pública, la duplicidad de esfuerzos y difusión de responsabilidades, la falta de coordinación inter e intra sectorial y regional de los organismos culturales y su crecimiento un tanto anárquico (7 órganos desconcentrados y 27 Entes Descentralizados a través de 6 Plataformas Culturales). Si bien es cierto que el impacto real en el país de toda esta inversión al desarrollo cultural tiene un efecto diferido, difícilmente traducido en datos cifrados; los diagnósticos han señalado como conclusión tajante una *disipación financiera acentuada* y por agregado, *poca correspondencia entre la inversión del gasto cultural y los resultados obtenidos hasta el presente.**

Quizás sea entonces necesario relativizar las posibles conclusiones que se puedan derivar de estas observaciones, más aún, cuando **no se tiene en Venezuela un Sistema de Cuentas Culturales**, de Economía y Cultura, que den razones cualitativas y cuantitativas del esfuerzo fiscal en los sectores culturales y creativos; en tal sentido, es fundamental disponer de indicadores y estadísticas culturales que permitan evaluar el grado de coordinación existente entre la gestión, la administración y los planes de desarrollo, que en Economía de la Política Cultural, ha acumulado el país en las últimas décadas. El siglo XXI está demostrando reiterativamente para Venezuela la impostergerable necesidad de profundizar en los campos del complejo institucional cultural venezolano, asumiéndola desde la perspectiva política del Desarrollo Nacional, a partir de nuevas teorizaciones y enfoques, cuya gestión plantea requerimientos, oposiciones, desafíos y encuentros de diversa índole, *sin exclusión cultural, sin sectarismos políticos*. Y este reconocimiento obliga a superar el paradigma cultural dominante difusionista-extensionista al igual que garantizar las articulaciones orgánicas y dinámicas de los diversos contextos socioculturales que caracterizan la formación cultural de Venezuela.

Como hemos señalado, se considera que un **2,5% del Presupuesto Nacional** para el sector cultural y creativo venezolano, a ser ejecutados durante un plazo acumulado de seis años, es una inversión básica anual que debe ser tomada en cuenta si se quiere inducir en el país una dinámica cultural que promueva *la innovación y el cambio social*; porcentaje que recoge la necesaria proporción con lo que se asigna a educación. Indudablemente, es indefectible para la inversión de estos fondos que los gastos burocráticos de los Órganos Desconcentrados y Entes Adscritos del Ministerio del Poder Popular para la Cultura, que orientan la política cultural del país, no

superen el 20% de las asignaciones globales para el desarrollo cultural. De igual modo, se debe **definir una agenda de prioridades institucionales, legales y administrativas** que permitan una reorganización de las capacidades acumuladas por el sector en el transcurso de estos últimos veinticinco años (1988-2013). Y esto supone, por un lado, mayor participación del sector privado a través de **incentivos fiscales tributarios para la inversión cultural** y, por el otro, **modificar la estructura difusionista del gasto cultural** puesta en práctica.

Hay que tener en cuenta que *la política cultural es una estrategia estructural en la urdimbre misma y que el efecto positivo de tal estrategia debe situarse en una concepción del Desarrollo*. En tal sentido, cabe preguntarse qué desarrollo puede asociarse a una estructura difusionista del gasto cultural actual, cuya manifestación más evidente es una propuesta extensiva que busca facilitar el acceso a las mayorías a los bienes culturales; bienes que abarcan de preferencia las expresiones legitimadas por la tradición que representan la porción de oferta cultural menos consumida por la población. Una **política cultural de innovación y apoyo a la creación cultural** debe agregar otro tipo de cambios, que afectan particularmente al medio y a las modalidades del circuito artístico.

Sobre este tema en particular, como cualquier otro sector de la gestión pública encarado desde la praxis democrática, la política cultural del Estado Venezolano, para los próximos diez años, debe ser evaluada en términos de prioridades en su contexto social concreto; *no es lo mismo financiar la cultura en sí que financiar una política cultural*. Son obviamente exigencias distintas ya que en la primera perspectiva el Estado Venezolano puede o no actuar como otro promotor económico, en tanto que en la segunda es *protagonista obligado*. Este hecho se traduce a efectos de la actuación del Estado Venezolano si favorecemos una cultura de resultados, de creación, básicamente de consumo por tanto, que transmite más idea de modernidad de una administración cultural, o bien, si valoramos el impacto de una inversión para generar, potenciar y utilizar infraestructuras culturales como una oportunidad neta de aprendizaje y adquisición de conocimientos. De ahí partimos, la atención y el esfuerzo deben estar dirigidos a proyectar una mirada prospectiva cultural (GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos. 1993). Se trata de plantear los prolegómenos de la Economía Política Cultural futura

en el país, lanzando hipótesis nuevas, permitiendo cuestionamientos totales, compensando lagunas. Por supuesto, también debemos encontrar puntos de anclaje, de articulación, sobre los que se puedan construir políticas de las que esta predefinición estaría destinada a la vez a la opinión pública y a los responsables de la gestión.

CONCLUSIONES

El sector cultural-creativo venezolano es una fuente de ingresos importante como lo es cualquier sector en la economía de un país, sin embargo, como todas aquellas cosas intangibles y que no se ven sus beneficios en el corto plazo, las personas ven a la cultura como algo improductivo en términos de ingresos monetarios, resultando esto lo más desalentador para quienes al arte y a la cultura se dedican. Desmitificar lo anterior ha sido uno de los objetivos de la línea SIPECC del ININCO-UCV para realizar un análisis como éste, ya que, si no logramos entender que **la cultura es también riqueza nacional**, no sólo desde el punto de vista de patrimonio o de identidad de los pueblos, sino **desde la ventaja económica que trae consigo**, no podremos apuntar a un verdadero desarrollo integral del país.

En tal sentido, la Economía de la Comunicación y la Cultura, no sólo se trata de números y cifras sino de una ventana abierta en la que gobierno, sociedad y profesionales culturales pueden observar la situación del sector cultural venezolano. No se trata de ninguna manera, de generar un interés mal entendido, de desfigurar la imagen del bien cultural en comercialización desmedida, sino de *proteger lo que se tiene, de crear y estimular la producción y mantener un status para el sector cultural* donde jamás se ponga en duda su importancia dentro del ejercicio económico de Venezuela.

En el caso de Venezuela, es obligación del Estado incorporar la dimensión cultural en sus políticas y planes para conseguir el mejoramiento y la sostenibilidad de la calidad de vida y la realización personal de cada uno de los habitantes del país. Con ello, fortalecen no sólo al desarrollo cultural en Venezuela, sino también la manera de *comprender a la cultura, como un hecho cuantificable en términos de bienestar social, identidad nacional, unidad entre los pueblos, y presencia en los mercados internacionales, sin perder en cuenta, el respeto y admiración que la cultura venezolana merece.*

Por medio del análisis económico cultural se ha demostrado que las *industrias de contenido cultural y creativo* en Venezuela constituyen un sector con grandes capacidades de desarrollo. Dichas industrias no sólo son importantes como porcentaje del PIB, sino que también tienen una fuerte participación en el empleo de Venezuela. Sin embargo, aún falta mucho trabajo en materia de políticas públicas culturales que garantice un crecimiento del sector creativo-cultural para años posteriores. Una de las recomendaciones vitales para futuros análisis, no sólo en materia de cultura y comunicación, sino también para otros sectores de la economía, es la de generar una **Cuenta Satélite para el Subsector de las Industria Culturales y Creativas** que permitirá evaluar las contribuciones de los bienes y los servicios culturales de manera sistemática y eficiente. Con ello, las políticas culturales toman un papel central para normar la relación comercial con otros países, al buscar un equilibrio entre la capacidad de producción nacional y el intercambio cultural. El resultado de políticas culturales eficientes será la conservación y el desarrollo de espacios para la creación y promoción de la cultura, que resulta ser un insumo esencial para las nuevas generaciones venezolanas. En lo sucesivo, y a partir de este análisis que simplemente confirma lo indispensable que es la cultura para el desarrollo económico del país, los recursos destinados para dicho sector no serán vistos jamás como un gasto, sino como una inversión altamente productiva para el futuro de Venezuela.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBORNOZ, Luis Alfonso (comp.)

2011 *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós. Estudios de Comunicación 35. Primera Edición.

ÁVILA ÁLVAREZ, Antonio M^a y Miguel Ángel DÍAZ MIER

2001 «La Economía de la Cultura: ¿Una construcción reciente?». En: *ICE. Información Comercial Española. Revista de Economía*. España. N° 792, junio-julio, pp. 9-29.

BAUMOL, William Jack y William BOWEN

1966 *Performing Arts: The Economic Dilemma: a Study of Problems Common to Theatre, Opera, Music and Dance*. New York: Twentieth Century Fund.

BOLAÑO, César; Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.)

2005 *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía. Colección Comunicación Crítica.

BOLAÑO, César; Cida GOLIN y Valério BRITTOS (organizadores)

2010 *Economia Da Arte e Da Cultura*. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS.

BONET AGUSTÍ, Lluís

2001 *Economía y cultura: una reflexión en clave latinoamericana*. Barcelona, España: Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo.

CALCAGNO, Natalia y Emiliano TORTEROLA

2006 *La medición de la economía cultural de la Argentina*. Argentina: Laboratorio de Industrias Culturales.

CARSON, Jamie

2001 *Culture Goods Trade Estimates: Methodology and Technical Notes*. Canada, Ottawa, Ontario: Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Research Paper.

CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. CERLALC.

2000 «*Cultura, Comercio y Globalización. Preguntas y respuestas*». Colombia: Ediciones UNESCO / Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC.

CENTRO VENEZOLANO DEL INSTITUTO INTERNACIONAL DE
TEATRO

1990 *Economía y Cultura*. Caracas, Venezuela: ITI - UNESCO. Consejo Nacional de la Cultura. CONAC. Boletín N° 15.

COLOMBO VILLARASA, Alba

2006 «Economía de la cultura. L'impacte econòmic del sector cultural des d'una òptica europea». En: MUNILLA, Glòria: DOSSIER «La gestió de la cultura, una nova disciplina?» *Digithum. Revista dels Estudis d'Humanitats i dels Estudis de Llengües i Cultures de la UOC*. Núm. 8. UOC.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE CHILE
(CNAC)

2007 *Antecedentes para la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile*. Valparaíso, Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Departamento de Planificación y Estudios.

2003 *Impacto de la cultura en la economía chilena: participación de algunas actividades culturales en el PBI y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles*. Bogotá, Colombia: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile / Universidad ARCIS / Convenio Andrés Bello (CAB). Colección Economía y Cultura.

CONVENIO ANDRÉS BELLO

2001 *Economía y cultura: la tercera cara de la moneda. Memorias*. Colombia, Bogotá: Convenio Andrés Bello.

CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO (CAF)

2005 *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. Venezuela: Fundación BIGOTT / CAF. 1ra. Edición.

CULTURE STATISTICS PROGRAM

2004 *Canadian Framework for Culture Statistics*. Canada, Ottawa, Ontario:

Minister of Industry, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Research Paper.

DÁVALOS TAMAYO, Lorenzo

1994 «Algunas consideraciones sobre Política y Gestión Cultural». En: *Seminario Gestión Cultural en los 90*. (21 de abril 1994). Caracas, Venezuela: Espacios Unión. Diciembre, pp. 7-10.

1990 «*Cultura y Filantropía Empresarial. Posibilidades de participación no lucrativa del sector privado en la actividad cultural*». Caracas, Venezuela. Seminario sobre Cultura e Imagen Corporativa. 23 y 24 de mayo. 45 págs.

DESPACHO DEL MINISTRO DE ESTADO PARA LA CULTURA.

1981 *Desarrollo Económico y Cultura. Proposiciones sobre Política Cultural*. Tomos I-II. Caracas, Venezuela: SG Consultores, Junio.

FONDO NACIONAL DE LAS ARTES

1999 *Seminario Internacional sobre Economía de la Cultura. Mecenazgo*. Buenos Aires, Argentina: Fondo Nacional de las Artes. 19 y 20 de agosto de 1998.

FONSECA REIS, Ana Carla (organización)

2008 *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Itaú Cultural.

FONSECA REIS, Ana Carla y Kátia de MARCO (organizadoras)

2009 *Economia da Cultura. Ideias e vivência*. Rio de Janeiro: Publit Soluções Editoriais.

FREY, Bruno

2000 *La Economía del Arte*. Barcelona, España: Editorial La Caixa. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona. Colección Estudios Económicos N° 18.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y Ernesto PIEDRAS FERIA

2006 *Las Industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI Editores / FLACSO.

GHELFI, Donna

2006 *The Creative Industries: A Historical Context*. Ponencia en WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat.

GOLDSTONE, Leo

2003 «Las Estadísticas Culturales». En: TOWSE, Ruth. *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España: Fundación Autor /SGAE. Capítulo XXVI, pp. 353-361.

GÜERERE, Abdel

2002 «La cultura sí es negocio». En: *Revista Debates IESA*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA. Volumen VIII. N° 2, octubre-diciembre, pp. 10-14.

1999 «La otra cara del financiamiento cultural». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 105, Primer Trimestre, pp. 26-29.

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique

2011 «Tendencias de las Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales en Venezuela. Escenarios Tecnológicos 2008-2017». En: *Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Brasil. Economía Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (Eptic) / ULEPICC. Volumen 13. N° 1. Enero-Abril. Brasil. Consulta <http://www.seer.ufs.br/index.php/epctic/issue/current/showToc>

- 2010 «La innovación tecnológica en las TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales en Venezuela. Escenarios Tecnológicos 2008-2017». En: SAID HUNG, Elías (editor) *Tic, comunicación y periodismo digital*, Tomo 1. Barranquilla, Colombia. Ediciones UNINORTE.
- 2010a «La innovación tecnológica en las TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales en Venezuela 2008-2017». En: MIRANDA, Adrián; Gabriel SANTAGATA y Ana GUÉRIN (editores) *Pensar los medios en la era digital Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones. Colección Inclusiones. 1ra. Edición. Cap. 13, pp. 149-201.
- 2009 «Explorando las Industrias creativas, de la experiencia y culturales». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 21. N° 1, junio, pp. 117-173.
- 2008 «La Economía Creativa: TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 20. N° 1, junio, pp. 209-262.
- 2007 «La innovación tecnológica en la industria cinematográfica iberoamericana. Estudio Delphi 2006-2010». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 19. N° 2, diciembre, pp. 107-162.
- 2007a «Tendencias del Ecosistema Comunicacional en Venezuela». En: VILLAFÑE, Justo (dirección). *La Comunicación Empresarial y la Gestión de los intangibles en España y Latinoamérica 2007 Informe Anual*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall. Pearson Educación, S.A. 1ra. Edición, pp. 145-153.
- 2006 *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, Viceministerio de Cultura, CONAC, Convenio Andrés Bello. 1ra. Edición. Colección Economía y Cultura N° 10.

- 2006a *Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación EMPRESAS POLAR.
- 2006b «La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica. Un análisis comparativo diacrónico». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 18. N° 1, junio, pp. 57-118.
- 2005 «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: Cesar BOLAÑO, Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía, pp. 269-314.
- 2005a «Las industrias culturales en la economía de Venezuela y su contribución al PIB 1997-2002». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 191-216.
- 2005b «La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto económico Industrias de la Creación». En: *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. Venezuela: Fundación BIGOTT / CAF.
- 2004 *Las cifras del libro y las bibliotecas en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación POLAR.
- 2004a *Las cifras del cine y el video en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación POLAR.
- 2004b «Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 128, Cuarto Trimestre, pp. 74-87.
- 2004c «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: FUNDACIÓN GLOBAL DEMOCRACIA Y DESARROLLO *Industrias Culturales. Retos para el Desarrollo Cultural*. Santo Domingo,

- República Dominicana: Editora Corripio. 1ra. Edición. Colección Cultura N° 1.
- 2003 *Políticas y Economía de la Cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano*. Caracas, Venezuela: Cuadernos ININCO 2, Vol 1. UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO.
- 2002 «Política y economía de la Industria Audiovisual en Venezuela». En: *Encuadre. Revista de Cine y Medios Audiovisuales*. Caracas, Venezuela: N° 75, (segunda etapa), diciembre, pp. 35-38.
- 2001 «La Industria publicitaria en Venezuela 1996-1999». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 1. N° 13, pp. 215-262.
- 2001a «Historia del financiamiento cultural en Venezuela. 1990-2001». ¿Prioridad para el Estado Venezolano? En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 115. Tercer Trimestre, pp. 86-101.
- 2001b «Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001». En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre, pp. 86-101.
- 2000 «La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión». Caracas, Venezuela: Editorial Arte. 1ra. Edición. En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación BIGOTT y Fundación POLAR. *Cultura y Recuperación Nacional*. Memoria del Seminario, pp. 104-128.
- 2000a «La topografía del poliédrico mercado cultural y comunicacional en Venezuela». En: *Revista Escribanía*. Manizales, Colombia: Centro de Investigaciones de la Comunicación. Universidad de Manizales. N° 5. Julio-Diciembre, pp. 56-66.
- 2000b «Industria del Cine en Venezuela 1996-1999». En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 112. Cuarto Trimestre, pp. 100-112.

- 1999 «Innovación y competitividad de las Industrias Culturales y de la Comunicación en Venezuela». En: BARRIOS, Leoncio; Marcelino BISBAL, Jesús MARTÍN-BARBERO, Carlos GUZMÁN y Jesús María AGUIRRE. *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. Caracas, Venezuela: Litterae editores. 1ra. Edición.
- 1997 «Análisis de Competitividad del sector de las industrias culturales / comunicacionales y su impacto económico». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 100. Cuarto Trimestre, pp. 74-96.
- 1996 «Industrias Culturales, Innovación Tecnológica y Competitividad». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 95, Tercer Trimestre, pp. 49-59.

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique; Yesenia MEDINA y Yolanda QUINTERO AGUILAR

- 2005 «El valor agregado cultural y su efecto expansivo en la economía venezolana. Seis escenarios para el análisis cultural». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 132, Cuarto Trimestre, pp. 76-87.

HARTLEY, John (editor)

- 2005 *Creative Industries*. United Kingdom. Blackwell Publishing Ltd.

HARVEY, Edwin R.

- 2003 *La financiación de la cultura y de las artes. Iberoamérica en el contexto internacional (instituciones, políticas públicas y experiencias)*. Madrid, España: Iberautor Promociones Culturales SRL / SGAE.

HEILBRUN, James y Charles M. GRAY.

- 2001 *The Economics of Art and Culture*. New York: 2 edition. Cambridge University Press.

HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo

- 1999 «Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 30-39.
- 1999^a «Recepción televisiva en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 58-63.
- 1997 «La radio en Venezuela para el año 1997». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 97. Primer Trimestre, pp. 63-67.
- 1994 «La Radiodifusión en Venezuela para el año 1994». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 6, pp. 153-168.
- 1993 «Tendencias de la radiodifusión en Venezuela». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 5, pp. 107-129.
- 1993a «La radiodifusión en Venezuela para 1993». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 84. Cuarto Trimestre, pp. 9-11.
- 1992 «Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 4, pp. 85-104.

HERNÁNDEZ, Tulio

- 2000 «Estudio sobre el impacto económico del sector cultural en la Comunidad Andina. Capítulo Venezuela». Informe de avance. Resumen Ejecutivo. Agosto. Mimeografiado.

1987 «Las nuevas encrucijadas culturales». En: MICHELENA, Silva. *Venezuela hacia el 2000. Desafíos y opciones*. Caracas, Venezuela: Editorial Nueva Sociedad, pp. 319-336.

HERRERA PRIETO, Luis César

2009 «La investigación en economía de la cultura en España: un estudio bibliométrico». En: *Revista Estudios de Economía Aplicada*. España: Volumen 27-1. Abril, pp. 35-62.

2002 «La Economía de la Cultura en España: una disciplina incipiente». En: *Revista Asturiana de Economía*. RAE. España. N° 23, pp. 147-175.

HESMONDHALGH, Desmond.

2002 *The Cultural Industries*. London: Sage Publications.

HOWKINS, John.

2001 *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London. Allen Lane.

KATZ, Jorge

2006 *Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.

KEA

2006 *The Economy of Culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. Directorate-General for Education and Culture. Brussels. KEA European Affairs.

KLIKSBERG, Bernardo y Luciano TOMASSINI (compiladores)

2000 *Capital Social y Cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A. Primera Edición.

LASUÉN SANCHO, José Ramón y Javier ARANZADI DEL CERRO

2002 *El crecimiento económico y las artes*. Madrid, España: Fundación Autor / Sociedad General de Autores y Editores. DATAUTOR.

LÓPEZ Z., Eduardo; Erick TORRICO V. y Alejandra BALDIVIDIA R.

2005 *Dinámica económica de la cultura en Bolivia*. Bogotá, Colombia: Viceministerio de Cultura de Bolivia. Convenio Andrés Bello. Colección Economía y Cultura N° 12. 1ra. Edición.

MACHICADO, Javier

2004 «La cultura como generadora de crecimiento económico, empleo y desarrollo». En: *2da. Reunión Interamericana de Ministros y Altas Autoridades de Cultura*. Ciudad de México, México: Estudio del Tema I. Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI). Organización de los Estados Americanos (OEA). 23 y 24 de agosto, p. 3. Mimeo-grafiado.

2000 «Economía y cultura. Un estudio sobre el impacto económico del sector cultural en la Comunidad Andina». En: *Serie Cuadernos de trabajo*. Colombia: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia. N° 22, pp. 25-41.

MALAVÉ, José

2002 «Mercados culturales, ¿quién da más? En: *Revista Debates IESA*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA. Volumen VIII. N° 2, octubre-diciembre, pp. 35-50.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

2002 *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Colombia: Fondo de Cultura Económica. Sección de obras de sociología.

MASSIANI, Felipe A.

1977 *La Política Cultural en Venezuela*. Caracas, Venezuela: UNESCO. Colección Políticas Culturales: estudios y documentos.

MASTRINI, Guillermo y César BOLAÑO

1999 *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

MASTRINI, Guillermo y Martín BECERRA (directores)

2006 *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. 1ra. Edición. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros / Instituto Prensa y Sociedad.

2006 «Senderos de la Economía de la Comunicación: Un enfoque latinoamericano». En: *Cuadernos de Información y Comunicación* (CIC). España. Vol. 11, pp. 111-128.

MIGUEZ, Paulo

2006 *Repertório de fontes sobre Economia Criativa*. Brasil: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

MILLÁN PEREIRA, Juan Luis

1993 *La economía de la Información. Análisis Teóricos*. Madrid: Editorial Trotta. Colección Estructura y Procesos. Serie Economía.

MILLER, Toby y George YÚDICE

2004 *Política Cultural*. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A. 1ra. Edición. Serie Culturas.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA / CONVENIO ANDRÉS BELLO

2003 *Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Cultura de Colombia. Convenio Andrés Bello (CAB). Colección Economía y Cultura.

MUÑOZ, Blanca

2005 *La cultura global. Medios de Comunicación, cultura e ideología en la sociedad globalizada*. Madrid, España: Pearson Educación, S.A.

MURZI, Alfredo Tarre

1972 *El Estado y la Cultura. La Política Cultural en Venezuela*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila Editores. Colección Documentos.

NEWBIGIN, John

2010 *La Economía Creativa. Una Guía Introductoria*. Serie Economía Creativa y Cultural 1. London. Reino Unido. British Council / ODAI.

OBSERVATORIO INDUSTRIAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (OIC)

2004 *Dossier Economía y Cultura 1*. Buenos Aires, Argentina. Secretaría de Cultura. Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

O'CONNOR, Justin

2007 *The cultural and creative industries: a review of the literature*. London: Creative Partnership Series. Arts Council England.

(s.f) *The definition of Cultural Industries*. Manchester Institute for Popular Culture. Manchester Metropolitan University.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI)

2003 *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el Derecho de Autor*. Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI.

2002 *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile*. Coordinación del Prof. Antônio Márcio Buainain. OMPI y Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

OROPEZA GONZÁLEZ, Alejandro

2005 *Política Pública y Demanda Cultural en Venezuela*. (Serie Mención Publicación). Caracas, Venezuela: CENDES, UCV.

PICARD, Robert G.

2003 «La Economía de los Medios de Comunicación». En: TOWSE, Ruth. *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España: Fundación Autor /SGAE. Capítulo XIX, pp. 253-352.

PIEDRAS FERIA, Ernesto

2005a «¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 163-189.

2004 *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México*. 1ra. Edición. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Sociedad de Autores y Compositores de Música / Sociedad General de Escritores de México.

QUARTESAN, Alessandra; Monica ROMIS y Francesco LANZAFAME

2007 *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique y Rodrigo GÓMEZ GARCÍA

2001 *La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y Conceptos*. Barcelona, España: Portal de la Comunicación InCom-UAB.

2009 «La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación». En: VEGA MONTIEL, Aimée (coordinadora) *La Comunicación en México. Una agenda de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Centro de

Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. 1ra. Edición, pp. 53-58.

SCHARGORODSKY, Héctor Esteban y otros

2007 *Economía de la Cultura*. Buenos Aires, Argentina: Observatorio Cultural. Postgrado en Administración de Artes del Espectáculo. 1ra. Edición.

SCHUSSMAN, Alan y Kieran HEALY

2002 *Culture, Creativity and the Economy: An Annotated Bibliography of Selected Sources*. USA: Department of Sociology, Social Sciences. University of Arizona.

SEAMAN, Bruce

2009 «Cultural Economics: State of Art and Perspectives». En: *Revista Estudios de Economía Aplicada*. España. Volumen 27-1. Abril, pp. 7-32.

STOLOVICH, Luis

2005 «La cultura entre la creación y el negocio. Pero ¿negocio para quién?». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 59-86.

STOLOVICH, Luis; Graciela LESCANO; José MOURELLE y R. PESSANO

2002 *La Cultura es Capital*. Uruguay, Montevideo: Editorial Fin de Siglo.

STOLOVICH, Luis; Graciela LESCANO y José MOURELLE

1997 *La Cultura da Trabajo. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay*. Uruguay: Editorial Fin de Siglo.

TENORIO, María

2009 *Desarrollo Humano y dinámicas económicas locales: Contribución de la Economía de la Cultura*. San Salvador, El Salvador: Programa de las

Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Cuadernos sobre Desarrollo Humano. N° 9.

TOWSE, Ruth

2003 *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España: Fundación Autor /SGAE.

UNESCO

2009 *2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. Montreal, Quebec, Canada: Unesco Institute for Statistics (UIS). First Edition.

2007 *Draft. The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Montreal, Quebec, Canada: Unesco Institute for Statistics. First Edition.

2005 *Asia-Pacific Creative Communities: Promoting the Cultural Industries for Local Socio-economic Development. A Strategy for the 21st Century*. Jodhpur, India. Working Documents of the Senior Expert Symposium: Creative Communities: A Strategy for the 21st Century. 22-26 February. UNESCO Regional Advisor for Culture in Asia and the Pacific.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)

2008 *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*. United Nations. UNCTAD.

2008a *Pre-conference event. Outcome of the Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD/423. 14-15 January. Geneva. United Nations. UNCTAD.

2008b *Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD(XII)/BP/4. 14-15 January. Geneva. United Nations. UNCTAD.

2004 *Creative Industries and Development*, paper for the eleventh session, São Paulo, 13-18 June 2004. TD(XI)/BP/13. UNCTAD.

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

2005 *El impacto económico de la cultura en Perú*. Bogotá, Colombia. Convenio Andrés Bello / Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres. Colección Economía y Cultura.

YÚDICE, George

2002 *El Recurso de la Cultura. Usos de la Cultura en la era global*. Serie Culturales. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A. 1ra. Edición.

ZALLO, Ramón

2007 «La Economía de la Cultura (y de la Comunicación) como objeto de estudio». En: *Revista ZER*. Vol. 12. N° 22, pp. 215-234.



Arte, TIC y Nuevos Medios /
Art, ICT and New Media

Moraima Beatriz Guanipa Urdaneta

(Venezuela)

Doctorante en Humanidades y Magister Scientiarum en Literatura Venezolana por la Universidad Central de Venezuela (2000). Licenciada en Comunicación Social por la Universidad del Zulia (1985). Jefa del Departamento de Periodismo de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Miembro de los Comités Académicos de los Programas de Postgrados Maestría en Comunicación Social y Maestría en Gestión y Políticas Culturales de la UCV. Investigadora acreditada del Programa de Promoción al Investigador (PPI) y del Programa de Estímulo a la Investigación (PEI). Ha publicado ensayos sobre cultura, arte, comunicación en revistas especializadas y cibercultura. Es colaboradora en diferentes publicaciones nacionales e internacionales. Docente de seminarios sobre Información Cultural en pre y postgrado. Autora de los libros *Hechura de silencio. Una aproximación al Ars Poética de Rafael Cadenas* (2002), *La jaula de la Sibila* (2002), *Bogares* (1998), y las plaquettes *Voces de Sequía* (1999) y *Ser de agua* (1997). Es autora del texto *Imágenes de la Universidad Central de Venezuela: Una casa que es una ciudad que es un país*, editado por la UCV (1997). Miembro del Comité Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación.

Correo electrónico:
moraima.guanipa@ucv.ve



La experiencia comunicativa del arte en su expresión digital

*The communicative experience
of art in its digital expression*

Recibido: 17/ 01/ 2013

Aceptado: 14/ 02/ 2013

© De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

MORAIMA BEATRIZ GUANIPA URDANETA

La experiencia comunicativa del arte en su expresión digital

El presente trabajo está centrado en revisar uno de los aspectos que consideramos clave de la cultura visual contemporánea: la condición comunicativa de las imágenes digitales, especialmente en el campo de la producción artística. A partir de una investigación bibliográfica y documental se analizan algunas de las posibilidades y los retos comunicativos de ciertas expresiones del llamado arte de los *Nuevos Medios* y por el uso de las TIC en el marco de la cultura de nuestro tiempo. De igual modo pasamos revista a una apretada selección de artistas venezolanos que han explorado, en la interacción con las tecnologías informacionales y comunicativas, nuevas posibilidades de expresión y comunicación.

Descriptor: Arte / TIC / Nuevos Medios /

ABSTRACT

MORAIMA BEATRIZ GUANIPA URDANETA

The communicative experience of art in its digital expression

This paper focuses on reviewing one of the aspects that we consider key of the contemporary visual culture: the communicative status of digital images, especially in the field of artistic production. Through a bibliographic and documentary research we discuss some of the possibilities and the communication challenges of certain communicative expressions the art of New Media and the use of ICT in the context of the culture of our time. Similarly we review a selection of Venezuelan artists who have explored, in interaction with informational and communication technologies, new possibilities of expression and communication.

Keys Words: Art / ICT / New Media /

RÉSUMÉ

MORAIMA BEATRIZ GUANIPA URDANETA

L'expérience communicative de l'art dans son expression digital

Cet article se concentre sur l'examen d'un des aspects que nous considérons comme clé de la culture visuelle contemporaine: le statut de communication d'images digitales, en particulier dans le domaine de la production artistique. Grâce à une recherche bibliographique et documentaire nous présente certaines des possibilités et des défis de communication de certaines expressions communicatives l'art des nouveaux médias et de l'utilisation des TIC dans le contexte de la culture de notre temps. De même, nous examinons une sélection d'artistes vénézuéliens qui ont exploré, en interaction avec les technologies d'information et de communication, de nouvelles possibilités d'expression et de communication.

Mots clés: Art / TIC / Nouveaux médias /

RESUMO

Moraima Beatriz Guanipa Urdaneta

Experiência comunicativa da arte de expressão digital

O presente trabalho é focado em uma revisão dos principais aspectos que consideramos cultura visual contemporânea: a condição de comunicação de imagens digitais, especialmente no campo da produção artística. A partir de uma literatura e documentário aborda algumas das possibilidades e desafios de comunicação de certas expressões da arte chamada New Media e da utilização das TIC no contexto da cultura de nosso tempo. Da mesma forma, revisamos uma seleção apertada de artistas venezolanos que têm explorado a interação com as tecnologias de informação e comunicação, novas possibilidades de expressão e comunicação.

