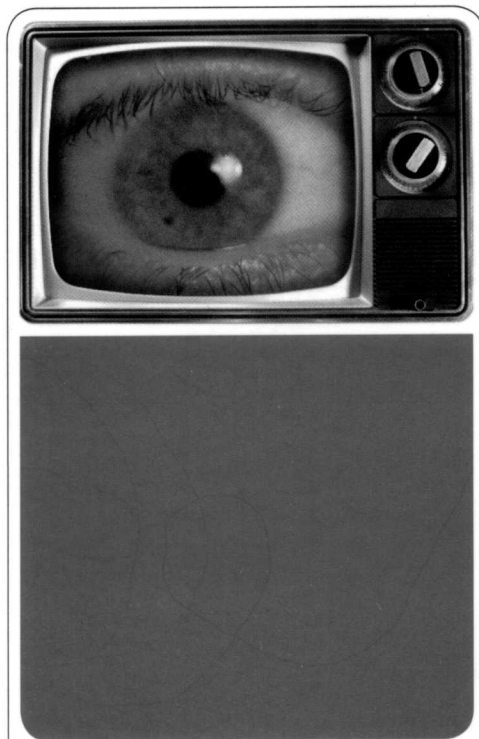


# TELEVISIÓN, PAN NUESTRO DE CADA DÍA

**Marcelino Bisbal**  
(COORDINADOR)

Vanessa Rodríguez, Leopoldo Tablante, Gustavo Hernández,  
Miriam Marinoni, Alí E. Rondón, Carlos Colina y Aquiles Esté



ALFADIL | COLECCIÓN TRÓPICOS

# Contenido

## PÓRTICO

<i>Marcelino Bisbal</i> .....	9
-------------------------------	---

## PRIMERA PARTE

Venezuela y Televisión.

El espectáculo visual de la modernidad

1. En el aire nuestra pantalla televisiva .....	29
---	----

*Marcelino Bisbal*

En el principio .....	33
-----------------------	----

La expansión de la televisión comercial .....	40
---	----

Un desarrollo independiente .....	44
-----------------------------------	----

Nuevos actores, nuevos medios .....	49
-------------------------------------	----

La cienicienta televisión estatal .....	55
---	----

Ondas críticas de reordenamiento jurídico .....	63
---	----

Los contenidos y usos televisivos .....	74
---	----

Un epílogo del futuro .....	84
-----------------------------	----

2. La televisión como un asunto de cultura .....	89
--	----

*Vanessa Rodríguez Breijó*

La comprensión de una nueva sensibilidad .....	90
--	----

La televisión en el proceso modernizador de América Latina .....	100
---	-----

La identidad nacional en la televisión .....	104
--	-----

La escena doméstica como protagonista de los desórdenes televisados .....	110
--	-----

## SEGUNDA PARTE

## Buscando al telespectador

## 3. La televisión frente al receptor:

intimidadas de una realidad representada ..... 116

*Leopoldo Tablante*

La televisión de señal abierta:

un medio que aplana los objetos que representa ..... 118

La televisión como dispositivo ..... 124

El espectador frente a la pantalla chica ..... 131

¿La imagen televisiva afirma la realidad? ..... 136

La interpretación de la imagen televisiva

depende del punto de vista del espectador ..... 141

4. ¿Y dónde está la audiencia? ..... 153

*Gustavo Hernández*

Al rescate de la subjetividad ..... 154

La televisión me controla ..... 156

Audiencias teatrales, lectoras y activas ..... 158

El perceptor interactúa y negocia ..... 163

El paradigma de las mediaciones ..... 164

## TERCERA PARTE

## Narrativas televisivas

5. Literatura y televisión ..... 173

*Miriam Marinoni*

6. Televisión y melodrama ..... 189

*Alí E. Rondón*

De la semilla al oficio, un flashback ..... 191

¿Y el melodrama radial saltó a la pantalla! ..... 193

Cuando el drama es la apatía para divertirnos dentro del burdel .....	198
<i>Por estas calles: ¿telenovela o realidad?</i> .....	200
La calle como espacio de celebración y conflicto .....	204
Entre los derechos humanos y la educación sentimental .....	206

#### CUARTA PARTE

#### El paisaje de la televisión: estructuras que cambian

7. La televisión como experimento jurídico en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión ....	213
<i>Carlos Colina</i>	
Las identidades culturales y la glocalización .....	213
Políticas culturales y comunicacionales en Europa y América Latina .....	218
¿Hacia una política cultural y audiovisual integracionista en Venezuela? .....	221
8. Prospectiva de la televisión digital y la hipermedia en Venezuela .....	233
<i>Aquiles Esté</i>	

## CUARTA PARTE

# El paisaje de la televisión: estructuras que cambian

## 7. La televisión como experimento jurídico en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión

Carlos Colina

### LAS IDENTIDADES CULTURALES Y LA GLOCALIZACIÓN

Los planteamientos de una identidad «singularizada» suelen tener una carga conservadora en muchos aspectos, entre ellos, podemos decir que se corresponden complementariamente, a la manera de imagen invertida ante un espejo, con la visión occidental etnocéntrica de tipo tradicional. Al primado de Europa o de USA, otros le contraponen el privilegio de lo supuestamente «auténtico», «propio», «primigenio y prístino». Ambas posturas responden a una perspectiva académica clásica y dualista.

