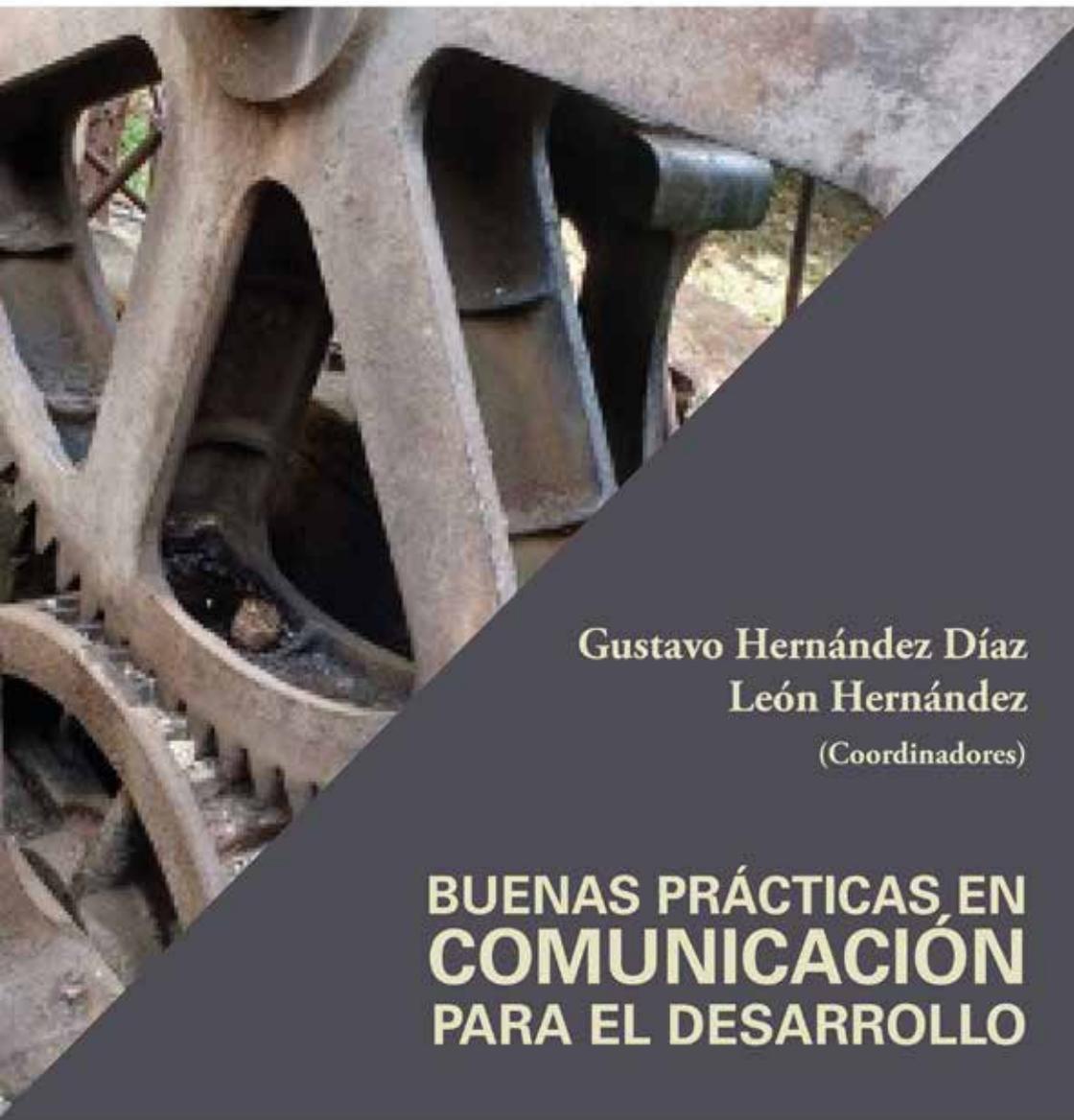


978|980|439|016|6



Gustavo Hernández Díaz  
León Hernández  
(Coordinadores)

**BUENAS PRÁCTICAS EN  
COMUNICACIÓN  
PARA EL DESARROLLO**



COLECCIÓN  
**LETRAVIVA**

*Colección*  
**LETRAVIVA**



Gustavo Hernández Díaz  
León Hernández  
(Coordinadores)

BUENAS PRÁCTICAS EN  
COMUNICACIÓN  
PARA EL DESARROLLO



Caracas, 2021

*BUENAS PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO*

Gustavo Hernández Díaz

León Hernández

(Coordinadores)

Universidad Católica Andrés Bello

Montalbán. Caracas (1020)

Apartado 20.332

Corrección de textos: Edixela Burgos

Diseño y diagramación: Reyna Contreras M.

Depósito legal: DC2021000654

ISBN: 978-980-439-016-6

© Universidad Católica Andrés Bello

Primera edición, 2021

Reservados todos los derechos.

No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información, ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado –electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc.–, sin el permiso previo de los titulares de los derechos de la propiedad intelectual.

---

# Índice

---

Prólogo .....	7
Gustavo Hernández Díaz y León Hernández	
<b>ab</b> ediciones: hacedores de libros .....	10
Marcelino Bisbal	
Buenas prácticas para el desarrollo RETO PAIS .....	23
José Luis Da Silva	
Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello.....	33
Andrea López y Gustavo Hernández Díaz	
<i>Radio Fe y Alegría</i> . Una historia personal.....	51
Andrés Cañizález	
Medianálisis: Una década respondiendo al país.....	63
Mariela Torrealba	
La diversidad racial como buena práctica comunicacional.....	73
Humberto Jaimes Quero	
Una radiotelevisión al servicio de la democracia y el desarrollo: la propuesta del Comité para una Radio-Televisión de Servicio Público (RTSP) en Venezuela. ....	89
Luisa Torrealba Mesa	
Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV: etapa Fundacional (2007-2010) .....	102
Edixela Burgos y José Carlos Gil	

Wikimedia Venezuela: Relato de la conformación del capítulo local de la Fundación Wikimedia y de la interacción de los voluntarios con Wikipedia, la enciclopedia libre.....	111
Óscar Costero	
<i>BIOPIC-COMUNICACIÓN</i> .....	118
Jesús María Aguirre	
<i>RCTV</i> : comunicación para el desarrollo, en modo resistencia en valores corporativos.....	123
León Hernández	
<i>VALE TV</i> : Televisión y gestión del conocimiento.....	143
María Eugenia Mosquera	
Buenas prácticas desde la imagen: cuatro décadas de insistencia y resistencia de la fotografía venezolana.....	154
Johanna Pérez Daza	
<i>Radio Nacional de Venezuela</i> : 74 años sonando.....	164
Fidel Pérez Varela	
Los Autores.....	177

---

# Prólogo

---

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

LEÓN HERNÁNDEZ

Cambio social, educación, progreso, política comunicacional, cultura, pueblo, diálogo, participación, pluralidad, formación ciudadana, valores sociales. Son términos que confluyen en diversa proporción en las historias que se presentan a continuación, casos retratados por la voz de sus protagonistas, sobre experiencias de Comunicación para el Desarrollo en Venezuela.

Es un texto compartido, con diferentes miradas de los líderes que hicieron posible estas experiencias, que tienen algo en común: el remanso del deber cumplido, en pro de mejoras en el ámbito comunicacional de la nación, muy a pesar de que la crisis económica, social y política haya podido implicar el fin o la cuasi desaparición de algunos de los casos descritos en el presente.

Venezuela precisa replicar estas experiencias, multiplicarlas permitirá avanzar hacia la sociedad del conocimiento. También necesita aspirar a una oferta de medios de servicio público de radio y televisión en aras de la democratización de las comunicaciones.

Pero primero hay que conocer cómo se incubaron estas ideas que sí se han concretado en el espectro mediático nacional. Se precisa dar una visión general sobre cuáles fueron las pruebas sorteadas, los apoyos y las bases del éxito, convertidas en indicadores. No es fácil apuntar, innovar en materia de Comunicación para el Desarrollo, en un país en el cual las políticas públicas han apartado la mirada a la pluralidad, a la formación de las nuevas generaciones, a los criterios de madurez necesarias para el ejercicio democrático.

Se apela al testimonio y al respeto estilístico particular. Se parte de la importancia de avanzar hacia el campo de una comunicación integrada a las necesidades del colectivo. Utopía, no quimera, nos llama a capítulo desde la eternidad el comunicólogo y filósofo venezolano Antonio Pasquali. Sigue en la palestra aplicar modelos de moral comunicacional, con el objetivo de aminsonar las brechas sociales y culturales que limitan la comunicación humana en el país. Encontrar rutas para alcanzar mejor y más fructífero diálogo entre el conglomerado.

Blas Fernández en su libro *Comunicación para el Desarrollo en Venezuela* en la era digital, señala que el propósito de la Comunicación para el Desarrollo es la construcción de ciudadanía, en donde factores como el diálogo, encuentro y acuerdo social sean determinantes en la concreción de beneficios individuales y colectivos en la sociedad. Aunque no todos los que se presentan a continuación han dependido directamente de la ejecución de políticas comunicacionales concretas, han tenido una perspectiva desarrollista, y eso los hace baluartes de un modo de hacer las cosas distinto, que merece mención y análisis.

El teórico boliviano de la comunicación, Luis Ramiro Beltrán, en su libro *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*, entendía el desarrollo social como un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico, capaz de generar transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país, con la vista puesta en mejores condiciones de dignidad, justicia y libertad.

Enmarcados en esa visión, desde el Centro de Investigaciones de la Comunicación emprendimos la idea y compilación de catorce trabajos que dan cuenta de las vivencias de comunicadores sociales, historiadores y emprendedores que han dado al país ejemplos de buenas prácticas en comunicación para el desarrollo.

Dejamos correr las plumas, las anotaciones y dejamos que las narraciones anduvieran por caminos distintos, en ocasiones desde lo anecdótico, pasando por la entrevista y el análisis histórico. Esperamos que estudiantes, profesores y lectores en general gocen de momentos gratos del devenir comunicacional, aunque en pasajes, encontraremos sueños por cumplir.

Este libro que presentamos a los lectores es una iniciativa del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC) de la Universidad Católica Andrés Bello, gracias al apoyo institucional de las autoridades universitarias, del pro-

fesor José Francisco Juárez, Decano de la Facultad de Humanidades y Educación y de los profesores del CIC, Edixela Burgos, Johanna Pérez Daza, León Hernández, Andrés Cañizález y Humberto Jaimes Quero.

Finalmente, agradecemos a todos los colaboradores por hacer realidad este libro: Marcelino Bisbal, José Luis Da Silva, Andrea López, Andrés Cañizález, Mariela Torrealba, Humberto Jaimes Quero, Luisa Torrealba Mesa, Edixela Burgos, Óscar Costero, Jesús María Aguirre, María Eugenia Mosquera, Johanna Pérez Daza, Fidel Pérez Varela, León Hernández, Gustavo Hernández Díaz.



---

## **ab**ediciones: hacedores de libros

---

MARCELINO BISBAL

### Historia breve

Corría el año de 1988, hace ya 32 años de esto. La Universidad Católica Andrés Bello le daba vida a sus publicaciones, a sus libros como objetos de transmisión de ideas, de razón, de intercambio de experiencias y como traducción de crecimiento y progreso humano. No se puede entender una universidad, un centro para el conocimiento y la investigación, sin la presencia real de una unidad de publicaciones que lleve hacia delante una política editorial, que la defina como espacio del y para el saber y para la cultura. En definitiva, es lo mismo, siguiendo el orden de significados, de aquella definición que nos da Clifford Geertz en su célebre ensayo sobre la *Interpretación de las culturas* (1988 en la edición en castellano) cuando nos dice antropológicamente que

(...)el concepto de cultura que sostengo (...) denota un patrón históricamente transmitido de significados expresados en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales los hombres se comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento sobre la vida y sus actividades hacia esta.

Pudiéramos entonces considerar la presencia de una dirección de publicaciones dentro de un recinto universitario, en el caso que nos ocupa en la Universidad Católica Andrés Bello, como la prolongación de la reflexión y de los saberes que, dentro de ella se imparte. El decreto rectoral, que le da vida pública a los libros y a las publicaciones periódicas dentro de la UCAB, establecía en aquel momento que la misión de la Dirección de Publicaciones es: “Difundir el saber y la investigación generados en la UCAB, así como la identidad ucabista por medio de la edición de textos universitarios, pu-

blicaciones periódicas de carácter divulgativo y otros documentos ucabistas importantes”. Así, se le daba existencia a la producción y edición de libros dentro de la UCAB.

A lo largo de todo el tiempo que configura la historia de las publicaciones en la UCAB, nos encontramos con títulos diversos en contenido y forma. Sin embargo, buena parte de los libros que se publicaron se fueron especializando en áreas y géneros que contribuyeron a divulgar lo que se estaba haciendo en la UCAB. Los volúmenes publicados a lo largo de toda esta historia rescatan, fundamentalmente, los trabajos de cátedra que se traduce en obras de enseñanza universitaria, pero también los asuntos planteados en la diversidad de seminarios y jornadas que se fueron dando a lo largo de todo ese tiempo.

## El tiempo y su lectura

Debemos de entender la paradoja de las mutaciones que trae consigo, o que impone, la historia, es decir, el tiempo transcurrido. Han sido 32 años para la actividad editorial ucabista. A lo largo de esa historia, ha habido, como dice Roger Chartier refiriéndose a la lectura del tiempo, *ruptura*, *invención* e *inercia* a la vez. Sin embargo, esas tres variantes tienen que ser vistas con sentido de evolución y transformación necesarias. Pues nada permanece estático e inmutable.

Desde las primeras ediciones ucabistas hasta las actuales, se han producido cambios que no solo tienen que ver con la tecnología, que en cada momento impone la edición y producción del libro, sino también con el hecho de que la inserción de la UCAB en Venezuela se ha ido delineando con mayor especificidad, fuerza y confianza en lo que ella ofrece e inspira para el país y sus ciudadanos.

Reconozcamos que la Universidad Católica Andrés Bello se ha venido convirtiendo en un espacio para pensar la Venezuela del presente que requiere de profundas transformaciones, que comprenden lo económico, lo social, lo político, lo educativo y lo cultural. La UCAB se ha querido convertir en referencia obligada a la hora de pensar nuestra comarca y esta vocación debe ser traducida y expuesta en sus publicaciones.

## La nueva realidad

El país cambió y el panorama que hoy nos ofrece es desolador. Quizás el término resulte muy dramático, pero no hay más que mirar a nuestro alrede-

dor para darnos cuenta de cuál es la realidad hoy. Volvamos a repetirla: hay excesos del Gobierno hacia los ciudadanos; las libertades democráticas más elementales han sido limitadas o simplemente censuradas; la seguridad de la sociedad está en constante peligro y el Estado poco ofrece para mejorarla; el derecho a decidir a través del voto ha sido secuestrado; la economía y el sistema productivo están paralizados o arruinados por un modelo más que fracasado; se han puesto en práctica decisiones indebidas... Este es el retrato que hoy nos ofrece Venezuela.

Ante ese panorama, la universidad venezolana debe dar respuestas, aunque el Estado no quiera escuchar o reaccionar. Pero es deber del intelectual, de la universidad como asiento privilegiado de la inteligencia, hablarle claro al poder. Lo expresaba estupendamente Edward W. Said cuando nos dice que:

(...)a mí me gustaría insistir en la idea de que el intelectual es un individuo con un papel público específico en la sociedad que no puede limitarse a ser un simple profesional sin rostro, un miembro competente de una clase que únicamente se preocupa de su negocio. Para mí, el hecho decisivo es que el intelectual es un individuo dotado de la facultad de representar, encarnar y articular un mensaje, una actitud, una filosofía o una opinión para y a favor de un público (...)Su misión es la de plantear públicamente cuestiones embarazosas, contrastar ortodoxia y dogma (más bien que producirlos), actuar como alguien a quien ni los gobiernos ni otras instituciones pueden domesticar fácilmente(...).

¡El pensamiento ante la barbarie! Ese podría ser el lema de la universidad venezolana. Pero surge una interrogante: ¿De dónde partimos para orientar la reflexión actual? Los libros, como se ha dicho tantas veces, se hacen pensamiento, pero para ello requerimos de las imprentas, del papel y de quienes los escriban, aun a pesar del desafío que entraña la digitalización de los escritos. Irrumpen los editores y las editoriales para darle forma a los libros.

## Hoy, en abediciones somos una editorial

Editar libros *aquí y ahora* en la situación que vive el país es toda una aventura, un riesgo, por el cúmulo de dificultades materiales-económicas que están presentes. Si no tenemos alimentos, ni medicinas, inclusive gasolina, mucho menos contamos con papel, tintas, planchas...y demás insumos para el arte de la impresión. Hacer libros no es prioridad gubernamental. El director ejecutivo de la Asociación de Industriales de Artes Gráficas de Venezuela (AIAG) declaraba hace un par de años que los inventarios de materias primas

e insumos para el sector de la industria gráfica estaban entre 10% y 15%. En 2013 ya se empezaban a escuchar los primeros gritos de auxilio pues se indicaba, en crónica de la revista *ELLibrero*, que:

En la Venezuela del presente, asfixiada por el control de cambio y con una economía perversamente distorsionada, hacer libros es una hazaña. Y no es un tema del que los más afectados, los impresores, estén dispuestos a hablar... tal vez porque algunos de ellos han dejado de serlo para convertirse en mercaderes de bienes escasos.