Palavras-chave: Arte / TIC / Novos Media /

INTRODUCCIÓN

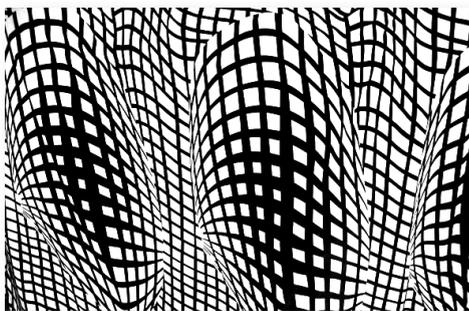
La posibilidad comunicativa del ser humano ha alcanzado en el presente una de sus cotas más altas con el desarrollo de las tecnologías y procesos informacionales y la aparición de Internet.

Parece lejano el vaticinio de Norbert Wiener, según el cual si los siglos XVIII y XIX fueron la «edad de las máquinas de vapor», el siglo XX sería la edad «de la comunicación y el control» (RODRIGO, 1995). Nuestro siglo XXI trae el pulso de la cotidianidad saturada de procesos que pasan por el uso medios, plataformas y tecnologías de comunicación e información (TIC), especialmente en su derivación digital.

A más de dos décadas de la expansión de las telecomunicaciones vía Internet, cabe interrogarse por este momento comunicacional que llegó para quedarse y que escapa de su condición de «novedad» tecnológica, para insertarse en el universo simbólico y cultural. De ser un aparato capaz de condensar las diversas plataformas y medios comunicativos mediante programas e interfaces de conexión, la computadora, la pantalla electrónica que ha llegado a niveles de sofisticación técnica sin parangón, representa un nuevo tipo de «tecnicidad» que a su vez determina **nuevas formas de sociabilidad**, pues como bien señala Martín Barbero: «la visualidad electrónica ha entrado a formar parte constitutiva de la visibilidad cultural, ésa que es a la vez entorno tecnológico y nuevo imaginario» (MARTÍN BARBERO, 2007: 92). Ya lo advertía lúcidamente Migdalia Pineda a finales del siglo XX, cuando sostenía:

Por eso, la dimensión cultural de las nuevas tecnologías no puede ser abordada más que dentro del contexto social donde estos aparatos tecnológicos se manifiestan como objetos culturales producidos por el hombre y que tienen como característica peculiar el trabajar con información, con conocimientos, con saberes, elementos éstos eminentemente culturales y con amplias dimensiones sociales (PINEDA, 1996: 74).

En un tiempo en el que la popularización del uso de las TIC y de Internet ha introducido cambios incluso en la comunicación social y ha puesto



en crisis «el concepto tradicional de comunicación de masas» (RODRIGO, 1995, 2010), la noción misma de cultura se está moviendo hacia un plano en el que dialogan, se cruzan, se entremezclan e intercambian las expresiones de lo culto, lo masivo, lo popular que desde la pasada centuria ya venían sufriendo una poderosa mutación con la consolidación de las llamadas industrias culturales (GARCÍA CANCLINI, 1990; CASTELLS, 2001; MARTÍN BARBERO, 2007). Los referentes simbólicos, culturales, tienen en esta tecnicidad su clave:

Con la asunción de la tecnicidad mediática como dimensión estratégica de la cultura nuestra sociedad puede interactuar con los nuevos campos de experiencia en que hoy se procesan los cambios: desterritorialización/relocalización de las identidades, hibridaciones de la ciencia y el arte, de las escrituras literarias, audiovisuales y digitales, la reorganización de los saberes desde los flujos y redes por los que se moviliza no solo la información sino el trabajo y la creatividad, el intercambio y la puesta en común de proyectos políticos, de investigaciones científicas y experimentaciones estéticas (MARTÍN BARBERO, 2007: 95).

Sin caer en el terreno de una tecnofilia que desconozca el inquietante grado de desigualdad en el acceso y la reproducción de la hegemonía cultural y económica de las metrópolis, justo es reconocer que las tecnologías computacionales han estado asociadas a los procesos globalizadores y al entronizamiento de la mediación tecnológica en distintas esferas de la vida.

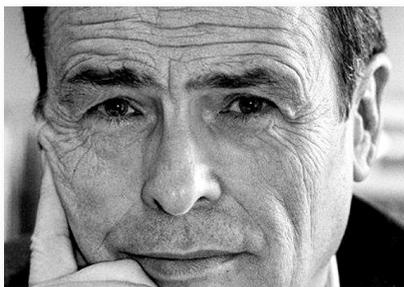


Las posibilidades de digitalización, de transmisión de textos e imágenes constituyen uno de los ámbitos de mayor experimentación y de rutina comunicativa de nuestro presente, intensificado ahora por la incorporación de una secuencia cada vez más creciente de aparatos, aplicaciones y programas informáticos volcados a proveer movilidad e interconexión (teléfonos móviles, tabletas, etc.). En este contexto cabría preguntarse por la forma cómo el arte ha asimilado y reflejado estas transformaciones.

Sostenemos que en un tiempo en el que las formas culturales se entrecruzan y los compartimientos estancos del arte, la comunicación y la cultura resultan permeables, es en la aproximación a las expresiones artísticas que incorporan el uso y la reflexión sobre las llamadas nuevas tecnologías donde podemos encontrar algunas claves en la comprensión de las transformaciones culturales de la sociedad informacional (CASTELLS, 2001), en la que vivimos. En atención a lo anterior, en el presente trabajo exploraremos, desde una perspectiva comunicativa y cultural, la manera **cómo el uso de la imagen y las tecnologías digitales han sido incorporadas a la producción artística y expresan en buena medida los dilemas y los retos que se plantean para la cultura de nuestro tiempo**. Para ello nos aproximaremos a una discusión que desde la comunicación dará cuenta de las características y los alcances de las prácticas artísticas que utilizan los llamados «nuevos medios», para pasar luego a revisar la forma como algunos artistas venezolanos abordan su obra en este campo.

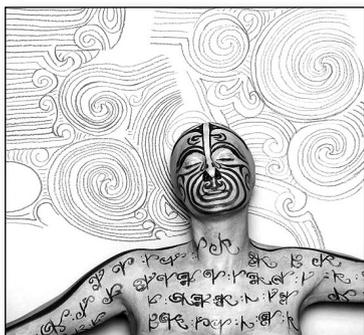
UNA «PRÁCTICA COMUNICATIVA»

Cabe reiterar que la perspectiva desde la que abordamos el tema del **arte en su dimensión digital** en modo alguno supone un énfasis tecnocientífico de su abordaje. Antes más bien creemos con Bourdieu (1995) que la obra de arte representa un desafío para la comprensión de lo artístico y cultural inserto en el ámbito de las prácticas socioculturales. Nos alejamos, por ello, de las nociones que defienden la infabilidad y el autotelismo de la experiencia artística y asumimos que «la renuncia al angelismo (sic) del interés puro por la forma pura es el precio que hay que pagar para comprender la lógica de estos universos sociales» (BOURDIEU, 1995: 15).



En la base misma de la producción y el consumo artístico encontramos lo comunicativo como aspecto clave de su condición y para el caso de las producciones y expresiones del arte de los llamados «nuevos medios» resulta esencial la noción de interactividad e virtualidad que en sí misma

encierran. Como destaca Vivian Romeu, docente de la Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la ciudad de México, «la interacción es comunicación y viceversa, pero se trata de una interacción y una comunicación que reviste tintes sociales e ideológicos, es decir, que se da como práctica situada histórica y socialmente» (ROMEY, 2007: 2). Téngase presente que tanto la información como la comunicación constituyen categorías de las relaciones comunicantes entre los seres humanos (PASQUALI, 1980) y están en la base de la sociabilidad, lo que en modo alguno supone desconocer el carácter complejo y no siempre fluido de tales relaciones, enmarcadas a su vez en el campo de lo social.



Para Romeu, el arte es «práctica cultural y práctica comunicativa», en tanto expresa los cambios y condiciones socio-culturales de determinados tiempos y a su vez supone «intercambio de información entre actores sociales, en este caso, los artistas que hacen la obra y los públicos que la consumen». En la misma línea de Bourdieu, la autora recuerda que el arte como objeto creado por el ser humano, no se encuentra al margen del contexto histórico, social, cultural, político y, por tanto un discurso en acción y en relación con lo sociocultural:

De ahí que la relación ontológica entre el arte y el objeto, u obra de arte que lo representa, esté mediada por su inteligibilidad, es decir, por su razón comunicativa, lo que nos lleva a concluir que el arte no puede ser menos que un discurso sobre la realidad, no un mero reflejo de ella, sino una re-creación de lo real, de lo real histórica y socialmente situado, y en consecuencia tiene que emplear en su re-creación parte del material discursivo que le antecede, material que no sobra advertir, está conformado por el lenguaje, siempre intersubjetivo, que contiene dentro de sí tanto «comunicabilidad» propiamente dicha como modos o modalidades intelectivas en que dicha comunicabilidad se legitima, o sea, se hace visible (ROMEY, 1992: 2).

Esta «razón comunicativa» es la que también es transformada, como veremos, por el desarrollo de las TIC, que no sólo han expandido las posibi-

lidades para la creación artística (MARTÍNEZ y MENDOZA, 2005), sino que también están cambiando el lugar de la obra de arte, migrada e hibridada hacia el terreno de lo masivo-industrial, de lo globalizado, con lo que ello supone de riesgo frente a la homogenización cultural de los procesos globalizadores.

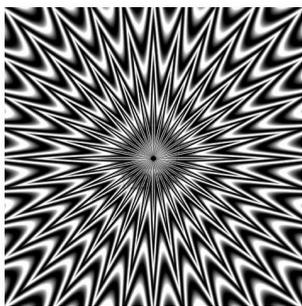
ARTE MEDIADO POR LAS TIC

Desde la aparición de los primeros artefactos y dispositivos tecnológicos vinculados con la comunicación contemporánea (teléfono, video, fax, fotocopias, entre otros), estas herramientas y tecnologías han sido igualmente incorporadas al arte. No pocas veces estas asimilaciones han llegado a denominar expresiones artísticas que, en mayor o menor grado, se sirven de estos tipos de canales y soportes, como en su momento fue el Videoarte en los años sesenta y setenta, así como también el llamado **Fax-Art** y a partir de los años noventa del siglo XX, el **Net-art**. Este último incorporó tempranamente el uso de Internet, con las experiencias pioneras de jodi.org, la página web que los artistas Joan Heemskerk y Dirk Paesmans realizaron en 1993, y la popularización del término Net-Art, a partir del uso que le dio el artista esloveno Vuk Cosic «para referirse al arte de la red y las comunicaciones» (GREENE, 2000).

Estamos en el terreno de expresiones estéticas que «se valen de las tecnologías de los medios de comunicación emergentes y exploran las posibilidades culturales, políticas y estéticas de tales herramientas», como lo destacan Mark Tribe y Reena Jana (2006) para referirse al término del «**arte de los nuevos medios**» (*New Media Art*). Esta denominación intentó dar cuenta del cruce entre arte y tecnología, y aglutinar en una misma expresión la diversidad terminológica surgida alrededor de experiencias artísticas que de manera indistinta podían referirse al arte digital, arte electrónico, arte multimedia, entre otros, pues:

Resulta difícil determinar qué puede considerarse tecnología mediática. Internet, herramienta clave de muchos de los proyectos artísticos con nuevos medios, se compone a su vez de una heterogénea y cambiante variedad de elementos de *hardware* y *software* (servidores, *routers*, ordenadores personales, aplicaciones de bases de datos, scripts y archivos) gobernados por protocolos

de arcanos nombres, como HTTP, TCP/IP y DNS. Otras tecnologías de indudable importancia para el arte y los nuevos medios incluyen el video y los juegos de ordenador, las cámaras de seguridad, la telefonía inalámbrica, los miniordenadores portátiles y los sistemas de navegación GPS. Con todo, el arte de los nuevos medios no se define en función de las tecnologías mencionadas; al contrario, son los artistas quienes, al emplear dichas tecnologías con propósito crítico o experimental, las redefinen como medios artísticos (TRIBE y JANA, 2006: 7).



No es la primera vez en la que el arte a lo largo de su historia ha enfrentado y asimilado, desde las orillas de la disconformidad y el cuestionamiento, los avances tecnológicos (GUANI PA, 2010). Baste tener presente lo apuntado por Lev Manovich (2003) cuando señala que así como las vanguardias artísticas de comienzos del siglo XX establecieron un diálogo crítico con los nuevos medios de su tiempo: fotografía, cine, las impresiones gráficas, «las técnicas informáticas de acceso a los *media*, manipulación y análisis de los mismos constituyen la nueva vanguardia» (2003: 1).

Sin embargo, como bien ha puntualizado, Christiane Paul, al mirar en retrospectiva los debates teóricos que sobre términos como el arte de los nuevos medios se han generado en los tres últimos lustros, éste resulta limitado dado que asumió no sólo para sí una denominación que en el siglo XX se utilizó para aludir los medios emergentes de cada época (cine, arte sonoro, videoarte, etc.), sino que también resultó desafortunado para definir **la estética del medio digital**, aunque tuvo como aspecto positivo el de reforzar «uno de los grandes valores del arte, la capacidad de evitar con éxito las definiciones» (PAUL, 2011: 46). Paul, quien trabajó en el Museo Whitney (EEUU), uno de los primeros museos que abrieron una sección de Arte de Nuevos Medios a comienzos de los años noventa, ofrece una definición que lo vincula básicamente con el universo digital y de las TIC:

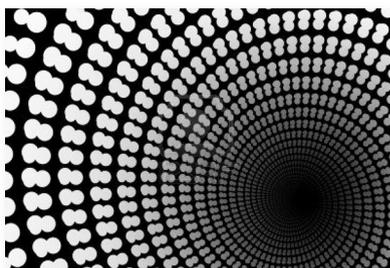
Ahora el arte de los nuevos medios suele considerarse arte computable que se crea, almacena y distribuye mediante tecnologías digitales y utiliza los rasgos

de estas tecnologías como soporte. El arte de los nuevos medios es procesal, temporal, dinámico, y en tiempo real; participativo, basado en la colaboración y performativo; modular, variable, generativo y adaptable (PAUL, 2011: 46).

El desarrollo de las tecnologías digitales y del uso de las computadoras dieron lugar a **prácticas artísticas que tienen lo digital como eje**, para dar cuenta de un vasto campo de expresiones que se sirven de las computadoras, de códigos, programas y lenguajes informáticos (dentro y fuera de Web), de procesos y soportes digitales. El uso de las tecnologías digitales que tanto y de manera tan diversa han explotado las industrias culturales devenidas en **industrias creativas** (la televisión, el cine, la publicidad, los videojuegos) adquieren en el arte lo que Lévy, en el prólogo de su libro *Cibercultura*, vislumbró para la cultura digital, un carácter «más complejo e híbrido que los entramados de sistemas tecnológicos electrónicos y digitales que la configuran» (LÉVY, 2007: IX). De los llamados nuevos medios pasamos a la idea de una **era postmedia**, en la que el arte que se sirve de todo su arsenal de medios y potencial comunicativo del que dispone actualmente, deje atrás la noción del arte de los nuevos medios (New Media Art) para finalmente mostrarse como «una de las mejores encarnaciones del arte en la Era de la Información» (QUARANTA, 2010).

OBJETOS DE ARTE, OBJETOS INFORMACIONALES

En la base misma de la operación que hace posible la creación de imágenes (o textos) computarizadas que hoy en día se exhiben en sitios web de artistas, en museos y galerías, se aplican principios digitales a partir del código binario, un sistema de numeración usado tanto en las matemáticas como en la informática, para la representación de textos e imágenes en una cadena numérica basada en el uso de dos dígitos o bits (0 y 1). En este sentido, nos hacemos eco de la observación hecha por el artista y catedrático argentino Diego Levis al señalar:



Lo que caracteriza a las manifestaciones artísticas realizadas con computadoras es que cualquiera sea la forma que adquieran o el modo en que se presentan todas son objetos informacionales hechos de una sucesión numérica de ceros y unos, un algoritmo matemático unificador en el que no hay lugar para la ambigüedad. Toda obra digital es resultado de un cálculo preciso (LEVIS, 2001: 116).

Como lo afirma en su libro *Ser Digital* (2011) el catedrático español José Ramón Alcalá, director desde su creación en 1989, del Museo Internacional de Electrografía (MIDE), de Cuenca-España, la estructura de las formas digitales –incluyendo las del arte– está sometida a las condiciones del lenguaje binario, y toda la información, cualquiera independientemente de su naturaleza o tipo (visual, algebraica, matemática, sonora, oral, textual, etc.) está construida en atención a este lenguaje alfanumérico (ALCALÁ, 2011: 18). Para decirlo en palabras de Martín Barbero «el número, de mediador universal del saber está pasando a ser mediación técnica del hacer estético» (MARTÍN BARBERO, 2007: 94). Esto a su vez también revela que pasamos «de la primacía sensorio-motriz a la sensorio-simbólica». En un lúcido ensayo sobre el impacto de la tecnicidad en la comunicación de nuestro tiempo, el autor reflexiona sobre «la des-ubicación que hoy atraviesa el arte», que también es su reto más permanente:

El acercamiento entre experimentación tecnológica y estética hace emerger, en este desencantado comienzo de siglo, un nuevo parámetro de evaluación de la técnica, distinto al de su mera instrumentalidad económica o de su funcionalidad política: el de su capacidad de comunicar, esto es, de significar las más hondas transformaciones de época que experimenta nuestra sociedad, y el desviar/subvertir la fatalidad destructiva de una revolución tecnológica prioritariamente dedicada, directa o indirectamente, a acrecentar el poderío militar (MARTÍN BARBERO, 2007: 94).

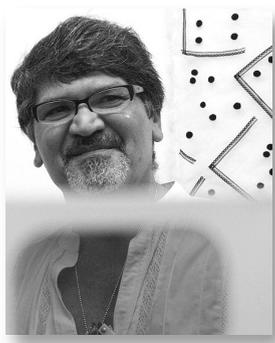
La obra de arte digital pasa a ser objeto de los mismos procesamientos de imágenes digitales diversas: «se pueden editar en gran medida, son interactivos, abiertos y se pueden distribuir así como combinarse de un modo modular y granular» (MÁRTON, 2010: 30). En esta capacidad, el objeto de arte digital expresa en su inmaterialidad, interactividad e incluso en su propia virtualidad, el cuestionamiento a la tradición artística occidental que le

otorga a la obra de arte una condición de objeto particular, susceptible de ser considerada mercancía, objeto de cambio (GUANIPA, 2006).

ALGUNAS EXPERIENCIAS VENEZOLANAS

Algunos artistas venezolanos no han permanecido ajenos a estos cambios y mutaciones que se vienen registrando a partir del uso de las TIC en el arte. En este sentido, destacamos la presencia de un recorrido histórico, desde los años noventa del siglo veinte, de experiencias en el arte mediado por computadoras y desarrollos digitales que se proyectan con fuerza, aunque todavía con difusión puntual (exposiciones) y si se quiere limitada.

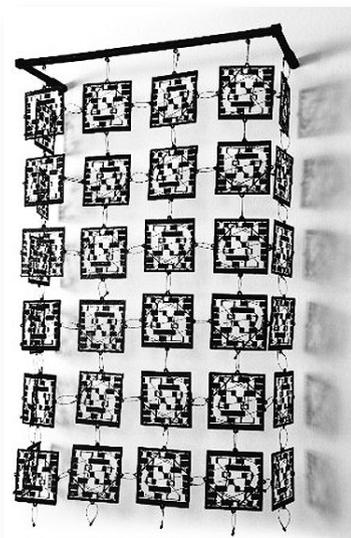
Un primer atisbo lo encontramos en la experiencia pionera de **Pedro Morales (1958, foto derecha)**¹, quien en 1989 presentó una muestra en el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas realizada en computadora y con los programas informáticos que hasta entonces se conocían. El trabajo de Morales es acaso uno de los más persistentes en este campo en el país, si se toman en cuenta las diversas propuestas que ha desarrollado desde entonces y que incluyen una realizada enteramente para la Red: «City Rooms» (2002-2003). Más recientemente, en la muestra, «De redes y Cadenas» (2011), Morales ofreció una serie de piezas bidimensionales ante las cuales el espectador requería el uso de teléfonos inteligentes (*smartphones*) para «leer» cada obra, que a su vez contenía fragmentos de textos del poeta Rafael Cadenas. Se sirvió de tecnologías como los códigos QR (*quick response code*, códigos de respuesta rápida)², así como de impresoras en 3D, en una propuesta en la que artista y espectador dialogan, interactúan



¹ <http://pedromorales.com/>

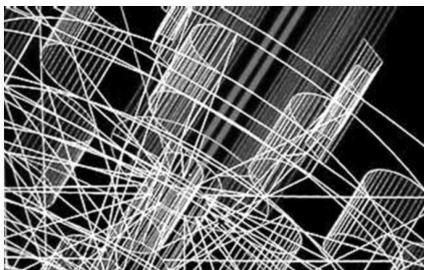
² Los Códigos QR o «Códigos bidi» (*quick response code*, código de respuesta rápida) permiten almacenar información que es leída a partir de la decodificación de una matriz de puntos o de un código de barras bidimensional. Utilizados desde los años noventa para la organización de inventarios en el área industrial y comercial, estos códigos permiten contener volúmenes de información en forma de bits. Las aplicaciones que facilitan «leer» estos códigos en los teléfonos inteligentes, han popularizado su uso en la publicidad, pero también ha llevado a artistas contemporáneos a servirse de este recurso para sus indagaciones creativas.

desde la experiencia binaria y digital de la obra misma. Con el uso de los códigos QR o «códigos bidi», Morales se suma a los artistas que incorporan este recurso iconográfico. En su caso, propone al espectador la captura en la pantalla del teléfono celular (mediante el escaneo que la aplicación hace de estos códigos) de los versos del poeta Cadenas.



El vínculo entre el arte y la ciencia encuentra ecos en las obras **Alejandro Otero (1921-1990)**, figura clave de la abstracción en Venezuela y quien al final de su vida experimentó con el uso de las computadoras para convertir en imágenes digitales sus trabajos, desarrollados en el Centro de Investigación de la IBM. Otro tanto encontramos en **Rolando Peña**, cuya indagación volumétrica del barril de petróleo sintetiza no sólo la investigación en el campo de las formas visuales en computadoras, sino que también reflexiona en clave de crítica en la «cultura del petróleo» y sus alcances éticos, políticos y culturales en nuestra nación. Si bien en la obra de Otero como en la de Peña, la imagen computarizada mantiene la condición de soporte, llama la atención el carácter desprejuiciado de sus aproximaciones a la tecnología computacional, así como la posibilidad que abrieron en cuanto a la transformación de la imagen artística y su virtualidad.

Con un carácter fiel a su condición de maestro del cinetismo venezolano, **Carlos Cruz-Diez (1923)**³ se ha servido de las herramientas digitales a su alcance para explorar y profundizar en su indagación sobre el color y la experiencia de interacción cromática que ya en 1995 pre-

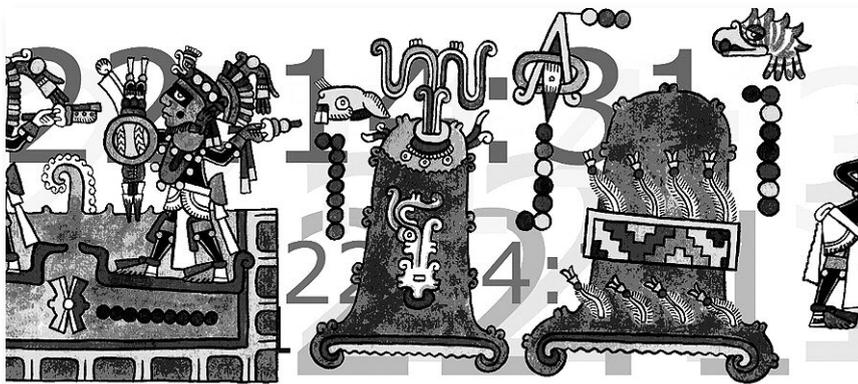


sentaba en formato de CD-ROM los primeros trabajos conocidos bajo el nombre de «Experiencia cromática aleatoria interactiva». En 2011 presentó a través de la Fundación Cruz-Diez⁴ una aplicación desarrollada con la empresa Apple para teléfonos móviles. Lo central de esta propuesta es generar la interacción del espectador en la realización de piezas a partir de la obra del propio artista. En este apretado recorrido destacamos la presencia igualmente pionera de **Yucef Merhi (1977)**⁵, acaso uno de los artistas que más intensamente ha utilizado los diferentes medios y aplicaciones de la tecnología para ponerla al servicio de una obra tan diversa como inquietante y de profunda reflexión sobre el arte, sus lenguajes, sus posibilidades. Desde el uso artístico que le dio a la consola de juegos Atari2600 a finales de los años ochenta del siglo XX, hasta su más reciente trabajo **Quetzalcóatl 2.0.1.2**, que forma parte de la exposición «Los hijos de la serpiente emplumada: el legado de Quetzalcóatl», en el Museo de los Ángeles (EEUU), Merhi se ha servido de su conocimiento y experiencia en el campo de la programación y el manejo de lenguajes de computación para realizar trabajos que incluyen la experimentación con la poesía y el lenguaje; el hackeo de cuentas y páginas; la elaboración de dispositivos informáticos y el NetArt, en una experimentación que convierte este mundo digital y electrónico en el centro de la reflexión sobre la condición humana. Nos detenemos en obras y artistas que han hecho de lo comunicativo e interactivo un ámbito de indagación creativa, a partir de un uso desprejuiciado pero al mismo tiempo crítico de los medios digitales. Este es apenas un registro acotado de una producción artística que en los últimos años ha

³ La página de Carlos Cruz-Diez: <http://www.cruz-diez.com/es/>

⁴ En: <https://itunes.apple.com/ve/app/cruz-diez/id413282305?mt=8>

⁵ El sitio Web de Yucef Merhi: <http://www.cibernetico.com/>



enriquecido el caudal de experiencias y búsquedas estéticas en nuestro país y que bien nos sirven de referencias para dar cuenta de los cambios en el campo del arte de nuestros días.

POSIBILIDADES Y DESAFÍOS EN CLAVE DIGITAL

Vivimos, y el arte no escapa a ello, en un universo digital caracterizado por la virtualidad, la interacción y la multimedialidad (CASTELLS, 2001) y en el que quizás le de la razón a Mc Luhan si tenemos presente que, en una lectura de su obra el filósofo David De los Reyes, destaque la condición análoga e intercambiable que el teórico canadiense le otorgaba a la racionalidad y la visualidad: «Encontramos en Mc Luhan la afirmación de que cualquier innovación en los aparatos de comunicación electrónicos o derivados de los mismos, que entren a proyectarse dentro de una relación social, llevan a la par una modificación de nuestra percepción» (DE LOS REYES, 1997: 25-26). La imagen digital acentúa y proyecta casi exponencialmente su uso masivo, con lo cual pudiera decirse que asistimos a un nuevo punto de quiebre como el que tan tempranamente advirtió Walter Benjamin a comienzos del siglo XX, con la irrupción de los procesos litográficos y muy especialmente con el cine y la fotografía. Y estos nuevos impactos en la «industria de lo Bello» (1989), para usar una frase de Benjamín, en modo alguno se limitan a los aspectos propiamente técnicos. La transformación es mucho más honda: de carácter simbólico y cultural, del tipo de apropiación e incluso de puesta

en cuestión de la esencia misma –del *aura*, para usar la expresión de Benjamin– de la obra artística, de su «desmoronamiento» y desvinculación tanto de la tradición como de la función ritual que la consagraba por su carácter único e irrepetible.

Dado el carácter actual y cambiante de los impulsos globalizadores y de las tecnologías computacionales se abre un campo fecundo para las indagaciones teóricas respecto a la relación arte-sociedad en el cual encontramos como denominador común la consciencia del cambio así como la fragilidad del valor del arte y de las experiencias estéticas de nuestro tiempo.

No son pocos los autores que han puesto en cuestión los vaticinios optimistas respecto a esta ascensión del arte por la tecnología y han advertido sobre sus alcances y falencias de cara a lo que se ha dado en llamar una «estetización del mundo contemporáneo» (BREA, 2002; FAJARDO, 2000), y que a su vez despoja a la experiencia estética del poder simbólico, de la función social que otrora se le atribuía.

Para Brea, este «proceso de estetización banal» vinculado con la mediación tecnológica y muy especialmente con la expansión mediática, estaría en las antípodas de la idea del arte vinculado con su poder transformador de la experiencia sensible, humana, puesto que el arte no se afianza en la distracción, el entretenimiento y la búsqueda de soluciones cómodas, sino por el contrario en la denuncia de las insuficiencias, contradicciones del mundo que vivimos (BREA, 2002: 133). En este mismo sentido valdría la pena recoger las advertencias y llamados a la prudencia ante el entusiasmo tecnocultural al que mueven los asombrosos cambios en el plano de las comunicaciones digitales contemporáneas. Para decirlo en palabras de Brea:

El mayor desafío que las prácticas culturales tienen en este contexto no es tanto el de experimentar con las posibilidades de producción y experimentación material o formal ofrecidas por las nuevas tecnologías; sino el de experimentar con las posibilidades de reconfigurar la esfera pública que ellas ofrecen, de transformar sobre todo los dispositivos de distribución social con las posibilidades incluso de alterar los modos de «exposición», de presentación pública de las prácticas artísticas (BREA, 2002: 22).



El reto sería ampliar las esferas del arte, su difusión y su consumo sin caer en la «esclavitud tecnológica» (DÍAZ, 2010), que acecha en estos tiempos de marcado vértigo tecnocientífico y «garantizar en esas condiciones la presencia de su razón comunicativa» (ROMEU, 2007: 2). Si como advertía Castells hace más de una década, la multimedia y la virtualidad constituyen aspectos clave de la realidad cultural de nuestro tiempo y cuando asistimos a la borrada de fronteras en la cultura «cultura», la popular; entre el entretenimiento y la información, el arte ha sido obligado también a abandonar el lugar que tradicionalmente se le otorgaba, para encarar también estos desafíos e incluso dar cuenta de sus amenazas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCALÁ, José. R.

2011 *Ser digital. Manual de supervivencia para conversos a la cultura electrónica*. Santiago de Chile: Ediciones del Departamento de Artes Visuales, Facultad de Artes de la Universidad de Chile. Disponible en <http://arteuchile.uchile.cl/alcala/> [consultado, 2012, 15 de abril].

BENJAMIN, Walter

1989 *Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y de la historia*. Buenos Aires: Editorial Taurus.

BOURDIEU, Pierre

1995 *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.

BREA, José Luis

2002 *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neome-diales*. Salamanca, Editorial Centro de Arte de Salamanca. (EBook-PDF). Disponible en <http://www.laerapostmedia.net/#> [consultado, 2009, 5 de marzo].

CASTELLS, Manuel

2001 *La era de la información. Vol. 1. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.

DÍAZ, Paloma

2010 «Nuevas posiciones críticas de la creación artística digital frente a la realidad tecnológica, social y cultural iberoamericana», en *Razón y Palabra* [Revista Elec-

trónica], N° 73, agosto-octubre. Dponible en <http://razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/06-M73Diaz.pdf> [consultado 2011, 24 de mayo]

FAJARDO FAJARDO, Carlos

2000 «Estetización de la cultura. ¿Pérdida del sentimiento sublime?», en *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*. N°16. Disponible en <http://www.ucm.es/info/especulo/numero16/estetiz.html> [consultado, 2009, 12 de junio].

GARCÍA CANCLINI, Néstor

1990 *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Editorial Grijalbo.

GREENE, Rachel

2000 «Una historia del arte de Internet», en *Aleph*. Disponible en http://aleph-arts.org/pens/greene_history.html [consultado, 2009, 15 de junio].