El discurso identitario ha sido manipulado históricamente. Es así como se ha promovido tanto la falsa identidad biológica de la raza, ligada estrechamente al fascismo, pero desechada hace mucho tiempo por la antropología física y sepultada ahora por la genética, como en otras ocasiones se ha defendido una espuria

---

Carlos Colina. Sociólogo; especialista en Sociología del Consumo por la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV). Es investigador acreditado por el Programa de Promoción del Investigador en el nivel I, investigador asociado al Centro de Investigaciones de la Comunicación de la UCAB (CIC-UCAB). Usualmente colabora en revistas especializadas. Destacan entre sus publicaciones: *El lenguaje de la red. Hipertexto y posmodernidad*, *Mediaciones digitales y globalización*, entre otros.

identidad étnica. Los caracteres o rasgos que se esgrimen como identitarios, seleccionados de manera arbitraria, suelen estar circunscritos al ámbito de lo pintoresco, lo simbólico, lo emblemático y soslayan aquellos otros caracteres que constituyen el núcleo duro de las estructura social. En este caso la conciencia de la identidad se confunde fácilmente con una representación ideológica y mítica, que emplea las diferencias culturales para la discriminación política. No obstante, no se trata de que no hablemos de identidad, por el contrario, tenemos que hablar de identidades culturales, pero esta vez en plural.

Paralelamente al proceso de la globalización y a la consolidación de ciertas nociones del denominado nuevo paradigma científico, hemos asistido a la reestructuración fáctica y la redefinición conceptual de las identidades culturales. En lugar de enfatizar a la manera clásica, la unidad, la estabilidad y la regularidad de los fenómenos, la ciencia actual y el pensamiento posmoderno tienen como puntos de partida la distinción y la diferencia. Se asume sin ambages la paradoja antropológica que indica que *somos simultáneamente iguales y diferentes*. En contraposición al igualitarismo aplanador y manipulador de los discursos típicos de la ilustración de la revolución francesa, de la revolución comunista soviética y del populismo latinoamericano, se establecen también las diferencias en aras del rescate de la diversidad cultural. La democracia se juega realmente en la aceptación plena de la diversidad en todas sus dimensiones.

Los conceptos políticos no son ya tampoco lo que eran. Del ideal liberal moderno de un estado homogéneo en cultura, lengua y nacionalidad a las políticas liberales del multiculturalismo y la interculturalidad hay un gran trecho. Se avizora en pleno proceso de conformación una ciudadanía de nuevo cuño: multicultural, transnacional, planetaria, y en muchos casos, mediática. El multiculturalismo no consiste en establecer diferencias culturales absolutas sino en considerar esas divisiones culturales en su in-

terrelación. La sociedad actual contiene una multitud de escisiones grupales entrecruzadas. En general, sus intersecciones están entrelazadas, si bien, en algunas oportunidades, encontramos la tendencia a la conformación de ghettos. La conciencia multicultural implica la aceptación de la interrelación y de que los denominados *otros* forman parte necesaria de lo que nosotros pensamos y queremos (Baumann, 2001:154). La identidad está mediada por la alteridad interna y externa. Los individuos que habitan las fronteras y los migrantes son los portadores más conspicuos de la interculturalidad; una realidad cada vez más generalizada. En este sentido, Canclini señala cáusticamente que Miami es la capital de América Latina(s/f:ppt).

El neologismo nipón «glocalización» y no la noción de globalización, responde a lo que ya resulta un consenso entre muchos autores. El proceso que atraviesa el planeta tierra no es unidimensional ni unilateral, ni responde exclusivamente a los preceptos de la aldea mcluhiana, ni se circunscribe al terreno económico y a los planteamientos devastadoramente neoliberales. Asistimos a un fenómeno bifronte. El proceso de la mundialización de la cultura (Ortiz,2002) es diversificado y específico; no es un reflejo del dinamismo económico. Por una parte encontramos una tendencia al desterritorialización y a la descentramiento de los territorios. Los Malls, Mc Donalds, el estilo de vida de las clases medias y de los jóvenes son manifestaciones de este fenómeno. Los referentes tradicionales para la construcción de la identidad se descentran, los mundos locales se trastocan e integran en totalidades mayores. Con Internet, aparecen las identidades virtuales. Por otra parte, vemos el resurgimiento de los localismos, particularismos, nacionalismos y regionalismos, en sus versiones fundamentalistas y en sus modalidades democráticas y posmodernas. Emergen nuevos sujetos sociales como los zapatistas y renovadas formas de sociabilidad ligadas a la difusión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación(TIC).