Sin embargo, hay gente, emprendedores de pequeñas y medianas editoriales independientes, también algunas de las grandes, que siguen apostando para que el libro continúe existiendo en nuestro territorio y que llegue a las manos de los lectores. Este es el caso de la Universidad Católica Andrés Bello que está empeñada en seguir haciendo libros. Es el deseo de no claudicar, de resistir y de querer darle respuesta y propuestas al momento actual.

Desde mediados del año 2016 las publicaciones ucabistas han refrescado sus ediciones y la forma de hacerlas, pero dentro de su propio sello editorial: **ab**ediciones. En tal sentido, lo primero que se hizo en la Dirección de Publicaciones fue crear una marca, dotarla de identidad y darle vida propia. En tal sentido nos propusimos *hacer una marca*, porque

El lanzamiento de una nueva marca y el rediseño de las colecciones *Libros UCAB* es una gran oportunidad para reposicionar a los libros que se producen en la UCAB, permitiendo ganar nuevas audiencias y lograr una difusión y promoción más eficiente del producto. Este debe ser el punto de partida del proyecto: *establecer los objetivos estratégicos de la nueva editorial* (...). La metodología de la *Idea de Marca* implica desarrollar una narrativa para la marca y la colección que se apoye en la filosofía o credo de la editorial, que se conecte con los deseos y aspiraciones de las audiencias y que se diferencie radicalmente de los mensajes de la competencia.

El futuro de **ab**ediciones, pues apenas tiene cuatro años y un poco más de existencia, está por construirse como editorial dentro del panorama del libro en Venezuela. Esta nueva editorial, que desde el año 2016 se hizo presente, ha delineado su perfil editorial:

- **ab**ediciones es la editorial de la Universidad Católica Andrés Bello. Tiene la misión de apoyar, propiciar y divulgar el desarrollo del conocimiento en las áreas de ciencias sociales y humanidades, así como en el campo técnico-científico. Respalda y estimula la creatividad a través de la

selección, producción y divulgación de obras en campos diversos que van desde la investigación, la divulgación, narración, la fotografía, el arte...

- **abediciones** se debe de posicionar como una editorial universitaria importante en nuestro país. Que se distinga, a partir de cada una de sus colecciones, en la divulgación del conocimiento en ciencias sociales y humanidades, en el saber técnico- científico, y que sea una referencia nacional e internacional.
- El fondo de **abediciones** está conformado por distintas colecciones que son el puente para la divulgación del quehacer académico y creativo. Al respecto, dispone ya de siete colecciones: Papeles del Rectorado, Ediciones Especiales, Visión Venezuela, Registro, Cátedra, Baciylmo y LetraViva. Y en en el año 2019 nació otra colección en convenio con el Instituto de Estudios Parlamentarios Fermín Toro: Colección la República de Todos.
- Las obras a ser editadas por **abediciones** serán el resultado de trabajos universitarios que podrán provenir de las esferas docentes, de investigación, legales, administrativas o culturales. De la misma manera podrán ser resultado de acuerdos; o mecanismos de colaboración; o convenios con instituciones, investigadores o creadores ajenos a la Universidad.
- En el ámbito de las coediciones, **abediciones** promueve esquemas de colaboración intelectual e institucional con el objeto de enriquecer el trabajo editorial universitario.
- Comercialmente, las publicaciones de **abediciones** son impresas y/o digitales y se canalizarán a través de distribuidoras convencionales del libro impreso y plataformas de distribución de contenidos digitales. En tal sentido, la distribuidora con la que firmamos convenio en el año 2017 se llama EDICVEN. Desde ella llegamos a todo el país.

Desde la definición de ese perfil esbozamos en **abediciones** nuestros objetivos estratégicos:

- Posicionar a **abediciones** UCAB como la editorial universitaria más importante del país, destacando a partir de cada una de sus colecciones en la divulgación del conocimiento científico, social y humanístico, como referencia nacional e internacional.

- Renovar la marca UCAB dentro del ámbito del libro, resaltando sus cualidades centrales dentro del campo académico y universitario, a partir de sus líneas centrales, focalizadas en el humanismo, las ciencias sociales y el saber científico-técnico, así como en el pensamiento crítico.
- Transformar, por medio de estrategias a corto, mediano y largo plazo, las líneas editoriales de **ab**ediciones UCAB, sustentando estas decisiones en estudios pormenorizados del mercado, tanto universitario como general.
- Establecer pautas de trabajo que permanezcan en el tiempo, en cada área de la editorial, así como en la imagen de la misma ante el público lector, tanto el cautivo como cada uno de los nuevos lectores a los que se piensa llegar.
- Supervisar los procesos de cambio y posicionamiento de la marca, analizando los procesos con vistas a mejorarlos sustancialmente, y potenciar las etapas a establecer en cada paso.

Pero en los actuales momentos se suma otro objetivo: tiene que ver con el ecosistema digital que se ha venido imponiendo en el tiempo presente. En tal sentido, ya muchas investigaciones al respecto nos están diciendo que la práctica de la lectura y de la escritura ha cambiado debido a las tecnologías de la información y comunicación. Conceptos como *participación e interactividad* se ven enriquecidos por los llamados *ecosistemas digitales*. Así, el tiempo que anteriormente se dedicaba a la lectura de libros impresos o a los periódicos, a ver televisión o a escuchar radio hoy se distribuye en otros espacios como Twitter, Facebook, WhatsApp, plataformas de transmisión, eBooks, Podcasts, Instagram, Wattpad, YouTube...

El investigador y sociólogo mexicano Néstor García Canclini, en un estudio publicado en el 2015 (*Hacia una antropología de los lectores*), nos dice:

Seguimos oscilando entre el papel y las pantallas. Así como seguimos yendo a librerías, cines, museos y también husmeando lo que se exhibe en ciudades a las que no vamos a viajar, visitamos bibliotecas porque no todo está en la red —o por el placer de tratar con esos templos— mientras buscamos ediciones lejanas en Amazon y miramos en YouTube conciertos que no pudimos presenciar.

Estos diez años, o los transcurridos desde que comenzó el siglo, desacreditan las profecías de sustitución de los libros por la comunicación digital. El edificio letrado está sacudido, mucho más que cuando se imaginó su desaparición

por la industrialización de las imágenes. Pero después de las caídas de editoriales, sus fusiones y la multiplicación de independientes, creer que la lectura en papel —y la escritura— está en vías de extinción es más bien una comodidad, la resistencia a entender cruces densos entre soportes, hábitos y gustos.

Esto significa que en **abediciones** no podemos dejar pasar lo que está ocurriendo en lo que se ha dado en llamar la *tecno-sociedad*. Así, desde hace ya un año y medio, hemos estado trabajando en lo que será la *Librería digital de abediciones*. Desde ese portal se tendrá a disposición para su venta una amplia gama de libros en formato digital, en donde se respetarán exactamente todos y cada uno de los aspectos legales y de forma contemplados en su formato impreso tradicional. Así se abren todos los espacios para que nuestros libros digitales sean tan valiosos como son los impresos. El equipo técnico ucabista de la Dirección de Tecnologías de Información (DTI), altamente capacitado, en conjunto con los expertos en diseño de la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción y nuestra editorial, han estado desarrollando el portal que nos permitirá ofrecer nuestras publicaciones al mundo.

En la UCAB seguiremos apostando por ambos formatos de lectura, pero no cabe duda de que, mientras más libros electrónicos estén en circulación, menos árboles desaparecerán y, como afirma el español, Juan Luis Cebrián:

Cabe preguntarse qué sería de nuestro ambiente si, con el triunfo de los planes de alfabetización mundial, tuviéramos que atender las necesidades de cientos de millones de nuevos lectores. ¿Podemos imaginar un triunfo social de este género destruido por un desastre ecológico de incalculables proporciones? En un mundo finito, los recursos son también limitados. La comunicación digital puede ayudar a resolver el problema, multiplicando el número de lectores.

Así, la Universidad Católica Andrés Bello y su editorial **abediciones** serán la primera universidad y la primera editorial del país, respectivamente, con una librería digital.

## **abediciones** se topa con las redes sociales

La difusión de Internet, el auge de las redes sociales como Facebook y Twitter, el masivo y extendido servicio de video en YouTube y lo que nos depare el futuro de las tecnologías digitales nos están hablando de unos cambios profundos en el campo de las percepciones, en la socialidad, en la sensibilidad, en el sentido, en la educación y hasta en las subjetividades.

Si antaño la tecnología era excluida del mundo de la cultura y era vista desde una racionalidad meramente instrumental, hoy el nuevo entorno tecnológico, que da origen y sentido al actual *ecosistema comunicativo*, es visto como un signo que no solo posibilita nuevas y viejas prácticas, sino que con él y desde él se están dando procesos inéditos de creación cultural, así como nuevas formas de encarar la comunicación en su sentido más amplio, que abarca la promoción y participación del hecho cultural, en nuestro caso, del libro.

Hoy **abediciones** cuenta con un equipo para el uso de las redes sociales como instrumento de promoción, conocimiento de nuestras publicaciones y participación directa con el público. Desde febrero de 2019, esta unidad—casi ya un departamento— se fortaleció según detallamos a continuación:

**1.** Las redes sociales de **abediciones** se rigen por una misma programación para las publicaciones. Esta consta de: contenido para el *feed* y para las historias, respetando, claro está, la naturaleza de cada plataforma.

En cuanto al *feed*, las publicaciones que aquí se realizan giran en torno a: publicidad de los libros de la editorial; promoción de eventos propios de la Dirección de Publicaciones, de su editorial y de la propia universidad; invitación a presentaciones de libros; difusión de información del mundo del libro, tales como biografías de autores internacionales y nacionales, conocimiento sobre la cadena de producción de un libro, recomendaciones literarias y otras informaciones que impulsen el hábito de la lectura y la escritura. Cabe acotar que las invitaciones a eventos son material adicional a las publicaciones diarias.

**2.** Las historias (Instagram y Facebook) se manejan bajo la modalidad de historias destacadas, las cuales se agruparon en tres hasta finales del 2019. Las categorías para estos grupos fueron:

- Tips del escritor
- Vocablos
- Recomendaciones literarias

Además de las historias destacadas todos los días, bajo la modalidad de historias temporales (es decir, de 24 horas), se suministran imágenes con frases célebres. Esto indica que permanentemente se publican cuatro imágenes en el área de historias.

Del mismo modo, y de acuerdo a nuestro calendario de efemérides, se presentan imágenes referenciales a las celebraciones del día en cuestión. Estas últimas se publican bajo la etiqueta de *#TalDíaComoHoy*.

Finalmente, el objetivo es que a través de todas las plataformas se cubran eventos significativos en relación al libro y todo lo que gira en torno a él. Poales como:

Hoy, desde octubre de 2019 contamos con una cartelera digital: el *Boletín newsletter (abediciones hoy)*. El primer número apareció en ese mismo mes. Hasta la fecha, se han publicado 7 boletines de manera mensual, incluyendo una edición especial que fue lanzada en el marco de la FLOC 2019.

El objetivo de este espacio es el de difundir las noticias y hechos que tienen que ver con la editorial y todo lo que se vincule a ella: los eventos en los que participa de manera directa, la promoción de publicaciones periódicas como *Mediopliego* —de aparición semestral— y el *Catálogo* —de publicación anual— de nuestros títulos y las novedades que van apareciendo. En cada *abediciones hoy* ofrecemos la reseña de por lo menos tres títulos.

De igual forma, el *Boletín newsletter (abediciones hoy)* va dirigido a las autoridades de la universidad, escuelas, directores, profesores, institutos y centros de investigación, Dirección de Egresados y las demás direcciones que hacen vida y forman parte de la UCAB en sus núcleos de Montalbán y Ciudad Guayana.

## **abediciones** cuenta con una publicación semestral: Mediopliego

Cuando publicamos el primer número de *Mediopliego* (junio de 2017) decíamos:

Esto que hoy presentamos no es una revista, aunque con el tiempo pudiera llegar a serlo. Se trata de una hoja, doblada con cierta gracia y quizás estética, que procuran mirar hacia adentro de lo que es nuestra labor, nuestro oficio hoy: hacer y editar libros, es decir producir ese artefacto que han llamado libro (del latín *liber, libri*). Cuando un libro llega a las manos, lo que se está recibiendo es “ante todo un lugar, un espacio (en el sentido material del término) en el que se puede entrar y del cual se puede salir. Este espacio, naturalmente, no tiene nada de analógico puesto que un libro no se parece a nada” (Eliseo Verón).

*Mediopliego* es el nombre que le hemos puesto a estas 12 hojas que se pueden hojear y leer de inmediato. Mediopliego, en artes gráficas, es el conjunto de páginas que se imprimen en una misma hoja con una misma plancha para luego plegarse y cortarse. Así se hace este *Mediopliego* que nace hoy.

Nuestro *Mediopliego* intentará cada semestre recoger una buena cantidad de reflexiones en torno a un tema que tenga que ver con el libro, los lectores, la lectura, los espectadores, los internautas, las ferias de libros... y así dar testimonio de cuáles son las razones de lo que hacemos y que inspiran a nuestra editorial ucabista que es **ab**ediciones.

Y cerrábamos la presentación de ese primer número diciendo: Somos *Mediopliego*, no un libro, no una revista, sino un espacio para hablar y escribir sobre los libros.

## La Feria del Libro del Oeste de Caracas (FLOC)

Comencemos afirmando que una feria del libro es, ante todo y muy especialmente, un hecho cultural, un parque temático para la expresión de la cultura en sus más diversas manifestaciones. Porque el libro es un objeto cultural que hace que la cultura renazca para que ella impregne todas las esferas de la vida y muy especialmente la *esfera pública*.

El libro se ha convertido, desde su primera aparición, en el receptáculo más importante de la cultura y del conocimiento. Nos lo dice muy acertadamente Juergen Boss -director de la Feria del Libro de Fráncfort- cuando nos expresa que

Los libros son contenedores de conocimiento cultural y de patrimonio. En este sentido, en cierta medida son como museos y archivos (...) para las editoriales, esto significa que sus fondos editoriales se convierten en un valioso tesoro; y para los museos, que sus colecciones no tienen que permanecer entre sus paredes, sino que pueden viajar libremente por el mundo.

Si el libro es conocimiento, una *feria* para los libros es la manera en que los humanos nos hemos inventado para recrear en un espacio público ese conocimiento. En una feria del libro, el conocimiento, en cuanto acto cultural, está comprimido en un único espacio. Una feria del libro es una especie de eso que los americanos llaman *shopping mall*, pero de libros y actos en torno a él. Si los *shopping mall* urbanos se han venido convirtiendo gradualmente en una ciudad en la ciudad, las ferias de libros vendrían a ser una gran y variada librería ocupando un espacio público determinado. Se me ocurre pensar que

las ferias de libros son un espacio reimaginado de lo que es una librería, podrían ser un condensado de las múltiples librerías y editoriales. Como dicen los urbanistas y teóricos de los *shopping mall* al afirmar que los *malls* contemporáneos son “los espacios protegidos para el encuentro y la socialización, un ámbito de variedad y de novedad”. Eso y no otra cosa es una feria del libro en donde convergen el acto de consumo de un libro, la tertulia sobre ellos, la expresión, el cine y el teatro, el taller literario, las conversaciones y la crítica, el paseo, los deseos, la aventura, la socialización, las imágenes, las exposiciones, el bombardeo sensorial... “Pero hoy no es solo eso. Hoy es un regocijo alrededor de lo que el libro significa, no solo como soporte para la formación intelectual, sino también como diversión, como simple pasatiempo accesible a todos, como la posibilidad de salir de los agobios cotidianos o de inventar las mañas para superarlos”, nos lo expresaba Elías Pino Iturrieta como pregón de la I Feria del Libro del Oeste de Caracas por allá en noviembre de 2016.

Esas ideas, ofrecidas muy a vuelo de pájaro, nos sirven de pretexto para presentar lo que se ha concebido dentro de **ab**ediciones y la UCAB como la FLOC, es decir La FERIA DEL LIBRO DEL OESTE DE CARACAS. Es la primera vez que la UCAB se lanza a esta aventura de celebrar a los libros en medio de las dificultades e incertidumbres que vive el país.

Pese a la situación del país, la UCAB se ha empeñado en ofrecernos esta fiesta no solo para celebrar la presencia física del libro, sino que quiere que esta su PRIMERA FERIA DEL LIBRO DEL OESTE DE CARACAS (2016) y las que vendrán después, sean un espacio en donde se den cita y se conjuguen la literatura, el arte, la cultura en todas sus expresiones y la academia.

De esta manera la Universidad Católica Andrés Bello se hace presente, más allá de su función natural como es formar profesionales de excelencia, para brindarle a su propia comunidad, al ciudadano del oeste de Caracas y de los otros rincones de la ciudad, “el encuentro, el entendimiento, la conversación y la reflexión que tanto necesita la familia venezolana”. Esto lo dice el Rector de la UCAB al explicar uno de los objetivos de la feria y remata:

Es una oportunidad para que recibamos con alegría, responsabilidad y vocación de servicio la visita que esperamos sea multitudinaria de diversos públicos, tanto de nuestro vecindario como de zonas remotas, muchos de los cuales nunca han estado en nuestras instalaciones. Es muy importante que los visitantes vivan una experiencia grata y enriquecedora.