GUANIPA, Moraima

2006 «La comunicación del arte en la cibercultura», en *F@ro* [Revista Electrónica], Departamento de Ciencias de la Comunicación y de la Información de la Universidad de Playa Ancha, Valparaíso, Chile Vol. Año II/ Tomo 3, issn 07 18-2023. Disponible en http://web.upla.cl/revistafaro/02_monografico/03_guanipa.htm

2010 «Corporeidad y desmaterialización en el arte venezolano», en *Estética*, N° 017, Julio-Diciembre 2010. SABER-ULA, Mérida, pp. 49-62. Disponible en <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/34204/1/articulo4.pdf>

LEVIS, Diego

2001 *Arte y computadora. Del pigmento al bit*. Buenos Aires: Editorial Norma.

LÉVY, Pierre

2007 *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. México: Editorial Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana de México.

MÁRTON, Attila

2010 «El carácter transfigurable de los objetos digitales», en *Artnodes* [Revista Electrónica], N° 10, pp. 29-36. Disponible en <http://artnodes.uoc.edu/ojs/index.php/artnodes/article/view/n10-marton> [consultado, 2011, 16 de febrero].

MANOVICH, Lev

- 2003 «La vanguardia como software», en *Artnodes* [Revista Electrónica] N° 2, pp. 1-13. Disponible en <http://www.uoc.edu/artnodes/espai/esp/art/manovich1002/manovich1002.html> [consultado, 2011, 16 de febrero].

MARTÍN BARBERO, Jesús

- 2007 «Tecnidades, identidades y alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo», en De Moraes, Denis (Coord.) *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Editorial Gedisa, pp. 69-95.

MARTÍNEZ, Santi y MENDOZA, Roser

- 2005 «Cultura y nuevas tecnologías ¿Hacia unas políticas e-culturales?», en *Periférica*, N° 6, pp. 74-104. Disponible en <http://hdl.handle.net/10498/14239> [consultado, 2011, 26 de septiembre].

PASQUALI, Antonio

Comprender la Comunicación. Caracas: Monte Ávila Editores.

PAUL, Christiane

- 2011 «Los nuevos medios en el mainstream», en *Artnodes*. N° 11, pp. 45-50. Disponible en <http://artnodes.uoc.edu/ojs/index.php/artnodes/article/view/artnodes-n11-paul/artnodes-n11-paul-esp> [consultado, 2012, 10 de marzo].

QUARANTA, Domenico

- 2010 *Media, New Media, Postmedia*, Milán: Postmediabooks. Disponible en <http://medianewmediapostmedia.wordpress.com/english-abstract/>

RODRIGO, Manuel

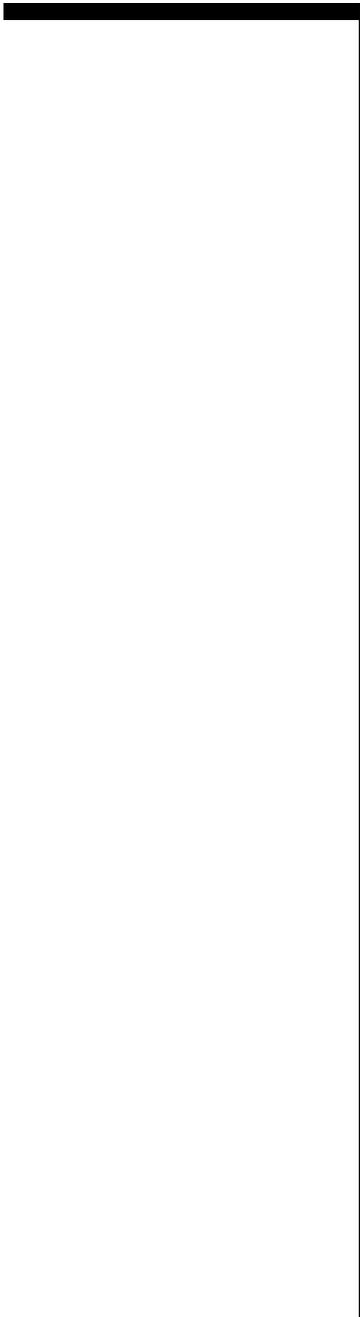
- 1995 *Los modelos de la comunicación*. Madrid, Editorial Tecnos.
- 2010 «Las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)». Portal de la Comunicación InCom-UAB. Instituto de Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, España. Disponible en http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=59 [consultado, 2011, 29 de abril].

ROMEU, Vivian

2007 «Lo estético en el arte. Un acercamiento al arte desde la comunicación y la Estética Pragmática». En Lecciones del *Portal de Comunicación*, ICOM-UAB Instituto de Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, España. Disponible en http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=34 [consultado, 2011, 25 de noviembre].

TRIBE, Mark y JANA, Reena

2006 *Arte y nuevas tecnologías*. Alemania: Taschen.



**Comunicación Política
y Políticas de Comunicación /**

*Political Communication
and Media Policies*

MIGDALIA PINEDA
DE ALCÁZAR
(Venezuela)

Doctora en Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona (1989). Lic. en Comunicación Social (1975), Mención Audiovisual. Profesora emérita, titular e investigadora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. Miembro de la Junta Directiva de la Asociación Iberoamericana de Investigadores de la Comunicación (ASOIBERCOM), reelecta para el período 2013-2017. Libros más destacados: *Sociedad de la Información, Nuevas Tecnologías y Medios Masivos*. Ediluz (1996). *Las Ciencias de la Comunicación a la luz del Siglo XXI*. Ediluz (2004). *Sociedad de la información, modernidad y cultura de masas*. Ediciones del Vicerrectorado Académico de LUZ (2010). Miembro del Comité Científico Internacional del ANUARIO ININCO / Investigaciones de la Comunicación. Correo electrónico: pinedamigdalia@hotmail.com

Ponencia presentada en el Cuarto Congreso Argentino de Cultura, celebrado en la ciudad de Resistencia-Argentina, del 28 al 31 de Mayo de 2013.



El papel del Estado y la participación ciudadana en las políticas de comunicación y cultura en América Latina frente a los retos de la era digital

The state's role and participation in the communication and cultural policies in Latin America meet the challenges of the digital age

Recibido: 03 / 06 / 2013

Aceptado: 14 / 06 / 2013

© De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV**.

RESUMEN

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

El papel del Estado y la participación ciudadana en las políticas de comunicación y cultura en América Latina frente a los retos de la era digital

El trabajo analiza la necesidad de que los Estados latinoamericanos, en una acción mancomunada con la ciudadanía, puedan participar en la definición de políticas públicas de comunicación articuladas al sector cultural y educativo, tomando en consideración el contexto actual de la globalización económica y de las redes digitales. Se hace hincapié en el hecho de que dichas políticas aborden lo global desde una estrategia regional con algunos lineamientos de políticas de comunicación regionales.

Descriptores: Estado / Ciudadanía / Políticas de comunicación y cultura.

ABSTRACT

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

The state's role and participation in the communication and cultural policies in Latin America meet the challenges of the digital age

The work examines the necessity that Latin American States, joint with the citizenship action, to participate in the definition of public communication policies articulated to the cultural and educational sector taking into account the current context of economic globalization and digital networks. Emphasizes that such policies address the global, from a regional strategy, and overlook some regional communication policy guidelines.

Keys Words: State / Citizenship / communication and cultural policies.

RÉSUMÉ

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

Le rôle de l'état et participation dans la communication et politiques culturelles en Amérique latine affrontent les défis de l'âge digitale

Le travail examine la nécessité qui États Latino-américains, joignez avec l'action de la citoyenneté, participer à la définition de politiques de la communication publiques ont articulé au secteur culturel et pédagogique qui prend en considération le contexte courant de globalisation économique et réseaux numériques. Accentue ces telles politiques adressent le global, d'une stratégie régionale, et oublie des directives de la politique de la communication régionales.

Mots clés: État / Citoyenneté / communication et politiques culturelles.

RESUMO

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

Papel e participação nas políticas de comunicação e cultura na América Latina do Estado enfrentar os desafios da era digital

O artigo analisa a necessidade de os Estados latino-americano, em ação conjunta com os cidadãos, a participar na definição das políticas de comunicação articulada sector cultural e educacional, tendo em conta o actual contexto de globalização económica e networking digital. Ressalta-se que essas políticas abordar o global de uma estratégia regional e ignorar algumas diretrizes para as políticas de comunicação regionais.

Palavras-chave: Estado / Cidadania / Política de comunicação e cultura.

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de las comunicaciones globalizadas, gracias al alto desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, los ciudadanos se ven expuesto a ingentes cantidades de informaciones, mensajes, noticias y programas de todo tipo, la mayoría de los cuales no satisfacen sus necesidades de información y muchas ni siquiera han sido seleccionadas por ellos como un acto de búsqueda deliberada. Sin embargo, esos productos están en la red Internet disponibles todo el tiempo, ofreciéndonos una aparente libertad de acceso y selección que parece hablarnos de una transparencia que no es tan al azar y tan ingenua.



En el entramado del mundo globalizado existen fuertes intereses económicos y financieros que han penetrado en la red para imponer unos determinados patrones de modas, gustos, hábitos y comportamientos frente a los productos culturales, audiovisuales y multimedia, altamente relacionados con la mercantilización y el consumo irracional, que está afectando sobre todo a las jóvenes generaciones. Por ello, se vuelve una prioridad retomar el tema de la **definición de políticas públicas de comunicación, educación y cultura** para poder enfrentar los profundos cambios que la realidad de las **redes digitales y sus contenidos** están introduciendo en cualquier tipo de sociedad, sea desarrollada o no. Los retos que se presentan desbordan los límites locales, regionales y nacionales para ubicarnos frente a desafíos globales que nos enfrenta a unas presiones de las corporaciones transnacionales y de agentes del sector informativo y comunicacional con intereses comerciales frente a unos estados nacionales sin políticas y a una ciudadanía desprovista de la preparación suficiente para hacer frente a los peligros que para la identidad, la educación y la cultura conllevaría una cultura digital sólo movida desde afuera y por razones del dinero y la rentabilidad.

Entendiendo todos esos peligros, el presente trabajo hará énfasis, en primer lugar, en la necesidad de emprender acciones públicas desde la

ciudadanía para garantizar que los cambios que conlleva la era digital no nos afecten negativamente. Seguidamente, se detendrá en el papel del Estado como garante de políticas de educación, comunicación y cultura que traspase las fronteras de lo local-nacional para abordar lo global desde una estrategia regional. Y finalmente, se asomarán algunos lineamientos de políticas de comunicación y cultura, donde participen democráticamente los ciudadanos.

ACCIONES DESDE LA CIUDADANÍA PARA UNAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICAS

Las transformaciones que plantea la globalización con el borrado de las fronteras en los estados-nación y por consiguiente con **la disolución del concepto de ciudadanía** como el conjunto de miembros de una sociedad con plenos derechos civiles, políticos y económicos anclados a un territorio, está demandando concebir a la ciudadanía en su dimensión más integral que permita comprender las actuales acciones de movimientos ciudadanos en pro de intereses colectivos que se valen de las redes sociales para movilizarse y lograr sus objetivos. Esa nueva realidad está haciendo que las democracias representativas clásicas estén dando paso a procesos más cercanos a la democracia participativa (OSTOS, 2010), donde los ciudadanos deliberan, toman decisiones y emprenden acciones concretas para el logro de metas sociales específicas. Y con ello la democracia política que otorgaba al Estado su papel regulador y garante de los derechos y el bienestar de las mayorías se ve tensado por un poder ciudadano que busca cada vez más una democracia social de plenos derechos e igualdades.

Los peligros que conlleva la globalización económica y el surgimiento de fuertes poderes transnacionales que podrían neutralizar el papel de la ciudadanía organizada para el cambio social y cultural, plantean la necesidad de que sean los ciudadanos quienes emprendan acciones públicas, ya no estatales, para garantizar que los cambios de la era digital globalizada no nos afecten negativamente. El crecimiento



de las brechas y de las exclusiones en la sociedad globalizada, la inseguridad personal y de la vida, la desprotección de las minorías étnicas, sociales, grupales, de género, son asuntos centrales que obligan a emprender acciones para reducir su incidencia.

En virtud de que en esta era de las redes digitales, las intervenciones tienden a realizarse no sólo en el ámbito local, sino nacional y global, se hace necesario que los ciudadanos se incorporen en movimientos globales por el rescate de la democracia y de la participación colectiva. Pero, esa participación no sólo quedaría reducida al espacio político tradicional sino que deberá enfrentar la **crisis comunicacional e informativa actual** (CARDOZO y otros, 2011), para abarcar tanto a las redes digitales como a los medios masivos tradicionales, que también se recomponen como consecuencia de los impactos de la globalización en las industrias culturales y de contenidos (TREMBLAY, 2011).

La recomposición del sector de la comunicación, la cultura y la información, como producto de los cambios en el panorama mundial de la industria masiva del entretenimiento y la cultura, que otorga cada vez más poder a los grandes conglomerados mediáticos y del área de la de la informática dejando a los estados nacionales cada vez más debilitados para establecer límites a sus acciones transfronterizas (ZALLO, 2011), obliga cada vez más a plantear el espacio de lo público como el lugar de confluencia de los intereses ciudadanos, que no pueden permanecer impasibles ante los riesgos de perder sus libertades civiles, políticas, económicas, culturales y comunicacionales. La participación ciudadana en unas políticas de comunicación públicas es una necesidad impostergable (MATTELART, 2011), que ahora desborda las comunicaciones nacionales para abarcar también los flujos de comunicación globales que, a través de las redes digitales, ingresan los límites de lo nacional para plantear problemas concernientes a la privacidad, la seguridad, las brechas digitales, la protección de grupos débiles (menores, jóvenes). Por ello habría que comenzar a pensar en la conformación de una **democracia transnacional** y de una **ciudadanía cosmopolita** (MOSCO, 2011), que haga frente a los poderes comunicacionales globales para hacer que realmente el consumo cultural sea un problema que concierna a la ciudadanía (SIERRA, 2011a).

La intervención de los ciudadanos mediante el uso de las tecnologías digitales para organizar marchas, protestas, acciones de la sociedad civil en diferentes partes del mundo sin necesidad de contar con un Estado que garantice ese derecho, es cada día más frecuente y expresa un acto de contrapoder de los individuos para presionar por lograr una democracia más participativa y vigilante. Y muchas veces hacer que el poder tome decisiones que les concierne y las aplique. Sin embargo, esa participación ciudadana en las políticas públicas no se logra de un día para otro, hace falta un conjunto de condiciones dentro de las cuales una de las más importante es la alfabetización digital que haga posible procesos de formación en el uso de las TIC para favorecer la participación tecnológica, pero también es necesario la formación política de los ciudadanos para que sean capaces de conocer, exigir y defender sus derechos sociales, culturales y de comunicación. Bajo esas condiciones la definición de unas políticas culturales y de comunicación públicas, requieren de estrategias ciudadanas coordinadas con los respectivos Estados nacionales que se muevan en el plano de lo local, nacional y de lo global.

ACCIONES DEL ESTADO PARA INSERTARNOS EN UNA ESTRATEGIA REGIONAL DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN AMÉRICA LATINA



En Latinoamérica el papel del Estado en cuanto a garantizar el concepto de servicio público de las comunicaciones, tal como había sido entendido en Europa antes de la liberalización de las comunicaciones ocurrida desde mediados de los ochenta, le ha faltado contundencia. En casi todos los países de la zona nos hemos caracterizado por poseer sistemas de comunicaciones fundamentalmente privados y donde el Estado ha venido desempeñando un rol más bien tímido de controlador y regulador. Pero esa posición debe comenzar a cambiar, para garantizar que en esta época globalizada

nuestros sistemas nacionales de comunicación e información sean más inclusivos y sociales.

En una dimensión más bien política, los estados regionales, conjuntamente con la ciudadanía, deberán asumir posiciones de vanguardia en la definición de políticas públicas de comunicación, de educación y de cultura que garanticen la diversidad cultural y la inclusión social, para lo cual hace falta la cooperación y el diálogo. (CROVI, 2011), y la puesta en articulación de las instancias gubernamentales relacionadas con el área (Ministerios de Comunicaciones, de Educación, de Cultura, etc.), con las iniciativas provenientes de la sociedad civil organizada, de las ONG involucradas y de las redes ciudadanas.

Se hace necesario que en la región, los estados incluyan acuerdos y convenios en los bloques regionales como el Mercosur, Pacto Andino, Alba, CELAC, así como en el espacio Iberoamericano, relativos a la comunicación y la cultura que hagan factible, por un lado, la producción, difusión y consumo de productos culturales digitales propios a modo de contrarrestar la avalancha de producciones extranjeras y, por el otro, de consolidar una industria cultural de contenidos y programas que pueda competir en el mercado internacional globalizado. (OROPEZA, 2009; PINEDA, 2007c).

Al mismo tiempo es necesario que se incluyan las iniciativas desarrolladas por las comunidades y la sociedad civil en torno a la producción de contenidos autóctonos altamente vinculados con los problemas del desarrollo y de la democratización cultural. Lo cual puede ayudar a conformar lo que, según palabras de Sierra (2011b:79-84), sería «un espacio iberoamericano crítico de la heterotropía», que tome en consideración los rasgos comunes que nos caracterizan (diversidad de nuestra cultura popular y oral, el mestizaje cultural, la cultura carnavalesca, la escenográfica y la participación comunitaria) y que garantice la pluralidad de voces (BECERRA y MASTRINI, 2011). Pero esas iniciativas no se deben limitar al ámbito de lo nacional o regional exclusivamente, sino que deben buscar salida en el espacio global (SCHLESINGER, 2011) para garantizar un lugar de la región en el mercado de las comunicaciones y de la cultura, con miras a conformar una diversidad cultural transnacional (LEDÓ, 2011).

LINEAMIENTOS PARA UNAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA REGIONALES DEMOCRÁTICAS



Establecer unas políticas regionales en el campo de la comunicación que garanticen la pluralidad cultural y social, la inclusión digital, la defensa de nuestras industrias culturales y creativas y sus contenidos, no es una tarea fácil ya que requiere el consenso de todos los sectores involucrados (gobierno, ciudadanía, productores, creadores y distribuidores) y de una voluntad política que aglutine a los estados de la región en torno a la defensa de las políticas públicas dentro de un proyecto de país que avanza hacia el futuro. (PINEDA, 2010).

Sin embargo, nos atrevemos a formular algunas directrices en pro de unas políticas públicas que articulen la comunicación, la educación y la cultura para que los países de América Latina puedan insertarse en la era digital (GUZMÁN, 2009).

- Apoyar la participación ciudadana a través de las modalidades que ofrecen las TIC mediante el fomento de las iniciativas y experiencias directas de acción de las comunidades, una de las cuales podrían ser los Observatorios de Comunicación ciudadanos (PINEDA, 2009).
- Definir una estrategia de cooperación en el campo de las coproducciones regionales y establecer un mercado común de contenidos en lo audiovisual, cinematográfico, artístico-musical, edición y producción digital.
- Definir reglamentos que incluyan las nuevas realidades de producción, distribución y comercialización de los productos comunicacionales y culturales a través de las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente lo concerniente a derechos de co-autoría, patentes, propiedad intelectual.
- Sustentar las políticas en el defensa del **concepto de servicio público** de las comunicaciones, de democratización cultural y de educación para la

ciudadanía, entendiendo «que la mejor política cultural y comunicacional es la que involucra a la gente» (Bermúdez, 2010: 8).

- Realizar estudios de las necesidades culturales, del consumo y la demanda cultural de las comunidades y no sólo de la oferta (BERMÚDEZ, 2010), que permitan conocer qué es lo que realmente necesitan los ciudadanos.
- Defender la inclusión social y la creatividad cultural de los pueblos, definiendo circuitos de intervención social y formación cultural. Entendiendo que se debe dar espacio a expresiones locales, tanto de los grupos urbanos (música, video, cine) como de la cultura oral y prehispanica (grupos étnicos y lingüísticos), y de minorías sociales y de género (PINEDA, 2007b).
- Desarrollar experiencias de educación para los medios digitales, para el logro de una alfabetización digital (ALVARADO, 2009; SANTOS, 2009), que sea capaz de otorgar destrezas para la producción, difusión y lectura y consumo a través de las redes, especialmente en los niños y jóvenes.
- Estructurar una **nueva agenda político-tecnológica** que oriente a los Estados de la zona en su negociaciones interregionales y globales donde predominen los siguientes principios: la defensa del derecho de acceso y uso de la red como derecho humano fundamental, la garantía de la neutralidad de la red en cuanto transporte de contenidos sin discriminación, la defensa del software libre, el control de la piratería, las normas de funcionamiento para servicios y contenidos vulnerables en la red y la creación de autoridades de regulación independientes.

CONCLUSIONES

Aunque pareciera que en la actualidad, los Estados latinoamericanos no tienen las condiciones para definir políticas públicas de comunicación integradas al sector educativo y cultural, porque siempre han prevalecido programas desintegrados en este campo y porque ha faltado voluntad política para reorientar las regulaciones vigentes al respecto; a la larga, la realidad global y el impacto de los fuertes intereses económicos sobre la información, la comunicación y la cultura obligará a desarrollar planes que establezcan

los límites de actuación de todos los involucrados en el sector (productores, distribuidores, consumidores). Eso será cada vez más necesario, incluso para lograr un equilibrio de poderes y facilitar la gobernabilidad (PINEDA, 2007a), sobre todo en la medida en que los actores comunicacionales y culturales sean más diversos y respondan a múltiples intereses por fuera de los nacionales o regionales. Los países que no enfrenten esa nueva realidad estarán en desventaja cultural y social para responder a los profundos cambios que se avecinan.

Si los tratados internacionales y regionales que han acordado los estados de la región no dicen nada sobre el sector cultural-comunicacional, es hora de que la ciudadanía comience a realizar acciones para lograr que por lo menos estos temas sean introducidos en la agenda regional para su discusión. El consenso es fundamental porque se trata de un área muy vulnerable y de la cual depende la defensa de nuestros valores culturales, de identidad colectiva, punto en el cual resulta clave la participación de la ciudadanía organizada y todos los sectores que hacen vida política y cultural en nuestros países. Por ello, es necesario incorporar a los intelectuales, educadores, ONG, comunidades y dependencias del Tercer Sector, a esta lucha por unas políticas de comunicación públicas y democráticas que articuladas a unas políticas culturales, den cabida a las nuevas modalidades de prácticas y experiencias comunicativas y culturales que se están generando cada vez más por las redes.

También es fundamental comprender que los procesos de globalización, que se valen de las tecnologías de la información y la comunicación, para ejercer sus influencias en el campo comunicacional y cultural, no lo tienen todo de su parte en la medida en que la sociedad civil sea capaz de ejercer acciones para contrarrestarlas y presionar para lograr una especie de contrapoder regional y local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARADO, Morella

2009 «Una aproximación a las interrelaciones educación, comunicación y medios». *Anuario ININCO*. Vol. 21. N° 1; 79-98. Caracas: ININCO/UCV.

BECERRA, Martín y MASTRINI, Guillermo

- 2011 «La paradoja informacional en América Latina: estructuras y concentración de las industrias culturales en el Siglo XXI», en del Valle, C.; Moreno, F. y Sierra, F. (Comp.) *Cultura latina y revolución digital*: 131-162. Barcelona: Gedisa.

BERMUDEZ, Emilia

- 2010 «La mejor política cultural es la que involucra a la gente». *Semanario La Universidad del Zulia*: 8 Maracaibo, 26 de Septiembre al 2 de Octubre.

CARDOZO, Gustavo; Alcimar QUEIROZ y Tiago QUINTANILHA

- 2011 «Comunicación, crisis y transición en las sociedades informacionales. Portugal-Brasil», en del Valle, C.; Moreno, F. y Sierra, F. (Comp.) *Cultura latina y revolución digital*: 195-234. Barcelona: Gedisa.

CROVI, Delia

- 2011 «México ante la integración cultural de Iberoamérica», en del Valle, C.; Moreno, F. y Sierra, F. (Comp.) *Cultura latina y revolución digital*: 163-194. Barcelona: Gedisa.

GUZMAN, Carlos

- 2009 «Explorando las industrias creativas, de la experiencia y culturales». *Anuario ININCO*. Vol. 21. Nº 1:117-176. Caracas: ININCO/UCV.

LEDÓ, Margarita

- 2011 «La variante lusófona», en del Valle, C.; Moreno, F. y Sierra, F. (Comp.). *Cultura latina y revolución digital*: 95-132. Barcelona: Gedisa.

MATTELART, Armand

- 2011 «Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales», en ALBORNOZ, Luis (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*: 157-176. Argentina: Paidós.

MOSCO, Vincent

- 2011 «La economía política de la comunicación: una tradición viva», en ALBORNOZ, Luis (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*: 61-92. Argentina: Paidós.

OROPEZA, Alejandro

- 2009 «Identidades culturales, globalización y conjunción de mercados culturales». *Anuario ININCO*. Vol. 21. Nº 1:99-116. Caracas: ININCO/UCV.

OSTOS, Zaida

- 2010 «Los modelos contemporáneos de democracia y las teorías sociológicas del estado, el poder y la sociedad civil». *Revista Estudios Culturales*. Vol. 3. Nº 6: 185-220. Valencia: Universidad de Carabobo.

PINEDA, Migdalia

- 2007a «Gobernabilidad, comunicación y exclusiones sociales en América Latina: Una agenda para investigar». *Revista ORBIS*. Año 3. Nº 7: 93-106. Caracas: Fundación Unamuno.
- 2007b «Las políticas culturales en el espacio comunicacional de la diversidad. Desafíos para la investigación latinoamericana». *Anuario ININCO*. Vol. 19. Nº 2: 19-34. Caracas: ININCO/ Universidad Central de Venezuela.
- 2007c «Los procesos de mediación tecnológica y los espacios para la diversidad cultural iberoamericana». *Conferencia presentada en X Congreso de IBERCOM*. Guadalajara-México, 21 al 23 de Noviembre. Disponible en www.imultimedia.pt/ibercom (consultado, 2013, 6 de Marzo)
- 2009 «Ciudadanía y observación mediática: entre lo público y lo privado en el panorama de las comunicaciones venezolanas», *Anuario ININCO*. Vol. 21. Nº 1: 43-56. Caracas: ININCO/UCV.
- 2010 «Las nuevas prácticas ciudadanas en internet y las oportunidades para políticas de participación comunicativas». *Revista Estudios Culturales*. Vol. 3. Nº 6: 31-46. Valencia: Universidad de Carabobo.

SANTOS, Martha

- 2010 «Los desafíos políticos y pedagógicos de la educación para los medios». *Revista Estudios Culturales*. Vol. 3. Nº 6: 99-120. Valencia: Universidad de Carabobo.

SCHLESINGER, Philip

- 2011 «Intelectuales y políticas culturales», en ALBORNOZ, Luis (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*: 93-108. Argentina: Paidós.

SIERRA, Francisco

- 2011a «Consumo cultural y poder mediático», en ALBORNOZ, Luis (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*: 189-220. Argentina: Paidós.
- 2011b «Cultura latina y sociedad de la información. Pensar lo común», en del Valle, C.; Moreno, F. y Sierra, F. (Comp.). *Cultura latina y revolución digital*: 69-94. Barcelona: Gedisa.

TREMBLAY, Gaëtan

2011 «Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información», en ALBORNOZ, Luis (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*: 109-138. Argentina: Paidós.

ZALLO, Ramón

2011 *Estructuras de la comunicación y de la cultura*. Barcelona: Gedisa.



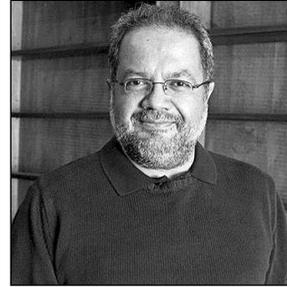
**Comunicación, Culturas
Urbanas y Ciudadanía /**

*Communication, Citizenship
and Urban Cultures*

TULIO HERNÁNDEZ
CÁRDENAS
(Venezuela)

Consultor internacional en Políticas Culturales y Gestión de Ciudades. Sociólogo y especialista en temas de cultura y comunicación. Docente del Postgrado Maestría en Gestión y Políticas Culturales de la FHE-UCV. Curso estudios de Gerencia Pública en el Instituto Superior de Estudios Administrativos (IESA). Ha sido profesor en la Universidad Central de Venezuela (UCV) y la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Fue investigador adscrito del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV). Profesor invitado en los cursos de postgrado de Gestión y Cooperación Cultural Internacional de distintas universidades de España y América Latina. Gestor cultural de larga experiencia, Ex Director del Centro de Investigación y Documentación de la Cinemateca Nacional de Venezuela y Ex Presidente de FUNDARTE, ente rector de las políticas culturales de la ciudad de Caracas. Ha sido Consultor de Organismos Internacionales como UNESCO, UNICEF, CAF, Convenio Andrés Bello (CAB), PNUD y Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Preside en Venezuela la Fundación Cultural José Ignacio Cabrujas. Investigador invitado por la Cátedra UNESCO de Políticas Culturales de la Universidad de Girona. Miembro del Comité Científico Internacional del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación UCV. Sus artículos y ensayos han sido publicados en libros y revistas nacionales e internacionales.

Correo electrónico:
tulio.hernandez9@gmail.com



©Fotógrafo Vasco Szinetar

La ciudad desde la cultura, la cultura desde la ciudad

*The city from the culture,
the culture from the city*

Recibido: 04 / 06 / 2013

Aceptado: 29 / 06 / 2013

© De conformidad por su autor para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

Documento presentado con Luis Alberto Quevedo en el VII Campus de Euroamericano de cooperación Cultural, gran Canarias, diciembre de 2011.

RESUMEN

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS

La ciudad desde la cultura, la cultura desde la ciudad

En este trabajo se revisa el papel decisivo que han jugado las estrategias y políticas culturales en el «renacimiento» experimentado por diversas ciudades iberoamericanas al funcionar como desencadenantes y catalizadores de grandes transformaciones en el tejido urbano, la convivencia social y las disposiciones ciudadanas que animan dichas iniciativas de transformación. También se aborda, como antecedente del proceso, los avances conceptuales en la interpretación de la ciudad desde el punto de vista cultural.

Descriptores: Ciudad y Cultura / Políticas culturales / Renovación urbana /

ABSTRACT

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS

The city from the culture, the culture from the city

In this work the decisive paper is revised that have played the strategies and political cultural in the «rebirth» experienced by diverse Ibero-American cities when working as triggers and catalysts of big transformations in the urban fabric, the social coexistence and the civic dispositions that encourage this transformation initiatives. It is also approached, as antecedent of the process, the conceptual advances in the interpretation of the city from the cultural point of view.

Keys Words: City and Culture / Cultural Policy / Urban Renewal /

RÉSUMÉ

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS

La cité de la culture, la culture de la cité

Dans cet article, nous discutons le rôle crucial joué par les politiques et stratégies culturelles de la «renaissance» vécues par de nombreuses villes d'Amérique latine pour fonctionner comme des déclencheurs et des catalyseurs de changements majeurs dans le tissu urbain, la vie sociale et les dispositions de la citoyenneté qui encouragent cette initiatives de transformation. Également abordé comme un processus d'arrière-plan, des avancées conceptuelles dans l'interprétation de la ville du point de vue culturel.

Mots clés: Ville et Culture / Politique culturelle / Renouvellement Urbain /

RESUMO

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS

A cidade da cultura, a cultura da cidade

Neste artigo vamos discutir o papel fundamental desempenhado pelas políticas culturais e estratégias no «renascimento» vividos por muitas cidades da América Latina a funcionar como desencadeadores e catalisadores para grandes mudanças no tecido urbano, vida social e disposições que incentivem a cidadania, tais iniciativas de transformação. Também tratada como um processo de fundo, os avanços conceituais na interpretação da cidade a partir do ponto de vista cultural.