El nuevo discurso identitario pretende dar cuenta de una nueva realidad que socava antiguas dicotomías; lo propio y lo ajeno, lo masivo y lo popular, lo auténtico y lo espurio mediático, entre otras. El planteamiento más actual considera que el individuo tiene una identidad múltiple, es decir, está compuesta y cimentada en pertenencias a distintos grupos sociales. Todas las personas poseen identidades abigarradas, complejas, únicas, e irremplazables, lo que las hace insustituibles, pero con una jerarquía de componentes culturales que no es inmutable.

La superación del Estado-nación en muchos aspectos no significa su liquidación. En todo caso debe avanzarse tanto en su democratización interna como en su integración en asociaciones más abarcadoras, hasta el logro de una ciudadanía planetaria (Morin, 2000 :17). La realidad mitológico-religiosa del Estado-nación, la mitología «matri-patriótica» no puede ser abolida de un plumazo, por el contrario, debe ser reconocida y relativizada. La construcción de una ciudadanía nacional es una tarea loable y necesaria; igualmente la promoción del conocimiento y conciencia de lo que significa una nación, empero, se requiere también ensanchar la ciudadanía a ámbitos aún más amplios, vale decir, regionales y planetarios. Amnistía Internacional, Greenpeace, Survival Internacional y otras ONG, son pioneras de esta ciudadanía terrestre. Algunos autores hablan de la emergencia de una sociedad civil transnacional.

En este contexto, las identidades clásicas entran en crisis y se redefinen junto al sentido de pertenencia, que se modifica por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores. Los jóvenes se cuentan entre los protagonistas principales de las *nuevas formas de sociabilidad* y conforman *nuevas tribus* que se reconocen entre sí por el empleo y consumo de prendas de vestir de marcas definidas, el uso de determinados cortes de cabello, la afición por un género musical o un deporte. Con estos elementos se realizan como sujetos simbólicos, constru-

yen sus significaciones y le dan sentido a sus vidas dentro de *comunidades semiológicas* (López, 2004:288-295). Los rockeros en distintas lenguas, los skates, los jordans, los fashion, entre otras tribus, pasan a formar parte de un sugestivo espectáculo cotidiano.

De las identidades modernas, territoriales y casi siempre lingüísticas, se pasa a las identidades posmodernas, sin referencias territoriales definidas, e independientes del idioma, y que se configuran y renuevan en escenarios comunicacionales. Las identidades, antes acotadas y circunscritas a espacios conocidos y demarcados, se descentran y comienzan a ligarse a otros territorios, «multiescalares» y complejos. Se reestructura el peso de lo local, lo nacional y lo global. Las identidades posmodernas «...se estructuran menos desde la lógica de los Estados que de los mercados; en vez de basarse en las comunicaciones orales y escritas que cubrían espacios personalizados y se efectuaban a través de interacciones próximas, operan mediante la producción industrial de la cultura, su comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de los bienes (...)» (Canclini, 1995: 46-47). Las monoidentidades nacionales han sido desplazadas por la polidentidades y la multiculturalidad global.

Las identidades no sólo dejan de ser pensadas en singular sino que se abandona todo esencialismo y sustancialismo para concebirlas como constructos simbólicos, dinámicos, inestables y fragmentarios. Las identidades no son maracas, cuatros y trajes floridos que nadie usa, no es exclusivamente la música llanera en un país mayoritariamente urbano. Apuntan más bien a prácticas sociales que incorporan por ejemplo (arbitrarios siempre) el tambor afroamericano, la manufactura de una deliciosa hallaca híbrida pero también el rock juvenil en castellano y el baseball. Un caraqueño vive una realidad plena y mayoritariamente híbrida que incorpora los elementos básicos del mestizaje (criollo, afro y marginalmente indígena) pero además, en su devenir, le ha sido familiar la zapatería italiana, la estética del bar y del abasto por-

tugueses, la tasca española y el ejercicio del regateo árabe. Se trata de un sistema modular de identidades en donde podemos tener una identidad barrial, otra ciudadina, otra subnacional, nacional, regional y planetaria. Podemos ser así merideños, andinos o «gochos», venezolanos, latinoamericanos y ciudadanos del mundo. Nótese que la «andinidad» puede ser subnacional o regional.

Las lecturas constructivistas de la multiculturalidad latinoamericana no ignoran su carácter imaginado, polifónico e híbrido. En esta línea de pensamiento, las identidades son construcciones imaginarias que se constituyen históricamente y se reinventan en procesos constantes de hibridación y transnacionalización. La ciudad mediática es un escenario privilegiado en donde se imagina y se narra.

Ahora bien, la reconstrucción de las identidades debe acometerse bajo principios y normas susceptibles de ser aceptados por todos, es decir, transculturalmente válidos. El reconocimiento de las identidades debe ir de la mano del respeto de los *derechos humanos* colectivos pero también de aquellos otros en los cuales el sujeto del derecho es el individuo. Valores universales y pluralismo cultural se conjugan para plantear el reforzamiento del diálogo intercultural.