La FERIA DEL LIBRO DEL OESTE DE CARACAS se une así a las otras experiencias, que a lo largo de todo un año se dan cita tanto en Caracas –siempre en el este– como en algunas regiones del país: la Feria Internacional del Libro de la Universidad de Carabobo (Filuc); la Feria del Libro de la Alcaldía de Chacao (Festival de la Lectura Chacao); la feria que organiza la Universidad de los Andes (Feria Internacional del Libro Universitario, la Filu); la feria del Municipio Libertador (Feria del Libro Ccs); la Feria Internacional del Libro de Venezuela (Filven); la más joven de todas, la Feria Internacional del Libro del Caribe (Filcar). Con el tiempo todas estas experiencias se han ido institucionalizando y son ya una parada obligada no solo para nuestras editoriales, escritores, editores, libreros... sino también para el ciudadano. Pero es una lástima que ninguna de estas ferias sobrevivan debido a la crisis económica que afecta al país. Solo la Feria Internacional del Libro de Venezuela (Filven) es la que subsiste por ser la feria del Gobierno. La FERIA DEL LIBRO DEL OESTE DE CARACAS quiere reivindicar esa ausencia y ya va por su cuarta edición. Esperamos que este año 2020 pueda ver la luz pública. ¡Ojalá!

El solo hecho de lanzarse a la ocurrencia de organizar una feria del libro en estos tiempos que corren de profunda incertidumbre y crisis, es todo un homenaje a la voluntad del *hacer* y del *querer* soltar las ganas para superar la desesperanza, la barbarie y poner a prueba los valores propios del estar aquí-en-el-mundo que nos tiene que convocar a ser mejores ciudadanos. Es una ofrenda a la aventura del pensamiento. “A mi me gusta pensar que en épocas de crisis la gente quiere saber por qué llegamos a esto y se acercan a los libros como si estos fuesen fuentes de agua fresca y los lectores personas sedientas”. Y nos remata el escritor Saramago diciéndonos:

Me gusta levantar los ojos y ver a las personas circulando entre las casetas, tal vez buscando al ser humano que los libros llevan dentro... Y pienso que los libros son buenos para la salud, y también para el espíritu, y que nos permiten ser poetas o ser científicos, y entender de estrellas o encontrarlas en el interior de la voluntad de ciertos personajes, esos que a veces, algunas tardes, se escapan de las páginas y se pasean entre los humanos, tal vez más humanos que ellos.

Nuestra feria que, como dijera el Rector José Virtuoso, llegó para quedarse. ¡Y se quedó! Cada año, a finales del mes de noviembre el campus de la Católica amanecerá llena de libros y de libreros, de sueños y esperanzas, de nostalgia por los que se van y de justicia, de libertad... La idea es que durante siete días reflexionemos sobre el acontecer y que nos encontremos para con-

versar sobre lo que nos preocupa o nos indigna con justa razón, o, como dijo Fernando Savater, “sobre el gozo de leer y el riesgo de pensar”.

## Hacedores de libros

Esta es nuestra principal tarea y nuestra misión: la producción editorial. En el transcurso de los cuatro años que tiene **abediciones** se han publicado un total de 144 títulos. En el siguiente cuadro podemos observar, desde el 2016 hasta el 2019, cómo se ha distribuido por áreas de conocimiento esos títulos:

Catálogo temático abediciones (2016-2019)

	2016	2017	2018	2019	Total de libros publicados de 2016 a 2019
Comunicación social	3	2	4	3	
Ciencias sociales	3	5	5	3	
Derecho	3	5	5	4	
Economía	2	2	1	4	
Educación	2	4	1	3	
Filosofía	0	2	3	0	
Historia	3	0	5	2	
Literatura, lingüística y arte	1	5	3	7	
Psicología	1	0	0	1	
Religión	1	2	3	1	
Política	7	7	9	3	
Misceláneos	2	3	3	6	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>28</b>	<b>37</b>	<b>42</b>	<b>37</b>	<b>144</b>

Así, hoy **abediciones** de la Dirección de Publicaciones de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) se ha convertido en la primera editorial universitaria del país y en la primera editorial de Venezuela.

---

## Buenas prácticas para el desarrollo RetoPaís

---

JOSÉ LUIS DA SILVA

El fondo de Investigación Institucional de la Universidad Católica Andrés Bello fue una iniciativa del Rector Francisco José Virtuoso, S.J. La formulación y viabilidad de la propuesta contó con el apoyo del Vicerrectorado Académico, del Vicerrectorado Administrativo y del Secretariado de Investigación y Transferencia. Los primeros borradores datan del mes de febrero de 2018. Las discusiones sobre la pertinencia y alcance de esta propuesta, en un momento de gran dificultad financiera nacional, representó un gran desafío porque en situaciones de crisis usualmente las instituciones tienden a recortar los planes de expansión y consolidación de la investigación universitaria, tanto pública como privada.

A lo largo de dos meses de revisiones se logró un documento con las líneas programáticas del fondo. Dicho documento se presentó ante el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico, (CDCHT) de la UCAB, en tanto ente asesor en lo concerniente a los procesos de investigación de la universidad. Después de su revisión por parte de sus miembros, el reglamento y estructura del Fondo quedó aprobado el 23 de mayo de 2018.

Al poner en funcionamiento el fondo se procedió a diseñar un Proyecto de Investigación Institucional llamado RETO PAIS. De esta manera, se abrió un espacio de gran calado en materia de investigación, ampliando las tradicionales modalidades de apoyo financiero a los proyectos gestionados por docentes investigadores activos de la universidad.

El propósito de este Fondo radicó en la necesidad de incorporar nuevas prácticas de investigación a las ya establecidas por el CDCHT. Este organis-

mo fue creado en los inicios de la década de los noventa del siglo pasado. De manera tradicional gestionaba y apoyaba la investigación en la comunidad académica de la UCAB. El CDCHT se encargaba de recibir las solicitudes de financiamiento formuladas en los proyectos elaborados por los investigadores. Dichas propuestas partían en, términos generales, del interés, experticia y fines particulares del investigador, y en menor cantidad también recibía proyectos grupales con un interés institucional o nacional. Lo cierto es que se promovía en una escala modesta el desarrollo y creación de conocimiento con fines científicos, académicos y sociales. Estas subvenciones eran posibles gracias a la administración de recursos de la propia Universidad.

Con el recién creado Fondo Institucional el abanico de oportunidades para captar fondos destinados a la investigación permitió fomentar y ampliar los espacios de creación y divulgación del conocimiento. Su propósito fundamental está en servir de bisagra entre los organismos nacionales e internacionales, sean públicos o privados con los Centros, Institutos y Facultades de la Universidad Católica Andrés Bello.

De esta manera las propuestas de los investigadores activos que hacen vida académica y de investigación en la universidad puede contar con un soporte financiero más robusto capaz extender el alcance de los procesos y productos de investigación delineados en sus proyectos. Esto abre la posibilidad para identificar a lo interno de la propia universidad capacidades para la investigación que vendrían a fortalecer los procesos de los Centros e Institutos.

Lo novedoso de este programa está en la posibilidad de contar con fondos de organismos externos a la universidad, los cuales siguiendo sus protocolos y convocatorias pueden aportar un porcentaje importante de recursos, a los proyectos que calcen dentro de sus objetivos de investigación y creación de conocimiento científico. Con esto se busca inculcar la necesidad de procurar financiamientos externos que hagan sustentables las investigaciones en la Universidad.

Además, esta nueva modalidad pretende incrementar la visibilidad de los diversos productos de investigación y fortalecer las capacidades institucionales para la investigación, estimulando la participación del personal docente y de investigación.

El primer paso que desarrolla y gestiona el Fondo Institucional para la Investigación de la UCAB lo tenemos en el programa de investigación RETO PAIS. Porque este proyecto en su formato social generó una serie de exigencias

y necesidades en las que lo académico y lo social se dan la mano. Bajo esta premisa el Rector Francisco José Virtuoso S.J., visualizó la necesidad de que las propuestas sociales que estaban surgiendo dentro de este programa estuviesen acopladas con investigaciones. La manera más contundente para conseguirlo sería captar un fondo específico que contribuyese a financiar proyectos que acompañen con discernimiento y calidad investigativa las discusiones, las mesas de trabajo y los foros que se veían desarrollando en el año 2018 y 2019 en Venezuela y cuyo epicentro era la propia UCAB.

Este proyecto de investigación RETO PAIS, fue desde su inicio asumido de manera decisiva por la UCAB, entendiéndola como su aporte propio, desde las posibilidades que le brindan sus haberes institucionales, experticia en el campo de la investigación y compromiso social. Valiéndose de la promoción de un horizonte común para el desarrollo del país próspero e inclusivo, del impulso en la construcción de un sistema educativo de calidad para todos los sectores. Hablamos de una propuesta que busca servir de sustento fundamental a un plan nacional coherente y respetuoso para la transformación social y económica del país, siendo una contribución al desarrollo del tejido social y el fortalecimiento de la ciudadanía como condición insustituible para el involucramiento social y democrático, como también la inclusión de la población joven y el fomento de un nuevo liderazgo que asuma la responsabilidad de llevar adelante la transformación de Venezuela en el contexto del siglo XXI.

La integración entre el programa social y el programa de investigación de RETO PAIS, requirió de parte de las autoridades formular unas líneas directrices que servirían de marco referencial e institucional para convocar proyectos de investigación capaces de satisfacer el propósito planteado. En tal sentido se consideró que todo proyecto debería estar enmarcado dentro de las siguientes áreas temáticas de investigación:

1. Competitividad, capacidades para la producción, buenas prácticas y necesidades de los diversos sectores productivos.
2. Condiciones macroeconómicas, estabilidad y desarrollo productivo.
3. Cobertura y calidad de la educación (gestión educativa, rendimiento académico, formación docente, cultura digital y educación para el trabajo)
4. Condiciones de infraestructura, servicios públicos y desarrollo de ciudades sustentables.

5. Transición política y justicia transicional.
6. Empleos de calidad, condiciones laborales y diálogo social.
7. Violencia y convivencia ciudadana.
8. Migraciones y fuga de talento.
9. Explotación de recursos naturales y Arco Minero en la región de Guayana.

Establecida las áreas temáticas como también los fondos para la gestión de los proyectos de investigación el Secretariado de Investigación y Transferencia diseñó un modelo de convocatoria, en la cual se buscaba identificar grupos de investigación debidamente estructurados con un responsable de proyecto, coordinador, investigadores expertos, investigadores aprendices y estudiantes de los últimos años de la carrera. Dichos grupos de investigación podían ser conformados desde los Centros e Institutos, pero también ser creados en las Facultades y otras dependencias con disposición a formular y presentar un proyecto de investigación enmarcado en las áreas indicadas.

Entre los resultados de la convocatoria quedo en evidencia la conformación de grupos de investigación con miembros de distintas instancias de la universidad, con lo cual fue posible visibilizar oportunidades de investigación más allá de los espacios tradicionales, con temáticas transversales y con un importante componente de integración de estudiantes.

Diecisiete propuestas fueron presentadas para su evaluación y aprobación en el CDCHT celebrado el 24 de septiembre de 2018. Éstas deberían desarrollarse a lo largo del año académico octubre 2018 septiembre 2019.

Para mayor detalle presentamos a continuación los puntos más resaltantes de cada proyecto: director responsable, título y descripción del proyecto, como también el número consolidado de integrantes en cada uno. Destaca la integración entre varias dependencias para acometer un proyecto. En algunos casos se contó con la participación de entes nacionales e internacionales. Los diecisiete proyectos aprobados cuentan en su total con ciento dieciocho participantes, lo cual significa un hito importante para la gestión de la investigación y el conocimiento de la Universidad representando una experiencia única de integración y trabajo colaborativo en el área de la investigación.

BUENAS PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Director del Proyecto	Título del proyecto	Descripción del proyecto	N° de participantes
Guevara Guevara, Juan Carlos	La política comercial venezolana: pasado, presente y futuro	Este estudio se enmarca en una línea de investigación que actualmente desarrolla el equipo de economistas del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) de la UCAB, con miras a cubrir un importante vacío en lo que concierne a la investigación del sector real (productor) de la economía venezolana, con la finalidad de poder presentar propuestas enfocadas a impulsar un país competitivo y productivo.	6
Cuevas García, María Gabriela	Dinámicas de trata de personas, especialmente las que victimizan a niños, niñas y adolescentes, en Gran Caracas y estado Bolívar. Proyecto conjunto IJJ - CDH	Se persigue identificar las dinámicas de trata de personas, en concreto los modos de captación, transporte, traslado, acogida o recepción de personas, especialmente de niños, niñas y adolescentes, con fines de explotación, en condiciones de vigilancia estrecha y limitación de la libertad de las víctimas, que se presentan en Gran Caracas y estado Bolívar.	6
Mónaco, Miguel José	Alcance de la aplicación de la justicia transicional en la resolución de la crisis política venezolana	Establecer cuál sería la viabilidad de la aplicación de un esquema de justicia transicional en Venezuela, como medio para garantizar la reparación concreta de las víctimas de violaciones de derechos humanos y de otros delitos por parte de funcionarios gubernamentales, en el marco de acuerdos políticos que sienten las bases para una transición hacia la democracia y una reconciliación nacional.	9
Angelucci Bastidas, Luisa Teresa	Ideología económica de los venezolanos: determinantes y su repercusión en la intención migratoria y el significado del trabajo	Se busca específicamente construir un instrumento psicométrico del constructo ideología económica a partir de la revisión de la literatura y levantamientos cualitativos; determinar y analizar la variación de la ideología económica en función de determinantes sociodemográficos (sexo, edad, zona del país, tipo de institución en la cual trabaja o estudia, antigüedad laboral, el tipo de actividad laboral) y verificar la repercusión de esta ideología sobre la intención migratoria y el significado del trabajo.	7
Carballo Mena, César Augusto	Diálogo social: reconfiguración del modelo venezolano de relaciones laborales	Justificar la trascendencia y proponer las pautas básicas del diálogo social como instrumento fundamental para la consolidación del sistema democrático y la reconfiguración del modelo venezolano de relaciones laborales.	5
Lehmann González, Aura Yanesky	Las consecuencias jurídicas del actual proceso migratorio venezolano en los niños, niñas y adolescentes	Analizar las consecuencias jurídicas del actual proceso migratorio en los NNA, esto incluye a los NNA que permanezcan en Venezuela sin sus padres o aquellos que se van del país con uno solo de ellos.	5

López Echeverría, María Isabel	Estudio de la obtención y características del biocarbón a partir de biomasa vegetal, como recurso para la agricultura sustentable	En el marco de las tecnologías apropiadas se va a estudiar el proceso de obtención de biocarbón por medio de la pirólisis de biomasa vegetal (distintos sectores de los tallos de bambú). Los biocarbones obtenidos se someterán a análisis físicos y químicos para estimar su utilidad como acondicionador de suelos con fines agrícolas para comunidades urbanas y periféricas.	6
Seoane Cobas, Javier Benito	Solidaridad en la austeridad: estrategia colectiva de afrontamiento ante una emergencia humanitaria compleja	Se propone abordar desde una perspectiva interdisciplinaria las dinámicas de la economía solidaria en sectores caraqueños y su relación con el apoyo comunitario, el clima socio-emocional y las características socioeconómicas de la comunidad para tener una aproximación a los motivos que condicionan estas prácticas.	8
Gustavo García Chacón	Identificación de buenas prácticas de gestión educativa en instituciones de educación primaria y secundaria del Área Metropolitana de Caracas con egresados que obtengan resultados relativos superiores en la prueba de conocimientos para las decisiones de admisión en la Universidad Católica Andrés Bello.	El objetivo de la investigación es identificar buenas prácticas relacionadas con la gestión (académica, administrativa y de gestión) de instituciones de educación primaria y secundaria cuyos egresados han obtenido resultados relativamente superiores en la prueba de conocimientos empleada para la decisión sobre el ingreso a la Universidad Católica Andrés Bello.	8
Cañoto Rodríguez, Yolanda	Desarrollo positivo adolescente: un modelo de las competencias necesarias para la transición al mundo laboral o académico	La adolescencia ha sido considerada tradicionalmente como una etapa turbulenta del desarrollo y la representación social dominante en nuestra cultura es de un período dramático y oscuro. Los modelos de trabajo en esta área se han centrado en los déficits que presentan los adolescentes. Por el contrario, las nuevas perspectivas resaltan las fortalezas de esta etapa, poniendo énfasis en las condiciones saludables, bienestar psicológico, participación cívica y las conductas y competencias necesarias para tener éxito en la vida social, académica y profesional. Bajo esta perspectiva, el objetivo del presente estudio es proponer un modelo de competencias necesarias para la transición exitosa del adolescente al mundo laboral y académico.	7

Tomás Straka	La desdemocratización de Venezuela. Una historia moral, 1979-1999	El presente proyecto espera contribuir a la comprensión de los retos que históricamente ha tenido que enfrentar la democracia en Venezuela. Basándonos en el criterio de que cualquier propuesta para la reconfiguración de un sistema democrático en el país debe tener como una de sus primeras referencias a la experiencia anterior, el estudio del proceso de declive del sistema democrático instaurado en 1958 a partir de la década de 1980, y su final colapso en 1999, no sólo ofrece pistas importantes para comprender el problema de la democracia venezolana en términos más amplios, en especial de cara al futuro, sino de la democracia en general como desafío teórico.	8
Yáber, Guillermo	Políticas Nacionales y gestión organizacional de la Gestión del conocimiento	Venezuela, para hacerse más competitiva en un contexto global, requiere de una política de Ciencia, Tecnología e Innovación que armonice los esfuerzos de diversas instituciones para la gestión del conocimiento nacional e institucional. La aplicación de esta política, la hará más competitiva en el contexto internacional. Se propone la formulación de lineamientos de políticas nacionales de gestión del conocimiento y la validación de modelos de gestión del conocimiento en organizaciones dedicadas a ello como las universidades. Para este propósito se abordarán los niveles de: Política pública nacional, Sistema Organizacional, programas de formación y el compartir conocimiento individual y grupalmente como uno de los fundamentos claves de la gestión del conocimiento.	7
José Javier Salas González	Sistema en línea de evaluación de los aprendizajes en Educación Media General	La propuesta se centra en la construcción de un sistema nacional de evaluación de los aprendizajes en línea. La ausencia de un sistema nacional de evaluación ha permitido que Políticas Educativas como “La Batalla contra la repitencia” o el proyecto Canaima Educativo no puedan demostrarse en avances significativos en la población estudiantil. Cuatro son las áreas de interés que atenderá el Sistema en esta primera aproximación: Matemáticas, Habilidad Verbal, Ciencias Naturales y Ciencias Sociales. Concebir el sistema de evaluación como un espacio digital favorece su difusión, disminuye los costos y entrega a Venezuela un espejo sobre el cual reflejarse y así realizar un auto diagnóstico cada vez más necesario, cada vez más urgente.	8