Palavras-chave: Cidade e Cultura / Políticas Culturais / Urban Renewal /

En las décadas recientes, Europa y América Latina han sido el escenario de importantes procesos de recuperación, renovación o rediseño de un número importante de ciudades que han pasado, en lapsos relativamente breves, de graves situaciones de deterioro y ausencia de sentido de futuro a la



condición de urbes organizadas, productivas, competitivas, capaces de resolver sus dificultades en condiciones cada vez más favorables y generar mejores condiciones de vida para su población, hacerse más atractivas y seductoras para los visitantes, y encontrar metodologías de gobierno y gestión que les permite aprovechar mejor sus recursos e instituciones y emprender proyectos ambiciosos sustentables en el tiempo.

En este «**renacimiento**» de las ciudades, además de otros factores que más adelante revisaremos, ha jugado un papel importante, y en algunos casos decisivo, el desarrollo de **estrategias diversas de acción cultural** que han funcionado, ya como desencadenantes, ya como catalizadores de los planes estratégicos y las disposiciones ciudadanas que animan sus iniciativas de transformación. A través de la construcción de grandes infraestructuras (museos, centros culturales polivalentes, restauración de centros históricos); la producción de eventos asociados al mercadeo de ciudades (festivales, exposiciones, ferias, *festival markets*, *festival centers*); el desarrollo de campañas movilizadoras de conciencia ciudadana (construcción de ciudadanía, animación para la participación); la utilización de grandes eventos –juegos olímpicos, festivales, foros, etc.– como «pretexto» o «detonantes» del proceso de renovación; la promoción de mecanismos de memoria, identidad y pertenencia (fiestas tradicionales, museos locales, aniversarios de ciudad), o; la promoción de espacios de asociacionismo (bibliotecas, centros cívicos), estas estrategias, programas e intervenciones culturales han generado importantes aportes y efectos cuyas metodologías, alcances y limitaciones es importante identificar.

Tres procesos simultáneos parecen haber confluído para que este énfasis en el papel de **la cultura como instrumento de desarrollo local** cobrara



fuerza y reconocimiento. De una parte, el grado de autonomía que han adquirido las ciudades para dotarse de proyectos propios. De la otra, los cambios en la manera de estudiar, comprender y explicar la dinámica urbana. Y, junto a ellas, como resultado o como intersección, el éxito relativo de la prédica de la importancia de la dimensión cultural como instrumento de desarrollo y, en general, de la cultura como estrategia e instrumento para el cambio social y de su aprovechamiento como recurso para el *marketing* de ciudades en tiempos de globalización y de hedonismo de masas.

LAS CIUDADES COMO PROYECTOS AUTÓNOMOS

Cuando se hace un análisis comparativo de los procesos vividos por las ciudades que han experimentado proyectos de cambio exitosos, es posible identificar puntos de coincidencia que los han hecho posible. El primero de ellos, en la que todas coinciden por igual, hay que ubicarlo en la capacidad de su dirigencia política, sus élites económicas o sus grupos intelectuales de **haber identificado y reconocido colectivamente la enfermedad**: las dimensiones de la crisis que padecían, los síntomas e índices de deterioro y, en consecuencia, el inicio de movimiento de opinión y voluntades coincidentes en la necesidad de encontrar alternativas. Pero esa decisión sólo ha cobrado fuerza, y esa es la segunda coincidencia y el marco de todos estos procesos, en ciudades cuyas legislaciones nacionales y locales les permiten, ya por largas tradiciones nacionales, ya por conquistas de procesos recientes de democratización, desconcentración y descentralización, **elevados niveles de autonomía** frente a los gobiernos centrales y las instituciones de rango nacional para concebir, desarrollar, financiar y administrar sus propios proyectos.

Una tercera circunstancia convirtió la creciente de autonomía en una fuerza de despegue, la convicción de que las ciudades, como los países, las empresas o las personas, necesitaban **dotarse de visiones de largo plazo** si querían resolver de manera exitosa y sustentable sus déficits y que esas visiones, para que fueran operativas, era necesario plasmarlas en planes,

programas e itinerarios capaces de reconducir con claridad sus energías económicas, urbanísticas y políticas. Todas las ciudades que se exhiben hoy como «ciudades fénix» –ciudades que se han recuperado de largas situaciones de deterioro o de pérdida de su florecimiento anterior– lo han hecho en buena medida recurriendo a **planes de ciudad**, planes estratégicos o proyectos urbanos, entre otras modalidades de planificación, en los que se definen, en algunos casos con precisión detallada, su carta de navegación a cinco, diez o más años.



Tres condiciones más son compartidas: el hecho de que estas ciudades encontraron **liderazgos visionarios e ilustrados**, con **alta voluntad política** y forjaron contextos en los cuales garantizar la **continuidad administrativa** de los proyectos independientemente de las diferencias ideológicas entre los gobiernos que los sucederán. En la mayoría de estas experiencias la ciudad o la región tiene la suerte de disponer de un alcalde, pensemos en Pasqual Maragall o en Sergio Fajardo, que es él mismo un profundo conocedor y entusiasta del tema urbano, o que se rodea de especialistas con *autoritas* y capacidad de convocatoria. Otra condición común más, porque, no hay Plan o proyecto de ciudad exitoso si no se tiene un mínimo de **consenso** y si no se generan **altos niveles de participación** entre la diversidad de actores-ciudad que harán posible impulsar la transformación.

Y el último componente, al que ya hicimos referencia a principios de estas líneas y el que más importa a los fines de esta reflexión, se halla en el hecho de que todos estos proceso de renovación –pensamos en lo que ha ocurrido en ciudades como Barcelona, Curitiba, Bogotá, Bilbao o Medellín, por colocar ejemplos muy emblemáticos– han recurrido de manera explícita a la inclusión **de políticas y estrategias artísticas y culturales** como palanca para impulsar los procesos de cambio y, de alguna manera, han terminado siendo ellos mismos procesos profundamente culturales.

LA CIUDAD DESDE LA CULTURA

Mientras estos cambios políticos iban cobrando forma, un desplazamiento análogo se producía en las maneras cómo desde el pensamiento

social y la creación artística se comenzó a interpretar, estudiar, comprender e interpelar a la ciudad, y junto a ella a lo urbano, desde una perspectiva en la que lo cultural no era añadido o complemento sino perspectiva central.

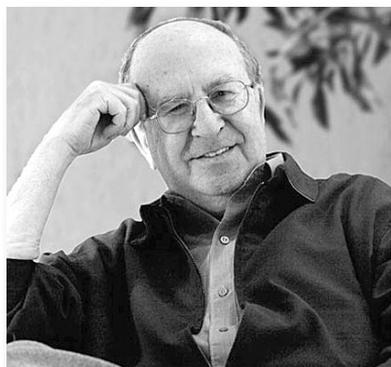
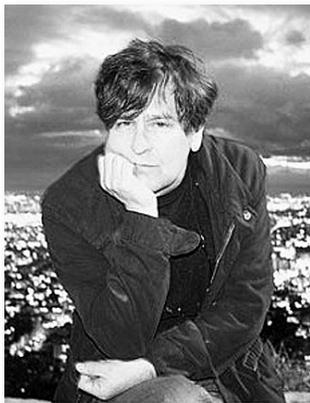
Tuvo una visión premonitoria Claude Lévi-Strauss cuando calificó a la ciudad, con una frase que el arquitecto venezolano Marco Negrón ha sacado del olvido, como «la cosa humana por excelencia». Para el momento en que el gran etnólogo francés acuñó la frase no eran precisamente las ciudades un objeto de atención prioritaria de la antropología y las demás ciencias humanas, como tampoco lo era la *cultura* en el sentido político-estratégico que el término ha adquirido en el presente, cada vez más deslastrado tanto de la visión bellartística –aquella que la remitía sólo a las artes refinadas y a las tradiciones populares nacionales– como del exotismo eurocéntrico –aquel que se expresa en la imagen del antropólogo estudiando comunidades remotas aisladas de la modernidad.

En el presente estamos ante un nuevo escenario, la ciudad se ha convertido en objeto de preocupación de las disciplinas que estudian la cultura, y la cultura en el enfoque desde dónde comprenderla en su integralidad. Si aceptamos con Corrado Beguinot que toda ciudad son tres ciudades: la *ciudad de piedra* –constituida por la edificaciones: viviendas, iglesias, autopistas, aeropuertos, esto es la ciudad construida–; la *ciudad de relaciones* –constituida por el conjunto de actividades que las personas realizan dentro de la de piedra: desplazarse, educarse, comprar, vender, hacer política, divertirse, enfermarse y curarse, entre tantas otras opciones– y la ciudad que podemos llamar de *las personas, subjetiva o simbólica*: la que cada quien se construye imaginariamente como sistema de representaciones en relación a las otras dos, podemos afirmar que toda interpretación que deje fuera cualquiera de las tres esferas será una interpretación incompleta.

Mirada desde la cultura, **la ciudad no es solamente una construcción material**, una configuración del espacio físico, un espacio de gobierno y administración, o una sistema de relaciones sociales. Es también un **sistema de representaciones e imaginarios** en permanente reelaboración y un **escenario del consumo simbólico** que incide notablemente en la manera como se vive y en la configuración misma del espacio, por sus artistas y sus medios de comunicación, del que si tomamos muchos puntos de vista ciu-

dadanos y los sumamos se puede condensar o revelar el sustrato imaginario de toda ciudad y la dimensión estética de la urbe, es uno de sus puntos de partida conceptuales.

En el **proyecto Culturas Urbanas de América Latina y España**, dirigido por **Armando Silva Téllez (foto derecha)**, en el que se estudiaron comparativamente los imaginarios de trece capitales de la región, se sugiere que, en términos de una psique colectiva, **la ciudad es también el efecto de un deseo y un espacio de proyección de fantasías** tan poderosas como la realidad misma. Como los imaginarios pueden identificarse, incluso estadísticamente, si se develan las más importantes metáforas urbanas –antes/después, centro/periferia, ver/ser visto, masculino/femenino, amenazante/seguro– se puede reconstruir **la ciudad imaginada**, develar sus deseos, fantasías y evocaciones. La conclusión es inminente: la ciudad imaginada precede a la real y la impulsa en su construcción.



Podríamos agregar otras aproximaciones y puntos de vista. La de quienes estudian el consumo cultural para delimitar hábitos e inequidades marcadas por la diferencia de clase y los niveles educativos. Quienes cruzan las lógicas de la globalización con los nuevos discurso de la arquitectura construyendo el modelo de «ciudad única», repetido una y otra vez, como un calco en los cinco continentes. Quienes, como **Jesús Martín Barbero (foto izquierda)**, distinguen desde la lógica comunicacional fenómenos como el paso de la «ciudad mediada» a la «ciudad virtual»; la aparición de nuevos modos de estar juntos en los espacios del anonimato que, casi poéticamente, califica como nuevas formas de «habitar, padecer y resistir a la ciudad».

Pero, en conclusión, lo que se quiere resaltar es un hecho cada vez más común y compartido, entender que al hablar de la ciudad no nos referimos solamente a una construcción material o a la configuración de un espacio físico. Que aludimos también a todas aquellas actividades que las personas realizan en un territorio que no siempre es fácil de definir, a sus consumos, prácticas, creaciones, hábitos y a los modos en que viven sus afectos, sus pasiones, sus estilos de vida dentro de un mundo que ellos mismos construyen y resignifican. Esto es, que hablamos de una construcción simbólica, un sistema de representaciones e imaginarios que está en permanente reelaboración y que inciden notablemente en la configuración misma del espacio físico, en la dinámica político-administrativa, y en los esquemas de pertenencia y valoración de la ciudad y lo urbano.

LA CULTURA Y LA REGENERACIÓN URBANA

Es la tercera pieza del proceso. Si en algún espacio social, de gobierno y de administración el discurso o la lógica de la cultura como «recurso» ha cobrado fuerza –en términos definidos por George Yudice– ese es en el de lo local, lo urbano y lo descentralizado. Y aunque la reflexión dominante de más vuelo conceptual es aquella que alude a la *renovación, gentrificación, recuperación o recualificación* urbana, o a lo que los sajones denominan *culture-led regeneration* (no hay acuerdo terminológico posible) las formas de intervención cultural o de uso de estrategias culturales (tampoco acá hay acuerdo) en la gestión de las ciudades va mucho más allá o no se debe reducir a la relación entre intervenciones espaciales, valoración patrimonial y conflictividad social.

En este campo oscilamos entre la celebración a ciegas de los beneficios de la cultura en la gestión de las ciudades –como detonante de la recuperación económica, como señuelo para el *marketing* cultural, como instrumento de agitación y concientización ciudadana, como reforzador del sentido de pertenencia– o de sus peligros y amenazas –como instrumento de control social y naturalización de imposiciones estéticas, como negación de la diversidad– cuando se le utiliza sin someter a revisión las operaciones ideológicas, económicas y políticas que inexorablemente trae consigo.

A manera de ejercicio exploratorio, vayamos al terreno práctico de la gestión cultural pública en el escenario de los gobiernos de ciudad –alcal-

días, intendencias, ayuntamientos, según sea el caso– y revisemos analíticamente las implicaciones y los efectos que traen consigo cuatro modalidades, conocidas y visibles, de aplicación de estrategias y «operaciones» culturales en experiencias concretas de gobierno y renovación de ciudades.

Abordemos primero, el conocido «milagro Guggenheim», tipo de intervención de grandes magnitudes y claros objetivos de utilización de la cultura en el *marketing* de ciudades. Sigamos, en segundo lugar, con los programas de movilización ciudadana y promoción de la participación como instrumentos de construcción de ciudadanía, apuntando a la experiencia de *cultura ciudadana* desarrollada en Bogotá. Continuemos con grandes intervenciones de remodelación urbanística que apuntan a la reconstrucción del tejido social o a la atracción de talentos, inversiones y turistas, tomando como caso el centro histórico de Quito. Y, cerremos, con lo que algunos han llamado «acupunturas urbanas» –intervenciones a través de pequeños y medianos equipamientos, para reactivar «las energías sociales» obstruidas por la violencia y la exclusión– acercándonos a la experiencia del Centro Cultural de Moravia en Medellín.

LOS GRANDES EQUIPAMIENTOS CULTURALES Y LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO URBANO: EL MODELO GUGGENHEIM

Uno de las operaciones más impactantes a escala internacional ha sido la utilización de la cultura como elemento clave en las políticas y programas de desarrollo urbano a través de la construcción de grandes infraestructuras y equipamientos, como museos, centros polivalentes



y parques científicos. En la casi totalidad de estas estrategias el equipamiento cultural y, especialmente, la calidad y atractivo de la arquitectura son concebidos como catalizadores de la recuperación del espacio urbano, el cambio de la imagen de la ciudad donde ocurre y como foco de multiplicación de la actividad económica.

España ha sido uno de los países en donde, en las últimas dos décadas, se ha recurrido con mayor entusiasmo a este tipo de estrategia expresada en el desarrollo de obras como la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia, el Museo Dalí de Figueres, la Ciudad de la Cultura de Santiago de Compostela, el Museo de Arte Contemporáneo de León o, el muy criticado y a juicio de muchos investigadores fallido, Forum Universal de las Culturas de Barcelona. Pero el paradigma y, de alguna manera la obra pionera, es el **Museo Guggenheim de Bilbao**¹ (foto derecha), cuyo éxito ha traído consigo la emulación desordenada que ha generado ya una corriente crítica claramente expresada en el libro de Llätzer Moix titulado *Arquitecturas milagrosas. Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim*.

El propósito de construir un gran museo que impactara la ciudad con una obra arquitectónica globalizada, una firma *top* como la de Frank Gehrig, y un servicio cultural de intensa atracción, la franquicia de la *Solomon R. Guggenheim Foundation* de Nueva York –modelo de excelencia en las bellas artes globalizadas– formó parte del proyecto mediante el cual se quería enfrentar la crisis urbana de Bilbao que, a su vez, se inscribía en la gran crisis del País Vasco. La iniciativa no fue una acción aislada, formaba parte de un plan mayor que apostaba a **una estrategia local, realizada desde una perspectiva global**, con una visión e inversión económica de largo plazo, destinada a aportar el gran componente simbólico, lúdico y estético que el plan de renovación urbana necesitaba. De acuerdo a las evaluaciones disponibles, y la inmensidad de páginas escritas sobre el tema, la intervención ha dado resultados tangibles y satisfactorios que superan lo esperado. Según las estadísticas oficiales desde su inauguración en 1997 hasta el año 2008 ha recibido a más de **once millones de visitantes**, con una media de un millón de visitantes por año. El gasto directo de esos visitantes acumulado hasta el 2005, supera los 2.110 millones de euros, genera una riqueza superior a los 2.000 millones de euros en el PIB y unos ingresos de más de 315 millones de euros para la Hacienda Pública Vasca, más una media de 4.300 puestos de trabajo anuales.

Absolutamente rentable también ha sido el impacto mediático y de imagen de la ciudad. Bilbao se ha colocado de manera protagónica en el

¹ Algunas referencias han sido tomadas de: Félix Manito. *Cultura y territorio en España: Del Museo Guggenheim de Bilbao a las fábricas para la creación en Barcelona*. Ponencia presentada en el Seminario «Intervenciones Culturales y renovación de las ciudades», OEI-Cultura Chacao, Caracas, noviembre, 2008.

imaginario del *top* arquitectónico y artístico internacional, y entre sus evaluadores se destaca como cifra no directa unos 20 millones de euros, monto aproximado a su presupuesto anual, como equivalente al valor publicitario de las noticias aparecidas en la prensa de España, Estados Unidos, Francia, Portugal, Alemania, Reino Unido e Italia y unos tres millones de euros en el equivalente a la medida del valor publicitario por informaciones aparecidas en canales de televisión y radios de España. Más allá del entusiasmo indiscutible, el Museo, o tal vez más que el proyecto puntual, el modelo que representa, genera un conjunto de críticas y dudas que se inscriben en el efecto que las estéticas globalizadoras están teniendo en la **uniformización de las ciudades** y, en el espacio nacional, en esa especie de fiebre contagiosa, de epidemia local de inversiones públicas en obras de arquitectos estrellas bajo la creencia ciega, es Llätzer Moix quien habla «de que los edificios estelares poseían poderes extraordinarios, si no sobrenaturales (...) que garantizaban visibilidad global, atraían multitudes y estimulaban la economía local». En todo caso, estamos hablando de un tipo de estrategia que no responde a necesidades expresadas por la población, que no fue objeto de consulta y que, por tanto, califica para denominarlo como una «intervención».

LA CULTURA Y EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS MOVILIZADORAS DE CONCIENCIA CIUDADANA: CULTURA CIUDADANA EN BOGOTÁ



izquierda), en su primer ejercicio como alcalde de la ciudad de Bogotá.

Otro tipo de estrategia que ha alcanzado gran notoriedad es la de utilizar dispositivos artísticos, culturales y comunicacionales para generar procesos de cambio, ya no en el tejido urbano visto como espacialidad, sino en el tejido social y, para ser más específicos, en la tarea de construir *ciudadanía*². Hay muchos ejemplos, pero el modelo más conocido fue el generado por el ya legendario **Antanas Mockus** (foto

² La noción de *ciudadanía* remite a un tipo de membrecía de las personas a la comunidad que es suficientemente amplia como para incluir los aspectos de identidad y pertenencia tanto desde una dimensión formal (reconocimiento de derechos y deberes) como desde una material (referida a prácticas efectivas, esto es, ejercicio de derechos y deberes).

Mockus, como es bien sabido, se planteó la para entonces descabellada meta de hacer un plan de largo plazo para tratar de convertir a Bogotá en una ciudad mejor, más organizada, vivible y, sobre todo, querida y valorada por sus habitantes, por entonces víctimas de una crisis de autoestima ciudadana. Pedagogo de vocación, estaba convencido de que no cambiaría nada si no cambiaba previamente los hábitos y disposiciones de los bogotanos hacia la convivencia y el respeto, y si no convencía a los ciudadanos que cambiar la ciudad era posible. Para el momento Bogotá vivía en medio de un inmenso caos generado por el incumplimiento de las reglas de tránsito: peatones que cruzaban las calles por todos lados menos por «la cebra» o rayado; alto número de muertes por accidentes debido a la ingesta de alcohol; trancones inmensos agravados por vehículos estacionados ilegalmente; elevado índice de atropellamiento a peatones.



A partir de una reflexión sociológica sobre las tres razones por las cuales las personas cumplen o incumplen las normas establecidas³, y con la conciencia de que no estaba en sus manos modificar dos de ellas –la de quienes las cumplen por temor al castigo y la de quienes lo hacen por convicción personal profunda de respeto hacia la ley–, Mockus decidió con su equipo tratar de incidir en la tercera razón, la de quienes las cumplen por vergüenza o temor a la sanción de los iguales. Así, en vez de comenzar su gobierno por donde suele hacerse en países de cultura política asistencialista y populista –obras públicas, operativos de salud, ayudas económicas–, decidió hacerlo con una **estrategia cultural**: la denominó «*cultura ciudadana*»⁴.

³ Mockus, Antanas (2002). *Cultura ciudadana contra la violencia*. en Santa Fe de Bogotá. 1995-97. Estudio Técnico Banco Interamericano de Desarrollo (<http://www.iadb.org/sds/doc/culturaciudadana.pdf>)

⁴ En un sentido muy general, se entiende por *cultura ciudadana* el conjunto de hábitos, costumbres, disposiciones, acciones y reglas mínimas de convivencia compartidas por un colectivo urbano que generan sentido de pertenencia, facilitan la convivencia en la ciudad, conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos.



En el programa inicial de Mockus se fijaban cuatro objetivos: lograr un mayor cumplimiento de las normas de convivencia; dotar a algunos ciudadanos de una mayor capacidad para llevar a otros a cumplir las normas pacíficamente; mejorar la capacidad para concertar acuerdos y dar solución pacífica a los conflictos entre ciudadanos; y, por último, mejorar la capacidad de comunicación, expresión e interpretación de los ciudadanos por medio del arte, actividades culturales, la recreación y el deporte. Es muy importante resaltar y comprender que los **programas de cultura ciudadana** así enfocados se refieren por lo general a iniciativas no convencionales que de alguna manera hacen que los ciudadanos salgan de la rutina, de lo ordinario, de los hábitos, prejuicios y desalientos introyectados y se hagan de nuevas visiones, miradas e interpretaciones. De allí la importancia del componente estético y artístico que tiene siempre, entre otras facultades, la posibilidad de hacernos ver «de otra manera» aquello que nos rodea.

Las acciones iniciales del programa bogotano se basaron en este tipo de técnicas: la vacunación contra la violencia; las tarjetas ciudadanas (aprobación, desaprobación) para que los ciudadanos contribuyeran a regular el comportamiento de los demás de manera pacífica; el uso de los mimos en los semáforos como maneras de relevar la sanción autoritaria –la multa, el llamado de atención por parte del policía– por la acción exhortativa a cumplir con la norma por una vía cercana al humor para, de ese modo, contribuir a mejores relaciones entre conductores y peatones; la redacción de una carta de civildad que la gente firmaba como un contrato; los semilleros de convivencia; los eventos culturales como *Rock en el parque*, realizado para reapropiarse del espacio público; el incentivo en el uso de las vías para actividades saludables de esparcimiento y apropiación de los espacios urbanos; la generación de sentido de pertenencia frente al espacio público; la promoción de la participación de los ciudadanos en el diseño y adopción de parques; y, en general, la promoción de la solidaridad con la ciudad.

Los programas de cultura ciudadana tampoco responden a una demanda o una aspiración de la población, sin embargo, terminaron siendo en

el caso de Bogotá, fuerte promotores de la participación y la responsabilidad ciudadana capaces de convertir en un muy poco tiempo a una población desesperanzada en fieles creyentes del proyecto de cambio de la ciudad. Lamentablemente, como ha ocurrido con este tipo de estrategias culturales cuando se tratan de copiar al calco, los programas de cultura ciudadana se convirtieron en una especie de moda en otras ciudades colombianas donde aplicaron, por ejemplo, el esquema de los mimos pero sin estar articulados en un proyecto integral, o en el conocimiento de las idiosincrasias locales, y por tanto no produjeron los mismo efectos del programa original. La conclusión es que un buen «programa de cultura ciudadana», debe ser una formulación integral, articulada a una concepción profundamente democrática de gobierno y de gobernabilidad, ajustado a las características y problemas de la ciudad donde se aplica, que intenta sembrar conciencia entre la población para que asuma y comparta responsabilidades con los demás ciudadanos y con las distintas instancias de gobierno.

LA REMODELACIÓN URBANA Y DE LOS CENTROS HISTÓRICOS COMO ESTRATEGIA: EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

Otro tipo de estrategias que tienen tanto impacto como polémicas generan son las **intervenciones de remodelación urbana**, ya se trate de recuperación de centros históricos, creación de distritos culturales o de zonas concebidas como plataformas científico-culturales a la manera del 22@ de Barcelona. Lo que entra en juego es tan grande –cambios de uso de una zona, posibles desalojos de quienes habitan la zona en el momento de la intervención, incrementos en los costos de alquiler o venta, instalación de nuevo mobiliario urbano, mecanismos de asepsia e higienización– que los conflictos de oposición o cuestionamiento al proyecto no se hacen esperar. Es lo que explica, en parte, que una operación –la recuperación de cascos históricos que décadas atrás era vista básicamente como una operación técnica de arquitectura, o como mera inversión de carácter inmobiliario y turístico después–, ha comenzado a ser entendida en el presente como **complejas operaciones específicamente culturales e integralmente sociales**.

Específicamente culturales porque se entiende que hay demasiado valor simbólico, patrimonial y de memoria colectiva en juego como para dejar-

la en manos exclusivas de especialista en restauración, e integralmente social, y agregaríamos política, porque hay muchos intereses y preguntas asociados a la intervención. *¿Quiénes son los principales beneficiarios de una inversión generalmente realizada por el sector público con dinero de los contribuyentes o de la cooperación internacional? ¿Qué ocurrirá con los habitantes pobres que generalmente ocupan las viviendas deterioradas que una vez recuperadas tendrán unos costos de compra o alquiler sólo asequible por personas o familias de altos recursos? ¿Quién y cómo se decide las características y estéticas de esa remodelación para que no sea un nuevo parque temático impostado? ¿Hasta qué punto la operación “higiénica” va a despojar el lugar de la riqueza y el bullicio de vida urbana? ¿Cómo impedir que una visión esteticista desplace a la población local, vacíe los espacios públicos de las gentes de la ciudad y los llene de turistas?*

En este sentido, el **proyecto de remodelación del casco histórico de Quito** tiene mucho que contar especialmente porque al final terminó siendo un proyecto que trataba de atender cuatro tipos de problemáticas distintas. Primero, un problema específicamente urbanístico: el deterioro ambiental del centro de la ciudad capital del Ecuador. Segundo, un tema de patrimonio: la situación de amenaza estructural de un extraordinario conjunto de edificaciones –iglesias, conventos, palacios, plazas– de un valor patrimonial histórico excepcional. Tercero, uno específicamente de cultura urbana: el imaginario «amnésico» de una ciudad y una población que ha vivido por décadas de espaldas a su memoria histórica, desvalorizando su propia riqueza patrimonial. Y, por último, los efectos sociales de una economía informal que había privatizado y desvalorizado un espacio público excepcional.

El detonante del proceso fue haber logrado, gracias a una iniciativa del gobierno local, que **la ciudad fuera declarada por la UNESCO, en 1978, Patrimonio Cultural de la Humanidad**. La fuerza del proyecto se fue consolidando políticamente gracias a una



estrategia de cooperación con el gobierno español en medio de los programas de celebración del V Centenario del Descubrimiento de América y a una propuesta de consulta participativa en la que se incorporó a los distintos actores involucrados con el centro histórico, incluyendo los vendedores de la economía informal. Fue un proyecto con un componente económico que logró los recursos necesarios a través de un préstamo del BID, diversos préstamos de la banca local y los aportes de la cooperación española. Un componente técnico exigente para garantizar la calidad y fidelidad de las intervenciones de restauración arquitectónica. Un componente social, que implicó la gestión de reubicación de 10 mil vendedores informales a través de largos procesos de negociación que involucraba directamente a las autoridades locales, incluyendo la presencia personal del alcalde de la ciudad en más de 300 reuniones. Y un componente educativo-promocional realizado a través de intensas campañas de divulgación de los valores patrimoniales de la ciudad y la generación de interés en el proceso y orgullo local por su riqueza histórica y la calidad del espacio público que se reconquistaba.

El programa tiene un momento especial cuando en el año 2003, luego de 50 años de ocupación, y ante la incredulidad de los ciudadanos, el centro fue abandonado por los informales dejando libre un espacio público que pocos habían valorado en su verdadera dimensión. Años después se evalúa positivamente el impacto del proceso en el incremento exponencial de la llegada de turistas; el hecho notable de que las revistas especializadas en turismo incluyen desde hace tres años a Ecuador como uno de los diez países fundamentales a visitar; la recuperación de un número cercano a las 900 viviendas; la llegada de la inversión extranjera que se traduce en la aparición de hoteles cinco estrellas, un nuevo centro de convenciones, la activación y remodelación de salas de cine, teatro y espectáculos; y, lo más importante, la sensación compartida de que Quito se unificó y recuperó su alma perdida por largas décadas.

LAS ACUPUNTURAS URBANAS: DE BOTADERO DE BASURA A CENTRO DE DESARROLLO CULTURAL

El término acupunturas urbanas ha sido utilizado certera y metafóricamente para designar un tipo de programas de equipamiento y servicios cul-

turales concebidos con la finalidad de **desbloquear «las energías sociales»** obstruidas o represadas en comunidades de bajos recursos, víctimas de la violencia y la exclusión de las grandes ciudades latinoamericanas. La primera vez que lo escuchamos fue en Moravia, un barrio de Medellín ubicado en los predios del basurero de la ciudad, convertido en el más grande asentamiento ilegal de viviendas de la capital. En ese mismo lugar hoy se halla instalado el **Centro de Desarrollo Cultural**, una de las más conmovedoras operaciones socioculturales emprendidas por el gobierno del alcalde Sergio Fajardo.

Inspirado en la tesis de que la belleza y la calidad de las edificaciones generan por su sola presencia procesos de dignificación en las personas a quienes se destinan, el Centro opera en un bello edificio concebido por Rogelio Salmona, un reconocido arquitecto colombiano. El contraste es intenso. Dotado con un auditorio para una 300 personas, 30 cubículo privados e insonorizados para ensayos, tres aulas en las que se realizan desde reuniones de la comunidad hasta cursos de computación, una sala de exposiciones, salas de usos múltiples, una ludoteca infantil, un acogedor patio central y una plaza abierta a su alrededor, el Centro se ha convertido desde su construcción en una especie de ágora, corazón y plaza pública de un barrio en el que, para el momento de su construcción, a cada uno de sus 42.000 habitantes le correspondía 0,28 metros cuadrados de espacio público, lo que significaba el 7% del promedio por habitante de Medellín ubicado en 4.1 metros cuadrados. El edificio cuenta con 1.628 m² de equipamiento y 316 m² de espacio público habilitado; es visitado anualmente por más de medio millón de personas y diariamente se encuentra ocupado por una activa comunidad que lo utiliza y lo ha hecho suyo para las más diversas actividades.

En este caso estamos hablando de un tipo de operación que no tiene la grandiosidad del Museo Guggenheim, el impacto masivo de una remodelación de centro histórico, ni los alcances de un programa de cultura ciudadana dirigido a los habitantes de una gran capital, pero que lleva en su concepción una idea democratizadora del espacio y los servicios públicos que hace realidad la noción de **empoderamiento** y pone en práctica un tesis muy necesaria en las ciudades con grandes barrios pobres de América Latina. La tesis de que **los barrios pobres ya están instalados, forman parte**

de la ciudad y antes que eliminarlos o desalojar a sus habitantes, lo importante es urbanizarlos, dotarlos de espacios públicos, mobiliario urbano y servicios para mejorar el nivel de vida de sus habitantes, su sentido de pertenencia y su orgullo local.