En el contexto actual, la ciudad globalizada se torna un espacio multicultural y *las industrias culturales se convierten en el campo privilegiado de creación y recreación de culturas*. A sabiendas del carácter y del papel de servicio público de la radiodifusión, y en aras de la democratización de las comunicaciones, de la preservación de la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad cultural, *los estados han diseñado políticas para intentar intervenir en estos procesos*.

#### **POLÍTICAS CULTURALES Y COMUNICACIONALES EN EUROPA Y AMÉRICA LATINA**

Ante un diagnóstico que establece un desequilibrio en el flujo de los productos audiovisuales a favor de los enlatados holi-

woodenses, la Unión Europea (UE) ha formulado una política coherente que promueve la producción y la distribución de *programas audiovisuales regionales* garantizándoles una presencia mayoritaria en la programación de las cadenas de televisión. La Directiva Europea de Televisión Sin Fronteras (1989) exige a los países miembros o candidatos a la adhesión, la observancia de las disposiciones sobre el 51% de *contenido europeo* en la programación televisiva, la abolición de todos los monopolios de radiodifusión estatales subsistentes y la apertura de mercados a inversores extranjeros. Los objetivos principales de esta directiva son el fomento de la producción audiovisual del viejo continente y la creación de las condiciones necesarias para garantizar la libre circulación de programas televisados en el interior de la comunidad.

La política audiovisual europea, al proteger contenidos europeos, estimula y promueve en primer lugar una *identidad europea plural*. De hecho, el preámbulo de la Constitución de la UE dice que la comunidad está «unida en la diversidad». Es una política integral que propende a la competitividad económica internacional pero que busca la calidad óptima del producto mediático. Además ataca el problema audiovisual en todas sus fases: producción, desarrollo, promoción y distribución. El asunto de la formación de recursos humanos cualificados está lejos de ser desdeñado. Los principales programas de apoyo son «euromillonarios», entre ellos podemos mencionar en primer lugar a MEDIA en sus tres grandes etapas: MEDIA I, MEDIA II y la actual MEDIA Plus (2001-2005) y EUROIMAGES.

Con las diferencias del caso, Europa y Latinoamérica se enfrentan a similares problemas en sus respectivos «sectores audiovisuales», cada vez más convergentes con otras ramas de la comunicación y la información. En la década de los 70 y 80 del siglo pasado, la respuesta regional estuvo constituida por las denominadas políticas nacionales de comunicación, con un nutrido debate intelectual y una gran proyección política internacional, pero con

escaso éxito práctico. La gran meta era la creación del Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación (NOIIC). Actualmente, muchos autores latinoamericanos abogan por un nuevo tipo de políticas que incorpore actores públicos y privados y que trascienda los límites nacionales y estatistas.

El nuevo sistema mundial establece imperativos de competitividad, calidad y economía de escala. En función de una adecuada y favorable inserción en el mundo globalizado, algunos autores plantean la necesidad de construir y fortalecer un espacio cultural latinoamericano, un modelo propio de modernidad que dé cuenta de la diversidad continental pero también de las potencialidades comunes. Se plantea que la cultura se constituya en el eje vertebrador de la integración. América Latina ha de ser uno de los espacios culturales que conformen el mundo de este siglo (Garretón, 2003). En función del replanteamiento del papel decisivo que las industrias culturales tienen en la formación de un espacio cultural latinoamericano, se propone como meta que aquellas sean incorporadas en los agenda pública de los acuerdos de integración, intercambio y libre comercio. *Se deben construir políticas de alcance regional y nacional de manera simultánea.* La integración cultural es un presupuesto y un elemento coadyuvante a otras integraciones de distinto carácter y nivel, especialmente la económica y la política.

En la gestación y recreación del espacio cultural latinoamericano no partiremos de cero. Los americanismos independentista y postcolonial fueron pioneros en este terreno. El cine primero (argentino y mexicano, fundamentalmente) y la televisión después, con el género de la telenovela, han hecho mucho en este sentido. Con sus formas y novedosos contenidos el boom literario latinoamericano contribuyó también en esta dirección. Las distintas migraciones han coadyuvado a una interculturalidad latinoamericana que a veces se proyecta más allá de su propio ámbito geográfico.

Un presupuesto de las políticas aludidas es la creación de una *institucionalidad cultural latinoamericana*, una polis o comunidad política regional. El espacio cultural sería su cemento. Esta gestación implica la reconstrucción de las sociedades políticas nacionales-estatales, no carentes de inestabilidad política y atravesadas crudamente por la segregación social, y, a veces, étnica. Un paso ineludible es la inversión en información y comunicación para promover la integración simbólica, lo cual ha de traducirse en programas de cooperación e intercambio que permitan la libre circulación de personas y creadores, entre otros. A pesar de la desintegración social y cultural, podemos ser optimistas, la construcción de un espacio cultural es un proceso lento pero existe cierta vocación integradora. La institucionalidad aludida debe crecer y fortalecerse junto a una ciudadanía latinoamericana, para lo cual es imprescindible el reforzamiento del eje educación-cultura-comunicación.