Luis Gerardo Gabaldón	Significación y propiedades situacionales de la violencia interpersonal juvenil	Revisión, análisis y estudio etnográfico en el área popular aledaña a la UCAB, Parroquia Antímano del Distrito Capital, de experiencias, significados, vivencias, condicionantes situacionales y percepción moral de la violencia extrema, con particular referencia al homicidio, entre adolescentes intervenidos o no intervenidos por el Sistema de Responsabilidad Penal del Adolescente, con el propósito de tipificar, categorizar, contextualizar y proponer medidas de reducción e intervención eficaces en materia de violencia interpersonal extrema entre jóvenes	5
Carvajal Santana, Leonardo	Las políticas educativas en la Venezuela del siglo XXI	Se estudiará en esta investigación la historia educativa de los últimos veinte años (1999-2019), plagada de conflictos y, en algunos pocos casos, de consensos. Se pretende escudriñar los principales vectores de las políticas educativas del chavismo, desde una triple perspectiva para el análisis: la inclusión social, la calidad educativa y la ideologización política. Para tratar de entender los qué, los porqués y los cómo de tales procesos. También, en una visión dialéctica, se pretende sistematizar y comprender las reacciones que tales políticas despertó en variados sectores de la sociedad. El balance global de políticas educativas de este tiempo político y tres balances parciales sobre procesos específicos, serán una buena base para la generación de propuestas alternativas hacia un futuro distinto, signado por el respeto al pluralismo democrático.	8
Hernández Díaz, Gustavo Alfredo	Redes Sociales y Consumo Cultural en Venezuela durante el período 2000-2019.	Existe literatura dispersa sobre los estudios en redes sociales y consumo cultural en Venezuela y en la región de América Latina que se requiere acopiar, procesar y sistematizar desde el campo de la comunicación a fin de brindar información relevante y de calidad sobre la base de estos objetivos:	8
Humberto Valdivieso	Estéticas de la disidencia: la politización de la imagen en la Venezuela actual (siglo XXI)	La crisis política en la Venezuela del siglo XXI ha generado un ambiente iconográfico que se caracteriza por la estetización masiva del discurso oficial y un movimiento de disidencia visual del cual ha surgido una generación de creadores —artistas, fotógrafos, diseñadores, videoartistas y artistas urbanos entre otros— agrupados alrededor de la denuncia, el desmontaje de los hitos históricos nacionales, la decepción social y política, la preocupación por las crisis humanitarias globales, el surgimiento de una espiritualidad tecnopagana y la adaptación de los procesos de producción a la carencia de recursos en el país.	7

El movimiento que se visualizó a partir de la aprobación de estos proyectos mostró las capacidades y actitudes para la investigación de los integrantes de la comunidad universitaria. Se hizo patente la identificación de nuevos nichos de investigación con enorme potencial para su desarrollo. Cabe señalar que fue la primera vez que en la UCAB un movimiento de investigación enmarcado en un programa marco de investigación institucional como lo fue el Programa de Investigación RETO PAÍS involucraba a un número significativo de miembros de la comunidad. Fue una oportunidad para evaluar el desempeño de directores de proyectos, de sus coordinadores, como también de los investigadores expertos y estudiantes participantes.

Claro está que los principales aliados para el desarrollo y culminación de esta etapa fueron las Autoridades de la Universidad, los Centros e Institutos, las Facultades, el Secretariado de Investigación y Transferencia, Universidades aliadas tanto nacionales como internacionales. Y de manera significativa el importante aporte financiero de la Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica Andrés Bello.

La audiencia de los proyectos es variada y dirigida a varios sectores a saber:

- a. los estudiantes, profesores y representantes de planteles de educación diversificada.
- b. los gestores de la investigación universitaria y de las políticas públicas de la investigación de educación superior.
- c. los responsables de promover una cultura de la pacificación a través de la justicia transicional
- d. tanto a los ciudadanos como a los responsables de velar por los derechos humanos
- e. a todos los responsables de administrar justicia, cuidando el debido proceso con un manejo institucional de la violencia.
- f. a la sociedad en general y a los expertos en el consumo cultural y comunicacional
- g. a los artistas y curadores que estudian el fenómeno estético de una sociedad politizada como la venezolana
- h. a los estudiosos de la historia contemporánea
- i. a los psicólogos y sociólogos

- j. al mundo laboral con el fin de integrar de manera adecuada los procesos de aprendizaje universitario con las exigencias de los sectores productivos del País
- k. a toda la población vulnerable la cual requiere asistencia legal e institucional
- l. al mundo empresarial que requiere promover mecanismos de desarrollo comercial e industrial menos dependientes de las energías no renovables como el petróleo.

El cumplimiento de las metas estuvo cercano al 90% de lo propuesto y diseñado, a pesar de las dificultades del año 2019. Problemas eléctricos, que dejó por casi dos meses incomunicados al País, entre otros problemas económicos y sociales. No obstante, los resultados fueron mostrados en el Foro que organizó el Secretariado de Investigación y Transferencia el 26 noviembre de 2019 titulado: “La universidad que investiga”. En este encuentro todos los grupos de investigación presentaron sus resultados.

Cada proyecto fue capaz de generar una media de dos artículos de investigación y casi cuatro ponencias de divulgación a través de foros, congresos, mesas redondas. Además, de las múltiples entrevistas que ofrecieron los responsables de los proyectos. Varios de los avances y resultados de los proyectos con el detalle de sus productos pueden consultarse en el Repositorio Institucional Saber UCAB <http://saber.ucab.edu.ve/> como también en el portal de la Escuela de Educación se puede visitar en enlace <http://w2.ucab.edu.ve/secel.html> correspondiente al sistema de evaluación en línea, el cual viene a ser una respuesta pertinente a la necesidad de mejorar la calidad de la educación secundaria.

Si bien es cierto, el Proyecto de Investigación RETO PAÍS tuvo una duración de un año, dejó abierta la posibilidad para gestionar nuevos planes con capacidad de agrupar diferentes iniciativas dada las actitudes demostradas por los miembros de la comunidad ucabista en materia de investigación. Este proyecto de investigación RETO PAÍS puso en evidencia que la UCAB tiene interiorizado una cultura de la investigación gracias a la cual puede ofrecer respuestas pertinentes a los retos sociales y educativos que demanda el País.



---

# Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello

---

ANDREA LÓPEZ

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

## La apertura al estudio de los fenómenos comunicacionales

En Latinoamérica, el mundo del estudio comunicacional se abrió camino en los años 70's con la fundación de INTERCOM, asociación constituida en 1977 en Brasil, y el Instituto Para América Latina (IPAL), fundado en 1983 en Perú. Los estudios del área en estos organismos partían de la utilización de modelos ya preestablecidos en Estados Unidos y Europa, en los cuales el propósito fundamental era mejorar la publicidad, organizar las campañas electorales y aumentar las ventas de periódicos.

Por su parte, los primeros avances académicos en Venezuela nacen con la fundación de centros como el Instituto de Investigaciones de la comunicación (ININCO), creado en 1974 en la facultad de humanidades de la Universidad Central de Venezuela y encabezado por los directores Anto-

nio Pasquali<sup>1</sup>, Luis Aníbal Gómez<sup>2</sup>, Oswaldo Capriles<sup>3</sup>, Alfredo Chacón<sup>4</sup> y Federico Álvarez<sup>5</sup>.

Este se convertiría en un referente nacional para el conjunto de Instituciones que surgirían con el tiempo.

El Centro de Comunicación Social de Jesús M. Pellín, fundado en 1975 por Marcelino Bisbal, Jesús María Aguirre, José Ignacio Rey y Francisco Tremonti; y el Centro Internacional de Estudios en Desarrollo y Comunicación (CIEDESCO), creado en 1987 y cuyos participantes resaltantes eran José An-

- 
- 1 Pasquali Greco, Antonio. (Rovato, Italia, 20 de junio de 1929- Tarragona, 5 de octubre de 2019). Nacionalizado venezolano (1955). Licenciado en Filosofía y Letras (UCV, 1955). Doctor en Filosofía en la Universidad de París (1957). Director de la Escuela de Letras de la UCV (1970-1974). Fundador y primer director del Centro Audiovisual del Ministerio de Educación (1959). Fundador y primer director del departamento Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la UCV (1960). Coordinó el Proyecto RATELVE sobre política de la radiotelevisión pública (1974-78).
  - 2 Luis Aníbal Gómez nació en Nueva Esparta, Porlamar, 21 de marzo de 1929 y murió el 13 de marzo de 2019. Licenciado en Filosofía y Letras, mención Periodismo (UCV, 1955). Diploma de la Escuela Superior de Periodismo (París, 1953). Certificado del Centro de Estudios Superiores de Periodismo (Universidad de Estrasburgo, Francia, 1961). Diploma del Instituto Francés de Prensa, (Universidad de París, 1962). Director de la Escuela de Comunicación Social (UCV, 1965-1969). Jefe del Departamento de Investigación en dicha escuela (1970-1974). Director del ININCO-UCV (1978-1980).
  - 3 Capriles Arias, Oswaldo Elías. Caracas, 6 de mayo de 1935-2014. Abogado, graduado en la Facultad de Derecho de la UCV (1959). Doctor en Derecho en la Universidad de París, mención Derecho Privado. Diploma de Introducción al Derecho Comparado en la Universidad de Helsinki, Finlandia (1961). En 1973, realiza Estudios Superiores en Comunicación y Disciplinas Conexas, CECMAS/EPDHE-París, con pasantías en el Centro de Investigaciones de la ORTF (televisión francesa), en la Westdeustsche (Colonia, Alemania) y en la Radio Audizione Italiana, RAI (Italia, 1972-73).
  - 4 Chacón, Alfredo. San Fernando de Apure, 11 de junio de 1937. Graduado en Sociología y Antropología (UCV, 1958). Estudió en el Instituto de Etnología de la Universidad de París. Director de la Escuela de Sociología y Antropología (UCV, 1963). Profesor de Semiótica de la Cultura (1977). Coordinador de la Unidad de Teorías Sociales (1969-1972). Profesor de Antropología Aplicada a la Salud Pública en la Escuela de Odontología (UCV, 1963).
  - 5 Álvarez Olivares, Federico José. Carora, Lara, 16 de noviembre de 1932-Caracas, 1997. Graduado en Periodismo, Universidad de Chile. Director del ININCO, de 1986 a 1992. Redactor en diferentes publicaciones: El Diario de Carora, Revista Signo (Caracas), Entretelones (Santiago de Chile), Sopesur: Cadena de diarios chilenos, Qué Pasa en Venezuela, Deslinde, Reto, Summa, Tribuna Popular, El Diario de Caracas, 2001, Revista de Cultura Universitaria y Arte Plural. Redactó el boletín Sumario Cultural y el programa radial Conocer a Venezuela que se transmitía a través de Radio Minería de Santiago de Chile.

tonio Mayobre, Alejandro Alfonzo, Luis Aníbal Gómez, son ejemplos claros de esta evolución.

En las primeras investigaciones realizadas en Latinoamérica, los análisis que se adecuaban a esta área, partían de una curiosidad por sondear la opinión pública. A pesar de que era cierto que para los años 70's se había presentado un auge de interés por la investigación, éstas se habían inclinado, evidentemente, a lo que resultaba novedoso; la publicidad y sus efectos en el receptor. Se mostraba entonces una relación costo-valor y la búsqueda de información en cuanto al mercado.

En un contexto en el cual se dejaban apartadas las investigaciones académicas y persistía un gran trecho que dividía al estudio universitario de los fenómenos de la comunicación, la idea de crear un Centro Investigativo se plantea en la Universidad Católica Andrés Bello.

Ideado por el docente Alejandro Alfonzo y otro grupo de compañeros, en los años 80 se ejecutó un proyecto de creación de un Centro de Investigaciones de la Comunicación que estaría adscrito a la Escuela de Comunicación Social. No obstante, la ausencia de un aval económico y deficiencias metodológicas empañaron este objetivo.

También en 1989-1990, fueron contratados profesores para que cumplieran jornadas de estudios comunicacionales. Al mismo tiempo, hubo reuniones entre el ex Director de la escuela, Emilio Píriz Pérez, y el ex Vicerrector Académico, el padre Luis Ugalde, para impulsar este proyecto de creación.

La estructura del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) tiene su antecedente en un Trabajo de grado presentado en el año 1991 que optó para el título de Licenciado en Comunicación Social, mención Publicidad.

Este establecía como objetivo principal la creación de un Departamento en la Escuela de Comunicación Social y una reanudación de una idea que había quedado en el tapete.

Se realizó entonces un boceto, en el cual se proponían el establecimiento de un Centro de Documentación e Información y las áreas de posibles estudios; comunicación económica, comunicación política, comunicación cultural y comunicación y desarrollo.

También se planteó constituir una base para la información que incluyera criterios alejados de la falta de autonomía, tendencias ideológicas e imposiciones de temas por quienes financiaran las actividades a desarrollar.

Posteriormente, para el año académico 1991-92, Caroline B. Oteyza B, en la edición N°2 de la revista Temas de Comunicación, explicó la existencia de una Coordinación, creada en el año 1989, que buscaba contribuir al desarrollo de las investigaciones sobre Comunicación Social en el país para lograr la creación de un futuro Centro adscrito a la escuela y de ser posible, a estudios de postgrado.

## Fundación del Centro de Investigación de la Comunicación

El 27 de octubre de 1992 se estableció la creación del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC). Desde su fundación hasta 2013, la dirección de este Centro fue encabezada por Caroline B. Oteyza B. Es importante aclarar que los períodos titulados en este capítulo como: La producción Multimedia, La creación de las líneas de investigación, Proyecto ICI y Plan Ucab 20-20, fueron desarrollados en su gestión.

En el año académico 1992-1993 se registra el primer informe del CIC y se establecen los primeros objetivos: la creación de un soporte de información, incentivar el desarrollo de determinadas líneas de investigación, publicar los trabajos de calidad que se producen y vincular al CIC y a la Escuela de Comunicación Social con instituciones similares fuera del país. Se contó con el apoyo de los profesores Francisco Pellegrino, Carlos Rodríguez Ganteaume y Marcelino Bisbal para el desarrollo de las investigaciones iniciales.

Este primer año de gestión se enfocó en posicionar al CIC como una institución dedicada a la investigación. Por lo tanto, se requirió de la adquisición de alianzas y búsqueda de documentación. Destaca la obtención de cuadros de reproducción de los primeros números de los periódicos El Nacional y El Diario de Caracas; nuevos convenios con otros centros académicos, como El ININCO, la Biblioteca y oficina de prensa IVIC, La Universidad Libre de Berlín y las Universidades Jesuíticas de América Latina; y el intercambio con empresas públicas y privadas como la Editorial Globe, Maraven y PDVSA. Estas dos últimas, donaron los primeros equipos que se ubicaron en las oficinas del Centro.

Se diseñó una base de datos para el Archivo Fotográfico de la Escuela, se logró la creación de una sala de consulta de materiales bibliográficos y se estableció la organización de la I Reunión Interinstitucional de editores de textos sobre Comunicación Social.

Ya el primer paso estaba dado y para el período académico siguiente, el CIC fue contratado para distintos proyectos.

El análisis de las publicaciones de la empresa Maraven de los años 1991, 1992, 1993, y la automatización del archivo *Coroteca* de Caremis fueron dos de los trabajos internos más resaltantes, mientras que en el aspecto externo, el CIC perteneció a grupos reconocidos como, REDIMAGEN, en donde asumió la presidencia de RECOM<sup>6</sup> y COMNET-AL<sup>7</sup>.

## 2.1) La producción Multimedia

En mayo de 1994, con la contribución del CAI (El Centro para la Aplicación de la Informática de la UCAB), se inició la creación de una aplicación multimedia en CD-ROM para un archivo fotográfico titulado *Shell* que contenía unas dieciséis mil imágenes capturadas desde la década de los cincuenta. Para este período, se podía acceder a este a través de los salones de clases e instalaciones principales del Centro y posteriormente, en el año 1997, estaría disponible comercialmente en Estados Unidos.

El CIC registró tres unidades bajo su cargo: La unidad de investigación y nuevas tecnologías, encargada de realizar los estudios, coordinar los proyectos contratados al centro y la elaboración de las aplicaciones multimedia; La unidad de publicaciones, coordinadora de la revista *Temas de Comunicación y*

6 RECOM, Red de Información y Documentación en Comunicación y Cultura de Venezuela, es un portal de bases de datos sobre el amplio campo de la Comunicación Social y la Cultura. Su objetivo es fomentar la divulgación y el intercambio de información de los estudios, documentos y publicaciones producidos por las instituciones, centros, institutos, departamentos u otras unidades académicas y de investigación dedicadas a esta área.