El impacto del Centro y otros equipamientos en la comunidad moravita ha sido inmediato. De comunidad estigmatizada por la asociación a la basura y el crimen, la condición de vecino de Moravia se ha convertido en una especie de «sello de calidad» utilizado por colectivos de trabajadores, artesanos y servicios domésticos convertidos en cooperativas como producto de las oportunidades abiertas desde el Centro. Hay algunos datos que subrayan el carácter democrático y participativo de este tipo de programa. Su creación surge de una propuesta local, la aspiración de miembros de la comunidad de contar con una Casa de la Cultura. El Centro es financiado por la Alcaldía de Medellín, pero su gestión la realiza un ente privado, la Caja de Compensación Confenalco en conjunto con la Red Cultural de Moravia que tiene también su cuota de participación. La red la conforman un grupo de habitantes de la zona que, en alianza con la Secretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía, se ocupa de recuperar y preservar la memoria cultural del barrio. A simple vista, se presenta como respuesta a las necesidades de los sectores excluidos de la población y al concepto de desarrollo local, empoderamiento y participación.

CIUDADANÍAS DEL MIEDO O LAS ESTRATEGIAS CULTURALES OTRAS

A pesar, o a contracorriente, de las buenas prácticas que se pueden mostrar esperanzadoramente en el espacio cultural iberoamericano, las grandes ciudades latinoamericanas son todavía el escenario de dos experiencias que las recorren y articulan como síntomas de la desesperanza. **El miedo**, de una parte, vivido como sensación permanente, y su correlato; **la fragmentación del espacio público**, de la otra. Ambos fenómenos, además de convertirse en elementos prioritarios de la agenda pública, generan respuestas culturales «silvestres», no regladas ni generadas desde los entes de gobierno, pero igualmente representativas para entender las dinámicas «otras» de las culturas urbanas.

El término *ciudadanías del miedo* se lo debemos a Susana Rotker quien lo usaba para calificar una experiencia común a los habitantes de las grandes

ciudades y una sensación presente en la vida cotidiana que define en buena medida los **nuevos modos de ser urbano en América Latina**: la sensación de vivir acompañados por el miedo. La sensación proviene de un hecho objetivo, el aumento del crimen violento o todos los delitos menores, pero es multiplicada por la amplificación que los medios de comunicación suelen realizar de estos hechos y por el modo en que los ciudadanos los procesan en su cotidianidad convirtiéndolo en relato dramático.

Teresa Pires, quien ha investigado este tema en la ciudad de São Paulo, afirma que «el habla del crimen –o sea, todos los tipos de conversaciones, comentarios, narraciones, bromas, debates y chistes que tienen al crimen y al miedo como tema– es contagiosa». Y en Venezuela, el autor de este texto, habla de «los relatos de atraco», para caracterizar un auténtico género de la literatura oral que tiene sus formatos narrativos, estilos de suspenso y marcas temporales bien definidos en tanto que forman parte permanente, casi ritual, de los encuentros interpersonales de los caraqueños y demás habitantes de las grandes ciudades venezolanas. Si desde la sociología del delito y las ciencias jurídicas importa mucho la estadística –los índices de homicidios por cada cien mil habitantes, la medición utilizada por las organizaciones multilaterales de salud–, desde la interpretación cultural igual importancia adquiere preguntarse cómo y por qué en nuestras ciudades al mismo ritmo de los hechos de violencia crece la nube de relatos que los acompañan y pueblan el entramado de historias que se repiten y amplifican.

Lo que cuenta es la percepción del **espacio público como territorio del peligro**. La *cuestión* de la inseguridad es desbordada por la *sensación* de inseguridad, un conjunto de creencias que conmina a desconfiar del espacio urbano, genera nuevos usos de la ciudad –fijando rangos horarios y espacios permisibles–, restringe los círculos de interacción y los lugares de encuentro; impulsa el repliegue hacia el espacio hogareño, incita al abandono del espacio público y promueve la segregación espacial permitiéndonos constatar hasta qué punto el componente imaginario urbaniza, hace ciudad, pero igual actúa a la inversa: desurbanizando, des-haciendo ciudad.

El modo como las culturas ciudadanas procesan estos fenómenos es muy diverso. Muchas ciudades prefieren no interrogarse por el papel que en ellas juega la violencia, el crimen y la fragmentación social. Otras, lo integran

como recurso de identidad, negocio turístico o de supervivencia. A este último tipo corresponden los *tours* que en Río de Janeiro y otras ciudades de Brasil se organizan para visitar sus barrios más pobres, las favelas, donde se ofrece conocer la pobreza de manera directa y real. La experiencia se denomina *favela tour* y es ofrecida por un operador turístico que organiza recorridos diarios por los barrios marginales de la gran metrópoli carioca. La propuesta consiste en visitar al menos dos favelas: una donde se asegura que no existe tráfico de drogas ni violencia urbana. Es Villa Canoas, ubicada en São Corrado, una de las zonas más ricas de la ciudad, que nació cuando los trabajadores del lujoso campo de golf del lugar comenzaron a radicarse en los morros vecinos para no viajar diariamente hasta la periferia. Y la otra, La Rocinha, la favela más famosa de Brasil, mundialmente conocida por la película *Ciudad de Dios*, cuya visita incluye el «reconocimiento» de aquellos lugares que formaron parte de la película.

En algunas ciudades argentinas ocurre algo similar. Los visitantes tienen la posibilidad de hacer una «inmersión en lo real» a través de visitas guiadas a las *villas miserias*, conocer el trabajo de quienes reciclan la basura en Buenos Aires o vivir la experiencia del riesgo en uno de los estadios deportivos más inseguros de la ciudad, la cancha del Boca Juniors. La visita se ofrece como *tour adrenalina*. Los visitantes –generalmente europeos– pagan para vivir un espectáculo deportivo de la mano de los fanáticos más violentos del club. El viajero es llevado al centro de la tribuna más insegura y más caliente del recinto para que experimenten una especie de «terror protegido» en el que se vive la paradoja de que el garante de la integridad física del visitante es el mismo que provoca la inseguridad: la *barra brava* del club.

Otra manera de reaccionar es lo que ha sucedido en Medellín con la escultura *El pájaro* del artista Fernando Botero. La obra fue destruida años atrás en un sangriento atentado con una bomba cuya autoría nadie reclamó pero todos presumieron una intención política por cuanto Fernando Botero Zea, hijo del artista, era por entonces ministro de Defensa y la escultura representaba la paloma de la paz.

Botero hizo una réplica y pidió que la colocaran junto a los restos de la pieza original de manera que la ciudad contara, uno junto al otro, con un símbolo de la guerra y otro de la paz. Hoy el pájaro «herido» y el pájaro «de

la paz» son un símbolo de Medellín. De esta manera, lejos de tapar su pasado de violencia y muerte, la ciudad intenta procesar esta historia como una forma de reconocimiento de su propia identidad.

Más o menos lo mismo, mantener viva la memoria de la violencia política como estrategia cultural, propone Diego Bigongiari, un escritor argentino que editó en el año 2008 el *Libro del viajero* –que acompaña su extraordinaria Guía de Buenos Aires. Bigongiari ofrece una alternativa recomendable para conocer el Buenos Aires profundo que no aparece en las postales a través de un recorrido histórico, arquitectónico, cultural y gastronómico combinado con la visita a algunos sitios que se vinculan a la historia política trágica de la Argentina: el lugar exacto donde se produjeron los atentados terroristas en los años 90 (la Embajada de Israel y la AMIA); los espacios donde funcionaron los campos de detención durante la dictadura militar (El Olimpo, la ESMA); los sitios de las represiones estudiantiles en los años sesenta; el lugar preciso donde un avión de LAPA no despegó y atravesó una avenida de la ciudad provocando la mayor catástrofe aérea del país. Son mecanismos, desesperados unos, sanadores otros, para lograr transacciones simbólicas con una realidad que asedia al ciudadano.

A MODO DE CONCLUSIÓN. LA BATALLA POR EL ESPACIO PÚBLICO: ENTRE LA CALLE ASÉPTICA Y LA CALLE DEMOCRÁTICA

Desde que la ciudad moderna emergió, la noción de ciudad aparece íntimamente ligada a la de espacio público, entendiendo el espacio público como lugar donde los transeúntes, los diferentes, los extraños, los desconocidos, los habitantes o los visitantes, pueden confluír, verse, encontrarse, oírse, incluso olerse, sin las restricciones propias del espacio privado, determinado por la existencia previa de vínculos jerárquicos de naturaleza laboral, parental, de amistad, política o comercial.

Así visto, el espacio público –la calle, la plaza, la acera, el bulevar, la rambla, el metro, el malecón, la estación de transporte pero también las redes mediáticas e informáticas– se convierte en el **espacio urbano o el espacio**



de lo urbano por excelencia, en tanto que la figura del Otro, del extraño, del paseante, del diferente, por tanto de la diversidad, se pone en escena. Si, como lo propone Manuel Delgado, lo urbano es diferente de la ciudad, no es «el tipo de cultura que sólo se produce en la ciudad», sino un modo de sociedad –constituida por un tipo de relaciones irregulares y fluctuantes, escasamente orgánicas, poco o nada solidificadas, sometidas a oscilaciones constantes y destinadas a desvanecerse en seguida–, el espacio público es el escenario ideal de existencia y realización de lo urbano.

Lugar donde tanto la belleza (o la fealdad) son colectivas, espacio privilegiado de existencia de lo urbano por cuanto es sobre su superficie donde se producen desplazamientos, encuentros y bifurcaciones que, a la manera de una «coreografía permanente y efímera» –esa es probablemente la frase que mejor retrata el carácter «líquido» e «inestable» que Delgado le atribuye a lo urbano– construyen su modo particular de sociabilidad. El espacio público, por tanto, y con él lo urbano, pueden existir de manera generosa, libertaria y democrática o ser un bien escaso, restringido y controlado. Puede estar lleno de vida, bullicio y diversidad o convertirse en lugares rígidos y asépticos que expulsan a los diferentes.

Por lo tanto, el espacio público es siempre el escenario de una batalla entre las fuerzas que lo empujan a su disolución: a través del caos extremo, su privatización o el control estatal absoluto; o a su desaparición o inexistencia, producto del deterioro, el miedo o la simple ausencia de la trama urbana. La batalla ocurre en todas las ciudades, pero en la mayoría de las grandes ciudades latinoamericanas del presente, con una buena parte de sus pobladores empobrecidos, creciendo desmesuradamente, ocupadas por el miedo y atravesadas de una parte por un vector global que las vincula al mundo, y de la otra por uno local que las obliga a mirarse hacia adentro y practicar una arqueología de su historia, sus lenguajes y sus pertenencias, esta batalla se torna de emergencia.

La tendencia a la fragmentación es la gran amenaza del espacio público de nuestras ciudades: **ciudad de pobres/ciudad de ricos; ciudad vigilada/ciudad del riesgo; ciudad transitible/ciudad hostil**, que llegó a su máxima expresión en Caracas cuando la polarización política cubrió todas las demás: **ciudad chavista/ciudad antichavista**. Las dos gramáticas enfrentadas –la de la ciudad «única», globalizada, aséptica, vigilada y del consumo que

encuentra su máxima expresión en los *mall*, los grandes centros financieros y las urbanizaciones fortificadas; y la de la ciudad ruïnosa y desamparada, sin servicios pùblicos, amenazante y privatizada por la lùgica econùmica de lo informal-, encuentran tambièn su expresiòn en el uso y abuso de estrategias o recursos culturales como instrumentos de gestiòn pùblica.

Las estrategias culturales, lo sabemos bien, no son inocentes política, ética y estéticamente hablando. La renovaciòn de las ciudades tampoco. Su incorporaciòn creciente, la de las estrategias culturales, como instrumento de gobierno es saludable siempre y cuando no se les convierta en dispositivos «neutros» que ratifican la exclusiòn como modelo de vida resignado, imponen estéticas en nombre de la eficacia econùmica y sacrifican y persiguen la diversidad en funciòn del orden añorado. No todos los usos de las políticas, programas y estrategias culturales tienen el mismo significado, igual escala o similares propùsitos. Unas estrategias estàn claramente pensadas para dinamizar econùmicamente una ciudad deprimida. Otras, para producir cambios en la relaciòn entre ciudadanos y convivencia social; realizar una operaciòn inmobiliaria; despertar zonas adormecidas de la memoria colectiva; movilizar sensibilidades o para generar inclusiòn social y expansiòn de las posibilidades y capacidades de una poblaciòn.

Una cosa es una operaciòn urbana concebida para ocultar de la vista a los habitantes pobres de una zona, o despejar territorios para que los turistas paseen beatíficamente y otra, muy distinta, una remodelaciòn de un casco històrico que incluya a la poblaciòn, consulte y explore opciones para los cambios posibles y coloque la calidad de vida compartida por encima de cualquier otra consideraciòn. La gestiòn cultural de la ciudad es tambièn una zona minada. Mònica Lacarrieu⁵ ha llamado la atenciòn sobre los peligros de cierta visiòn «intervencionista», estrechamente asociada a la concepciòn clàsica del desarrollo, que soslaya los procesos y las tensiones locales, despolitiza en el sentido amplio del término, al tiempo que naturaliza un modelo que parece expandirse sin discusiòn y sin particularidades, por las ciudades en su conjunto. La batalla por el espacio

⁵ Mònica Lacarrieu. «Patrimonio, políticas culturales y ciudades creativas». Ponencia presentada en el Seminario Internacional «Intervenciones culturales y renovaciòn de las ciudades», Fundaciòn Cultura Chacao-Oei, Caracas, novimebre de 2008 (mimeo).

público como derecho se resume de alguna manera entre la imagen de una calle plural, diversa y festiva y otra de pensamiento y estética única, monomatemática y contenida.

Interpelar a la ciudad desde la cultura y a la cultura desde la ciudad, y hacerlo desde una perspectiva democrática, implica colocar las políticas culturales en el centro del debate sobre desarrollo humano, derechos humanos, dimensión económica y construcción de ciudadanía, democracia, derechos humanos y devenir económico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARCHILLI, E.; G. BERNARDI; E. CALLIGARO; E. CÁMPORA; R. DE CASTRO; L. GIAMPANI; M. NEMECOVSKY; S. SÁNCHEZ; J. SHAPIRO (coords.)

2005 *Vivir en la ciudad. Espacios urbanos en disputa*. Santa Fe: Laborde Editor.

BAUMAN, Zygmunt

2010 *Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global*. Buenos Aires: Paidós Contextos.

DELGADO, Manuel

1999 *El animal público*. Barcelona: Anagrama

FRITZCHE, Federico y Marcela VIO

2007 «La huella del desarrollo urbano», en: Czerny, M.; Lombardo, J. D. (comps.). *Procesos, transformaciones y construcción de la ciudad en la era del capitalismo global*. Buenos Aires: Universidad Nacional General Sarmiento.

GARCÍA, Beatriz

2004 «Regeneración urbana, artes de programación y los grandes eventos: Glasgow 1990, Sydney 2000 y Barcelona 2004», en: *Revista Internacional de Políticas Culturales* (Vol. 10, no. 1) (pp. 103-118).

GARCÍA CANCLINI, Néstor

2009 *Extranjeros en la tecnología y en la cultura*. Buenos Aires: Colección Fundación Telefónica.

LACARRIEU, Mónica

- 2008 «Patrimonio, políticas culturales y ciudades creativas». Ponencia presentada en el *Seminario Internacional «Intervenciones culturales y renovación de las ciudades»*, Fundación Cultura Chacao-Oei, Caracas, noviembre (mimeo).

HERNÁNDEZ, Tulio (comp.)

- 2010 *Ciudad, cultura y espacio público*. Caracas: Fundación para la Cultura Urbana.

INNERARITY, Daniel

- 2006 *El nuevo espacio público*. España: Espasa.

JOSEPH A., Jaime; Omar PEREYRA C.; Luis MARÍN D.

- 2009 «Haciendo ciudades y ciudadanía desde espacios locales». Buenos Aires: CLACSO Libro.

LÓPEZ BORBÓN, Liliana

- 2003 *Construir ciudadanía desde la cultura. Aproximaciones comunicativas al Programa de Cultura Ciudadana (Bogotá, 1995-1997)*. Bogotá: Alcaldía Mayor.

MANITO, Felix

- 2008 «Cultura y territorio en España: Del Museo Guggenheim de Bilbao a las fábricas para la creación en Barcelona». Ponencia presentada en el Seminario «Intervenciones Culturales y renovación de las ciudades», OEI-Cultura Chacao, Caracas, noviembre.

MARTINI, Stella; Marcelo PEREYRA (editores)

- 2009 *La irrupción del delito en la vida cotidiana. Relatos de la comunicación política*. Buenos Aires: Editorial Biblos Sociedad.

MOCKUS, Antanas

- 2002 *Cultura ciudadana contra la violencia en Santa Fe de Bogotá. 1995-97*. Estudio Técnico Banco Interamericano de Desarrollo (<http://www.iadb.org/sds/doc/culturaciudadana.pdf>) (2002).

MOIX, Llätzer

2010 *Arquitectura milagrosa. Hazañas de los arquitectos estrella en la España de Guggenheim*. Barcelona: Anagrama.

MORALES GAMBOA, Abelardo

2009 *Herederos de su Historia... Desplazados económicos de posguerra en Centroamérica*. Buenos Aires: Revista Todavía.

NEGRÓN, Marco

2004 *La cosa humana por excelencia. Conversaciones sobre la ciudad*. Caracas: Fundación para la Cultura Urbana.

PIRES DO RIO CALDEIRA, Teresa

2007 *Ciudad de muros*. Barcelona: Gedisa Editorial.

ROTKER, Susana

2000 *Ciudadanías del miedo*. Caracas: Nueva Sociedad.

SARLO, Beatriz

2009 *La ciudad vista. Mercancías y Cultura Urbana*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

SILVA TÉLLEZ, Armando

2003 *Bogotá imaginada*. Bogotá: Taurus.

VILLALOBOS, Francisco Cruces

2006 *Símbolos en la ciudad. Lecturas de antropología urbana*. Madrid: Uned Ediciones.



**Narrativa Audiovisual
Televisiva /**

*Audiovisual Narrative
Televising*

MARÍA DEL MAR
RAMÍREZ ALVARADO
(España)

INMACULADA
GORDILLO ALVÁREZ
(España)

**MARÍA DEL MAR RAMÍREZ
ALVARADO**

Doctora en Ciencias de la Información,
Profesora Titular de la Facultad de Comu-
nicación de la Universidad de Sevilla.

Líneas de investigación: Industria audio-
visual y televisión, Historia de la comuni-
cación, Teoría de la imagen y Fotografía,
Comunicación y género. Profesora invita-
da por el ININCO de la UCV. Miembro
del Comité Científico Internacional del
ANUARIO ININCO / Investigaciones de
la Comunicación.

Dirección: Facultad de Comunicación.
Avda. Américo Vespucio, s/n.
41092 Sevilla, España.
Teléfono 0034656610701
Correo electrónico: delmar@us.es

**INMACULADA GORDILLO
ALVÁREZ**

Doctora en Ciencias de la Información,
Profesora Titular de la Facultad de Comu-
nicación de la Universidad de Sevilla.

Líneas de investigación: Narrativa Audio-
visual, Comunicación Intercultural, Edu-
comunicación, Estudios de género.

Dirección: Facultad de Comunicación.
Avda. Américo Vespucio, s/n.
41092 Sevilla, España.
Teléfono 0034657846274
Correo electrónico: ingoal@us.es



MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO



INMACULADA GORDILLO ALVÁREZ

Modelos de tele-realidad: nomenclaturas actualizadas del hipergénero docudramático

*Models of tele-reality: updated
nomenclatures of docudramatic
hyper-genre*

Recibido: 17 / 11 / 2012

Aceptado: 21 / 02 / 2013

© De conformidad por sus autoras para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autoras de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de las autoras. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Modelos de tele-realidad: nomenclaturas actualizadas del hipergénero docudramático

El último de los géneros en aparecer en el panorama audiovisual televisivo ha supuesto cambios en la programación y hábitos de las audiencias y ha hecho que se multipliquen las terminologías utilizadas para los mismos conceptos: tele-realidad, reality show, docudrama, infoshow, televigilancia. El objetivo del presente artículo es aunar investigaciones, terminologías y reflexiones en torno a estos relatos televisivos para lograr una taxonomía clara y actualizada. Para ello se han utilizado distintos criterios provenientes de la teoría narrativa obteniendo como resultado una serie de subgéneros fraccionados en formatos y modalidades específicas. La conclusión fundamental hace referencia a cómo el sincretismo, la hibridación y el reciclaje se convierten en los rasgos más sobresalientes de la programación televisiva.

Descriptores: Televisión / tele-realidad / reality show / docudrama / talk-show / docuseries / coaching-show / celebrity-show.

ABSTRACT

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Models of tele-reality: updated nomenclatures of docudramatic hyper-genre

The arrival of a new genre has brought changes in television's scheduling and audience habits. There has been a multiplicity of terminologies that try to designate this type of programs, such as tele-reality, reality show, docudrama, info-show and tele-surveillance. The aim of this article is to combine researches, terminologies and reflections on this TV programs in order to achieve a clear and updated taxonomy. Different criteria from narrative theory, have been used. As a result, a series of subgenres divided in formats and specific modalities have been identified. The main conclusion of this research shows that syncretism, hybridization and recycling have become the most distinctive features of the TV discourse.

Keys Words: TV / tele-reality / reality-show / docudrama / talk-show / docuserie / coaching-show / celebrity-show.

RÉSUMÉ

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Les modèles de télé-réalité: mise à jour des nomenclatures docudramatic hyper-genre

L'arrivée d'un nouveau genre a apporté des changements dans la programmation de la télévision et des habitudes du public. Il ya eu une multiplicité des terminologies qui tentent de désigner ce type de programmes, tels que la télé-réalité, reality show, docu-fiction, info-spectacle et de télé-surveillance. Le but de cet article est de combiner des recherches, des terminologies et des réflexions sur ces émissions de télévision afin de parvenir à une taxonomie claire et à jour. Différents critères de la théorie narrative, ont été utilisés. En conséquence, une série de sous-genres répartis dans des formats et des modalités spécifiques ont été identifiés. La principale conclusion de cette étude montre que le syncrétisme, l'hybridation et le recyclage sont devenus des traits les plus distinctifs du discours de télévision.

Mots clés: TV / télé-reality / reality-show / docu-fiction / talk-show / docuserie / Coaching-show / célébrité-show.

RESUMO

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO E INMACULADA GORDILLO ÁLVAREZ

Realidade modelos de TV: nomenclatura atualizada hipergénero docudramático

O último dos gêneros de dinossauro para aparecer na televisão paisagem audiovisual levou a mudanças nos hábitos de audiência e programação e fez multiplicar terminologias para os mesmos conceitos: reality show, reality show, docudrama, infoshow, telemonitoring. O objetivo deste trabalho é combinar pesquisa, terminologias e reflexões sobre estas histórias de televisão para conseguir uma taxonomia clara e atualizada. Este foi usado a partir de diferentes critérios teoria narrativa resultando em uma série de formatos e subgêneros divididos em termos específicos. A conclusão fundamental refere-se à forma como o sincretismo, hibridização e reciclagem tornar-se as características mais marcantes da programação televisiva.

Palavras-chave: televisão / tele-realidade / reality show / docudrama / talk show / docuseries / treinamento-show / celebridade-show.

En las últimas décadas, la televisión se ha transformado en un instrumento poderoso que se ha instalado en la vida de las sociedades en general y, con gran fuerza, en la vida de las personas. Ese poder de la televisión radica en muchos factores, pero sobre todo en el hecho de que permite que los telespectadores puedan aprovecharla a distintos niveles, independientemente de sus recursos, formación, expectativas y necesidades. De allí el interés en el análisis de sus características particulares como medio de comunicación privilegiado, ya que la **imagen televisiva** es un eficaz instrumento de representación de la realidad y, por ello, de las situaciones de distinto corte que viven las sociedades modernas.



25 años

El último de los géneros en aparecer en el panorama audiovisual mediático ha supuesto una sucesión de convulsiones tan intensa, acelerada y turbulenta, que los investigadores del campo de la televisión han ido multiplicado las terminologías para los mismos conceptos. **Tele-realidad, reality show, docudrama, infoshow o tele-**

vigilancia son algunos de los términos utilizados para designar el género que surge en la **década de los noventa del siglo XX**, impulsando los **principales cambios que el medio televisivo ha sufrido en los últimos veinte años**. La televisión constituye el mayor productor de relatos del mundo contemporáneo, de allí el origen e interés por un género que unifica información y ficción en realidades de diversa y variada temática. Se trata de una abigarrada mezcla de los dispositivos periodísticos y ficcionales con mecanismos del entretenimiento, la publicidad y los concursos. De hecho, una parte importante de la producción televisiva a nivel mundial se centra precisamente en la explotación de esta fórmula. Por ejemplo en el caso de España, en su obra *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*, Enrique Guerrero señala que el entretenimiento se ha convertido en el contenido más importante para las productoras españolas,

ya que supone el 85.5% del tiempo total de producción independiente (GUERRERO, 2010).

Sin embargo, esta multiplicación de terminologías requiere de un orden y del establecimiento de tipologías que permitan comprender y profundizar en las características de los distintos modos de expresión televisiva de la tele-realidad. De allí, precisamente, el objetivo principal de esta investigación¹, que pretende **establecer algunos criterios de organización del vasto corpus de formatos, fórmulas y subgéneros televisivos** buscando una taxonomía ajustada y rigurosa.

Dadas las constantes transformaciones que se generan en la producción de formatos para el medio televisivo, esta revisión constante de conceptos es necesaria en el marco de los estudios de la comunicación. En este sentido dos de los principales aportes de este trabajo son, por una parte, el uso como objeto de estudio de formatos televisivos de actualidad y, por otra, el establecimiento, ordenación y clasificación de tipologías de estudio y análisis aplicadas a la televisión.

MARCO TEÓRICO

Dentro del género informativo, desde el desarrollo de la radio y los comienzos de la televisión existe un tipo de reportaje –fuertemente ligado al referente, sin demasiada mediación del reportero, con participación de sus protagonistas y con inclusiones temáticas cercanas a la intimidad o la cotidianidad de estos– que puede ser considerado ya como un tipo de docudrama. Con mayor o menor presencia, en todas las cadenas de televisión, este género ha procurado ligarse al mundo informativo, buscando temas de interés noticiable en la medida de lo posible.

Por otro lado, los programas de entretenimiento, desde muy pronto, también encontraron un camino de éxito con el desarrollo de fórmulas docudramáticas donde personas anónimas adquirirían protagonismo pun-

¹ Este artículo forma parte de la línea de investigación permanente que las autoras desarrollan en el marco del **Grupo de Investigación Admira sobre Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales** con sede en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

tualmente, del tipo *Queen for a day*, espacio radiofónico que a partir de la década de los 50 se adaptó a algunas cadenas de televisión de América y Europa. Sin embargo, hasta la segunda mitad de los años 80 la diversificación de los géneros venía asimilando el primero de estos ante-



cedentes con el género informativo y el segundo con el del entretenimiento y las variedades. En el caso de la realidad televisiva anglosajona, en su obra *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*, Annette Hill (2005) menciona los tres pilares sobre los que ha soportado el auge de las producciones docudramáticas en este entorno: el periodismo sensacionalista, el documental televisivo y el entretenimiento popular.

Ficción, información, publicidad y entretenimiento son los grandes géneros consolidados a lo largo de más de medio siglo de desarrollo de la televisión y de los dos cambios sustanciales que ha vivido este medio, señalados por Umberto Eco (1983) y, más tarde, por Casetti y Odin (1990). Por un lado, la paleotelevisión se organizaba a partir de un monopolio estatal en la mayoría de los países o de unas pocas networks poderosas en Estados Unidos. La competencia era nula o limitada, por lo que los contenidos poseían un carácter selectivo, buscando lo más relevante a nivel cultural, social, artístico o político. A finales de los ochenta surgen las concesiones a empresas privadas y la diversificación de las cadenas públicas (varios canales nacionales más otros autonómicos, regionales o locales). Entonces, ante la necesidad de rellenar muchas más horas de programación, se produce una apertura de contenidos, que se expanden horizontalmente. Ya no se trata de buscar protagonistas en lo más alto de la pirámide del poder, de las artes, las ciencias o la cultura. Ahora cualquier persona se convierte en relevante y puede participar como personaje dentro del discurso televisivo contando una historia de vida. Se consolida así el nuevo género, cuyos antecedentes se remontan a los inicios del medio televisivo, aunque su verdadero despliegue y afirmación puede situarse en la etapa de la neotelevisión. Tal como expresa Hill en su obra *Restyling Factual TV, Audiences and News, Documentary and Reality Genre* (2007), tal ha sido

el auge del docudrama que, si se rastrean las audiencias en los últimos años y en distintos contextos internacionales, puede decirse que los resultados más positivos han correspondido a formatos de tele-realidad.

Es así como a partir de la conjunción de elementos de contenido, fórmulas expresivas y dinámicas de producción de programas tanto informativos como ficcionales, empieza a hablarse del «**docudrama**» como **género a partir de la década de los noventa del siglo XX**. La publicación de Javier Maqua, *El docudrama: Fronteras de la ficción*, bautiza el género marcando una de sus principales características: la hibridación de elementos provenientes de la realidad (de ahí el prefijo docu-) y géneros ficcionales (drama). El término acuñado por Maqua admite unificar formatos de características muy diferentes, y su uso permite que otras nomenclaturas (como la de reality show) se puedan relegar a subgéneros o formatos concretos (MAQUA, 1992). La aproximación que se propone es amplia, abarca grupos de programas y va más allá de los formatos de acuerdo a la definición que establece Gloria Saló en su obra *¿Qué es eso del formato?: «Técnicamente se podría decir que es el desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos, que conforman un programa determinado y lo diferencian de otros»* (SALÓ, 2003: 13). Se trataría entonces de la agrupación de distintos formatos y su catalogación en géneros televisivos.

Los orígenes del docudrama subyacen en los reportajes informativos de acercamiento a la realidad sin aparente elaboración previa. Desde su desarrollo utilizando elementos formales propios de la ficción y del entretenimiento, se opera una traslación que implica la **segunda gran revolución televisiva: el docudrama pasa de ser contenido a género**. Las manifestaciones más habituales de los primeros años serán el reality show y el talk show, y algo más adelante surgirá la docusoap o docuserie.



Los primeros realities, que se desarrollaron con éxito en distintos lugares del mundo, se disfrazaron bajo objetivos de servicio público. Unos intentaban encontrar personas desaparecidas que sus familiares buscaban, reclamaban y al final

recibían con los brazos abiertos. Este tipo de espacios se convirtieron en un éxito de audiencias. Otros programas actuaban como consejeros matrimoniales para solucionar problemas de parejas, y en ellos se combinaban elementos del reality (personas comunes, empeñadas en solucionar crisis amorosas, presentaban ante las cámaras sus sentimientos, reconciliaciones o peleas) y del talk show (en el estudio de televisión relataban sus intimidades en directo).

Por último, otros realities de los noventa profundizaban dentro de sucesos de impacto con la finalidad de hallar soluciones, explicaciones o encontrar culpables. Este tipo de programa –que cumplía todos los requisitos del reality show– convivía en la parrilla con el talk show, un formato realmente económico del género ya que la representación y dramatización de los hechos (showing narrativo) se sustituye por el relato de los acontecimientos por parte de sus protagonistas (telling narrativo). Generalmente, en cuanto a programación televisiva a nivel mundial había una cierta uniformidad en el sentido de que el talk show ocupaba las franjas de mañana o sobremesa y el reality se circunscribía a los *late prime time* u horarios de máxima audiencia nocturnos. Sin embargo, en numerosos formatos se combinaba el reality con el talk, dando origen a espacios en los que se presentaban diversas situaciones (provocadas y grabadas en directo o con una puesta en escena parecida a la representación ficcional), para después entrevistar a los protagonistas dentro del estudio de televisión, en vivo.