La relación entre las industrias culturales y la sociedad tienen que ser repensadas en lo relacionado con la educación y a la vinculación de aquellas con el desarrollo de identidades de distinto tipo. Una política de desarrollo de las identidades debe considerar simultáneamente los niveles locales, subnacionales, nacional-estatal, regional y global.

### **¿HACIA UNA POLÍTICA CULTURAL Y AUDIOVISUAL INTEGRACIONISTA EN VENEZUELA?**

En primer lugar hemos de decir que el Estado venezolano no ha tenido nunca ni posee ahora una política cultural y comunicacional coherente. En el plano del discurso identitario oficial, podemos señalar que se oscila entre la idea de una identidad nacional en singular, un tanto obsoleta, con algunos acercamientos acertados y promisorios al concepto de diversidad cultural. En este plano, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela es contradictoria. En su preámbulo habla atinadamente de

una República multiétnica y pluricultural y en su capítulo VI, intitulado «De los Derechos Culturales y Educativos», emplea los términos de «interculturalidad» y de «culturas y culturas populares»(artículo 100), pero en el mismo capítulo y artículo reitera el término *cultura venezolana* en singular (artículo 100) y realiza la defensa del patrimonio cultural en términos estrictamente nacionales (artículo 99).

En cuanto a la política audiovisual en concreto, simplemente podemos dudar de su existencia, si por ella entendemos un conjunto de principios y normas congruentes que rigen el «sector». La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte) surge al fragor de una contienda política polarizada en donde los medios de radiodifusión privados y oficiales han sido utilizados como instrumentos de propaganda política.

La definición del objeto de la Ley (artículo 1) es prácticamente incuestionable e incontrovertible. De la definición de la materia de la Ley (artículo 2) podemos decir exactamente lo mismo. En cuanto al primer aspecto, la Ley Resorte tiene por objeto establecer «(...) la responsabilidad social de los prestadores de servicio de radio y televisión, los anunciantes, los productores nacionales independientes y los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses (...)» (Ibídem, 3). Los objetivos generales de la ley se corresponden con lo contenido en la legislación comparada de las democracias liberales occidentales.

No obstante, a diferencia de la Unión Europea, en donde una máxima fundamental de las políticas «sectoriales» es la independencia de las autoridades reguladoras, en Venezuela, el *Directorio de Responsabilidad Social* (artículo 20, p. 32) está constituido por una mayoría de miembros gubernamentales (siete:7) y una minoría de miembros de la sociedad civil (cuatro:4). Sin embargo, cabe reconocer que con respecto a versiones anteriores, en la ley aprobada se amplió la pluralidad de los participantes en el *Consejo De*

*Responsabilidad Social*, organismo a quien el Directorio de Responsabilidad Social consultará antes de tomar las decisiones de su competencia (artículo 21).

En el caso de las definiciones de las producciones nacionales audiovisuales independientes, el concepto mismo de autonomía se relaciona exclusivamente con las corporaciones y no con el Estado, como cabría esperarse. De hecho, la definición que la ley realiza de independencia trasluce lo señalado anteriormente:

**La producción audiovisual o sonora nacional se entenderá como independiente, cuando sea realizada por productores nacionales independientes inscritos en el registro que llevará el organismo rector en materia de comunicación e información del Ejecutivo Nacional (...) (Artículo 13).**

Por otra parte, las críticas en contra de la Ley Resorte, también se han realizado con criterios reactivos de tipo coyuntural, no trascienden el ámbito de lo nacional y no se inscriben en el marco más amplio de las políticas culturales. Los medios radiodifusivos son hoy en día mediaciones fundamentales de creación y recreación de culturas. Es una realidad que unos y otros actores sociales parecen obviar.

Conatel, cuya directiva es elegida directamente por el Presidente de la República, concentrará mucho poder y «responsabilidad» de acuerdo con la Ley Resorte. Dicho organismo público llevará el registro de los productores nacionales independientes y será el encargado de expedir y revocar la certificación respectiva (artículo 13). Además es el ente que administrará el registro de las organizaciones de usuarios y usuarias de los servicios de radio y televisión (artículo 19). Conatel presidirá el Directorio de Responsabilidad Social y a través de la Consultoría Jurídica, influirá decisivamente en la apertura de los procedimientos, tal como ocurre con la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, LOTE (Rojas, 2004:

6). En este sentido, paradójicamente, el instrumento jurídico aprobado no rompe con la tradición inaugurada por la Ley «Pocaterra» (1940), el Reglamento de Radiocomunicaciones (1941) y todos los reglamentos, resoluciones y decretos que le sucedieron, los cuales hicieron depender las decisiones del ejecutivo de turno y de los funcionarios de los antiguos *Ministerio de Información y Turismo* y *Ministerio de Transporte y Comunicaciones* (MTC).