7 Red de Centros de Documentación en Comunicación en América Latina. Comprende las bases de datos bibliográficas de PORTDA de PROTCOM/INTERCOM (Brasil), POSTEXTO (Colombia), CIESPAL (Ecuador), HISPACOM (España), ILCE (México), BILACC de CONEICC (México), RECOM y CIC.UCAB (Venezuela) y la Base de datos de revistas latinas de comunicación y cultura preparada por UNION LATINA (Venezuela).

de los Cuadernos de Comunicación<sup>8</sup>; y La unidad de procesos técnicos y referencias, adecuada para el tratamiento de las colecciones bibliohemerográficas.

La organización y automatización del archivo fotográfico de La Electricidad de Caracas, la organización del archivo periodístico de la Fundación Andrés Mata de El Universal y la elaboración de una aplicación interactiva para kioscos de la presidencia de FUNDARTE fueron proyectos destacados en este período.

También se desarrollaron soportes de documentación e información, pues se estableció a RECOM como base de datos bibliohemerográficos y a TECOM para alojar las investigaciones no publicadas en la Escuela de Comunicación Social. Un año después, se contaría con RECIC, base especializada en revistas de comunicación, y PRESSCOM, en la cual se recopilaban artículos de prensa nacional.

La asunción de la dirección de la revista Temas de Comunicación y la publicación de su edición N°8 fueron los primeros logros del Centro al llegar a 1995. Se utilizó la tecnología Advanced Management Module (AMM) y discos ópticos magnéticos (DOM) para continuar el CDROM del *Archivo fotográfico Shell: Historia y Cotidianidad 1950-1965* e iniciar el proyecto *Diapoteca Gumilla, Una visión de los años 70*.

Se desarrolló la cátedra, primera de su género en el país, *Periodismo Interactivo*, y se dio paso a la realización del taller internacional de *Formación y Producción Multimedia* para transmitir los distintos avances en el área.

El Centro de Investigación de la Comunicación se convirtió en uno de los organismos con mayor experiencia en el desarrollo de aplicaciones multimedia. Entre sus clientes destacaban las empresas y medios reconocidos como El Universal, FESNOJIV<sup>9</sup>, CONICIT<sup>10</sup> y CNAC<sup>11</sup>.

8 Son trabajos impresos e internas del CIC que registran aquellas investigaciones de mayor relevancia que no han sido publicadas. En el período semestral 2011-2012 contaba con 78 números.

9 El 20 de febrero de 1979 fue constituida la Fundación del Estado para el Sistema Nacional de Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela (FESNOJIV).

10 Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. Se crea en 1967. En 1999, se crea el Ministerio de Ciencia y Tecnología para asumir las funciones de coordinación de política científica que hasta el momento desarrollaba CONICIT, mientras que la financiación de proyectos queda en manos de FONACIT.

11 El Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC) fue creado en el año 1993 e inició sus actividades el 1° de agosto de 1994.

Logra una apertura tecnológica en 1997 cuando tiene un primer contacto con la plataforma web e inicia la migración de las bases de datos de todas las colecciones de imágenes que poseía. Esto le valió su participación como ponente con el título *Usos multimedia en el procesamiento y divulgación de archivo fotográfico* en las Jornadas Internet: El Ateneo de Caracas ese mismo año y en la enseñanza de talleres académicos como Lenguaje HTML y Diseño de páginas Web en el 2002.

Entre 1999 y 1998 el organismo ganó diversos premios que le otorgaron un respaldo en el entorno de la comunicación; el Tercer premio de investigación de la UCAB otorgado por el CDCH (Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la UCV) con el libro electrónico *Allego con Brío* y el Premio “Monseñor Pellín” mención de Nuevas Tecnologías con el libro electrónico *Caracas la ciudad moderna*.

Estos años fueron fundamentales para la consolidación de la labor del CIC, pues se comenzó con el desarrollo de Salas de Investigación Virtual contentivas de información sobre los grandes periodistas que han recorrido la historia venezolana. Carlos Rangel, Sofía Imber, Miguel Otero Silva, Clemente Travieso y Ramón J. Velásquez fueron los primeros estudiados.

## 2.2) Las Líneas de investigación

Fue en el año 2001 que se registraron sus antecedentes, las primeras líneas de trabajo consolidadas: *Información sobre Comunicación Social y la Cultura en Venezuela*, *Nuevas tecnologías de la información (NTI)* y *Sistemas de Archivos digitales*, *Nuevas Tecnologías de la Comunicación (NTC)* y *Multimedia*, *Memoria comunicacional* y *Nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC)* y *Mediciones Culturales*.

El CIC logró un enfoque específico por cada área de estudio y cumplió con uno de los objetivos establecidos en su fundación; realizar las investigaciones no solo porque otorgan un valor monetario a la organización, sino por su valor académico a la comunicación.

Este cambio en la estructura del Centro involucró el inicio de la búsqueda de fuentes pasadas con el objetivo de proporcionarlas a nuevas generaciones y proyectos como *La pobreza y su presencia en los medios (2001)* y *Salsa: evolución comercial de una música popular. Del barrio latino a la industria multinacional del disco*, que comienzan a tomar en cuenta a los distintos sectores de la sociedad y cómo los medios de comunicación utilizan los distintos valores

adecuados a esta para obtener una mayor respuesta del consumidor. Eran los primeros pasos para ver a la comunicación más allá de la teoría de emisor, receptor y mensaje.

El Centro de Investigación de la Comunicación contaba con el apoyo del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la UCAB (IIES) y el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad París XIII en Francia. Este Centro se planteó una misión que estuviera relacionada con el camino a recorrer:

El CIC tiene como misión promover y enriquecer el debate en torno a los procesos comunicacionales. Cumple esta misión mediante el análisis teórico y la búsqueda de respuestas concretas a los problemas del área. Desde su fundación, se dedica al estudio de dimensiones relevantes de la comunicación social en el mundo actual con especial énfasis en dos grandes áreas: Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) y las mediaciones culturales. Trabaja en estrecha colaboración con la escuela de comunicación social.<sup>12</sup>

En el 2002, se inició la difusión del Boletín Electrónico con el propósito de monitorear y hacer un enlace entre el aspecto investigativo y los acontecimientos ocurridos a los medios existentes en el país. Con el pasar de los años, este recurso se convertiría en un canal para compartir los logros y estudios recientes.

Un año después, se dictó por primera vez el curso de *Realización de Multimedia* través del Aula Virtual UCAB. En 2004, el Centro ganó el premio “Monseñor Pellín” a categoría web con el portal de Salas Virtuales de Investigación del periodismo venezolano.

La situación política del país ya comenzaba a mostrar sus efectos negativos en el 2004. La nueva línea de investigación llamada *Comunicación política y Libertad de expresión* se centró el objetivo de analizar la crisis socio-política a partir de estos años. Se tomaba como eje principal a los medios de comunicación que jugaron un rol político importante frente a las situaciones de conflictividad.

Unido a esto, el CIC, la Alianza Francesa y la Escuela de Comunicación Social organizaron un evento titulado *La situación venezolana en la prensa*

---

12 Cita tomada de Informe Anual del Centro de Investigación de la Comunicación para el período 2001-2002.

*mundial*, en donde hubo asistentes del periódico francés *Courrier International* del grupo *Le Monde*.

Continuó el estudio del consumidor con investigaciones como *La televisión frente al receptor: Intimidaciones de una realidad representada* y la apertura de la línea de investigación *La información religiosa y sus mediaciones* en el año 2005.

Una revisión de los contenidos de cada línea de investigación dará a lugar a que, en el 2006, el CIC, que, además, para este momento ya poseía en su base de datos RECOM 31.340 referencias bibliohemerográficas, haga una modificación de su estructura. De esta manera surgen tres áreas de investigación: *Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)*, *Periodismo* y *Sociología de la Comunicación*. En ellas se englobarían las líneas de investigación dependiendo de la temática que abarcaran.

### 2.3) Proyecto ICI

En septiembre de 2008 se da a conocer el Proyecto para la creación del Instituto de Investigaciones de la Comunicación y la Información (ICI), el cual fue sometido a consideración del Consejo de la Facultad de Humanidades y Educación, del Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico (CDCHT) y del Consejo Universitario. La idea de este proyecto era que el Centro fuera elevado a la categoría de Instituto de Investigaciones de la Comunicación.

Este organismo desarrollaría sus funciones, al igual que con anterioridad lo había hecho el Centro, en torno al análisis de la cultura y comunicación de masas, la memoria histórica, la cultura popular, las representaciones sociales mediáticas y la comunicación política.

El proyecto impulsó nuevas investigaciones como: el *Monitoreo del referendo constitucional en Venezuela*, en el cual participó la Universidad de Gotemburgo (Escocia) y *El uso de la telefonía celular entre mujeres pobres en Colombia, Perú y Venezuela: potenciales aplicaciones en salud y desarrollo social*, que contó con la participación de la Universidad de Ottawa (Canadá), la Facultad de Comunicación de Universidad Javeriana (Colombia, Bogotá) y la Universidad del Pacífico Lima (Perú). También se inició el estudio *UGC Status and Levels of Control in Argentine, Colombian, Mexican, Peruvian, Portuguese, Spanish, US and Venezuelan Online Newspapers* para evaluar como los diarios digitales promueven la producción de contenido por parte de los usuarios.

Esta investigación fue presentada en el Congreso de Periodismo Digital de la Universidad de Texas.

#### 2.4) Plan UCAB 20-20

En 2010, la comunidad ucabista presentó una iniciativa titulada *Plan UCAB 20-20* que planteó el recorrido de trabajo a seguir por la universidad hasta el año 2020. El CIC desarrolló un repositorio de bases de datos para todas las entidades académicas. Saber-UCAB y la Revista Temas de Comunicación aumentarían las consultas de los artículos científicos en el campo de la comunicación. Con proyectos como *El embarazo adolescente como tema central en el ámbito de la salud en Venezuela* y *Las TIC como mecanismo de empoderamiento de los sectores desfavorecidos*, en el año 2011, se iniciaron investigaciones que abarcaban a un sector de gran riesgo en Venezuela.

#### Proyecto de reestructuración del CIC

En mayo de 2013, Marcelino Bisbal, luego de la jubilación de Caroline B. Oteyza B., planteó un proyecto de reforma que consistía en vincular la comunicación con la cultura. Se comenzaría a ver a la sociedad misma como un conjunto de agentes, instituciones y organizaciones sociales que producía comunicación a través de prácticas concretas.

Necesaria relación entre los estudios de postgrado de Comunicación Social y el Centro de Investigación de la Comunicación, en la cual se establecería una agenda de trabajo que incluiría la organización de actividades y la prestación del servicio de docencia por parte de los investigadores del Centro para cubrir la oferta académica. Se trataría de un enriquecimiento mutuo en el cual se impartirían los contenidos obtenidos en el Centro en los distintos programas de estudio y se lograría la adquisición de información por parte de las líneas de investigación para sistematizar el conocimiento.

Además, se contemplaba la creación de observatorios de medios con el objetivo de realizar monitoreos para fortalecer políticas públicas en el sector comunicación. La iniciativa proponía estas líneas de investigación: *Comunicación integral de las organizaciones; Comunicación e imaginarios culturales urbanos; Sociedad del conocimiento y entorno digital; Medios, democracia y libertad de prensa y Estudios de comunicación, medios y cultura.*

La creación de una Comisión de Reestructuración del Centro de Investigación de la Comunicación convocada por el Decano de la Facultad de Hu-

manidades y Educación en su condición de Director encargado del Centro, Miguel del Valle Huerga, fue el primer paso para diseñar una articulación organizativa del CIC con la Escuela, el postgrado de Comunicación Social y los demás centros e Institutos de investigación de la universidad.

Seguidamente, para el periodo 2014-2017, asumió la dirección Carlos Delgado Flores.

Entre los proyectos destacados bajo su periodo, se encuentra *PAÍS 2.0*, una iniciativa que buscaba determinar qué país estaba surgiendo en el entorno digital, y *Estudio CAP*, que se planteaba establecer la percepción de la población local sobre la Población Colombiana en Necesidad de Protección (PNPI) para consecutivamente, generar procesos comunicacionales de sensibilización.

Finalmente, se dio a conocer el área de investigación de *UCAB MEDIA-LAB*, cuya actividad consistía en la creación de aplicaciones para manejar bases de datos relevantes en ámbitos como la cultura, la economía, la política y el desarrollo social. También abarcaba el desarrollo en las plataformas educativas basadas en web.

## La refundación del CIC (2018- En curso)

En el año 2018, el director del Centro de Investigación de la Comunicación, Dr. Gustavo Hernández Díaz, inicia su gestión con la búsqueda del establecimiento de la sinergia entre el CIC, la Escuela de Comunicación Social, sede Caracas y Guayana, el Postgrado en Comunicación Social y el Centro de Investigación Filosófica Humanística (CIFH). Se cuenta con el apoyo institucional de las autoridades universitarias, de los profesores José Francisco Juárez, Decano de la Facultad de Humanidades y Educación, Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, Humberto Valdivieso, y de los profesores del CIC, Edixela Burgos, Johanna Pérez Daza, León Hernández, Andrés Cañizález y Humberto Jaimes Quero.

En el campo administrativo, se reestructura el Consejo Técnico y este queda integrado por los profesores Yasmín Trak (Directora de la Escuela de Comunicación), José Luis Da Silva Pinto (Director del Centro de Investigación y Formación Humanística), Marcelino Bisbal (Representante del Postgrado de Comunicación), Andrés Cañizález (Investigador-docente del CIC) y Johanna Pérez Daza (Investigadora-docente del CIC).

El Centro también se incorpora al Plan Operativo Anual con el apoyo de la asistente administrativa Mauren Rebolledo. Esto permite visualizar la alineación de los planteamientos del organismo con el Plan estratégico UCAB 20-20.

Los investigadores dan clases en postgrado y pregrado y se consolida las áreas de *Comunicación Organizacional*, encabezada por Humberto Jaimes; *Videocultura* con la profesora Johanna Pérez Daza; *Estudios Sociales y Culturales de la Comunicación* a cargo de Edixela Burgos y Gustavo Hernández Díaz; y *Democracia y Derecho a la Información*, coordinado por Andrés Cañizález. Asimismo, desde el año 2019, el área de *Sociedad del Conocimiento y Entorno Digital* es presidido por León Hernández. Es importante destacar que a partir de esta reestructuración cada área comienza a generar sus propios productos de investigación.

La figura de Investigador Asociado es aprobada por el Consejo Técnico. También se incorpora a los becas-trabajo a los distintos estudios del Centro para lograr su formación como futuros investigadores.

Con el número correspondiente al año 2016-2018, se reinicia la publicación de la revista Temas de Comunicación y se incluye su visualización en el portal Saber Ucab. En el 2020, esta revista obtuvo el primer lugar de las revistas más consultadas en dicha página.

Entre los proyectos destacados en el Centro de Investigación de la Comunicación se inició el proyecto Reto País, Capítulo Comunicación, que aborda el consumo cultural en el marco de la compleja situación político-social-económica que se vive en Venezuela. Su fin principal es el análisis de los estudios en redes sociales en la región de América Latina para brindar información relevante y de calidad en dos sentidos; el desarrollo de políticas públicas de comunicación, educación y cultura y el diseño de metodologías educomunicativas en medios masivos y redes sociales. Su informe final fue presentado el 26 de noviembre de 2019 en la IV Feria del Libro del Oeste: La Universidad que Investiga.

Se han realizado artículos tales como: “La pedagogía digital y la educación 2.0”; “Periodismo y poder en la Revolución Bolivariana (1999-2001)”; “Imagen, mujer y twitter en Farmatodo”. También se publicaron libros como: “Pasquali: el último libro, la última entrevista y el último banquete”; “Prosumidores y comunicación en la era digital”.

En junio de 2019, el CIC contribuyó en el VII Congreso INVECOM con la presentación del documental en torno a la vida y obra del profesor Antonio Pasquali. También se hizo referencia al “Diccionario de Investigadores Venezolanos de la Comunicación” escrito por Jesús María Aguirre y Gustavo Hernández Díaz.

Entre los eventos, el CIC participó, el 21 de junio de 2019, en el Taller de Sistema de Evaluación Institucional de los Investigadores y realizó la Jornada EDUTIC en homenaje a José Martínez de Toda<sup>13</sup>.

Finalmente, el director del Centro, Dr. Gustavo Hernández Díaz, recibió el premio al primer lugar en la edición 2018-2019 de Premios de Investigación de la UCAB y para el año 2021, se estima iniciar con la estructuración de la Sala Antonio Pasquali, que albergará títulos para que los estudiantes de postgrado y pregrado tengan acceso al legado intelectual de este insigne investigador venezolano, referencia obligada en el ámbito internacional.

## Conclusiones

En el año académico 1992 se presentó el primer informe del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Este se transformaría en un organismo destacado en el desarrollo de aplicaciones multimedia con proyectos para empresas y medios reconocidos como El Universal, FESNOJIV, CONICIT y CNAC.

Además, en el transcurso de los años, adquiriría competencias en la plataforma web convirtiéndose en un referente académico tanto nacional como internacionalmente.