A finales del siglo XX surge una nueva transformación de la programación, los contenidos y las relaciones entre los espacios televisivos, por lo que puede hablarse de **un tercer período o momento importante de la historia del medio: la «hipertelevisión»** (Gordillo, 2009 a,b). Esta etapa se caracteriza por la extrema hibridación de elementos genéricos, por la ruptura de fronteras de la unidad programa con la dispersión por toda la parrilla de elementos de algún formato novedoso y por la convergencia de la televisión con otros medios de comunicación. Con anterioridad, el docudrama se organizaba a partir de la combinación de fórmulas de la información y de la ficción. Sus diferentes formatos componían un conjunto controlado de opciones, el que se desborda en la siguiente etapa. Los formatos van entremezclándose, cambiando e integrándose de forma tal que adaptación, la

La teoría de la enunciación narrativa permite distinguir entre discursos basados en la narración (telling) de otros organizados a partir de la dramatización de los hechos (showing), organizando docudramas de diferente contenido y con niveles de producción radicalmente opuestos. A partir de elementos de la morfología narrativa, con especial interés en los personajes, se han diferenciado tres categorías esenciales: protagonistas y ayudantes. A su vez, los protagonistas se han dividido en dos subcategorías, a partir del grado de anonimato o celebridad que los caracteriza. La sintaxis narrativa permite diferenciar, así mismo, tipos de docudrama en función de las tramas y su desarrollo a lo largo de los formatos elegidos.

Todos estos criterios han permitido estructurar una metodología combinatoria que obtiene como resultado una **taxonomía narrativa del hipergénero del docudrama televisivo**. A partir de aquí se han visionado un total de 170 programas diferentes de distintos países europeos y americanos (EE.UU., España, Holanda, Reino Unido, Venezuela, Colombia, Brasil, Argentina), a los que se han aplicado las perspectivas metodológicas arriba señaladas. El resultado ha sido procesado teniendo en cuenta la taxonomía narrativa (principios de organización paradigmática), que contempla dos cuestiones fundamentales: determinación de criterios de clasificación y construcción de tipologías (GARCÍA JIMÉNEZ, 1993). De esta manera, atendiendo a sus similitudes, características específicas y diferencias, los docudramas han dado pie a la taxonomía de géneros y subgéneros que se propone en este artículo.

RESULTADOS

Todos estos criterios permiten organizar una metodología combinatoria que obtiene como resultado una taxonomía narrativa del hipergénero del docudrama televisivo.

EL TALK SHOW COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA

Los programas de testimonios o **talk shows** responden a una fórmula docudramática muy simple y rentable, marcada por el uso de la palabra, es



decir, por la narración de los hechos en primera persona, más que por la dramatización de los mismos: «el talk show es, por encima de todo, un espectáculo de la palabra» (LACALLE, 2001). Suelen ser programas de entrevistas, debates o testimonios, siendo éste el formato más extendido. Ciudadanos comunes cuentan algún aspecto o momento de su vida a un presentador dentro de un estudio de televisión donde, habitualmente, asiste público en directo. Este tipo de programas posee, generalmente, una periodicidad diaria (de lunes a viernes) y en cada jornada se elige un tema alrededor del cual giran los relatos de todos los participantes. Suele tener un carácter íntimo y personal, además de pertenecer al ámbito de lo privado (celos, infidelidades, cambio de sexo, enamoramientos no correspondidos, etc.).



Este género se desarrolló muy pronto en la televisión norteamericana, aunque fue a partir de los ochenta cuando el talk show se convierte en un auténtico fenómeno mediático gracias a programas como *The Oprah Winfrey Show*, *The Jerry Springer Show* y *Geraldo*. Dentro del mundo hispanoamericano tuvo gran repercusión internacional *El show de Cristina* (Univisión), que desde 1989 empieza a emitirse en las pantallas de un buen número de países latinos. Se trata de espacios televisivos en que dan reflejan, tal como señala Jon Dovey (2000) el interés post-moderno por lo personal y lo íntimo como respuesta a la demanda de «verdad» por parte de los telespectadores.

LA DOCUSERIE COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA

La **docuserie** (o **docusoap**) posee contenidos cercanos a los reportajes informativos combinados con elementos formales semejantes a los produc-

tos de ficción de carácter serial. Se hace un seguimiento a un grupo de personas relacionadas por el tema elegido para la docuserie (un hospital, unas líneas aéreas, un hotel, parejas que están preparando su boda...) y se graba la forma de vivir cotidianamente esa realidad. A la hora de organizar discursivamente el producto, se elabora un montaje en paralelo de las distintas líneas argumentales (protagonizadas por uno de los personajes) que van alternándose a la hora de desarrollar la historia. No se trata entonces de ofrecer en profundidad varios temas a modo de revista informativa (del tipo Informe semanal), sino de aprovechar los mecanismos narrativos de las series ficcionales y hacer lo mismo con el material no ficcional. La BBC británica dio un impulso importante al género en la segunda mitad de los noventa, con series como Airport, The cruise o Driving School.

EL REALITY SHOW COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA

La telerealidad posee su expresión más refrendada en el **reality show**, un subgénero caracterizado por la organización de una realidad mediática, paralela y sin ningún sentido más que el de ser emitido por televisión (a pesar de sus intentos de erigirse en experimento sociológico). Posee una serie de modalidades diferentes entre sí, aunque todas poseen una característica básica en común: el contenido de carácter privado, íntimo y personal se traslada a la esfera de lo público. **Posee diversas modalidades, entre ellas, el docushow, el coaching show, el casting show y el docuquiz, el docugame.**

Docushow

El docushow es un tipo de reality que consigue hacer de la vida privada un espectáculo, sin ningún objetivo periodístico, basado en elementos de



entretenimiento. Es uno de los formatos más utilizado en la década de los noventa, cuando el docudrama empieza a desarrollarse. Se trata de programas que organizan verdaderos espectáculos de los sentimientos de protagonistas comunes en los cuales, por ejemplo, dos personas muy diferentes se intercambiaban casa y familia durante un período de tiempo. En muchas ocasiones el docushow busca asimilarse a los programas informativos, aunque su relación con los valores-noticia y el tratamiento de los contenidos los alejan de ellos.

Coaching show

En el entorno empresarial y personal se conoce por coaching al proceso interactivo mediante el cual el coach o entrenador y la persona o grupo implicados en dicho proceso buscan el camino más eficaz para alcanzar los objetivos fijados, usando sus propios recursos y habilidades. El coaching se hizo popular en Estados Unidos a partir de los entrenadores personales para preparación física de las estrellas de Hollywood. La misma idea se ha extendido a diferentes experiencias cotidianas y se ha trasladado, como no podía ser de otra manera, a la televisión. Así, hoy por hoy existen en las cadenas televisivas de los más dispares lugares del mundo programas con entrenadores de todos los cortes, que van desde la ayuda a organizar la economía doméstica a la decoración del hogar. En líneas generales el tipo de formatos televisivos que se fundamentan en esta idea del coaching parte de la necesidad de definir claramente cuál es el objetivo del proceso o del cambio personal. Para ello es necesario describir claramente la situación actual, saber el punto de partida desde el cual se pretenden alcanzar unos resultados. Además, es imprescindible hacer un recuento de los recursos disponibles y habilidades con las que se cuenta para alcanzar el objetivo. El paso siguiente implica actuar de forma sostenida en el tiempo, para llegar a un último nivel que es el de comprobar el acercamiento al objetivo marcado. Todo esto dentro de un marco de flexibilidad que permite reconsiderar objetivos, en el cual es fundamental el papel del coach o entrenador que acompaña a la persona implicada, apoyándola y estimulándola a que encuentre sus propias soluciones.

Los coaching shows pueden ser de distinta índole. Los espacios norteamericanos Extreme makeover (ABC), I Want a Famous Face (MTV), The

Swan (Fox) Escultores de cuerpos y Chicas plásticas (ambos de Discovery) o Cambio Radical en España desarrollan temáticas centradas en tratamientos quirúrgicos de cirugía plástica. El problema presentado es, por tanto, de carácter físico (deseo de verse más atractivo, complejos, falta de confianza...)



y la solución vendrá dada por un equipo de especialistas (cirujanos plásticos, ortodoncistas, oftalmólogos, nutricionistas, esteticistas, etc.) que como modernos Pigmaliones del siglo XXI, consiguen crear belleza y perfección de cualquier materia prima (RAMÍREZ Y GORDILLO, 2007). Otros espacios responden a formatos que giran en torno a la mejora de las condiciones de vida de las familias (economía doméstica, por ejemplo) o comportamientos que generan problemas (de convivencia o familiares, de salud, estéticos, etc.), por lo que el especialista intentará –a partir de la observación de los errores– otorgar claves que permitan mejorar la educación de los hijos, los hábitos alimenticios, la manera de arreglarse y valorarse o el cuidado de los bebés.

Casting show

Aunque en un principio se consideró una referencia o complemento de los realities que requerían una selección de los candidatos a participantes, **el casting show es una de las últimas fórmulas en llegar al panorama televisivo**. Como el making off o las tomas falsas, el casting de los talent show empezó a generar materiales que, a veces, se utilizaban durante el desarrollo de los programas. Pero, en el marco de la hipertelevisión, estas grabaciones han empezado a constituir un producto rentable por sí mismo. Se cuida más el formato, introduciendo a unos jueces populares para el casting (generalmente parte del jurado o de los profesores del programa que se emitirá posteriormente). Por otro lado, se añaden elementos que van más allá del proceso de selección, pues (en ocasiones) se invita a sus padres, hermanos, a algún amigo, a la pareja e incluso a mascotas, si puede poseer algún valor narrativo extraordinario. Las minúsculas actuaciones

de los aspirantes a concursantes del reality suelen complementarse con duras reflexiones y reprimendas del jurado, algunas actuaciones sorpresa de invitados (como los concursantes de otras ediciones) o fragmentos de entrevistas y momentos de la vida cotidiana de los aspirantes y sus familias.

Docuquiz

El docudrama unido a la búsqueda de intimidades a partir de preguntas y respuestas con el objetivo de conseguir un determinado premio da como resultado el docuquiz, una fórmula que permite la competencia entre varios concursantes o la simple superación de etapas por parte de un único protagonista. En los años sesenta surgió en Estados Unidos un programa llamado *The Newlywed Game*, que originó copias en distintos países. El programa enfrentaba a matrimonios que debían responder, tras separar a las parejas, a las mismas preguntas sobre su intimidad. Si las respuestas de ambos miembros coincidían, sumaban dinero a su marcador, compitiendo por no ser eliminados al final de cada entrega del programa.

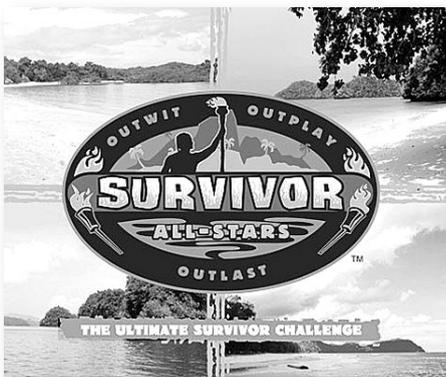
El espacio *Nothing but the truth* (Fox) dio lugar a adaptaciones diversas. En este caso cada concursante se enfrenta, ante la mirada de algunos familiares o amigos, a una serie de preguntas íntimas relacionadas con temas generalmente inconfesables. El concursante, para ir superando etapas y conseguir un importante premio en metálico, debe responder la verdad. Ésta se comprueba con respuestas dadas antes de la grabación del programa, ya que a cada aspirante se somete a una larga entrevista con polígrafo. Este artilugio, también denominado la máquina de la verdad había permitido el desarrollo de programas o secciones basadas en el formato de docuquiz.

Docugame

Cuando a los componentes del docudrama, derivados de la realidad y la ficción, se le añaden características propias de un subgénero del entretenimiento, como el concurso, surge una nueva variedad denominada docugame. Autores como Kilborn utilizan también el término **gamedoc** (2003). Existen **cinco modalidades principales** basadas en la convivencia, la supervivencia, el trayecto o el aprendizaje y la superación personal y artística.

Docugame de convivencia

La irrupción en el panorama mediático del formato Big Brother implicó una auténtica reorganización y revolución innovadora en el ámbito del docudrama. Su nombre hace referencia a la novela *Mil novecientos ochenta y cuatro* escrita por George Orwell y publicada en 1949. El formato fue creado por el holandés John de Mol y desarrollado por su productora



Endemol, reportándole enormes beneficios. Emitido por primera vez en Holanda en 1999, posteriormente ha sido adaptado en más de 70 países. Big Brother implicó, además, la ruptura completa de la unidad programa, ya que los contenidos se extendieron a toda la programación de la cadena, que se hizo con los derechos en cada país. Sin embargo, aunque Big Brother es el referente más conocido, unos años antes, en 1997, la televisión sueca emitió el programa Expedition Robinson con un notable éxito. En el mismo, se eliminaba cada semana a un concursante, siendo los mismos expuestos a situaciones extremas de supervivencia. El nombre aludía a obras como Robinson Crusoe y The Swiss Family Robinson, y el programa se emitió de forma ininterrumpida hasta el año 2005, retomándose en el 2009 y hasta la actualidad.

Con sus distintas modificaciones dependiendo de los países y culturas, el fundamento es el de un grupo de personas (unas doce), desconocidas entre sí y seleccionadas por medio de un casting, que conviven durante un período de tiempo en una casa diseñada especialmente para la ocasión (el tiempo ha variado enormemente, llegando incluso a durar 365 días en la entrega alemana de 2004). En este contexto son grabados por cámaras y micrófonos durante las 24 horas del día. Aislados del mundo exterior y sin acceso a televisión, radio, Internet, música o lecturas, deben afrontar, en grupo o de forma individual, las pruebas que se les proponen y someterse a un sistema de eliminaciones. Las variantes han sido muchas y de muy variados estilos.

La clave del espectáculo televisivo está en la vigilancia durante veinticuatro horas al día de cualquier mínimo rincón de la casa por parte del ojo de numerosas cámaras y los oídos de otros tantos micrófonos. Los espectadores se convierten en espías de cualquier mínimo movimiento, conversación o actitud de los habitantes de la casa. A partir del enorme éxito de audiencias y la tremenda repercusión mediática de este tipo de programas, surgen otras fórmulas similares que modifican a veces el lugar de la convivencia y, otras, las reglas de juego de la misma.

Docugame de superación (talent game)



El reality cuya dinámica implica, además de elementos de competencia y de convivencia, un proceso de aprendizaje en disciplinas que generalmente se relacionan con manifestaciones artísticas, se denomina **talent game o reality de superación**. Estos programas de convivencia del tipo academias artísticas, en

los cuales se potencia alguna característica o habilidad personal de los concursantes (como cantar, bailar, cocinar, actuar, modelar, etc.), han logrado grandes cuotas de audiencia. Los concursantes, como en el modelo anterior, se ven sometidos a un encierro, pero su tiempo se organiza con una disciplina rigurosa, marcada por las distintas clases, ensayos y tareas que implica el perfeccionamiento en la temática del programa.

Puede mencionarse por ejemplo el caso de Operación Triunfo, formato ideado también por Endemol y retransmitido en más de cincuenta países bajo nombres diferentes: Project Fame, American Idol y Latinamerican Idol, StarMaker, Operazione Trionfo, etc. El objetivo es el de formar cantantes en una academia. Allí, los concursantes son también vigilados en su aprendizaje por cámaras y deberán demostrar sus progresos en una gala semanal. Cada semana uno de los concursantes es eliminado por el jurado y, finalmente, los últimos tres finalistas recibirán como premio una carrera discográfica. Las adaptaciones de Operación Triunfo han sido variadas,

como en el caso de Factor X e, incluso, después de la primera edición en España se rodó OT: La Película, que incluía las apariciones de los concursantes. Por otra parte, en esta línea de los programas-academia, pueden ser incluidos formatos como Supermodelo, en el cual un grupo de chicas compiten por obtener un contrato profesional como modelos, o Fama, orientado a buscar y perfeccionar bailarines. También existen otros docugames de superación orientados a cuestiones no artísticas, como la capacidad de construir una casa, que se han puesto en pantalla a partir del formato de origen australiano titulado The Block.

Docugame de supervivencia

Una de las variaciones del reality de convivencia supuso el origen de una nueva subcategoría del docudrama. Esta vez los concursantes no permanecerán en un entorno cerrado como una casa, un autobús o una granja, sino que vivirán en entornos naturales abiertos y el concurso probará la capacidad de supervivencia y adaptación al medio, así como la consecución de las pruebas impuestas. El protagonista deberá competir y convivir, igual que en otros realities, pero a su vez tendrá que luchar por sobrevivir en un entorno poco cotidiano, escasamente cómodo y, en muchas ocasiones, difícil. La supervivencia implicará, por regla general, la búsqueda de alimento, de cobijo o vivienda, soportar insectos, reptiles y otros seres vivos amenazantes y la resistencia a inclemencias meteorológicas (calor sofocante, frío, tormentas tropicales, etc.). El **reality de supervivencia** implica la competencia de unos personajes comunes aunque, como se verá a continuación, la fórmula que triunfa en muchos países será la protagonizada por celebrities.

Reality-road

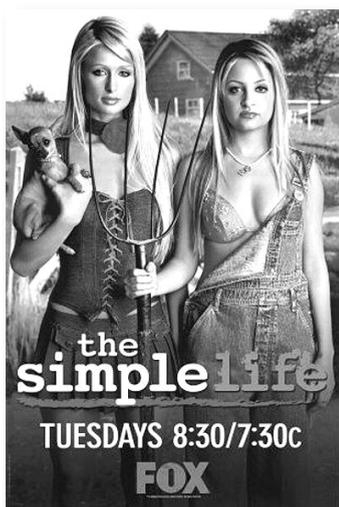
La presencia de un desplazamiento como objeto del concurso es esencial en el reality road. El trayecto se convierte así en el centro del relato y los concursantes, lejos de estar confinados dentro de una casa, una isla u otro entorno natural, deberán recorrer un itinerario según una serie de peculiares reglas. Un ejemplo es el de espacios como The Amazing Race (CBS, AXN). Se trata de una carrera con eliminación progresiva de concursantes

quienes, agrupados por parejas, deberán recorrer un itinerario dividido en una serie de etapas. Existen pistas, instrucciones, limitaciones (generalmente, el dinero, medios de transporte y hospedaje) y penalizaciones diversas.

Dating show

Los participantes de este tipo de programa de telerrealidad buscan una relación amorosa o matrimonial con un aspirante a buscar pareja. Por ello deberán competir con otros concursantes e intentar ser elegidos, eliminando a la competencia. Los modelos de dating show son variados: por lo general cada uno de los aspirantes va eligiendo concursantes del sexo opuesto para tener citas que serán grabadas por las cámaras. En otras modalidades los concursantes deberán convivir un tiempo para lograr averiguar si alguno de sus compañeros puede ser la persona de sus sueños.

EL CELEBRITY SHOW COMO SUBGÉNERO DEL DOCUDRAMA



Cuando los protagonistas del docudrama son personajes famosos, populares o conocidos por cualquier motivo, la modalidad se denomina celebrity show. No se trata de una modalidad totalmente novedosa en televisión, ya que existen precedentes como el célebre formato americano *This is your life* que se organizaba en torno al recorrido vital de personajes célebres por motivos artísticos, culturales, políticos, etc. A partir de la década de los noventa, el panorama de los protagonistas de los diversos celebrities se amplía, centrándose en personajes que pueden pertenecer a varios ámbitos (LAMUEDRA, 2007):

- Aristócratas: Famosos por nacimiento aristocrático o real.
- Meritócratas: Personajes famosos por su trabajo (en el campo de la música, el cine, el teatro, la televisión, el deporte, la política, etc.).

- **Famosos por relación:** cuando el personaje salta a la fama por su relación de trabajo, parentesco o amorosa con algún meritócrata. Desde el jardinero de un actor de teatro al hijo de una tonadillera.

A esta diferenciación de Lamuedra podríamos añadirle algunos tipos de famosos:

- **Famosos mediáticos:** su popularidad se debe a la asistencia a algún docudrama televisivo (de convivencia, superación o supervivencia).
- **Famosos freak (frikis):** intentan ser meritócratas pero su extravagancia, falta de calidad, su personalidad o su físico estafalario los colocan en esta categoría.
- **Pseudofamosos:** no poseen ningún vínculo directo ni con el aristócrata ni con el meritócrata, sino que su popularidad se debe a su proximidad (eventual o estable) con un famoso por relación. Por ejemplo, cuando el hijo de una famosa cantante tiene una novia y ésta accede a contar intimidades de su pareja y de su madre una vez terminada la relación.

A partir de la combinación de cualquier categoría de estos personajes se originan diversas modalidades de celebrity shows. Entre los formatos más habituales destacan los siguientes:

Talk Show Rosa

Suelen ser formatos en los cuales los personajes famosos confiesan sus intimidades dentro de un estudio de televisión ante un grupo de periodistas que les suelen hacer preguntas de distinto orden, muchas de ellas comprometidas.

Celebrity Quiz

En muchos concursos de preguntas y respuestas se combinan los concursantes comunes con los famosos. En otros intervienen solamente los famosos, que deben responder correctamente para ganar un premio.

Celebrity Game

El celebrity de convivencia, de superación o de supervivencia asume los mismos parámetros que posee la versión de personas anónimas, pero

en este caso teniendo como protagonistas personajes conocidos. Hay ejemplos en distintos países donde se ha emitido Gran hermano versión VIP. El formato a veces modifica las condiciones de los concursantes, ya que éstos no se someten al encierro, aunque sí aprenden alguna disciplina artística y concursan superando las dificultades que conlleva. Un ejemplo es el de Strictly Come Dancing, emitido por la cadena inglesa BBC, que constituye el germen programas similares que han sido lanzados en muchos países del mundo: Dancing with the Stars (Estados Unidos, Austria, Australia, Holanda), Let's Dance (Alemania o Suecia), Bailando por un sueño en distintos países latinoamericanos (como Argentina, Colombia, México, Perú, Paraguay), Le Match des Étoiles (Canadá), Ballando con le Stelle (Italia), Shall We Dance? (Japón) o Dança Comigo (Portugal). En España, concretamente, el programa lleva ya varias temporadas siendo emitido por la primera cadena de Televisión Española bajo el título ¡Mira quien baila! Compiten celebridades, que hacen pareja con bailarines profesionales, quienes concursan por realizar determinados bailes que son calificados por un panel de jueces

Coaching con celebrities

Se utiliza la técnica del coaching, que ha dado lugar a este tipo de formato televisivo, pero en este caso los protagonistas son celebridades que luchan contra el peso o incluso adicciones, bajo la atenta y sensacionalista mirada de las cámaras del programa, asesorados por un equipo de especialistas. Ejemplos recientes son Celebrity Fit Club, Fat Actress, Carnie Wilson Unstapled, Shaq's Big Challenge o el conocido Kirstie Alley's Big Life, centrado en la pérdida de peso de esta famosa actriz norteamericana.

Cámara oculta con celebrities

Se trata de espacios televisivos tradicionales de cámara oculta en la que los objetos de las bromas o situaciones pintorescas son personajes conocidos. En otras variantes, se transforma a personas famosas (cantantes, actrices/actores) en desconocidos. Una vez transformado su aspecto a través del maquillaje o el cambio de indumentaria que les hace prácticamente irreconocibles, son grabados con cámara oculta interviniendo en situaciones poco habituales para ellos.

Reality-road con celebrities

Las emociones que sólo puede brindar la telerealidad planteadas de una forma itinerante gustan, de allí el desarrollo de este subgénero que cuenta además con el aliciente de que sus protagonistas suelen ser personajes famosos. Hay diversas modalidades, pero por lo general se centran en el descubrimiento de rincones curiosos, culturas sorprendentes y gentes diversas, todo ello en el marco del juego, la convivencia y el afán de superación de cada uno de los concursantes.

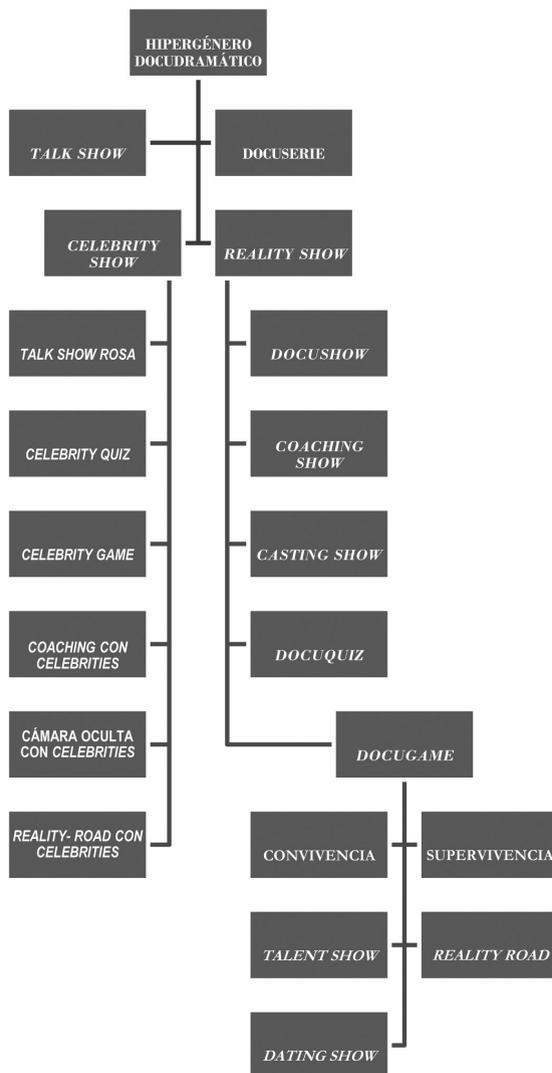
CONCLUSIONES

El análisis y la taxonomía de clasificación que se propone en este artículo se ha centrado en un medio de comunicación como el televisivo, que es uno de los medios centrales de las sociedades actuales, con una enorme potencialidad para poder influir en diversos procesos sociales, políticos, culturales, económicos y personales que afectan a individuos y colectividades. La televisión constituye el mayor productor de relatos del mundo contemporáneo que son articulados en diversos formatos, pero en gran medida en el género del docudrama (mezcla de información y ficción con mecanismos del entretenimiento, de los concursos y de la publicidad) y en el cual se inscriben realities de diversa y variada temática.



Así, a partir de **la neotelevisión, el sincretismo, la hibridación y el reciclaje** se convierten en los rasgos más sobresalientes de la programación televisiva. Los géneros tradicionales se entrecruzan, constituyendo formatos novedosos y eclécticos en rasgos formales y de contenido. La **hipermodernidad**, con el cambio del milenio, organiza nuevos parámetros culturales que, en buena medida, hiperbolizan algunas de las tendencias ya surgidas en la posmodernidad. Aunque la base existencialista y el tono filosófico de ambas difieren de forma esencial, la inclinación a la hibridación de géneros, estilos y formatos se acrecienta en esta nueva etapa.

Figura 1
TAXONOMÍA DE CLASIFICACIÓN DEL HIPERGÉNERO
DOCUDRAMÁTICO



Fuente: Elaboración propia (2012). Dra. María del Mar Ramírez Alvarado y Dra. Inmaculada Gordillo Álvarez.

El éxito de estos programas se debe a una conjunción compleja de factores entre los que seguramente destaca la rentabilidad del producto al que se suma las condiciones de recepción, que hacen poco necesaria la especialización o la preparación, e incluso tampoco se requiere demasiada competencia y fidelidad al programa. En no pocas oportunidades los realities llegan a ser banales, simples, adaptados a los intereses de las sociedades actuales interesadas en el entretenimiento fácil, en el pensamiento light. También en telespectadores interesados en lo que suelen valorar como comportamientos auténticos: personas anónimas que conversan con una bebida en sus manos mientras toman el sol y son filmados por las cámaras del programa de turno (HOLMES, Jermyn, 2004). En definitiva, y tal como señalan Murray y Oullete, de telespectadores contemporáneos presos de la gran paradoja que significa este interés en aumento por lo que consideramos espontáneo y auténtico cuando sabemos que no es algo más que una construcción ficcional. Además, los realities resultan altamente adictivos y manejan con frecuencia el humor en la estructuración de guiones. Aunque, como señalan Pedro Sangro y Alejandro Sangro, en su obra *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España* «el humor es un rasgo de inteligencia» que, de alguna manera, reivindica algunos de estos espacios televisivos (SANGRO y SALGADO, 2008: 21).

A través de la reflexión sobre los distintos géneros y subgéneros televisivos aportada en este trabajo, se demuestra cómo, en la primera década del siglo XXI, el docudrama celebra su mayoría de edad con un despliegue importante de fórmulas y formatos, muchos de ellos consolidados y aceptados por un gran reconocimiento por parte de las audiencias. Sin embargo, la constante movilidad del género y la búsqueda de novedades de la hipertelevisión no permiten cerrar completamente una taxonomía en continuo cambio y crecimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAL, M.

1990 *Teoría de la Narrativa. Una introducción a la narratología*. Madrid: Cátedra.

BLUMER, J.C.

1993 *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosh Casa Editorial.

BUSTAMANTE, E.

1999 *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

CASETTI, F. y F. DI CHIO

1990 *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.

CASETTI, F. y R. ODIN

1990 «De la páleo à la neo-television. Approche sémio-pragmatique», en *Communications* n^o 51: 9-26. París: Seuil.

CONTRERAS, J.M. y M. PALACIO

2001 *La programación de televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.

DOVEY, J.

2000 *Freakshow: first person media and factual television*. London: Pluto.

ECO, U.

1983 *La estrategia de la ilusión*. Madrid: Lumen.

GARCÍA JIMÉNEZ, J.

1993 *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Cátedra.

GORDILLO, I.

2009^a *La hipertelevisión: géneros y formatos. Nuevas y viejas tendencias en la televisión del siglo XXI*. Quito: Ciespal.

2009^b *Manual de Narrativa Televisiva*. Madrid: Síntesis.

GREIMAS, A. J. y J. COURTES

1990 *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

GUERRERO, E.

2010 *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado.* Barcelona: Deusto.

MURRAY, S. y L. OUELLETTE (Eds.)

2004 *Reality TV. Remaking Television Culture.* New York: New York University Press.

HILL, A.

2005 *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television.* Londres y Nueva York: Routledge.

2007 *Restyling Factual TV. Audiences and News, Documentary and Reality Genre.* Londres y Nueva York: Routledge.

HOLMES, S.; D. JERMYN (eds.)

2004 *Understanding Reality Television.* Londres y Nueva York: Routledge.

KEANE, M.; A. MORÁN

2008 «Television's New Engines», en *Television & New Media* nº 9 (2), 168.

KILBORN, R.

2003 *Staging the Real. Factual TV programming in the age of Big Brother.* Manchester, Manchester University Press.

LAMUEDRA, M.

2007 *Aristócratas, meritócratas y famosillos: cómo participan lectores y televidentes en las historias de famosos.* Madrid: Ediciones La Torre.

LACALLE, Ch.

2001. *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento.* Barcelona, Gedisa.

LEÓN, B. (coord.)

2008 *Transformar la televisión. Otra televisión es posible.* Salamanca: Comunicación Social.

MAQUA, J.

1992 *El docudrama. Fronteras de la ficción.* Madrid: Cátedra.

RAMÍREZ ALVARADO, M. y I. GORDILLO

2007 «Escultores de cuerpos: cirugías estéticas y realities televisivos», en *Trípodos. Las Encrucijadas de la Comunicación: Límites y Transgresiones*, Extra 2007 Vol. 2, pp. 861-872.

IMBERT, G.

2008 *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.

SALÓ, G.

2003 *¿Qué es eso del formato? Como nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa.

SANGRO, P. y A. SALGADO

2008 *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes.