De la ley cabe destacar el capítulo IV, *De la democratización y participación* y muy especialmente el artículo 12, que establece los derechos de los usuarios y usuarias, entre los que resaltan: obtener información acerca de la programación e infocomerciales previa a su difusión, y la posibilidad de dirigir solicitudes, quejas o reclamos a los prestadores de servicio de radio y televisión; promover y defender los derechos comunicacionales; participar en el proceso de formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas destinadas a la educación para la percepción crítica de los mensajes de los medios, y finalmente; promover espacios de diálogo e intercambio entre los prestadores de servicio, los usuarios y el Estado.

La participación de la ciudadanía en los procesos comunicacionales es un desiderátum de los comunicólogos de la región desde hace varios lustros. Ahora bien, si se llegasen a aplicar criterios político-partidistas en la selección de los comités de usuarios y de los productores nacionales, la ley operará como un mecanismo de ideologización. De lo contrario, si impera el pluralismo, tendremos un instrumento importante a favor de la democratización de las comunicaciones. Los denominados productores independientes pueden solicitar financiamiento para los proyectos audiovisuales, tanto al Fondo de Responsabilidad Social, creado por la ley, como al Ministerio de Comunicación e Información (MCI).

Por otra parte, si bien el discurso identitario oficial no es totalmente sistemático y coherente, no obstante, priman las nociones equivalentes de identidad nacional o identidad venezolana.

En la ley citada la definición de la «identidad cultural» en singular, de la cultura venezolana, y de la identidad nacional resulta peligrosa o por lo menos regresiva (artículos 3, 5 y 13). En el proceso de globalización, el respeto de la diversidad pasa por *admitir la pluralidad y multiplicidad de las identidades culturales*.

En el numeral 7 del artículo 3º se incluye como objetivo general «Procurar la difusión de los valores de *la cultura venezolana* en todos sus ámbitos y expresiones. (Ob. Cit: 5). Entre otros aspectos, los programas culturales y educativos deben fortalecer la *identidad, soberanía y seguridad de la Nación*. (Ob. Cit, artículo 5: 8).

En el artículo 13º se define la producción audiovisual o sonora nacional, como aquella constituida por programas, publicidad o propaganda, difundidos por prestadores de servicios de radio y televisión, en cuya creación, dirección, producción y posproducción se pueda evidenciar la presencia de los siguientes elementos:

- Capital venezolano
- Locaciones venezolanas
- Guiones venezolanos
- Autores o autoras venezolanos
- Directores o directoras venezolanos
- Personal artístico venezolano
- Personal técnico venezolano
- Valores de *la cultura venezolana*

Al ignorar y soslayar otros planos identitarios, la Ley Resorte protege sólo los programas audiovisuales de producción nacional. En este sentido, peca por exceso, ya que resguarda exclusivamente a los contenidos venezolanos e ignora prácticamente a los latinoamericanos, y yerra por defecto, ya que establece una cuota de difusión televisiva del 40% de la programación (10 horas, artículo 14), a diferencia de la UE que defiende el 51% de la franja horaria. En el caso del género musical, la ley analizada reactiva prác-

ticamente el denominado uno por uno y protege así a las «obras musicales venezolanas».

Los contenidos regionales son tomados en cuenta y amparados con una cuota de difusión irrisoria del 10%, únicamente cuando se trata de servicios de radiodifusión que difundan obras musicales extranjeras:

**Durante los horarios todo usuario y supervisado, los servicios de radio y televisión que difundan obras musicales extranjeras, deberán destinar al menos *un diez por ciento* de su programación musical diaria, a la difusión de obras musicales de autores, autoras, compositores, compositoras o intérpretes de Latinoamérica y el Caribe (Artículo 14).**

El eje de las políticas culturales y comunicacionales debe ser regional y nacional, de manera concomitante. El porcentaje de la producción audiovisual preservada ha debido contemplar los contenidos latinoamericanos. La defensa de lo nacional desde el punto de vista exclusivo del desarrollo endógeno es anacrónico. La reivindicación de lo local en cualquier dimensión de la sociedad es plausible, sólo si se articula con los otros macroniveles (nacionales, regionales, universales). Por el contrario, si se realiza de manera exclusiva corremos el peligro de no ver más allá de nuestra acera.

El estado venezolano no posee una política cultural coherente. Si en la Ley de Contenidos el marco referencial es nacional, en el Consejo Nacional de la Cultura (Conac) se preestablecen parámetros estatales, parroquiales, comunitarios y barriales para los proyectos a financiar (Plan nacional de desarrollo cultural). Apparently, en la enunciación divulgativa de las líneas estratégicas del plan aludido existe ambigüedad, porque se oscila entre el empleo del término «*la identidad*» cuando se describe el Patrimonio cultural y de la frase «*proceso de construcción de identidades*

*frente a la globalización*», cuando se define el «Desarrollo Cultural Comunitario». Inconcebiblemente, el marco geográfico de los proyectos excluye el plano nacional e internacional.