Con 28 años de trayectoria académica, el CIC plantea como misión producir investigaciones en el campo de estudios de Comunicación Social y Cultura con calidad, pertinencia y trascendencia, integrando enfoques dis-

13 Martínez De Toda, José. Badarán (La Rioja), España, 17 de marzo de 1934. Sacerdote jesuita. Nacionalidad venezolana. Licenciatura en “Filosofía y Letras”, Pontificia Universidad Javeriana (PUG), (Colombia, 1958). Master of Education por Loyola University de Chicago, Ill. (EE.UU., 1965), Master of Science (M. M.), Economics, por The University of Wisconsin, Madison, Wisc. (EE.UU., 1968), Doctorado en Ciencias Sociales con tesis sobre Comunicación Social (PUG, Roma, 1998) Promoción de Profesor ‘Incaricato’ a Profesor “Aggiunto” (PUG, 1999). Promoción de Profesor ‘Aggiunto’ a Profesor “Straordinario” (PUG, 2002). Diploma de Profesor en Ciencias Físico-Matemáticas, Facultad de Filosofía, Letras y Pedagogía, Pontificia Universidad Javeriana, (Colombia, 1958). Miembro del “Colegio Nacional de Periodistas” de Venezuela (1976). Director de Radio Fe y Alegría-Caracas (1982-1991).

ciplinares diversos que propicien la comprensión compleja de los fenómenos contemporáneos. Su trabajo es contribuir en las áreas de pregrado, postgrado y extensión universitaria, con miras a mejorar la sociedad, la democracia y la modernidad.

De esta manera el CIC demuestra contar con la capacidad intelectual requerida para seguir desenvolviéndose en una Venezuela con una situación política que ha causado una decaída en el interés por la investigación en diversos sectores de la sociedad. Curiosamente, este contexto fue el motivo de su creación y ahora se ha convertido en el impulso para continuar en la búsqueda de nuevos conocimientos.

Finalmente, el desarrollo de un país no solo se logra con políticas económicas. Es necesario un capital humano y una sociedad que cuente con los criterios adecuados para discernir con respecto a la aplicación de las mismas y su efecto en el ámbito comunicacional. Una sociedad ávida de libertad de ideas y de una mejora de calidad de vida requiere de un constante aprendizaje por parte del recurso humano para que este resguarde la objetividad y la pertinencia en los planteamientos que desee criticar, estudiar y conocer.

Dicho recurso es otorgado por el mismo Centro, el cual continúa consolidándose como aquel que guía sus propósitos a convertirse en un referente académico latinoamericano, preparar a las generaciones actuales y procurar asentar las bases para las generaciones que vienen.

Culminado este apartado, también hacemos mención a los profesores con una importante trayectoria a lo largo de este recorrido histórico: Caroline de Oteyza (1992-2013), Mabel Calderín (2001-2013), Leopoldo Tablante Alcalá (2001-2009), Andrés Cañizález (2004-Actualidad), Miladys Rojano (2004-2009) y María Soledad Hernández (2006-2013).

## Referencias bibliográficas

- Aguirre, J. y Hernández, G. (2018). *Diccionario Investigadores Venezolanos de la Comunicación*. Editorial ABediciones, UCAB.
- Alvarez, J, L. (18-21 de noviembre de 2002). *Investigación e investigadores de la comunicación: colombia 1970 – 1990, aportes al pensamiento latinoamericano*. Ponencia. II congreso internacional sobre pensamiento latinoamericano: la construcción de América Latina. Pasto, Colombia.

- <http://ceilat.udenar.edu.co/wp-content/uploads/2011/03/Investigaci%C3%B3n-e-Investigadores-de-la-Comunicaci%C3%B3n-Colombia-1970-1990.pdf>
- Áreas de Investigación. Portal web de la UCAB. <https://www.ucab.edu.ve/investigacion/centros-e-institutos-de-investigacion/cic/areas-de-investigacion/>
- Bosc- Bierne De Oteyza, C. (1992). La Investigación en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Revista *Temas de Comunicación* (2), 11-40. <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/issue/view/8/showToc>.
- Bisbal, M. (2013). *Proyecto de Reestructuración del CIC/UCAB*.
- Burgos, E. (5 de julio de 2020). Portal web de UCV. Edumedios. <https://ucvedumedios.wordpress.com/docentes/planta-de-docentes/edixela-burgos/>
- Burgos, E. (5 de julio de 2020). Educación y Experiencia. Perfil de LinkedIn. Recuperado el 5 de Julio de 2020 de <https://www.linkedin.com/in/edixela-burgos-43534737/?originalSubdomain=ve>
- Beltrán, L. (2006). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. *Dialnet*. 1-26. [http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion\\_para\\_el\\_desarrollo\\_en\\_latinoamerica.pdf?revision%5Fid=62744&package%5Fid=33044](http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion_para_el_desarrollo_en_latinoamerica.pdf?revision%5Fid=62744&package%5Fid=33044)
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (1993). Informe anual 1992-1993
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (1994). Informe anual 1993-1994
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (1995). Informe anual 1994-1995
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (1996). Informe anual 1995-1996
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (1997). Informe anual 1996-1997
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (1998). Informe anual 1997-1998

- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2002). Informe anual 2001-2002
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2003). Informe anual 2002-2003
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2004). Informe anual 2003-2004
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2005). Informe anual 2004-2005
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2006). Informe anual 2005-2006
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2007). Informe anual 2006- 2007
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2008). Informe anual 2007-2008
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2009). Informe anual 2008-2009
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2010). Informe anual 2009-2010
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2011). Informe anual 2010-2011
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2012). Informe anual 2011-2012
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2017). Informe anual 2016-2017
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2018). Informe anual 2017-2018
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2019). Informe anual 2018-2019
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2019). Plan Operativo Anual Período Académico 2019-2020.
- Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB. (2018). Proyecto de creación del Instituto de Investigaciones de la Comunicación y la Información (ICI).

- Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. (10 de julio de 2020). Wikipedia. [https://es.wikipedia.org/wiki/Centro\\_Nacional\\_Aut%C3%B3nomo\\_de\\_Cinematograf%C3%ADa](https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Nacional_Aut%C3%B3nomo_de_Cinematograf%C3%ADa)
- CIE, R. Adiós Rodríguez Ganteaume. (5 de julio de 2020) [http://w2.ucab.edu.ve/tl\\_files/sala\\_de\\_prensa/recursos/ucabista/oct96\\_2/ganton.htm](http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/sala_de_prensa/recursos/ucabista/oct96_2/ganton.htm)
- Ciencia y tecnología en Venezuela. (10 de julio de 2020). En Wikipedia. [https://es.wikipedia.org/wiki/Ciencia\\_y\\_tecnolog%C3%ADa\\_en\\_Venezuela](https://es.wikipedia.org/wiki/Ciencia_y_tecnolog%C3%ADa_en_Venezuela).
- Consejo de Redacción de la Revista Comunicación. (5 de julio de 2020). Portal web del Centro Gumilla. <https://gumilla.org/?p=page&id=1217966246>
- Consejo Universitario juramentó al Decano de Humanidades y Educación. (30 de marzo de 2012). Portal web de la UCAB. <http://w2.ucab.edu.ve/noticias/items/consejo-universitario-juramento-al-decano-de-humanidades-y-educacion.html>
- COMNET-AL. Red de Centros de Documentación en Comunicación en América Latina. Biblioteca de la Universidad Complutense. (5 de julio de 2020). <http://webs.ucm.es/BUCM/cd-rom/49.htm>
- Curriculum Vitae de Leopoldo Tablante.  
[http://w2.ucab.edu.ve/tl\\_files/CIC/recursos/tablante.pdf](http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CIC/recursos/tablante.pdf)
- Curriculum vitae de Hernández Bencid, María Soledad.  
[http://w2.ucab.edu.ve/tl\\_files/CIC/recursos/mariasoledad.pdf](http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CIC/recursos/mariasoledad.pdf)
- Curriculum vitae formato fonacit de Miladys Rojano de Trak. [http://w2.ucab.edu.ve/tl\\_files/CIC/recursos/miladys.pdf](http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CIC/recursos/miladys.pdf)
- Da Silva P, J.L. Currículum vitae. /Formato FONACIT. (5 de Julio de 2020) [http://w2.ucab.edu.ve/tl\\_files/CIFH/archivos%20pdf/curriculum%20profesores/joseluisdasilva.pdf](http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CIFH/archivos%20pdf/curriculum%20profesores/joseluisdasilva.pdf)
- Fundación del CIC. (2019). Testimonio de Entrevista realizada por Humberto Jaimes Quero a Emilio Píriz Pérez.
- Jaimes Quero, H. (5 de julio de 2020). Portal web de Wordpress. <https://en.gravatar.com/humberto68>
- Jiménez, T. (1991). *Departamento de investigación en la Escuela de Comunicación Social*. Trabajo de Grado para optar a la Licenciatura de Comunicación Social, Mención Publicidad.

Hernández Díaz, G. y Pérez Daza J. (Coord) (2020). *Prosumidores y comunicación en la era digital*. Editorial ABediciones.

[https://www.academia.edu/43019252/Prosumidores\\_y\\_Comunicaci%C3%B3n\\_en\\_la\\_Era\\_Digital](https://www.academia.edu/43019252/Prosumidores_y_Comunicaci%C3%B3n_en_la_Era_Digital)

Hernández, L. (2019). *Pasquali: el último libro, la última entrevista y el último banquete*. Caracas. ABediciones.

Luis Ugalde. (2020). *Biografía*. (5 de Julio de 2020). Wikipedia. [https://es.wikipedia.org/wiki/Luis\\_Ugalde](https://es.wikipedia.org/wiki/Luis_Ugalde)

Piriz, Emilio. Profesor: Historia del Arte/Paleografía/Teoría del Arte. Ex-Director de Biblioteca y Publicaciones en la UCAB. Ex-Director Esc. Com. Social. Profesor UCAB. <https://twitter.com/emiliopiriz?lang=es>

Portal web de la UCAB. Información institucional. UCAB 20-20. (5 de julio de 2020). <https://www.ucab.edu.ve/informacion-institucional/ucab-20-20/>

Portal web de Sistema Nacional de Orquestas y Coros Juveniles e Infantiles de Venezuela. El respaldo del Estado Venezolano. (10 de julio de 2020). <https://fundamusical.org.ve/historia/>

Rebolledo, M. Educación y Experiencia. Perfil de LinkedIn. (5 de Julio de 2020) [linkedin.com/in/copymanager/?originalSubdomain=ve](https://www.linkedin.com/in/copymanager/?originalSubdomain=ve)

Trak, Y. Educación y Experiencia. Perfil de LinkedIn. (5 de Julio de 2020). <https://www.linkedin.com/in/yasmin-trak-79733114/?originalSubdomain=ve>



---

## Radio Fe y Alegría. Una historia personal

---

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

El Instituto Radiofónico Fe y Alegría nace en 1975. En su momento, fue la respuesta ante la demanda que hiciera el jesuita José María Vélaz, fundador del movimiento de educación popular Fe y Alegría. En una asamblea realizada en Bolivia, en 1973, Vélaz incitó a que se generara un espacio institucional para la educación de adultos. Debe decirse que el llamado de Vélaz, justamente en Bolivia, tal vez haya respondido a lo que ya era una vigorosa experiencia en ese país andino, puesto que desde 1967 estaba funcionando Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL).

ERBOL había sido también un proyecto de inspiración católica. Los sacerdotes Gregorio Iriarte, director de radio Pío XII de Siglo XX; y José Gramount de Moragas, director de radio Fides, en aquella época figuran como los principales impulsores de una red de emisoras de la Iglesia católica, que ya tenían vida propia, y que en un determinado momento deciden enfocarse en la educación de los más pobres. Su misión inicial estaba encaminada a la alfabetización de campesinos e indígenas.

ERBOL, como otras tantas experiencias de educación radiofónica de América Latina se inspiró en la pionera Radio Sutatenza (Colombia), que ya desde la década de 1950 promovía las clases radiales. Al contrario de lo ocurrido en ERBOL, que se constituye a partir de emisoras que ya existían, en el caso de Venezuela nace primero la idea, se crea el IRFA y a partir de allí se parte a instalar emisoras de radio.

IRFA nació ya con la idea de contar con un conjunto de emisoras para conformar las escuelas radiofónicas en Venezuela, inspiradas en el modelo difusionista y asistencialista de Sutatenza. El modelo estaba basado en la

transmisión de clases grabadas, una reunión semanal con un orientador y la entrega de esquemas y materiales impresos.

En el caso de Radio Fe y Alegría Caracas dial 1390 AM, como parte del IRFA, se nombró en 1982 como director al jesuita José Martínez de Toda Terrero. Debe reconocerse que con la experiencia pastoral y comunicacional previa del Chepe, como se le llamaba a José, bajo su dirección se le inyectó un dinamismo que terminó haciendo de la señal un híbrido.

Cuando llegué a la radio, junto a Carlos Correa, a fines de 1985, el híbrido de la emisora estaba claramente dividido en dos grandes bloques de programación. De 6 de la mañana a 1 de la tarde se hacían programas de información, opinión y entretenimiento, luego arrancaba un largo bloque educativo que, en aquel momento, no le sacaba el jugo por completo al lenguaje radiofónico y estaba enfocado en dar clases que se transmitían por radio.

Las tensiones principales de aquel momento estaban dadas por el tiempo que cada dimensión, comunicación y educación, mantenía al aire. La lógica de educomunicación todavía no se hacía presente entre quienes estábamos en la experiencia hace 35 años. Si bien Martínez de Toda era el director de la emisora en Caracas, al frente del IRFA estaba el jesuita José Javier Castiella, quien fiel al mandato que había recibido del padre fundador estaba enfocado en las clases por radio y, sottovoce, manifestaba sus aprehensiones para los cambios que llevaran la señal a otro terreno.

Carlos Correa y yo nos hicimos amigos prácticamente desde que arrancamos la carrera de comunicación social en la Universidad Católica Andrés Bello, en octubre de 1983. El que ambos fuésemos “provincianos” en Caracas creo que nos acercó. Cuando llegamos al tercer año de estudios, a partir de octubre de 1985, no sólo habíamos hecho muchos trabajos de forma conjunta, sino que también habíamos estado en la búsqueda de vincularnos al análisis y la participación social.

Aquello nos llevó incluso a inscribirnos, de forma paralela a la UCAB, en la escuela de Sociología de la Universidad Central de Venezuela; o a estar en la búsqueda de proyectos sociales con los cuales colaborar. No pocas veces tocamos puertas en oficinas de lo que entonces era la organización no gubernamental de referencia en Venezuela, el Centro al Servicio de la Acción Popular (CESAP).

El último trimestre de 1985, cuando lo veo en perspectiva, fue el momento en que nos cambió la vida. Teniendo como profesores a dos jesuitas vinculados al mundo comunitario y la reflexión sobre el país y la comunicación, el propio Martínez de Toda y Jesús María Aguirre, ambos nos interpelaron a Carlos y a mí. De las conversaciones, preguntas y búsquedas al finalizar las clases, surgieron invitaciones a que saliéramos de las aulas de clase y nos metiéramos, literalmente, en la candela.

Primero fue el Chepe que cerrando el año 1985 nos dijo que nos acercáramos a la radio, y más entrado 1986 el “Chusma”, como se le llamaba a Aguirre, invitó a Carlos a ser parte de la revista “Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación”, que había sido adscrita al Centro Gumilla tras la decisión de la Compañía de Jesús de disolver el centro de comunicación popular “Jesús María Pellín”.

En forma simultánea, Aguirre me incorporó en el consejo de redacción de “Informa. La otra información”, un boletín mimeografiado que se hacía en la sede de la Juventud Obrera Católica (JOC), en el barrio El Guarataro, con participación de varios activistas de primera línea que habían identificado la necesidad de difundir información alternativa a la de los medios masivos comerciales. El sacerdote e impresor Pablo Priou era el alma y corazón de Informa.

## Sábado Popular

Como fueron muchas de las decisiones de José Martínez de Toda Terrero, había mucha energía y voluntad, pero a veces sin planificación. De esa forma llegamos a la sede en Coche (Caracas) de Radio Fe y Alegría un día, que había sido concertado previamente con el Chepe, pero la sorpresa de todos allí fue mayúscula cuando anunciamos que nos presentábamos para iniciar nuestra pasantía. Nadie lo sabía.

Tras algún tiempo, que creo fue corto en realidad, en el que una persona de la radio nos ponía a sacar fechas de cumpleaños del listado de los inscritos en IRFA, para simular que se habían recibido llamadas para felicitar a los cumpleañoseros, se nos abrió la oportunidad de tener un programa propio. Así nació “Sábado Popular”, que fue durante bastante tiempo motivo de orgullo.

Enfocados como estábamos entonces, en lograr la participación popular en la radio, nos paseamos por diversas estrategias. Al inicio, cuando nadie llamaba o no habíamos adquirido confianza para lanzarnos a buscar a la gente

en plazas o mercados, también en la etapa inicial sacábamos fechas de cumpleaños de la lista de inscritos en el IRFA.

Ya la radio de Caracas había tenido antecedentes de experiencias de participación popular, de abrir los micrófonos para el pueblo. Una de estas fue el programa Gente de Barrio, que se estableció en 1983. En aquellos años de producción de “Sábado Popular” nos inspiraba el espacio “De Todos para Todos”, de Radio Occidente, en Tovar, estado Mérida. En aquella época bajo la dirección de Ricardo Silguero, la emisora diocesana estaba alineada con una estrategia de educación y participación popular que la hermanaba con la experiencia de Radio Fe y Alegría Caracas.

“Sábado Popular” nació como una radio revista informativo-musical. Estábamos obsesionados con brindar informaciones alternativas y empoderar un emisor-sujeto popular. Con la participación en la radio, creíamos, habría una toma de conciencia crítica. Hacíamos un esfuerzo por tener un lenguaje sencillo, ameno y popular, y aquello era una tarea ya que, en la UCAB, como cualquier universidad, nos demandaba precisamente lo contrario.