**Observatorio ININCO
de la Comunicación
y la Cultura /**

*Observatory ININCO
of the Communication
and Culture*

Gilberto José Graffe

(Venezuela)

Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura Informe especial

Doctor en Ciencias Políticas, Mención Honorífica (UCV-2003). Magister Scientiarum en Educación, Mención Educación Superior (2006). Especialización en Derecho Internacional Económico y de la Integración UCV-1988 y Licenciado en Educación, mención Planificación Educativa, Magna Cum Laude en la UCV (1977); Premio a la Investigación Educativa Categoría Profesorado (Escuela de Educación UCV Año 2004) y Clasificado como PEI Nivel A (2012). Profesor Asociado a nivel de pregrado y postgrado UCV en el Área de Planificación General y Educativa, Coordinador Académico de la Escuela de Educación (2006-2008), Coordinador de la Maestría de Educación Superior de (2006-2014) y Coordinador del Área de Educación de los Postgrados de Facultad de Humanidades y Educación de la UCV (2012-2013). Correo electrónico: graffeg@gmail.com



Políticas de Gestión académico-administrativas: de la Educación Superior a la Educación Universitaria 1999-2012

*Management Policies academic-
administrative: of Higher Education
to University Education 1999-2012*

Recibido: 04/ 06/ 2013

Aceptado: 27/ 06/ 2013

© De conformidad por su autor para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de la autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV**.

Proyecto financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad Central de Venezuela bajo el número 07-8225-2011/1.

RESUMEN

GILBERTO JOSÉ GRAFFE

Políticas de gestión académico-administrativas: de la Educación Superior a la Educación Universitaria 1999-2012

El presente artículo constituye un estudio analítico de carácter documental del conjunto de políticas públicas orientadas a desarrollar la Educación Superior o Universitaria venezolana en las gestiones de gobierno del Presidente Hugo Chávez Frías en el período comprendido entre 1999 y 2012, las cuales se centraron fundamentalmente en el fortalecimiento de la gestión institucional del Ministerio que dirige el sector y su impacto en el desarrollo de este subsistema educativo, el mejoramiento de los mecanismos de acceso a la Educación Superior y la ampliación de la cobertura matricular mediante los cambios en los procesos de admisión y el establecimiento de un nuevo mecanismo de ingreso, así como también la creación de nuevas instituciones y transformación de las ya existentes; y el diseño de los Programas Nacionales de Formación (PNF) centralizado en el Ministerio en cuestión, sin que en paralelo, se desarrollaran estudios con el objeto de evaluar la efectividad que estas políticas han tenido en cuanto al mejoramiento de la calidad de la educación ofrecida en este nivel. Cabe destacar que en la formulación y desarrollo de estas políticas no se contó con la concertación y participación de las universidades autónomas y experimentales que eligen sus autoridades, razón por la cual son consideradas políticas de gobierno y no de Estado.

Descriptores: Políticas públicas / Educación Superior / Gestiones de gobierno del Presidente Chávez / Venezuela.

ABSTRACT

GILBERTO JOSÉ GRAFFE

Management Policies academic-administrative: of Higher Education to University Education 1999-2012

This paper is an analytical study of the whole documentary public policies to develop or University Higher Education in the efforts of Venezuelan President Hugo Chavez Frias in the period between 1999 and 2012, which focused primarily on the strengthening the institutional management of the Ministry to conduct the sector and its impact on the development of the educational subsystem, improving the mechanisms of access to higher education and enroll expanding coverage through changes in the admissions process and the establishment of a new mechanism of income, as well as the creation of new institutions and transformation of existing, and the design of National Training Programmes (NFP) centralized in the Ministry in question, without parallel, studies were developed in order to evaluate the effectiveness that these policies have had in improving the quality of education offered at this level. Note that in the formulation and development of these policies are not counted on the cooperation and participation of universities and experimental autonomous elect their authorities, which is why government policies are considered and not the state.

Keys Words: Public policies / Higher Education / Managements government of President Chavez / Venezuela.

INTRODUCCIÓN

A partir de 1999 con la aprobación de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, la **autonomía universitaria** adquiere rango constitucional y al mismo tiempo en ella se establecen que actores sociales que conforman la comunidad universitaria. Desde esta fecha fue imperativo para el **gobierno del Presidente Chávez** el rescate del papel rector del Estado en la **Educación Superior (ES)**. Además de los deberes y derechos consagrados en la Constitución, como marco para la expresión de políticas públicas se ha promulgado un conjunto de decretos y resoluciones que establecen lineamientos y directrices que constituyen elementos fundamentales de las políticas públicas con las cuales se ha dirigido este nivel educativo para el período bajo estudio. Esta investigación se centra en el **estudio y análisis de las diferentes políticas desarrolladas para la ES y su posible impacto**. En el estudio se distinguen cuatro componentes que se encuentran superpuestos y que implicaron la puesta en práctica de medidas diferenciadas, aunque es sumamente difícil pretender realizar una disección de los mencionados componentes, sino que como elementos de la política pública para el desarrollo de la Educación Superior o Universitaria se entrelazan. En esta investigación se identificaron y analizaron los siguientes componentes:

1. El fortalecimiento de la gestión institucional del Ejecutivo (Ministerio);
2. El mejoramiento de los mecanismos de acceso a la Educación Superior;
3. La creación de nuevas instituciones y transformación de las ya existentes y,
4. La transformación curricular a través de los Programas Nacionales de Formación (PNF).

POLÍTICAS DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO

A partir de la toma de posesión del nuevo gobierno constitucional en



1999, comienzan una serie de cambios en las estructuras de gestión de la ES en Venezuela, la cual se inicia con la reestructuración del Ministerio de Educación como órgano rector de la Educación Nacional y en específico de la Educación Superior. Esta reestructuración tiene como marco la sanción de la Primera Ley Habilitante¹ por parte del Congreso Nacional, con la cual se otorga al Presidente Chávez entre otras potestades, la de modificar la Ley Orgánica de la Administración Central para la reorganización del Ejecutivo Nacional, tal como lo indica el Art. N° 1 del Decreto N° 253 con Rango y Fuerza de Ley², no sólo para la creación de nuevos organismos, sino también para el establecimiento de nuevas competencias y transformación de las atribuciones ya existentes en los ministerios.

25 años

Posteriormente, la Ley antes mencionada es modificada por el Decreto N° 369 con Rango y Fuerza de Ley³; y del mismo modo, se promulga el Decreto N° 370 con Rango y Fuerza de Ley sobre Adscripción de Institutos Autónomos, Empresas del Estado, Fundaciones, Asociaciones y Sociedades Civiles del Estado, a los órganos de la Administración Pública⁴. Mediante dichos instrumentos, se crea el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD) y se fijan el conjunto de instituciones que le serían adscritas, en la búsqueda de instrumentar los mecanismos para mejorar la gestión administrativa.

En la estructura del recién creado MECD, para su momento, aparece el Viceministerio de Educación Superior, el cual se convertiría en el predecesor del Ministerio de Educación Superior creado posteriormente en el año

¹ Esta Ley Habilitante se promulgó bajo el título de Ley Orgánica que autoriza al Presidente de la República para dictar medidas extraordinarias en materia económica y financiera requeridas por el interés público publicada en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 36.687 de fecha 26 de abril de 1999.

² Decreto N° 253, mediante el cual se dicta el Decreto con Rango y Fuerza de Ley Orgánica de Reforma de la Ley Orgánica de la Administración Central, publicado Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 36.775 de fecha 30 de agosto de 1999.

³ Decreto N° 369 con Rango y Fuerza de Ley Orgánica de Reforma de la Ley Orgánica de la Administración Central, publicado en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 36.850 de fecha 14 de diciembre de 1999.

⁴ Decreto 370 publicado en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 5.395 Extraordinario de fecha 05 de octubre de 1999.

2002. En tal sentido el MECD con el fin de centralizar el papel rector del Estado en esta estructura, difunde en el año 2001 las políticas y estrategias a implementarse para el desarrollo de este nivel educativo. En este documento el Sistema de Educación Superior se define como:

(...) el conjunto de instituciones y procesos que, con criterios de calidad, equidad social y pertinencia social, forman, actualizan y desarrollan el talento humano indispensable para el desarrollo económico, social, cultural, político, científico y tecnológico del país, en el marco de una formación permanente, integral y de plena realización personal, con el fin de asegurar una mayor calidad de vida para toda su población (MECD, 2001: 41).

El Viceministerio de Educación Superior formula un conjunto de políticas y estrategias dirigidas a lograr el proceso de transformación de este subsistema. Estas políticas propuestas se pueden resumir brevemente en: i) Estructurar el Sistema de Educación Superior y sus instituciones, propósitos y niveles, para la articulación y reciprocidad entre ellas y la transferencia de los estudiantes y profesores entre instituciones y niveles; ii) Elevar la calidad académica de las instituciones y mejorar su eficiencia institucional; iii) Mejorar la equidad en el acceso y en el desempeño de los estudiantes; iv) Lograr una mayor pertinencia social de la Educación Superior en los distintos ámbitos territoriales; v) Lograr una mayor interrelación de las instituciones con las comunidades de su entorno; y vi) Promover y fortalecer la cooperación nacional e internacional entre las instituciones de Educación Superior (MECD, 2001). Cabe destacar que la definición de estas políticas es posterior a la aprobación de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV), en la cual la autonomía universitaria adquiere rango constitucional y queda determinada la conformación de los integrantes de la comunidad universitaria (Art 109), elementos que al analizar los procesos y controversias que surgirán a lo largo del proceso histórico de la evolución de este nivel educativo durante la gestión del Presidente Chávez jugarán un papel fundamental.

Aun cuando estas políticas son anteriores a la creación del Ministerio de Educación Superior, el Viceministerio no logró la ejecución de las mismas, pues son publicadas en diciembre de 2001 y en enero de 2002 se estrena el

nuevo ministerio (Decreto 1.634), denominado **Ministerio de Educación Superior**, con la finalidad de materializar la política fundamental en cuanto a integrar la gestión del Estado en el sector de Educación Superior (ES), con la intención, desde la perspectiva del gobierno, de lograr la implantación de modelos organizativos innovadores que promuevan la participación y los procesos de transformación de la ES. En el Decreto N° 1.634 se establecen las atribuciones del Ministerio de Educación Superior (MES), entre las que se encuentra: *La regulación, formulación y seguimiento de políticas educativas dirigidas a este subsistema educativo, así como la planificación, orientación, programación, desarrollo, promoción, coordinación, supervisión, control y evaluación del sistema educacional en este nivel.* Funciones éstas que implican la profundización del carácter rector de este organismo en materia de ES.



Sin embargo, en la corta vida de este Despacho, han ocurrido dos (2) reestructuraciones, a fin de mejorar la gestión directiva, la primera en el año 2005 con la Reforma Parcial del Reglamento Orgánico (Decreto 3.444), en el cual se crea la Oficina de Planificación, Presupuesto y Control de Gestión y se asignan nuevas funciones al Viceministerio de Políticas Académicas y a la Oficina de Seguimiento de Políticas Públicas; y la segunda, en el año 2008, con el Decreto 6.076 en el cual se dicta el nuevo Reglamento Orgánico del Ministerio del Poder Popular para la Educación Superior (MPPEs), mediante el cual se reorganizan funciones y se crean nuevas estructuras. Con anterioridad a la promulgación del Reglamento Orgánico antes señalado el Ministerio toma el nombre de Ministerio del Poder Popular a partir de la promulgación del Decreto N° 5.103 de fecha 8 de enero de 2007 y en el año 2010, después de la promulgación de la Ley Orgánica de Educación (2009) cambia nuevamente de nombre mediante Decreto N° 7.333, publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.394 de fecha 25 de marzo de 2010, asumiendo la denominación de **Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria**.

Cabe destacar que agregar al nombre de los ministerios el apelativo de Poder Popular se asocia a una profundización del proyecto político defendido por el Presidente Chávez, como máximo líder de la revolución boliva-

riana, que tiene, como norte enfrentar el desarrollo del capitalismo mediante la aplicación del socialismo del siglo XXI, posición que se vincula con el proceso de reforma fallido de la Constitución en el referéndum celebrado el 2 de diciembre de 2007 y la elaboración del **Proyecto Nacional Simón Bolívar como el Primer Plan Socialista**, en el cual se establecen las líneas generales para el desarrollo económico y social de Venezuela para el período **2007-2013** (MPPCI, 2009).

Un instrumento jurídico que impacta profundamente el desarrollo de la ES venezolana fue la promulgación de la **Ley Orgánica de Educación** para el **mes de agosto de 2009** (LOE, 2009), respecto de la cual el 10 de octubre de 2009 once (11) Rectores de Universidades que eligen sus autoridades interpusieron un recurso de nulidad por inconstitucional ante la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia (UCV, 2012). Esta aseveración se relaciona con la consagración del principio de autonomía previsto en el artículo 109 de la CRBV 1999 y los artículos 6 y 34 de la LOE 2009, lo cual revela una contradicción, pues la Carta Magna establece que las universidades autónomas se darán sus propias normas gobierno, mientras que la LOE (2009) en su artículo 6, al señalar las competencias del Estado Docente, indica en el literal b del numeral 2 que el Estado regula, supervisa y controla las normas de gobierno de acuerdo con el principio de democracia participativa y protagónica, como derecho político de quienes integran la comunidad universitaria. Aún más, esta contradicción se ve profundizada, cuando en el párrafo 3 del artículo 34 de la LOE (2009), al abordar el tema de la conformación de la comunidad universitaria, se sobrepasa lo establecido por la Constitución, en el sentido de que fija como miembros, además de los profesores, estudiantes y egresados, al personal administrativo y obrero con igualdad de condiciones para elegir las autoridades de las instituciones universitarias, definición que entra, además, en franca contradicción con lo establecido en el artículo 30 de la Ley de Universidades vigente (1970).

Realmente la discusión se suscita no sólo por la inconstitucionalidad del contenido de los artículos de la LOE (2009), sino por el procedimiento utilizado para su aprobación. Para el año 2009 habían pasado casi nueve años desde que la Asamblea Nacional en el año 2001 aprobó en primera

discusión, por unanimidad el proyecto finalmente acordado entre la oposición y los parlamentarios del oficialismo. Pero frente a este resultado que significaba un avance en la relación entre actores sociales enfrentados, el Presidente Hugo Chávez, manifestó, que dicho proyecto no debía ser aprobado por el carácter no revolucionario que representaba. Una vez retomada la discusión en el año 2009 ésta no se inicia a partir de la segunda discusión del proyecto originalmente aprobado, lo cual es el procedimiento normalmente empleado para la discusión y sanción de una ley en el órgano parlamentario, sino, que por el contrario se comienza la segunda discusión con un proyecto de Ley distinto al que fuera aprobado en primera discusión en el año 2001.

La otra argumentación de los detractores de la Ley aprobada es el momento (período vacacional) y la velocidad empleada en el proceso de discusión, el cual no permitió la discusión pública entre los actores sociales vinculados al sector de la educación como es el caso de los padres y representantes, los docentes, las instituciones educativas y gremios, asociaciones civiles, etc., en vista de que las discusiones en el seno del Parlamento venezolano se iniciaron durante el período vacacional del año escolar.

Otro elemento que profundiza el proceso de crisis en la relación entre el Gobierno y la comunidad universitaria fue la aprobación por la Asamblea Nacional para el 23 de diciembre de 2010 de la **Ley de Educación Universitaria (LEU)**, en palabras de Carvajal, de manera «atropellada y atropellante» (2011, p. 135), al haberse aprobado en el período de receso vacacional navideño, para que luego el propio Presidente de la República el día 04 de enero de 2011, en el primer Consejo de Ministros del año, decidiera vetar dicho instrumento jurídico, al señalar:

He decidido vetar la ley, por muchos comentarios recibidos por parte de sectores revolucionarios y opositores, que dejan en evidencia que tiene debilidades en lo político y técnico. (...), la educación no pertenece a una esfera particular o reservada, sino que se encuentra contenida en todos y cada uno de los individuos que socialmente se relacionan en nuestro país (SIERRA, 2011).

Dada esta solicitud del Presidente de la República la nueva Asamblea Nacional levantó la sanción a dicho instrumento jurídico. Es de destacar

que a pesar del período navideño la discusión y su promulgación generaron un ambiente de conflicto y protestas de los diferentes actores sociales ligados a la vida universitaria.

Otro elemento que debe ser considerado, al analizar el papel de rector del subsistema de Educación Universitaria que se considera que debe ejercer el Ministerio del Poder Popular de la Educación Universitaria, se asocia con la **política de territorialización de la gestión** desarrollada por el mismo. Ella se materializa con la promulgación de la Resolución N° 1.171 del 01 julio de 2011, mediante la cual se crea el Comité para la Territorialización de la Gestión de este Ministerio otorgándole, entre otras, las funciones de la planificación, coordinación y organización de este proceso en el propio organismo como también en el subsistema de educación universitaria, así como también el desarrollo del concepto y modelo o sistema de la gestión territorializada de este nivel educativo en función de poder establecer los mecanismos de coordinación y articulación entre las Redes de Transformación Académica Socialista (RUTAS) y las misiones educativas con las organizaciones del Poder Popular. También, es de indicar que esta definición de la organización territorial no se quedó a nivel central, sino que enmarcada en la política de municipalización de la educación universitaria, se promulgaron las Resoluciones N° 1.377 y N° 1.458 emanadas por este mismo despacho durante los meses de septiembre y octubre de 2011. Por intermedio de ellas se crean los Subcomités Territoriales de Educación Universitaria como órganos colegiados dependientes del Comité de Territorialización de la Gestión del Despacho en cuestión, con el propósito de coordinar, articular y promover el desarrollo de políticas emanadas del Ministerio en cada uno de los estados de la Nación, para dar concreción a las mismas a nivel de las regiones y comunidades en función de los planes de desarrollo nacional, regionales y comunales. De esta manera el Ministerio hace operativo el concepto de territorialización que se encuentra expresado en las políticas del gobierno, ejemplo de ello son la Ley Orgánica del Consejo Federal de Gobierno (2010) y la Ley Orgánica de Comunas (2010), en las cuales se fijan políticas y lineamientos orientados al desarrollo regional y local; y para el fortalecimiento del poder popular respectivamente.

LAS POLÍTICAS DE INCLUSIÓN O UNIVERSALIZACIÓN DEL ACCESO A LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

El examen de esta política necesariamente, obliga en primer lugar al análisis de las transformaciones que en el período bajo estudio transitó el **Programa Nacional de Ingreso a la Educación Superior**, lo cual se abordará seguidamente.

Mecanismos de Ingreso a la Educación Superior o Universitaria

El diseño e implantación de políticas y acciones para el ingreso a la Educación Superior en Venezuela fue una constante preocupación para el gobierno liderado por Hugo Chávez Frías. En un primer momento las políticas de admisión se encontraban inmersas en las Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 (República Bolivariana de Venezuela, 2001), documento en el cual se expresa un conjunto de lineamientos dirigidos a la ampliación de la matrícula en todos los niveles y la generación de acciones para garantizar el acceso y asegurar la permanencia en el Sistema Educativo. En este marco se inicia un conjunto de acciones entre las que se destaca el desarrollo del Proyecto de Mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación Universitaria ejecutado por la Oficina de Planificación del Sector Universitario (OPSU). Uno de los componentes de este proyecto se dirigió «a mejorar la equidad en el acceso y en el desempeño de los estudiantes» (CNU-OPSU, 2001a:11). Este componente no sólo promovió acciones destinadas al mejoramiento de los criterios e instrumentos utilizados para realizar el proceso de admisión a las IES, sino que realizó estudios destinados a identificar los factores que afectan el desempeño estudiantil, a través de la formulación de un Programa de Desempeño Estudiantil, así como la implementación de auxilios financieros para aquellos estudiantes asignados pertenecientes a los estratos más pobres de la población mediante la aplicación del Programa Nacional de Becas, OPSU (CNU-OPSU, 2001b).

Una de las acciones que se llevaron a cabo en el marco de este componente fue el estudio y mejoramiento de los instrumentos utilizados para la asignación de los cupos a las Instituciones de Educación Superior (IES). La

Prueba de Aptitud Académica (PAA), implementada como obligatoria desde 1984 estaba compuesta por dos (2) subpruebas: Razonamiento Verbal y Razonamiento Matemático, las cuales fueron cambiadas a partir del año 2002, por una subprueba de Comprensión de Lectura y el ajuste que se le hizo en cuanto al nivel de dificultad de la subprueba de Razonamiento Matemático con una ponderación diferenciada de acuerdo con la carrera seleccionada por el aspirante en primera opción, además del cambio en los criterios de asignación los cuales contemplan:

- Para la asignación nacional se utilizan exclusivamente los criterios CNU-OPSU siempre en el mismo orden y aquellos criterios formales de las carreras, sin incluir los criterios institucionales, los cuales habían sido establecidos por las IES.
- El Índice Académico se ordena de manera descendente sin importar la opción seleccionada.
- La transformación de los componentes del Índice Académico (Promedio de notas y resultados PAA) se transforman utilizando la comparación con pares y por sectores, es decir, los aspirantes de planteles oficiales se comparan con otros aspirantes de planteles oficiales en una misma entidad federal y así para los aspirantes de los planteles privados (Resolución N° 173, Gaceta Oficial N° 37.556, de fecha 25 de octubre de 2002).

Este podría considerarse un gran paso dado por la gestión del gobierno del presidente Hugo Chávez, pues, transcurrieron 18 años para que los criterios e instrumentos utilizados para realizar la asignación a las IES en Venezuela fuesen cambiados; sin embargo, éste hubiese sido mayor, si los esfuerzos por mejorar los mecanismos de ingreso a las IES hubiese estado combinado con mecanismos para mejorar la calidad de los subsistemas anteriores a la ES, puesto que no se puede hablar de equidad sólo con el mejoramiento de los criterios de asignación, sino, también con el mejoramiento de las condiciones educativas de los jóvenes que desean ingresar en este nivel educativo. En este sentido, García Guadilla (2012: 7), expresa que:

Nadie duda que las políticas hubieran tenido mucho mayor mérito si se hubiera hecho un mayor esfuerzo en elevar la calidad de los niveles anteriores a la universidad, con educación pública de calidad mejor o igual que la de los colegios privados con los más altos logros de formación.

Como puede apreciarse con lo antes citado, éste ha sido un debate de larga data, pero, cobra especial importancia en los momentos actuales donde el imperativo para el desarrollo se encuentra en la capacidad que tiene cada país para generar y aplicar el conocimiento. El cambio en los criterios de asignación a las IES no resolvió el problema del acceso a la Educación Superior (ES), continuaban existiendo bachilleres sin cupo, lo cuales eran agrupados bajo el término de «población flotante», significado otorgado a todos aquellos bachilleres que continuaban año a año aspirando por un cupo a la ES sin obtenerlo. Para muchos, estos jóvenes se encontraban excluidos de este nivel educativo, término que utilizaban para correlacionarlo con el derecho de todos a la educación, desde la perspectiva de acceso a un derecho, en Venezuela había exclusión, pero, si analizamos el artículo constitucional, este derecho se encuentra condicionado «sin más limitaciones que las derivadas de sus aptitudes, vocación e aspiraciones» (CRBV, 1999, Art 103), entonces, el problema no era la exclusión sino la no inclusión.

Después del anuncio de la eliminación de la Prueba de Aptitud Académica (PAA), ésta se aplicó por última vez en el año 2007. Sin embargo, el problema del ingreso no se resolvía sólo con eliminar la PAA, pues el problema del ingreso a las Instituciones de Educación Universitaria, es el cupo, el cual no se corresponde con la demanda, con lo cual se podría decir que existe muy poca oferta de cupos para la cantidad de estudiantes que demandan estudios universitarios. Por este motivo el Consejo Nacional de Universidades (CNU) designó una Comisión conformada por los Secretarios de las Universidades y coordinada por la Oficina de Planificación del Sector Universitario (OPSU) para la elaboración de un nuevo mecanismo de asignación.

En **Mayo de 2008** se aprueba el **Modelo Multivariable** como nuevo mecanismo para que la OPSU realice la asignación a nivel nacional. Uno de los avances es que los estudiantes y bachilleres tienen con este modelo la

oportunidad de seleccionar hasta seis (6) opciones de carrera, con lo cual tienen más probabilidad de quedar asignado a una carrera. Tal como lo referencia Jaimés (2011:85), en declaraciones dadas a Radio Nacional de Venezuela (RNV, 2008), el Dr. Antonio Castejón, Director de la OPSU para la época, manifestó que:

Este modelo es bastante flexible, transparente y auditable, mejora los niveles de admisión de los estratos socio-económicos IV y V (los más pobres); favorece la ubicación de los aspirantes en sus regiones sin excluir del ingreso a aquellos que proceden de otras zonas; incorpora variables que corresponden a políticas de Estado; no discrimina a los estudiantes en función del tipo de plantel (público o privado) ni por género.

En este nuevo modelo el criterio que tiene el mayor porcentaje para la construcción del índice académico es el promedio de calificaciones que tiene el estudiante o bachiller, lo cual representa el 97,5%. Para su construcción se utiliza la lógica difusa y se realizan el cálculo del promedio general de calificaciones y el promedio de calificaciones por área de conocimiento seleccionada, la comparación es intra plantel, es decir, se comparan los estudiantes de un mismo plantel y de una misma mención de bachillerato. El restante 2,5% se encuentra distribuido en criterios tales como: la regionalización, participación en procesos anteriores con asignación o sin ella (LUIS, 2009; JAIMES, 2011). Si bien es cierto que se han realizado enormes esfuerzos por generar un mecanismo donde haya equidad, pareciera que no se ha logrado este cometido y en este sentido González (2010:58) expresa que el mecanismo utilizado por OPSU para la asignación de los cupos a las Instituciones de Educación Universitaria no resuelve el problema de la exclusión:

El Índice de Asignación utilizado privilegia la asignación de aspirantes según el tipo de población, y ofrece una mayor posibilidad de ingreso a los aspirantes de la «Misión Ribas». El mecanismo utilizado no garantiza el justo reconocimiento académico y permite que se incurra en lo que podría calificarse como «graves iniquidades académicas».

Pareciera que en el futuro se podría generar tensión por la utilización de este mecanismo de asignación, pues no considera las condiciones desiguales que poseen los bachilleres por procedencia de plantel y nivel socio-económico, con lo cual se estaría generando inequidad.

LA MISIÓN SUCRE

La gestión de gobierno del presidente Hugo Chávez, creó para el año 2003, a objeto de cumplir con los preceptos establecidos en nuestra Carta Magna, la **Misión Sucre** concebida como:

(...) un Plan Extraordinario del Gobierno venezolano, de carácter estratégico, no permanente, orientado a facilitar la incorporación y prosecución de estudios en la educación superior de todos las y los bachilleres que, a pesar de su legítimas aspiraciones y plenos derechos, no han sido admitidos o admitidas en ninguna institución de educación superior oficial, en correspondencia con el mandato constitucional de garantizar el derecho a la educación de todos los venezolanos y venezolanas (MPPEU, 2005: 43).



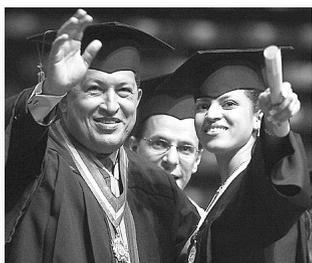
La base argumentativa de su desarrollo en las esferas de gobierno pueden resumirse en la razones siguientes: i) el cuestionamiento de sectores académicos al sistema binario de selección y admisión constituido por el mecanismo de selección de la Oficina de Planificación del Sector Universitario (OPSU) y las llamadas pruebas internas de las diferentes universidades; ii) el fenómeno social de la exclusión de la educación superior de los bachilleres provenientes de los sectores menos desfavorecidos de la sociedad venezolana; y iii) el énfasis social implícito en la políticas de este gobierno y la propia función estratégica que el gobierno le otorgaba a este nivel educativo para la transformación social de la nación (Ministerio de Educación Superior – Misión Sucre, 2004).

Inicialmente se realizó un censo en todas las plazas Bolívar de Venezuela con el propósito de cuantificar la población que se encontraba fuera

del nivel de Educación Superior y conocer cuáles eran los intereses educativos de los futuros estudiantes (horarios, programa académico e institución). Para el 22 de octubre de 2003 se habían censado 472.667 bachilleres. Del total de los censados sólo 132.000 bachilleres podrían considerarse excluidos (FUENMAYOR, Marín y JAIMES, 2004), en razón de que dichos estudiantes nunca habían sido admitidos en alguna IES. Para el año 2012 la Misión Sucre había permitido que un gran número de venezolanos recibiera educación universitaria, así lo manifestó el candidato presidencial Hugo Chávez, quien el 22 de septiembre de 2012 recordó que: «Venezuela ocupa el quinto lugar en el mundo en matrícula universitaria, gracias a los logros alcanzados por la Misión Sucre» (AVN: 2012). Es conveniente destacar que en sus inicios la Misión Sucre estaba dirigida a la población que se encontraba excluida de las universidades, sin embargo, en la actualidad se ha convertido en un mecanismo paralelo de ingreso a las instituciones de educación universitaria, pues el llamado a preinscripciones se encuentra dirigido a quienes deseen ingresar a una educación gratuita y de calidad (Prensa Misión Sucre, 2012); y de hecho de la inscripción inicial de 42.913 estudiantes en el año 2004 ha evolucionado según cifras oficiales a la cantidad de 515.305 matriculados (MPPEU, 2012: 21).

Desde sus inicios, el desarrollo de la Misión Sucre contempla negociaciones con diferentes instituciones de Educación Superior para la certificación de los estudios realizados por los estudiantes que se incorporaron a ella. Esta relación sólo pudo concretarse con un grupo importante de las universidades experimentales y de institutos y colegios universitarios, sin que para su desarrollo se haya incorporado ninguna universidad autónoma o aquellas a pesar de su carácter experimental eligen sus propias autoridades, las cuales han considerado a este programa como un mecanismo alternativo de desarrollo de la educación universitaria; y que a su juicio implica una acción de gobierno que no las ha beneficiado, al haberse mantenido la postura de la reconducción del presupuesto originalmente asignado por varios años, lo cual ha incidido en el detrimento del desarrollo de las actividades de docencia, investigación y extensión de este último grupo de universidades; y por lo tanto una situación de tensión manifiesta en dicha relación.

La ampliación y transformación de la oferta institucional de educación universitaria



Otra acción de gobierno de relevancia la constituye la ampliación y la transformación de la oferta institucional que se promovió como soporte al proceso de universalización que se pretendía desarrollar en la educación universitaria venezolana. En este contexto, un inventario preliminar permite señalar que durante las gestiones de **gobierno del presidente Hugo Chávez entre los años 1999 y 2012 fueron creadas treinta y tres (33) Instituciones de Educación Universitaria (IEU), destacando la creación de un total de diecisiete (17) instituciones privadas y una cifra muy cercana de dieciséis (16) de carácter oficial.**

De hecho, es relevante señalar que para el 01 de julio de 2003 el Consejo Nacional de Universidades resuelve aprobar la creación de la **Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV)**, acción que no se hacía desde la década de los años 80, la cual finalmente es creada mediante el Decreto Presidencial N° 2.517, dictado por el Presidente Hugo Chávez el **18 de julio de 2003**. El esfuerzo inicial implicó la incorporación aproximada de 2.500 estudiantes, procedentes de sectores populares para la realización de un Programa de Iniciación Universitaria (PIU), quienes luego continuarían en los Programas de Formación de Grado. En la actualidad, en dicha casa de estudios se pueden cursar **quince (15) Programas de Formación de Grado**, que contemplan la graduación de estudiantes en carreras cortas y largas según sea el caso. Los Programas de Formación de Grado que esta Universidad oferta son: Agroecología, Arquitectura, Comunicación Social, Economía Política, Educación, Estudios Jurídicos, Estudios Políticos, Gas, Gestión Ambiental, Gestión Salud, Gestión Social, Informática para la Gestión Social, Medicina Integral, Radioterapia, Petróleo, Refinación y Petroquímica. Estos programas son desarrollados, según cada caso, en las sedes de la Universidad o en aldeas universitarias establecidas en varios estados del país, en atención al proceso de municipalización que se tiene previsto para el desarrollo de la educación universitaria (UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DE VENEZUELA, 2103).