El lema del Conac que reza «La cultura es el pueblo» sólo es admisible si asumimos las categorizaciones de lo popular que han efectuado varios teóricos latinoamericanos, en las cuales incluyen los distintos sectores de la sociedad civil. Por ejemplo, en la convocatoria institucional pasada, sólo se admitían proyectos cuyos responsables fueran cooperativas o comunidades y se omitieron los proyectos individuales. Empero, la creación cultural es en muchas ocasiones maravillosamente individual. Cabe rechazar el elitismo de ciertas elites pero no excluirlas, ya que aquellas son imprescindibles para el desarrollo cultural. En sus acepciones tradicionales el sujeto «pueblo» aparece como un concepto endeble... «Las poblaciones no presentan una continuidad cerrada en su herencia biológica y mucho menos en la transmisión cultural» (Gómez García, 2000: 45). En el primer caso, las aperturas y misturas vienen dadas por el mestizaje, en el segundo, por la hibridación cultural.

En realidad, en Latinoamérica y en Venezuela, nunca hemos vivido una época de oro en el terreno cultural, por el contrario, oscilamos entre el desdén suicida y la exaltación fanática o sobreestimación, que son precisamente las posturas que deben evitarse (Picón Salas, 1996: 200). En la historia republicana, los distintos estados nacionales definieron una identidad nacional criolla o mestiza que desconocía toda nuestra diversidad cultural. El positivismo histórico del siglo XIX y comienzos del XX, cumplió un papel crucial en la modernización y en el ordenamiento político, jurídico y educativo de muchas de nuestras atrasadas naciones, pero dejó una impronta deleznable sobre nuestras representaciones sociales. «Se consideró casi postulado científico que eran las influencias españolas e indígenas las que determinaban la inferioridad hispanoamericana frente a otras zonas del mundo» (Ibídem: 213).

Corremos el riesgo de pasar del eurocentrismo racista convencional a una visión nacionalista y populista inadecuada. No se puede sustituir una exclusión por otra, criterios reductores por conceptos devastadores. No se puede ignorar que hay diferencias en la complejidad de los códigos culturales y que si hemos de reconocer y promover sin circunloquios a las culturas populares, también podríamos estimular el tránsito de algunos sujetos hacia otras expresiones culturales. La ideología culturalista y relativista en lo que se refiere a las colectividades propugna una indiscriminada equivalencia de todos los productos culturales y «El resultado es una nivelación a la baja que devalúa las culturas, haciendo que tácitamente venga a operarse con el principio de que «si todo es cultural, no hay nada que sea digno de la cultura» (Pérez Tapias, 2000: 67). De esta forma se sacralizan las identidades y sin posibilidad de juzgarlas, aquellas se vuelven tiránicas sobre los individuos. El pluralismo cultural como ideología «se convierte en tapadera de los nuevos dogmas del fanatismo identitario» (Loc., cit). Un ejemplo regional lo tenemos en el movimiento «etnocacerista», denominación cuyo primer término se explica por un principio racista de su ideario: «el verdadero Perú constituye una identidad homogénea, la 'etnia cobriza', y quienes no pertenecen a ella –es decir, quienes no son indígenas o cholos– son peruanos a medias, es decir, advenedizos sospechosos de deslealtad y traición a las esencias de la peruanidad (...)» (Vargas Llosa, 2005: A-7).

No obstante, en la convulsionada actualidad, dentro del campo específico del audiovisual latinoamericano, están en juego no sólo el asunto identitario sino también la calidad técnica y formal de la producción audiovisual y la competitividad de una industria regional que, en principio, operaría a escala. Esto no obsta, ni le resta importancia al estímulo de noveles y pequeños productores, de cara a la democratización de las comunicaciones, pero una política audiovisual adecuada debe integrar y estimular simultáneamente a los actores públicos y privados tales como las ONG, el

Estado, distintos sectores de la sociedad civil y otros productores independientes como las corporaciones. Además, la estrategia debe prever alianzas estratégicas con las grandes empresas televisivas y afrontar todos los nudos problemáticos del audiovisual: producción, promoción, difusión, distribución y la formación de recursos humanos. El marco referencial debe ser regional y los actores deben ser también del mismo ámbito.

La Ley Resorte atina en muchos aspectos. Los medios, como cualquier otro actor social deben cumplir normas, pero, las instancias de control deben ser realmente independientes y deben combinarse con la autorregulación. Los Consejos Superiores Audiovisuales Europeos están conformados por miembros de la sociedad civil, y cuando una instancia incluye miembros políticos, se impone de suyo el pluralismo.

La protección de la programación infantil que asume la ley concuerda con los lineamientos internacionales y, de hecho, ya está comenzando a dar sus frutos. Observamos con beneplácito en la tele programas infantiles de buena factura. Otro concepto importante contenido en la ley es la denominada «educación para la percepción crítica de los medios», la cual se entronca con la línea de investigación internacional vigente en educomunicación. La Asamblea Nacional de las Naciones Unidas aprueba la *Convención sobre los Derechos del Niño* el día 20 de enero de 1989, la cual es convertida, en nuestro país, en Ley Nacional el 29 de Agosto de 1990. No obstante, no fue sino hasta el 2 de Octubre de 1998 que es refrendada la *Ley Orgánica para la Protección del Niño y el Adolescente*. La Lopna recoge muchos aspectos sobre la educación para los medios. Más recientemente, la ley Resorte hace otro tanto, en concordancia con el artículo 58 de la Constitución Nacional, que indica expresamente que «Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral». Tarde o temprano había que atacar el problema de la «cotidianización de la violencia» y su posible impacto en la población infantil.