Teníamos un grupo de secciones fijas: Noticias comunitarias, nacionales e internacionales; y secciones variables: periódicos populares, revistas y música latinoamericana, iglesia y organizaciones populares, y una dedicada a las mujeres. La sección la hacíamos con Inocencia Orellana, entonces un referente de la red de mujeres de CESAP. Luego ella pasó a tener un programa propio varias veces a la semana en la emisora de Caracas.

Otro compañero de nuestra experiencia ucabista, Juan Carlos Urbina, hizo parte del recorrido radial en la época de “Sábado Popular”, de hecho, los tres pudimos sistematizar la experiencia en un libro que coordinó Jerry O’Sullivan, profesor nuestro en la UCAB, generado en la materia electiva “Alternativas Comunicacionales en Venezuela”, de 1986-87. Esa fue mi primera contribución con un libro, que salió al público en 1989.

Vivimos un momento de tensión fuerte. Desde el programa a fines de 1986 le dimos una cobertura amplia a las protestas que ocurrían en La Vega, en Caracas. Los vecinos reclamaban que se hiciera realidad el decreto presidencial de desalojar la fábrica “Cementos La Vega”. Una serie de derrumbes de viviendas populares ocurrían, según los vecinos, por las explosiones relacionadas con la explotación de cemento. De un momento a otro terminamos siendo el único medio que le daba micrófono a esta protesta popular.

Supimos poco después de que la familia Delfino, propietaria de la fábrica, había presionado a diversos medios. En el caso de Fe y Alegría hasta le retiraron el apoyo que le daban a todo el movimiento de educación popular, como medida de presión.

Aquel caso motivó una seria discusión que involucró al director, coordinadores y hasta al administrador. Algunos se inclinaban por no molestar a una familia que había dado tanto apoyo a Fe y Alegría. Hasta Marcel Granier había llamado, cosa que resultaba fuera de lugar, según lo entendí entonces. Carlos y yo, sin habernos puesto de acuerdo previamente, sostuvimos una posición muy clara en medio de fuertes emociones. Con lágrimas en los ojos sostuvimos que, si no éramos consecuentes con lo que pregonábamos, de darle voz al pueblo, sencillamente nos iríamos de la radio. Recuerdo claramente que Martínez de Toda Terrero se la jugó no sólo por nosotros, sino por la independencia editorial de la emisora. Nos mantuvimos al aire.

De aquel espacio sabatino, cuya producción nos demandaba unas cuantas horas especialmente cuando se acercaba el fin de semana, junto con Carlos dimos el salto a hacer un programa informativo diario al que titulamos “Tomando Café”. No guardo un registro exacto de cuando comenzamos a estar al aire con aquel programa matutino que se iniciaba a las 6.30 AM. Antes de ir a la radio, pasábamos por el centro de Caracas para comprar los periódicos del día a los distribuidores y teniendo eso como materia prima nos lanzamos a hacer entrevistas a analistas, dirigentes políticos y activistas de la sociedad civil.

Aquello debió ser a inicios de 1987. El entusiasmo y la dedicación que le poníamos a aquellas tareas, que aún hacíamos siendo pasantes, llevó en algún momento a que se creara el departamento de prensa, casi que, en paralelo con el programa matutino. El departamento éramos sólo dos personas, Carlos Correa y yo, pero ya estábamos en nómina. Carlos fue nombrado coordinador de aquel departamento cuya estructura formal –una iniciativa de Martínez de Toda Terrero- nos permitió recibir pasantes. Junto con el crecimiento vino la responsabilidad de producir un informativo meridiano.

Fue una época de capacitaciones e intercambios diversos que se hicieron con el acompañamiento de la Asociación Latinoamericana de Educación Radifónica (ALER), tanto en Venezuela como en otros países. La particular condición de que la emisora de Caracas funcionara en una gran ciudad, siendo en realidad una experiencia marginal dado que no lograba impactar al conjunto de la sociedad, generó muchas discusiones con los capacitadores de

ALER, ya que muchos de ellos provenían de muy valiosas experiencias radiofónicas pero centradas en zonas rurales o indígenas. Caracas era otra cosa y aquello nos desafiaba.

Una estrategia que acordamos fue centrarnos en zonas clave de Caracas donde ya habíamos creado lazos: La Vega, El Junquito, Catia, Propatria. Siendo ambos muy jóvenes, y teniendo ya la responsabilidad de ayudar a codirigir un medio, ya que en eso el Chepe tenía la política de dejar hacer, una vez que queríamos dar un vuelco a la programación apelamos un autor ficticio, Joseph Horse, del cual en teoría estábamos tomando puntos de referencia para impulsar aquella transformación. En verdad, eran nuestras ideas inspiradas en capacitaciones y experiencias que ya habíamos visto en otros lados.

La tensión entre lo tradicional, él ya lo venimos haciendo de esta forma, y la idea de que debíamos innovar, estaba muy presente en aquella época. Sosteníamos reuniones cotidianas y prolongadas, con nosotros mismos, nosotros con la dirección, la parte de prensa y programación de radio con los equipos de educación.

Gozamos de algunos recursos, no sólo para pagar inicialmente pasantes, sino que con el paso del tiempo se amplió el equipo de prensa. Carlos por 1988 pasó a ser el coordinador de la radio y yo pasé a ser el coordinador de prensa. Pudimos contratar oficialmente el servicio de noticias de Inter Press Service (IPS), que era una de nuestras demandas, ya que no queríamos reproducir las informaciones internacionales convencionales. Ya habíamos tenido la deferencia de que Omar Luis Colmenares nos enviara sobres cargados de noticias, con Rosario Pacheco, otra colega ucabista que estuvo un tiempo con nosotros, que sacaban de las salas de los servicios internacionales que recibía El Nacional. Tener el teletipo de IPS sonando en nuestra oficina fue un hito importante en aquel momento. Tanto para nosotros, como para IPS que estaba siempre necesitaba de ganar clientes.

En 1988 ya éramos una referencia informativa. Cuando en 1985 Martínez de Toda preguntó en nuestro salón de clases, de tercer año, quiénes conocían Radio Fe y Alegría nadie levantó la mano. Carlos y yo tampoco sabíamos que Fe y Alegría tenía una emisora. Tres años después ya hasta podíamos seleccionar pasantes entre diversos postulantes, teníamos una red de voceros populares previamente capacitados por nosotros mismos en barrios caraqueños, y si mal no recuerdo en aquel año tuvimos operativa lo que sería sin duda una

gran novedad y terminaría haciendo la diferencia, una unidad móvil equipada para transmisiones remotas.

Al leer “Aventuras Jesuitas”, la memoria del Chepe en sus diversas experiencias en la Compañía de Jesús en Venezuela, pude corroborar lo importante que fue la cooperación internacional para el desarrollo, especialmente de la iglesia católica alemana a través de Adveniat. Aquella cooperación permitió impulsar varios de los proyectos y fortalecer, según veo ahora, la parte periodística de Radio Fe y Alegría Caracas en aquella segunda mitad de la década de 1980. Gracias a las gestiones del director se logró mejorar notablemente la señal con la incorporación de un transmisor potente que fue donado por Petróleos de Venezuela (PDVSA).

La dimensión de educación por radio tenía vías de financiamiento tanto por el cobro de matrículas como por la dinámica que permitía que el personal docente de Fe y Alegría, y en aquella época se incluyó al IRFA, fue absorbido en los convenios de la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC) con el Ministerio de Educación a partir de 1990.

Las tensiones presentes en aquellos años, entre lo periodístico y lo educativo, quedan claramente reflejadas en el disgusto que le causaba al fundador la programación informativa y musical de Radio Fe y Alegría: “Al P. Vélaz no le gustaban estas novedades. Decía que una radio educativa se contentaba, además de las clases, con Bach y Beethoven”, cuenta Martínez de Toda en sus “Aventuras Jesuitas”.

La experiencia acumulada y el camino que se allanaba para que Martínez de Toda asumiera la dirección de Radio Selecta en Maracaibo permitió que en 1988 fuese yo al Zulia a asesorar al equipo que, según el Chepe, iba a replicar lo que ya nosotros habíamos hecho en Caracas. De aquella semana se mantuvieron a lo largo de décadas, incluso con más fidelidad que yo al proyecto, profesionales muy valiosos como Gerardo Lombardi, Rogelio Suárez y Javier Barrios.

Aún hoy lo que rodeaba a Radio Selecta no me quedó del todo claro. Las memorias de Martínez de Toda Terrero permiten ver un conflicto por el control de la estación que terminó por resolverse con la mediación de abogados. El nombre de Radio Selecta desapareció para convertirse en Radio Fe y Alegría Maracaibo, luego se hicieron gestiones para tener la señal 850 AM. Allí se logró empoderar a este grupo de entonces jóvenes profesionales (Lombardi, Suárez y Barrios) quienes cimentaron un trabajo tanto en lo educativo como

lo periodístico, con mucho menos tensiones dada la natural inclinación de Gerardo a caminar sin conflicto entre ambas aguas.

Personalmente me sentí, durante bastante tiempo, corresponsable de lo que comenzaron a realizar los compañeros maracuchos. Puesto que se enfatizaba mucho la idea de que debíamos enseñarle sobre lo que habíamos hecho en Caracas, y ellos replicarlo en Maracaibo. Ya luego ellos hicieron su propia historia, que merece un texto específico.

## El Caracazo

Un hecho que cimbró nuestra experiencia fueron los sucesos que rodearon a “El Caracazo”, entre fines de febrero e inicios de marzo de 1989. Como a muchos ciudadanos aquello nos pescó por sorpresa, pese a nuestra presencia y relación con líderes de diversas comunidades populares de Caracas, que eran muy sólidas en aquel momento, no tuvimos la más mínima sospecha de lo que venía.

Dentro de las capacitaciones que veníamos haciendo con ALER se produjo un cambio metodológico. Pasamos de los talleres de 2 ó 3 semanas, aislados de la rutina diaria de trabajo, a esquemas en los cuales el capacitador externo e insertaba con el equipo de la radio en su rutina. Teniendo esto como foco coincidió la presencia del capacitador Andrés Geertz, un sólido referente por su dilatada experiencia, con la toma de posesión de Carlos Andrés Pérez en febrero de 1989.

Algo que discutíamos entonces era cómo sin dejar nuestra alma popular, aquel compromiso con las comunidades y dirigentes vecinales, podíamos darles cobertura a las fuentes de poder. La coincidencia de la visita de Geertz y la toma de posesión nos permitió dar el salto. Recuerdo la cara de sorpresa de Estrella Gutiérrez, entonces directora de IPS en Venezuela, quien, sorprendida de nuestra presencia, de la emisora popular en los pasillos del entonces fastuoso Caracas Hilton, sólo atino a saludarnos con un “y ustedes qué hacen aquí”. Sí, era una gran novedad, especialmente para nosotros.

Estuvimos ante una impresionante toma de posesión con centenares de figuras relevantes de la política y economía internacional, con quien te podías cruzar y conversar en los pasillos del hotel, junto a unas dos docenas de presidentes y jefes de Estado, éstos sin fuertemente custodiados, en medio de agasajos, una sala de prensa a la que no se le negó nada, y un aire de que Venezuela era un gran país que envolvía todo. Con aquello, fresco en la memoria,

era impensable que reventara tan temprano un estallido social para el segundo gobierno de Pérez.

Periodísticamente vivimos una prueba de fuego. Recuerda Martínez de Toda: “mientras casi todas las 27 emisoras de Caracas se silenciaron por la ausencia de periodistas y técnicos, o simplemente ponían música clásica, decidimos en Radio Fe y Alegría acompañar a la gente en aquellos días de espanto, informar de lo que estaba pasando, recoger en el teléfono las llamadas de auxilio, tranquilizar a la población. Nuestros periodistas salían a la calle a cubrir los acontecimientos, mientras Caracas era una balacera, y por las autopistas no circulaba ningún carro”.

Los días de saqueo fueron duros, sin duda alguna, hicimos un esfuerzo por llamar a la calma. Además de reportar lo que ocurría, dábamos espacio a los mensajes oficiales y a las voces de la Iglesia católica llamando a la cordura. Luego vino lo peor. La dura represión, ante la incapacidad de que se reestableciera el orden. En mi memoria está la llamada de una señora, que tirada en el piso llamó a la radio, nos decía están disparando a diestra y siniestra, cuando ella hacía una pausaba claramente se escuchaban los disparos. Todo aquello salía al aire.

Ser la única voz, en medio del silencio que simbolizaba en aquel contexto la música sacra que se transmitía, fue una dura prueba para todos los que formábamos parte del equipo periodístico. No tuvimos dudas, ni el director, ni nosotros, que hacíamos lo correcto al seguir al aire informando y tratando de dar un mensaje de calma, llamando a la sindéresis.

Muchísimos ciudadanos en medio de su desesperación, ya que se había implantado un toque de queda, descubrieron el dial 1390 AM. Eso, por cierto, quedó reflejado en el estudio que meses después hiciera Jesús María Aguirre sobre cómo se informaron los caraqueños durante los sucesos del Caracazo. El entonces ministro del Interior, Alejandro Izaguirre, presionó en las altas esferas de la Iglesia católica y del propio movimiento de Fe y Alegría para que nos calláramos.

No fue una orden directa de censura, pero siendo el interlocutor un alto funcionario de gobierno, la jerarquía católica y de la Compañía de Jesús entendió que era el momento de apaciguar los ánimos. Seguimos comentando lo que pasaba, pero se nos ordenó no sacar llamadas telefónicas en vivo que pudiesen alterar los ánimos.

Fue otro momento de preguntarnos si debíamos seguir, con aquellas condiciones, o renunciar y armar un escándalo para denunciar la restricción. Decidimos quedarnos, entendíamos (y no me arrepiento de esa decisión) que en esa hora tan delicada era mejor para la sociedad venezolana que aquella ventanita llamada Fe y Alegría siguiera al aire a que no hubiese, sencillamente, ninguna.

## Un intento de balance. A modo de cierre

A fines de aquel 1989, Carlos Correa y yo defendimos nuestro trabajo de grado en la UCAB. Bajo la tutoría de Jesús María Aguirre, presentamos una investigación cualitativa que le pusimos un título muy en la línea de lo que había sido nuestro objetivo al llegar a la emisora 4 años atrás: “El pueblo tiene la palabra: Evaluación de la experiencia de comunicación popular de Radio Fe y Alegría”. Extraigo algunos hallazgos y conclusiones de aquel texto, que sirvan para cerrar esta historia personal sobre la experiencia que tuvo la emisora en la segunda parte de la década de 1980.

Después de 4 años nos parecía que ya existía una relación sólida con organizaciones sociales intermedias y con liderazgos vecinales, y justamente junto a ellos evaluamos lo que había sido el trabajo realizado. La idea que nos movía no era sólo analizar externamente las audiencias de los medios, sino revisar conjuntamente con esas audiencias el papel que se había hecho desde el proyecto de comunicación popular, ese que habíamos llevado adelante, inicialmente de forma más intuitiva y con el paso del tiempo más elaborada.

Radio Fe y Alegría se encontraba en aquellos años en una dinámica propia de instituciones que combinan diversos medios de acción. La condición híbrida, a la que nos hemos referido, es una de las características del período en el cual Martínez de Toda Terrero es director (1982-1991) y del cual he podido hablar con más propiedad porque coincide con mi vinculación laboral (1985-1990) con este proyecto.

Durante todo este tiempo he mantenido comunicación e intercambio con los directores nacionales de la Red Nacional una vez que salió el Chepe al exterior: Carlos Correa (1991-1998), José Rafael Roca (1998-2007), Gerardo Lombardi (2007-2018) y Luis Sánchez (2018-actual). En 2014 regresé a Radio Fe y Alegría para conducir el programa nacional “En Este País”, en el que revisamos el acontecer noticioso venezolano.

En esta segunda etapa, con cinco lustros de por medio entre una y otra, observo una estrategia acoplada entre la dimensión periodística y educativa. Sin ser parte de la institución, aplaudí que desde los años 90 se superara el concepto de clases por radio para definirse como emisoras informativas, educativa y de entretenimiento.

Y también, fue un cambio de paradigma, que con la llegada del siglo XXI se asumiera a cabalidad como modelo el trabajo en red, siendo ya en 2002 –como lo apuntan Verónica Hernández y Beatriz Borjas ese año- la Red Nacional de Radio Fe y Alegría. Desde entonces, esta figura destaca en el público por encima de la denominación que dio origen a toda esta historia, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría.

## Referencias bibliográficas

- Aguirre, J.M. (1990) Encuesta de opinión sobre el papel de los medios de comunicación en el estallido de febrero de 1989 en *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*, N° 70, 26-62. Fundación Centro Gumilla.
- Barrios, J. y Urdaneta, B. (2002) “Desenredando los nudos del silencio” en *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*, N° 119, 26-31. Fundación Centro Gumilla, Caracas.
- Borjas, B. y Soto, M.C. (2002) *La campaña bolivariana de alfabetización. Una experiencia de Fe y Alegría en Venezuela*. Federación Internacional de Fe y Alegría.
- Borjas, B. y Hernández, V. (2003) *La Red Nacional de Radios. Una experiencia de Fe y Alegría en Venezuela*. Federación Internacional de Fe y Alegría.
- Cañizález, A. y Correa, C. (1991) “El pueblo tiene la palabra: evaluación de la experiencia de comunicación popular de Radio Fe y Alegría”, en *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*, N° 74, pp. 75-95. Fundación Centro Gumilla.
- ERBOL (18 de julio de 2017). 50 años de Educación Radiofónica de Bolivia. <https://eju.tv/2017/07/50-anos-de-educacion-radiofonica-de-bolivia-erbol/>
- Hernández, A. (2012) A 10 años del golpe de Estado en Venezuela: ¿Cuál fue el papel de Radio Fe y Alegría? en *Temas de Comunicación*. N° 25. pp. 164-191. Universidad Católica Andrés Bello.