Asimismo destaca como en los años iniciales de su gobierno se produjeron, en 1999, la transformación del Instituto Politécnico de las Fuerzas Armadas en la **Universidad Nacional Experimental de la Fuerza Armada (UNEFA)** de carácter oficial, así como la constitución de la **Universidad Santa Rosa**, como IEU de naturaleza privada, a partir de la transformación del Instituto Universitario Seminario Santa Rosa de Lima; y por otro lado, en el año 2000, la creación de la Universidad Nacional Experimental «Jesús María Semprún» a partir de la Universidad Privada Sur del Lago y la **Universidad Marítima del Caribe** producto de la transformación de Instituto Universitario de la Marina Mercante. Por otro lado, es de mencionar la creación, mediante el Decreto N° 7.662 publicado en la Gaceta Oficial N° 39.502 de fecha 3 de septiembre de 2010, de la **Universidad Militar Bolivariana de Venezuela (UMBV)**, como Universidad Nacional Experimental en la modalidad de la educación militar de la Nación, con personalidad jurídica y patrimonio propio, adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Defensa, integrando en ellas la Academia Militar de Venezuela, las Escuelas de Formación de Oficiales y el Instituto de Altos Estudios de la Defensa Nacional (IAEDEN) y los Centros de Investigación de cada uno de los Componentes de la Fuerza Armada (Universidad Militar Bolivariana de Venezuela, s.f.).

Por otro lado, en el marco de la política de ampliación de la cobertura institucional desarrollada también es relevante el análisis de la denominada **Misión Alma Mater**. Es así que el primer trimestre del año de **2009**, se formaliza la creación de la Misión Alma Mater, estableciéndose en el Decreto que dicha creación.



(...) se constituye como referencia de una nueva institucionalidad, caracterizada por la cooperación solidaria, cuyo eje es la generación, transformación y socialización de conocimiento pertinente a nuestras realidades y retos culturales, ambientales, políticos, económicos y sociales (Decreto N° 6.650, Gaceta Oficial N° 39.148 del 27 de marzo de 2009).

Entre los objetivos previstos para el desarrollo de la Misión Alma Mater se pueden mencionar los siguientes:

desarrollar y transformar la Educación Superior en función del fortalecimiento del poder popular y la construcción de una sociedad socialista; y en términos de su alcance la resolución establece las siguientes posibilidades:

- a. La creación de Universidades Experimentales teniendo como génesis académica y administrativa Institutos y Colegios Universitarios Oficiales.
- b. La participación protagónica de las comunidades.
- c. La creación de Universidades Territoriales.
- d. La creación de Universidades Especializadas.
- e. La creación de Institutos Especializados de Educación Superior.
- f. La creación de la Universidad Bolivariana de los Trabajadores.
- g. La creación de la Universidad Nacional Experimental de los Pueblos del Sur.
- h. El fortalecimiento de la cobertura territorial de la Educación Universitaria a través de los Complejos Universitarios Socialistas Alma Mater (CUSAM) (Decreto N^o 6.650, Gaceta Oficial N^o 39.148 del 27 de marzo de 2009).

A partir de un inventario preliminar desarrollado, en términos concretos, entre los principales logros alcanzados en el desarrollo de la Misión Alma Mater, cabe mencionar la creación de la **Universidad Experimental de las Artes**, la **Universidad Nacional Experimental de la Seguridad**, la **Universidad Nacional Experimental de los Pueblos del Sur**, **Instituto Latinoamericano de Agroecología «Paulo Freire»**, **Universidad Nacional Experimental Indígena del Tauca** y **once (11) universidades politécnicas territoriales** en diversas regiones del país, a partir de la transformación de un conjunto de instituciones universitarias ya existentes (MPPEU, 2009; MPPEU, 2012).

La transformación curricular y los Programas Nacionales de Formación

Una política en el campo del desarrollo académico de la educación

superior o universitaria fue la puesta en acción de los **Programas Nacionales de Formación (PNF)**, como un mecanismo alterno, al utilizado ordinariamente por las universidades públicas y privadas **para la creación e iniciación de nuevas carreras universitarias**. De hecho, para el año de 2008, como parte de la política de transformación curricular desarrollada en la gestión de la Educación Superior del Presidente Chávez, se formalizará la institucionalización de los mismos, ya que para la época, los mencionados programas no están establecidos en el ordenamiento jurídico que regía a la Educación Superior venezolana.

En tal sentido, con fecha **13 mayo de 2008**, el Ministerio de Poder Popular para la Educación Superior promulga la Resolución N° 2.963, regulando de esta manera la creación y la gestión de dichos Programas Nacionales de Formación (PNF), que podrían dictar las diferentes Instituciones de Educación Superior como un programa de formación de pregrado equivalente a las conocidas carreras cortas y largas de educación superior. Así, esta decisión buscó ser un mecanismo de respuesta a las líneas estratégicas definidas, en su momento, por el gobierno del Presidente Chávez, como política de gobierno en aras de darle dirección a la educación de este nivel educativo, hoy conocido como universitario, una vez que fuera promulgada la nueva Ley Orgánica de Educación en el año 2009. En ese marco contextual se fijan, en la mencionada resolución, los lineamientos siguientes:

La municipalización y la universalización de la Educación Superior son políticas necesarias para el logro de los objetivos del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación y el Sistema Nacional de Educación Superior, que exige el desarrollo de mecanismos institucionales para que la Educación Superior se constituya en un espacio abierto de formación permanente, articulado al mundo del trabajo y la vida social, que responda a criterios de flexibilidad para el ingreso, permanencia y egreso del sistema; la cooperación entre instituciones; la armonización de los diseños curriculares; la realización de planes de investigación y formación; la producción y uso compartido de los distintos recursos educativos, la modalidad académica, como condiciones necesarias para el logro de los objetivos de la Educación Superior. (MPPES, Considerandos de la Resolución 2.963, Gaceta Oficial N° 38.930 del 14 de mayo de 2008).

En el mismo instrumento legal se definen a los Programas Nacionales de Formación (PNF) en Educación Superior como:

(...) el conjunto de actividades académicas, conducentes a títulos, grados o certificaciones de estudios de Educación Superior, creados por iniciativa del Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio del Poder Popular para la Educación Superior, diseñados con la cooperación de Instituciones de Educación Superior, atendiendo a los lineamientos del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, en un espacio geográfico determinado (MPPEs, Resolución 2.963, Gaceta Oficial N° 38.930 del 14 de mayo de 2008).

De la interpretación de esta definición puede entonces entenderse la posición asumida por las universidades autónomas, en el sentido que esta acción de gobierno, desde la perspectiva de éstas, atenta con el principio de la autonomía de dichas instituciones universitarias. Esta apreciación se basa en el hecho de que el acto de creación de dichos programas es una decisión del Ministerio del ramo y no es una propuesta de una determinada universidad, la cual luego de evaluada es aprobada por el Consejo Nacional de Universidades (CNU). De hecho, en el articulado de la mencionada resolución se prevé que la creación de un determinado PNF sea producto de un acto administrativo dictado por el ministro o ministra, lo cual se informará al CNU, cuya opinión no es vinculante, estableciéndose que la misma podría ser considerada a los fines de la adecuación del PNF en cuestión. Adicionalmente, se indica que las instituciones universitarias para la gestión de los PNF deberán presentar semestralmente informes al Ministerio y que la autorización para la gestión de los mismos podrá ser derogada unilateralmente por el ministro o ministro del despacho en cuestión. Ahora bien, en la práctica es de destacar que en la experiencia de los últimos años los PNF sólo se dictan en universidades de carácter experimental u otras instituciones universitarias, las cuales se encuentran tuteladas por el Estado a través del ministerio del ramo. Asimismo es de indicar que entre las bondades que esgrimen desde el sector oficial es que los PNF, a diferencia de las carreras académicas tradicionales, pueden ser suspendidos cuando se haya completado la demanda de formación en esos estudios, lo cual no sucede con los otros programas formativos comúnmente conocidos como carreras universitarias.

Inicialmente para el año 2008 el Ministerio del Poder Popular para la Educación Superior había creado hasta esa fecha los siguientes Programas Nacionales de Formación en: Electricidad, Construcción Civil, Ingeniería de Materiales, Ingeniería de Mantenimiento, Mecánica, Agroalimentación, Administración, Informática, Procesos Químicos y Medicina Integral Comunitaria (MPPES, Resoluciones 3.140 a la 3.149, Gaceta Oficial N° 39.032 del 7 de octubre de 2008). Ahora bien, de acuerdo a las cifras que presenta de la Dirección General de Supervisión y Seguimiento de Instituciones de Educación Superior del Ministerio de Educación Universitaria **hasta el año 2012 se había creado cuarenta y cuatro (44) Programas Nacionales de Formación (PNF)** en prácticamente en todas las áreas de conocimientos.

Por otro lado, vale la pena indicar que una acción de gobierno similar a la regularización de la creación y gestión de los Programas Nacionales de Formación (pregrado universitario) se aprueba en el área académica equivalente a los estudios de postgrado por intermedio de la Resolución 3.613 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria, de fecha **16 de octubre de 2012**, mediante la cual se regularizan los **Programas Nacionales de Formación Avanzada (PNFA)**, definiéndolos como:

(...) el conjunto de actividades académicas, centradas en la investigación e innovación, en la creación y recreación de saberes, dirigidas a profesionales universitarios cuyo propósito es ofrecer opciones formales de estudios avanzados, que tienen dos vertientes: a) aquellas que sirvan para para el intercambio, actualización o ampliación de saberes; y, b) aquellas que otorgan grados académicos (especialización, maestría y doctorado); basados en áreas prioritarias para el desarrollo local, regional y nacional, creados por iniciativa del Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria, diseñados con la participación de las Instituciones de Educación Universitaria Oficiales, para ser administrados en los distintos espacios educativos del territorio nacional (MPPES, Resolución 3.613, Gaceta Oficial N° 40.029 del 16 de octubre de 2012).

En relación a estos PNFA se mantienen los mismos principios que habían caracterizado el desarrollo y administración de los PNF, en el sentido que es el ministro o ministra el funcionario que autoriza la creación y la gestión de los mismos por parte de las instituciones la educación universitaria;

autorización que también puede suspender en cualquier momento mediante acto administrativo. De igual manera, queda bajo la potestad del ministro del despacho el informar al CNU sobre la creación de un determinado PNFA, organismo que puede emitir su opinión, fijándose que la misma pudiera ser considerada para la adecuación del mencionado programa. Asimismo, las instituciones universitarias responsables de la gestión de los PNFA deben informar al ministerio semestralmente sobre su funcionamiento de los mismos.

Con anterioridad a la resolución para la regularización de los Programas de Nacionales de Formación Avanzada (PNFA), el Ministerio de Educación Universitaria dicta la Resolución N° 2.593, el 10 de enero de 2012, en la cual fija los Lineamientos del Evaluación del Desempeño Estudiantil en los Programas Nacionales de Formación en el Marco de la Misión Sucre y la Misión Alma Mater (Gaceta Oficial N° 39.839 del 10 de enero de 2012). Destaca en el primer considerando de la mencionada Resolución la referencia al compromiso y la eficacia política y calidad revolucionaria en la construcción del socialismo, principio éste que no tiene un correlato asociado en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela aprobada en el referéndum popular en 15 de diciembre de 1999. Esta resolución tiene como elemento de importancia la definición técnica de los ámbitos, características, principios, tipos, formas y niveles de la participación de los diferentes actores involucrados en el proceso de enseñanza-aprendizaje, entre otros aspectos de relevancia, en materia de la evaluación del desempeño estudiantil en los diferentes Programas Nacionales de Formación desarrollado en el marco de la Misión Sucre y la Misión Alma Mater.

A MANERA DE CONCLUSIÓN



Una vez que han sido abordadas, de manera sucinta, las principales políticas públicas para el desarrollo de la Educación Superior venezolana, adelantadas durante las gestiones de gobierno del Presidente Hugo Chávez desde 1999 al año 2012, se pueden considerar como sus rasgos principales los que a continuación se señalan:

Las líneas de acción del gobierno para el desarrollo de la educación superior venezolana progresivamente transitaron desde un desarrollo institucional del sistema heredado con su entrada al gobierno en el año 1999, a ser respuesta a la aspiración de profundización, a partir del año 2003, del proyecto político del Socialismo del Siglo XXI propugnado por el presidente Hugo Chávez. De hecho, en una primera etapa, el esfuerzo se orientó a desarrollar las políticas que fueron definidas desde el Viceministerio de Educación Superior para el período 2000-2006 y que con la creación posterior del Ministerio de Educación Superior a inicios del año 2002, como órgano rector de este nivel educativo, se orientaron esencialmente a la búsqueda de mayor racionalidad del desarrollo del subsistema de educación superior, donde la búsqueda de la equidad en el acceso constituyó un línea estratégica fundamental establecida en las Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico Social de la Nación 2001-2007 (República Bolivariana de Venezuela, 2001).

Luego de los acontecimientos del golpe de estado del año 2002, la gestión del gobierno para el desarrollo de la Educación Superior, involucró el desarrollo de acciones decisivas en la búsqueda de la instauración de un modelo de educación superior diferenciado al que tradicionalmente caracterizan a las universidades autónomas o experimentales que eligen sus propias autoridades. Con el correr de los años se profundiza acción de gobierno para la instauración del poder popular y el desarrollo del proyecto político del socialismo del siglo XXI, y la educación superior no escapa a las tensiones y controversias que los diferentes actores vinculados a la misma tuvieron en su relación. Desde el gobierno se emprenden esfuerzos por desarrollar políticas que en defensa de estos postulados centraron su acción en puesta en marcha de mecanismos orientados al desarrollo de la oferta institucional y curricular (Misión Sucre, Misión Alma Mater, PNF y PNFA), con el objeto de profundizar en **el acceso, la municipalización y la centralización de las decisiones en materia de Educación Superior**, contando sólo con la concurrencia de las instituciones de educación superior sobre las cuales el gobierno ejercía un control directo, sin haber podido lograr el concurso del conjunto de las universidades autónomas o experimentales que eligen sus propias autoridades.

De esta manera, el cierre de la gestión del Presidente Chávez en materia de Educación Superior se caracteriza por la presencia de un subsistema de educación superior caracterizado por una gran complejidad. De hecho, dejó de ser superior al definirse como universitaria toda la educación que se imparte en él; y en dicho sistema coexisten modalidades distintas en cuanto a espacios y programas curriculares mediante los cuales se imparten la educación universitaria, y altos niveles de tensión entre el gobierno y las universidades autónomas o experimentales que eligen sus propias autoridades sobre todo en materia del ejercicio de la autonomía y el tratamiento de un presupuesto reconducido por muchos años.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVN, Chávez destaca incremento de matrícula universitaria gracias a la Misión Sucre. Recuperada: <http://www.avn.info.ve/contenido/ch%C3%A1vez-destaca-incremento-matr%C3%ADcula-universitaria-gracias-misi%C3%B3n-sucre>. Consulta: 22 de septiembre 2012.

CARVAJAL, L.

2011 «Contrapunteo entre la LEU chavista y el PLEU ciudadano». En Carvajal, L. Fuenmayor T., L.; Ramírez, T. y Ugalde, L. (2011). *Universidad, política y democracia. Escritos polémicos* (pp. 133-142). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello-UCAB.

CONSEJO NACIONAL DE UNIVERSIDADES - Oficina de Planificación del Sector Universitario (CNU-OPSU)

2001a Proyecto «Alma Mater» de Mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación Universitaria en Venezuela. *Cuadernos OPSU N° 1*. Impreso en Editorial Metrópoli. Caracas: Autor.

2001b Proyecto «Alma Mater» de Mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación Universitaria en Venezuela. Programa Nacional Becas. *Cuadernos OPSU N° 2*. Impreso en Editorial Metrópoli. Caracas: Autor.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.453 Extraordinario de fecha 24 de marzo de 2000.

Decreto N° 253 con Rango y Fuerza de Ley Orgánica de Reforma de la Ley Orgánica de la Administración Central. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 36.775 de fecha 30 de agosto de 1999.

Decreto N° 369 con Rango y Fuerza de Ley Orgánica de Reforma de la Ley Orgánica de la Administración Central. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 36.850 de fecha 14 de diciembre de 1999.

Decreto N° 370 con Rango y Fuerza de Ley sobre Adscripción de Institutos Autónomos, Empresas del Estado, Fundaciones, Asociaciones y Sociedades Civiles del Estado, a los órganos de la Administración Pública. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 5.395 Extraordinario de fecha 05 de octubre de 1999.

Decreto N° 1.634. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.359 de fecha 8 de enero de 2002.

Decreto N° 2.517. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.737 de fecha 22 de julio de 2003.

Decreto 3.444. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.758 Extraordinario de fecha 27 de enero de 2005.

Decreto 6076. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.148 de fecha 27 de mayo de 2009.

Decreto 6.076. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.032 de fecha 7 de octubre de 2008.

Decreto 5.103. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.836 Extraordinario de fecha 8 de enero de 2007.

Decreto 7.333. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.394 de fecha 25 de marzo de 2010.

Decreto N° 7.662. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.502 de fecha 3 de septiembre de 2010.

FUENMAYOR T., L; M. MARÍN y J. JAIMES

2004 Comparación del perfil social de los aspirantes a ingresar en la educación superior del Programa Nacional de Admisión y de la Misión Sucre. En *Revista Experiencia Universitaria*, Volumen 2, Número 3. Oficina de Planificación del Sector Universitario. Venezuela.

GARCIA GUADILLA, C.

- 2012 Polarización y Tensiones en la Educación Superior en Venezuela, *Revista Iberoamericana de Educación Superior, (RIES)*, Vol. 3, Núm. 7, 2012. Organización de Estados Iberoamericanos. Madrid-España.

GONZÁLEZ U., J.A.

- 2010 Asignación de aspirantes a través del Sistema Nacional de Ingreso a la Educación Superior (SINIES), UCV 2008. En *Revista de Pedagogía* V 31 N° 88. Facultad de Humanidades y Educación. UCV. Caracas

JAIMES, J.

- 2011 *La inclusión social como política pública de la educación superior (Período 1999-2008)*. Trabajo de Grado. Maestría en Educación Superior. Facultad de Humanidades y Educación UCV. Caracas.

Ley de Universidades. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 1.429 Extraordinario de fecha 8 de septiembre de 1970.

Ley Orgánica de Educación – LOE. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 5.929 Extraordinario de fecha 15 de agosto de 2009.

Ley Orgánica que autoriza al Presidente de la República para dictar medidas extraordinarias en materia económica y financiera requeridas por el interés público. Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 36.687 de fecha 26 abril de 1999.

Ley Orgánica de las Comunas. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 6.011 Extraordinario de fecha 21 de diciembre de 2010.

Ley Orgánica del Consejo Federal de Gobierno. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° No. 5.963 Extraordinario de fecha 22 de febrero de 2010.

LUIS, E.

- 2009 *Consideraciones sobre la política nacional de admisión a la educación superior en Venezuela, formulada por el Consejo Nacional de Universidades (Caso: UCV)*. Trabajo de Grado Maestría en Diseño de políticas. Caracas: CEP – FHE – UCV.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE – MECD

- 2001 *Políticas y estrategias para el desarrollo de la educación superior en Venezuela 2000-2006*. Caracas: Autor.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR – MISIÓN SUCRE

2004 *Fundamentos conceptuales de la Misión Sucre*. Caracas: Autor.

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN-MPPCI

2009 *Proyecto Nacional Simón Bolívar. Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social. 2007-2013*. Caracas: Autor.

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

2005 *Misión Sucre. Compendio documental básico*. Caracas: Autor.

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA – MPPEU

2009 *Misión Alma Mater. Educación Universitaria Bolivariana y Socialista*. Caracas: Autor

2012 *Logros de la Educación Universitaria 2012. Modelo educativo de Venezuela para el mundo*. Caracas: Autor.

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA - Dirección General de Supervisión y Seguimiento de Instituciones de Educación Superior (s.f.) Listado PNF Creados (2008-2012). Documento Electrónico. s.l.

MISIÓN SUCRE

2012 Misión Sucre inicia nuevo proceso de preinscripción para el Trayecto Inicial 2012-I. Recuperada en:

<http://www.misionsucre.gob.ve/websitem/s/web/frontend.php/noticia/1233/detallenoticia> Consultado 24 de junio 2013.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

2001 *Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007*. Caracas-Venezuela.

República Bolivariana de Venezuela. Ministerio de Educación Superior. Misión Sucre

2007 *Fundamentos Conceptuales de la Misión Sucre*. Impreso P&P Producciones Gráficas C.A. Venezuela (Autor)

2005 Misión Sucre. Compendio documental básico. Impreso por Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental «Rafael María Baralt». Venezuela (Autor)

Resolución N° 173 del Consejo Nacional de Universidades Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.556 de fecha 25 de octubre de 2002.

Resolución N° 2.963 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Superior, Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.930 del 14 de mayo de 2008.

Resoluciones N° 3.140 a la N° 3.149 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Superior Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.032 del 7 de octubre de 2008.

Resolución N° 1.171 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.706 del 01 de julio de 2011.

Resolución N° 1.377 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.757 del 14 de septiembre de 2011.

Resolución N° 1.458 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.771 del 04 de octubre de 2011.

Resolución N° 2.593 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.839 del 10 de enero de 2012.

Resolución N° 3613 del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40.029 del 16 de octubre de 2012.

SIERRA, M.

2011 Debate solicitud del Presidente para levantar sanción a la Ley de Educación Universitaria. Prensa Asamblea Nacional. Consultado: 13 octubre 2012 en <http://www.asambleanacional.gov.ve>

UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DE VENEZUELA

2013 Recuperada: <http://www.ubv.edu.ve>. Consulta: 09 de junio de 2013.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

2012 Informe de la Comisión designada por el Consejo Universitarios de la UCV

sobre las implicaciones que traería para la Universidad, en lo jurídico y en lo académico, la aprobación por el Consejo Universitario del Reglamento Electoral que ordena la Sala Electoral del Tribunal Supremo de Justicia en su sentencia N° 104, del 10/08//2010. Ciudad Universitaria de Caracas, 17 de abril de 2012.

UNIVERSIDAD MILITAR BOLIVARIANA DE VENEZUELA

- s.f. Documento Rector de la Universidad Militar Bolivariana de Venezuela. Bases conceptuales, filosofía y modelo educativo. Recuperada:
<http://www.iaeden.edu.ve/documentos/LEYES/DOCUMENTO%20RECTOR%20DE%20LA%20UMBV%20FINAL.pdf> Consulta: 19 de junio de 2013.

Memorias y Eventos / Memories and Events

INVESTIGADORES DEL ININCO-UCV 1974-2013



Jesús Almella
Morella del Carmen Alvarado Miquilena
Federico Álvarez
Adriana Carolina Arias Simonovis
Oswaldo Capriles Arias
Carmen Amelia Armas
Hugo Calello
Carlos Eduardo Colina Salazar
Guillermo Castro
Alfredo Chacón
Luis Aníbal Gómez
Antonio González
Carlos Enrique Guzmán Cárdenas
Daniel Hernández
Tulio Hernández Cárdenas
Gustavo Alfredo Hernández Díaz
Bernardino Herrera León

Elías Jaua
Vilma Lehmann
Oscar Agustín Lucien Reyes
Rosalba Lujano
María Fernanda Madriz
Ambretta Marrosu
Antonio Arnaldo Pasquali Greco
Johanna Pérez Daza
Rosalía Ruocco
Elizabeth Safar Ganahl
Pedro Segnini
Emilú Soares
Luisa Torrealba Mesa
Ángel Velásquez
Gabriela Villarroel
Rafael Zapata

1er. Seminario Nacional de Gestión y Políticas Culturales. «Retos y Desafíos de las Políticas y de la Institucionalidad Cultural en Venezuela» Caracas, Venezuela. 21 Septiembre 2012



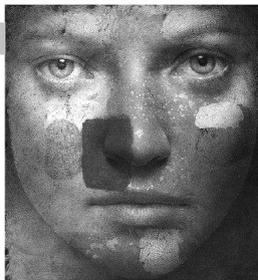
1er. Seminario Nacional
Retos y Desafíos de las Políticas y de la
Institucionalidad Cultural en Venezuela



Sala Francisco de Miranda (Sala E) Universidad Central de Venezuela
21 de Septiembre de 2012

¿Cuánto sabemos en Venezuela del sector cultural? ¿Cómo superar las brechas culturales que tenemos?
¿Cuáles son los retos para el desarrollo de las Políticas Culturales en Venezuela? ¿Cómo abordar los
desafíos de nuestra institucionalidad para los próximos años?

8:00 AM-5:30 PM
Inscripción sin costo
direcciondeculturaucv@gmail.com

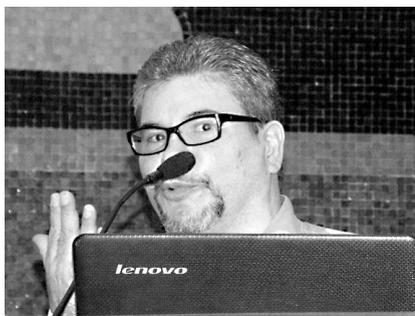


DIRECCIÓN DE CULTURA UCV / MAESTRÍA EN GESTIÓN Y POLÍTICAS CULTURALES UCV
Estado de la situación de las Políticas y la Institucionalidad Cultural venezolana
Políticas Culturales de Estado y de Gobierno
Comunicación, Cultura e Información
Los procesos participación y desarrollo de políticas culturales locales
Problemáticas y compromisos para los próximos años
Fomento a la creación, producción y circulación
Desafíos y retos (futuribles) de la Institucionalidad Cultural en Venezuela



Izq. Afiche del 1er Seminario Nacional.
Der. Gustavo Hernández Díaz, Johanna
Peréz Daza y Luisa Torrealba Mesa.

Archivo Fotográfico Observatorio ININCO
de la Comunicación y la Cultura.



Izq. Ponencia de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas. Der. Bernardino Herrera León,
Gustavo Hernández Díaz y Tulio Hernández Cárdenas.

Archivo Fotográfico Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura.



Organizado por la Coordinación General de la **Maestría en Gestión y Políticas Culturales** del ININCO-UCV de la Facultad de Humanidades y Educación (FHE-UCV) y la Dirección de Cultura de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Viernes 21 de Septiembre 2012, Sala Francisco de Miranda de la UCV.

IV Congreso Venezolano de Investigadores de la Comunicación INVECOM Barquisimeto, Estado Lara 29-30 Abril 2013

Barquisimeto 29 y 30 de abril de 2013

INVECOM 2013

IV Congreso Venezolano de Investigadores de la Comunicación
II Seminario de la Cuenca Amazónica de ALAIC

Comunicación y Desarrollo

Ponentes internacionales
Erick Torrico (Bolivia), Francisco Sierra (España), José Miguel Pereira (Colombia), César Bolaño y María Alaide (Brasil)

Mayor información
organizadores@congresoivvecom.org
congreso.ivvecom@gmail.com
Teléfonos: 58 (424) 151 1499 -
58 (212) 407 6051
Web: <http://congresoivvecom.org>

Participación del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) como **Socio** de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (INVECOM) en la organización del **IV Congreso Venezolano de Investigadores de la Comunicación INVECOM** que también fue sede del **II Seminario de la Cuenca Amazónica** de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Asistieron en calidad de Ponentes los Profesores Johanna Pérez Daza y Carlos Guzmán Cárdenas al *Grupo de Trabajo 07 «Estudios Culturales y Economía de la Comunicación»*.



Izq. Johanna Pérez Daza. Der. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

Archivo Fotográfico Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura.

VIII Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, Comunicación y Cultura (ULEPICC). Universidad Nacional de Quilmes. Argentina 10-12 Julio 2013

El Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) asistió al VIII Congreso Internacional de ULEPICC «Comunicación, Política e Industria: Procesos de digitalización y crisis, sus impactos en las políticas y la regulación» en la Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina, entre el 10 y 12 de julio de 2013.



La Profesora Luisa Torrealba Mesa, Coordinadora de la Maestría en Comunicación Social, concurrió con la ponencia titulada: **¿Hegemonía comunicacional? Análisis del desarrollo y usos del sistema de medios públicos en Venezuela durante el gobierno de Hugo Chávez**”, producto de investigación de la línea de investigación «Comunicación Políticas y Políticas de Comunicación» del ININCO-UCV, dentro del eje temático 7: «Medios, servicio público y agenda», coordinado por la Doctoras María Isabel Fernández (Universidad Autónoma de Barcelona) y Natalia Aruguete (Universidad Nacional de Quilmes).



Izq. Luisa Torrealba Mesa con Martín Becerra. Der. Con Héctor Schmucler.

Archivo Fotográfico Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura.



El Profesor Carlos Guzmán Cárdenas, Director del ININCO-UCV y Coordinador de la Maestría en Gestión y Políticas Culturales participó con la ponencia titulada «Economía y Política Cultural en Venezuela» correspondiente a la línea de investigación «Sociedad del Conocimiento, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura» que desarrollamos actualmente en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) de la Universidad Central de Venezuela, por compilar datos, estadísticas e indicadores sobre el

ecosistema cultural venezolano para evaluar en sus magnitudes transversales lo que ha sido el comportamiento económico-cultural del país. Fue presentada en el eje temático 1 «Políticas de Comunicación y Cultura». Coordinado por Ángel Badillo (España, Presidente de ULEPICC) y Bernadette Califano (Argentina)



Izq. Carlos Guzmán con Ángel Badillo, Presidente de ULEPICC. Der. Con Nadia Koziner.

Archivo Fotográfico Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura.

Hacia los cuarenta años del ININCO-UCV *Toward the forty years of the ININCO-UCV*



Fotocomposición de Carlos Guzmán Cárdenas. ©®ININCO Junio 2013

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, consistencia 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 2012 CDCH-UCV

Bravo, Ricardo, Lucía, Marino, Marcel Ropché y Miguel Cerrolozza
BIOMECÁNICA Y ANÁLISIS DE LA MARCHA HUMANA

Jouregui Torres, Damelis
GUÍA ILUSTRADA DE LAS EPIDERMIS FOLIARES DE ANGIOSPERMAS PRESENTES EN VENEZUELA

López Villa, Manuel
**ARQUITECTURA E HISTORIA. CURSO DE HISTORIA DE LA ARQUITECTURA. Vols. I y II
(2ª edición)**

Perao, Miguel Ángel
VENEZUELA. ¿NACIÓN O TRIBU? LA HERENCIA DE CHÁVEZ

Romero Vecchione, Eduardo, Yaira Mathison Nareira y Francisco Rosa Alemán
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CLÍNICA

Saldívar, Carlos Miguel
ESTRATEGIAS DE ANESTESIA PARENTERAL EN CIRUGÍA DE PEQUEÑOS ANIMALES

Sedano, Mercedes
MANUAL DE GRAMÁTICA DEL ESPAÑOL, CON ESPECIAL REFERENCIA AL ESPAÑOL DE VENEZUELA
(Coedición con la Comisión de Estudios de Postgrado de la Facultad de Humanidades y Educación)

Nuestras publicaciones pueden ser adquiridas en el Departamento de Relaciones y Publicaciones del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico, ubicado en la avenida Principal de La Floresta, Quinta Sileña, La Floresta, Caracas.

Teléfonos: 286.8648 (Directo) 284.7077 • Fax: Ext. 244
E-mail: publicaciones@cdch-ucv.net

Igualmente, están disponibles en **Ventana UCV**, la nueva librería ucevista, ubicada en la planta baja del edificio de la Biblioteca Central.

Todo la información inherente al Programa de Publicaciones puede ser consultada en: www.cdch-ucv.net



ANUARIO ININCO • Nº 1 • Vol. 25 • Junio 2013
Impreso en Venezuela
durante el mes de diciembre del año dos mil trece
en los talleres de Gráficas Tao, S.A.,
en la ciudad de Caracas