Empero, reiteramos nuevamente, los marcos de referencia para las estrategias de las políticas culturales y comunicacionales no deben ser estrechos y deben concordar con aquellas otras referidas al plano político y económico que apuntan hacia la integración regional. En la agenda de la *Comunidad Suramericana de Naciones* debería incluirse el tema de la creación de un mercado audiovisual común, sin cortapisas ideológicas *sui generis* que impidan la anhelada y perentoria unión. Al Estado le corresponde articular su pertinente política económica integracionista con una política cultural y comunicacional *ad hoc*. Además, el Estado debe abandonar los escauceos en torno al concepto de diversidad cultural, para asumirlo sin ambages. El abandono del concepto de identidad nacional como centro neurálgico de la política cultural y la actualización del discurso identitario de cara a la globalización actual, son otras tareas pendientes.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Baumann, Gerd (2001). *El enigma multicultural*. Editorial Paidós. España, Barcelona.
- Dembicz, Andrzej (2004). *Interculturalidad en América Latina en ámbitos locales y regionales*. Universidad de Varsovia, Centro de Estudios Latinoamericanos. Polonia.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo. México.
- García Canclini, Néstor (s/f). *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*.  
[www.ced.cl/docs/generacion/clases/transparencias-AL%20Canclini.ppt](http://www.ced.cl/docs/generacion/clases/transparencias-AL%20Canclini.ppt)
- Field, Heather (2002). «Ampliación de la Unión Europea, cultura de masas y política cultural: transición y cambio», página Web del *Ministère de la Culture et de la communication de France*.  
[www.culture.gouv.fr/dep/telechrg/circular13/focus13\\_esp.pdf](http://www.culture.gouv.fr/dep/telechrg/circular13/focus13_esp.pdf).
- Garretón, Manuel Antonio (2003). *El espacio cultural latinoamericano. Bases para una política cultural de integración*. Editorial FCE. Santiago de Chile.
- Gómez García, Pedro (2000). «Las desilusiones de la 'identidad'. La etnia como pseudoconcepto», en Gómez García, Pedro (coord.) (2000). *Las ilusiones de la identidad*. Editorial Frónesis, Cátedra, Universitat de Valencia. Valencia, España,
- López, Frank (2004). «El desvanecimiento de la sociedad y la construcción de la otra realidad», en Lanz, Rigoberto (2004). *Posmodernidades. La obra de Michel Maffesoli revisitada*. Monte Ávila Editores Latinoamericana, FACES-UCV. Caracas.
- Mairena, María José (2004). «Min-Información garantizará para 2005 acceso de los medios a la información», en el diario *El Nacional*, Caracas, A-4.
- Morín, Edgar (2000). «Identidad Nacional y ciudadanía», en Gómez García, Pedro (2000), Op., cit.

- Ortiz, Renato (2002). «Entrevista con Renato Ortiz», realizada por Rodrigo Gómez en *The Communicatio*. Disponible [www.comminit.com/la/entrevistas/laint/entrevistas-85.html](http://www.comminit.com/la/entrevistas/laint/entrevistas-85.html)
- Pérez Tapias, José A (2000). «¿Identidades sin fronteras? Identidades particulares y derechos humanos universales», en Gómez García, Pedro (2000). Op., cit.
- Picón Salas, Mariano (1996). *Europa-América*. 1ª Edición en Ediciones Cuadernos Americanos, México, 1947. Monte Ávila Editores Latinoamericana. Caracas.
- Rojas, Ingrid (2004). «CONATEL adecuará su estructura a La Ley de Radio y Televisión», en el diario *El Mundo*, Economía, p. 6. Caracas.
- Vargas Llosa, Mario (2005). «Payasada con sangre», en el diario *El Nacional*, 09-01-05, A-7. Caracas.
- VVAA (1994). «El sector audiovisual en España y Europa», en la revista *Telos* N° 39 (Cuaderno Central), septiembre-noviembre 1994, FUNDESCO. España.

## DOCUMENTOS

- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA* (1999), Caracas, conforme a la Gaceta Oficial N° 5.453 Extraordinario, del viernes 24 de marzo de 2000. Se terminó de imprimir en los talleres de la Imprenta Nacional, el mes de Marzo 2001. Se reimprime por error material del ente emisor.
- LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO Y TELEVISIÓN*. Caracas, Gaceta Oficial N° 38.081 de la República Bolivariana de Venezuela del 7 de Diciembre de 2004, La Piedra.
- Portal EUROPA* de la Comisión Europea, 2005. Disponible en: <http://europa.eu.int/>
- Registro de Proyecto. Plan Nacional de Desarrollo Cultural*. Instructivo. Formularios. Bases. Caracas, 2004, Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Despacho del Viceministro de la Cultura. Conac.