- Lugo-Ocando, J. Cañizález, A. y Lohmeier, C. (2009). Escuchar para creer: la radio de servicio público y la Iglesia católica en Venezuela” en *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*, N° 146, pp. 76-86. Fundación Centro Gumilla.
- Martínez de Toda Terrero, J. (2020). *Aventuras Jesuitas*. Mimeo. Documento no publicado. Caracas.
- Morad, G. (20 de agosto de 2017). Radio Sutatenza: la primera revolución educativa del campo para el campo. <https://www.radionacional.co/noticia/campesinos/radio-sutatenza-la-primera-revolucion-educativa-del-campo-campo>
- O’Sullivan, J. (1989). *Alternativas comunicacionales en Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello.



---

## Medianálisis: una década respondiendo al país

---

MARIELA TORREALBA

En este texto abordamos el surgimiento, desarrollo y análisis de la Asociación Civil Medianálisis que en abril de 2020 cumplirá una década de vida durante la cual han dictado 92 talleres de capacitación y organizado 159 foros, en los que han participado 7322 personas; han realizado 21 reportes e informes de investigación; realizaron durante 6 años un *Ranking de Medios Socialmente Responsables* y durante 5 años realizaron una encuesta cara a cara más de 300 periodistas en cada oportunidad. Debe destacarse que Medianálisis que fue fundada en Caracas y hoy cuenta con presencia constante en Caracas y con sede en Barquisimeto, se concibió desde sus orígenes como una organización de alcance nacional que durante esta década de vida ha alcanzado 14 estados del país.

En un primer momento presentaremos cómo el surgimiento de esta Asociación es una respuesta a su momento histórico; seguidamente daremos cuenta de sus orígenes y propósitos. Luego haremos énfasis en su desarrollo institucional a través del análisis de sus productos de investigación y cerramos con una breve consideración sobre sus actividades de capacitación para dar paso a la presentación de las transformaciones y cambios que ha vivido en su desarrollo y que apuntan a su devenir.

### Una respuesta a su tiempo

Pese a la expansión de escuelas y cursantes en Comunicación Social en Venezuela durante la segunda mitad del siglo XX, ante el milenio nos encontrábamos institucionalmente desasistidos para el estudio e investigación de la

comunicación social, en buena medida por la crisis de la universidad pública que había minimizado la investigación sobre el periodismo y la comunicación restringiéndola al accionar individualizado de docentes e investigadores.

Los cambios por venir en la comunicación social asociados con las violaciones a la libertad de expresión encontraron al país inerme y desasistido institucionalmente para el análisis de estas problemáticas. Así diversos sectores de la sociedad civil empiezan a organizar estudios de violaciones a la libertad de expresión e información, al punto que será a partir del año 2002, cuando empezamos a contar con registros sistemáticos como los que se emprenderían a partir de entonces, realizados por organizaciones como Ipys, Espacio Público y Provea. Y sería en el año 2007 cuando se crea en la Isla de Margarita la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (Invecom), como miembros de la ALAIC.

En este marco, en el año 2009 Andrés Cañizález<sup>14</sup>, Elsa Piña y otros investigadores de diversas áreas del conocimiento empiezan a reflexionar sobre la necesidad de una organización que estudie e incida en el desarrollo del periodismo y no sólo en la problemática más urgente y más visible de violaciones a la libertad de expresión e información.

## Del momento fundacional

La necesidad de trascender los estudios de violaciones a la libertad de expresión fue el elemento que motivó a los fundadores de Medianálisis para su creación y cómo muchas iniciativas sociales de los últimos años las primeras reflexiones se dieron en la cocina de los fundadores. Después de muchas discusiones fijaron su misión:

Medianálisis es una organización sin fines de lucro dedicada al estudio sistemático de los medios de comunicación venezolanos, su incidencia y relación con la audiencia; del mismo modo analiza el trabajo periodístico que desarrollan los medios en temas relacionados con el desarrollo y la democracia, con el propósito de incidir en su funcionamiento, el ejercicio del periodismo y los procesos sociales relacionados con la comunicación.<sup>15</sup>

14 Debe destacarse que Cañizález participó como miembro fundador de los primeros estudios sistemáticos sobre violaciones a la libertad de expresión en el país. Igualmente recorrió el país de la mano de Erick Torrico, presidente de la ALAIC en el 2007 impulsando la organización de los investigadores venezolanos que consolidaría en la fundación de Invecom en abril de 2007.

15 [https://medianalisis.wordpress.com/mision\\_y\\_vision/](https://medianalisis.wordpress.com/mision_y_vision/)

La misión, visión, objetivos y valores de la organización expresan la preocupación por el estudio del periodismo, trascendiendo la preocupación investigativa puramente académica al considerar como elemento central la consideración central del impacto de éste en la vida social, en el desarrollo y en la democracia.

El primer Comité Directivo de Medianálisis estuvo integrado por Andrés Cañizález, como Director General; Elsa Piña como Directora Ejecutiva (ambos con vínculos con la UCAB) y Gloria Carrasco como Directora de Proyectos (investigadora y experta en el área de proyectos). También se integraron como asociados los profesores e investigadores Carlos Arcila (ULA), Miguel Ángel Latouche y Mariela Torrealba (UCV); y, Pedro Valladares (abogado con estudios en el área sindical y comunicación política).

Este grupo fundacional era un equipo de profesionales de diversas áreas del conocimiento que registraron Medianálisis como una Asociación Civil sin fines de lucro a partir del 30 de marzo de 2010 ante el Registro Público del Municipio Chacao del Estado Miranda, en este documento se encuentra el Acta Constitutiva y los Estatutos. Para iniciar sus actividades les fue facilitada una oficina en el Parque Social de la UCAB y con unos equipos prestados y un primer logo realizado por Adriana Carmona se empezó a trabajar. Explica Elsa Piña, que iniciaron en paralelo la observación y análisis de los medios con el dictado de talleres y reuniones con los medios de comunicación social.

## Construcción de una organización

Consistentes con sus postulados fundacionales Medianálisis inicia el estudio sistemático del periodismo en Venezuela y de su primer bienio conviene destacar como el equipo aborda la cobertura informativa que dan los medios impresos al cambio climático<sup>16</sup>, a la democracia<sup>17</sup> y a la pobreza<sup>18</sup> según expli-

16 2011, Cambio Climático: un tema ausente en la prensa venezolana. En: <https://www.medianalisis.org/cambio-climatico-un-tema-ausente-en-la-prensa-venezolana/>

17 2011, Contribución de los medios de comunicación impresos a la democracia en Venezuela, a partir de la pluralidad de fuentes informativas, la participación ciudadana y el “*media accountability*”. En: <https://www.medianalisis.org/contribucion-de-los-medios-de-comunicacion-impresos-a-la-democracia-en-venezuela-a-partir-de-la-pluralidad-de-fuentes-informativas-la-participacion-ciudadana-y-el-media-accountability/>

18 2012. Voces de la pobreza: ¿quién habla de y por los pobres en la prensa venezolana? En <https://www.medianalisis.org/voces-de-la-pobreza-quien-habla-de-y-por-los-pobres-en-la-prensa-venezolana/>

ca Elsa Piña, su Directora Ejecutiva hasta diciembre de 2015, quien además fue responsable de las tres primeras investigaciones referidas.

Pero será un estudio concluido de manera diferente a lo originalmente planificado<sup>19</sup> lo que definirá el curso investigativo y de monitoreo de la acción pública lo que definirá a la organización durante sus primeros años.

A partir del año 2012 e inspirados en las categorías desarrolladas por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) de los Indicadores de Desarrollo Mediático, Medianálisis aborda una investigación de la que se desprende, como la llaman sus responsables Luz Delia Reyes y Andrés Cañizález, una *Incompleta radiografía del periodismo y desarrollo mediático en Venezuela*. Esta investigación aporta información que se deriva de encuestas realizadas a 43 periodistas, quince directivos de medios impresos, dieciséis directivos de radio y televisión, diez universidades, cinco asociaciones de medios, organizaciones no gubernamentales, y veintitrés medios comunitarios de Venezuela.

A esta radiografía y, parcialmente, inspirados por los indicadores de la Unesco se sumarán dos esfuerzos sistemáticos que han sido centrales en la vida de Medianálisis: el *Ranking de Medios Socialmente Responsables* (2012-2017) y el *Estudio Situación del Periodismo en Venezuela* (2015-2019).

En el año 2012, Medianálisis iniciaría el desarrollo del *Ranking de medios socialmente responsables* que evaluarían el desempeño de los medios en cuatro variables clave que dan cuenta de su responsabilidad social y contribución a la democracia: Transparencia, Participación Ciudadana, Compromiso Social y Calidad Periodística (ver estudio de Carrasco y Piña, 2014). El Ranking se realizaría hasta el 2017<sup>20</sup>. Pero ya desde el 2014 se presentaba un nuevo panorama mediático. A partir de este año la empresa mediática nacional vivió de forma acentuada un proceso de restricción y cooptación de la misma que llevó a la industria de medios impresos del país de más de 100 diarios que circulaban ese año a los menos de 30 que sobreviven, hoy en día, con escasa

19 En el año 2011 la Unesco propuso a Medianálisis coordinar para Venezuela una investigación sobre los Indicadores de la Comunicación para el milenio. El cierre de la oficina de Unesco en Ecuador que coordinaba el trabajo latinoamericano por falta de fondos hizo que el estudio no se realizará como estaba previsto, según explicó Elsa Piña, quien fuera la Directora Ejecutiva de Medianálisis en su primer quinquenio.

20 <https://www.medianalisis.org/ranking-de-medios-socialmente-responsables-en-calidad-periodistica-2017/>

paginación y muy restringida circulación, que se deriva de la acentuación del cercenamiento de las libertades informativas y ciudadanas en el país.

En el 2018<sup>21</sup> el equipo de Medianálisis decidió no continuar el *Ranking de Medios Socialmente Responsables* dado que se estaba evaluando la responsabilidad social de empresas pequeñas y muy pequeñas<sup>22</sup> que sobrevivían en precarias condiciones. Del *Ranking* se realizaron 6 ediciones, las cuales fueron además compartidas con las empresas informativas, muchas de las cuales adoptaron algunas de sus recomendaciones<sup>23</sup>, cumpliendo así Medianálisis su propósito de incidir en la práctica de la industria periodística del país.

Vistos los cambios que ocurrían en el espectro mediático nacional desde 2014, Medianálisis empieza en el 2015 la realización de una encuesta cara a cara a más de 300 periodistas en por lo menos 8 ciudades del país. Dicha encuesta *Situación del Periodismo en Venezuela* fue realizada por la organización durante 5 años y aportó elementos de comprensión de la situación mediática y de las condiciones del sociales y laborales del periodista de particular importancia. En el año 2018 se editó conjuntamente con la Universidad Católica Andrés Bello, un libro *El Periodismo en Venezuela, los años duros* en el cual se establecen las coordenadas centrales del periodismo en el país desde la perspectiva de los periodistas y a través de los datos que se derivan de estos estudios.

El *Estudio Situación del Periodismo en Venezuela*, año a año, dio a conocer la precariedad laboral de los periodistas en Venezuela y aportó elementos de comprensión del contexto editorial, censura, autocensura, autorregulación y calidad periodística. El ciclo de este estudio no se ha agotado, pero el equipo de Medianálisis optó por espaciar la realización de este tipo de trabajos por su altísimo costo y, sobre todo, porque los cambios que se dan en el espectro mediático del país, demandan la realización de un nuevo tipo de investigaciones.

21 Experimentalmente el equipo de Medianálisis realizó durante 2018 un Ranking de influencia en redes sociales <https://www.medianalisis.org/ranking-de-influencia-en-las-redes-sociales-de-los-medios-de-comunicacion-venezolanos-segunda-edicion/>

22 La Encuesta de Situación de Periodismo en Venezuela realizada en el año 2019 por Medianálisis confirmó que en el país persisten empresas pequeñas con menos de 20 trabajadores.

23 Explica Piña que la presentación del 1° Ranking a los directivos de los medios fue muy difícil, pero que a partir del 2° o 3° Ranking los directivos de los medios recibían y aceptaban las sugerencias y recomendaciones e incluso se “manifestaban entusiasmados como niños que esperan su boleta y sus calificaciones”.

Dada la situación de emergencia humanitaria compleja y la migración masiva y vertiginosa que vive el país a partir de 2018, Medianálisis se propuso, como eje de sus actividades de investigación para los próximos años, el estudio sistemático de la cobertura periodística de temas que como la crisis humanitaria<sup>24</sup> y la migración<sup>25</sup> son hoy centrales en Venezuela. En paralelo sus asociados y en particular su director y fundador Andrés Cañizález, publican regularmente artículos de opinión y ensayos sobre las problemáticas que afectan al periodismo y a la comunicación. En el último bienio Medianálisis está levantando la historia de los medios impresos que han dejado de circular, ha analizado la cobertura que a la presidencia de Juan Guaidó han dado los medios y monitorea permanentemente la cobertura que de migración y de la emergencia humanitaria compleja realizan los medios en Venezuela. Esta capacidad de evaluar los cambios que se registran en el país en su ecosistema mediático para poner la investigación al servicio de la lucha por la democracia y el desarrollo, son elementos que deben ser considerados centrales para explicar la vida de esta asociación.

## Capacitación, transformaciones y nuevos rumbos

Antes de poner de relieve los momentos administrativos por los que atravesó la organización y las acciones de monitoreo de la acción pública que Medianálisis ha abordado en su segundo quinquenio de vida, conviene presentar un resumen global de las actividades de capacitación que se desarrollan regularmente en la organización.

Desde 2010 y hasta el 2019 Medianálisis ha dictado 92 talleres de capacitación y ha organizado 159 foros y otras actividades públicas. Ello supone que han realizado más de 10 talleres por año y más de 17 foros, charlas y conferencias anualmente. Medianálisis también ha realizado 76 visitas a sedes de medios para reuniones con directivos y periodistas. Medianálisis ha alcanzado con sus actividades formativas a 7322 estudiantes, periodistas y docentes en el área del periodismo y la comunicación social.

A lo largo de estos años Medianálisis ha aportado capacitación a periodistas y estudiantes de comunicación en diversos tratamientos periodísticos

24 2018, La crisis humanitaria: Nos miramos desde lo externo. En: <https://www.medianalisis.org/aproximacion-a-la-cobertura-de-la-crisis-humanitaria-en-venezuela/>

25 2019, Día Internacional del Migrante: 18 de diciembre de 2018 ¿Qué dijeron los medios periodísticos venezolanos?. En: <https://www.medianalisis.org/dia-internacional-del-migrante-18-de-diciembre-de-2018-que-dijeron-los-medios-periodisticos-venezolanos/>

como el Periodismo de Servicio, el *FactCheking*, el Periodismo de Soluciones y más recientemente se ha ocupado de cómo se debe abordar periodísticamente la crisis y la emergencia humanitaria compleja.

Un momento de la vida de Medianálisis fue clave para consolidar sus vínculos con el país. En 2015 la asamblea de socios de Medianálisis aprueba la mudanza a Barquisimeto y desde entonces se encuentra en la capital larense, este traslado fortaleció sus nexos con las ciudades del occidente del país y le permitió contar con una sede estable. El cambio de sede permitió la puesta en servicio a la comunidad, en particular estudiantes y docentes, de una biblioteca especializada en el área de la comunicación que cuenta con más de 2000 títulos, los cuales pueden ser identificados a través de <https://www.medianalisis.org/biblioteca/> y le permitió también contar con una sala para charlas, conferencias y talleres.

Ya estabilizada la organización a partir de 2016 se incorporará activamente como Director Ejecutivo, Pablo Paz, periodista y docente de la región larense. El crecimiento de las actividades de la organización, la impulsan, en 2018, en Asamblea de Socios, a cambiar la estructura del Comité Directivo que de contar con 3 directivos paso a contar con 4 , siendo ellos: Director General, Andrés Cañizález; Directora Académica, Mariela Torrealba; Director de Administración, Pablo Paz y Directora de Investigación y Desarrollo, Gloria Carrasco.

Medianálisis en el año 2016 acometió un proyecto de monitoreo de la acción pública que suponía desarrollar en el país, de manera pionera, la práctica del *factchecking* y el 27 de junio de 2016, Día del Periodista, vio la luz *Cotejo. Info*, el cual surgió como un medio digital especializado en la verificación de hechos y datos del discurso público en Venezuela. Cuenta *Cotejo* con bases de datos que se expresan en contadores y que nutren tanto sus trabajos como los de otros medios del país que lo toman como insumos. *Cotejo* desarrolla, además, de cuatro bases de datos (número de mujeres asesinadas, horas de cadenas informativas del gobierno, días de la Asamblea Nacional Constituyente sin producir la nueva Constitución y cantidad de salarios mínimos que se necesitan para adquirir la cesta alimentaria), un indicador de inflación con acumulado semanal (Índice Catalina). También publica trabajos breves y en profundidad sobre la actualidad nacional e internacional, dedica una sección a la Diáspora y cuenta con una sección de regionales. Dado el desarrollo de *Cotejo* en sus primeros 3 años de vida, el equipo de Medianálisis decidió independizarlo y desde 2019 cuenta con una personalidad jurídica independiente

y realiza diversas iniciativas que propendan a su autosustentabilidad. Durante 2019 en *Cotejo* se realizaron dos series de reportajes investigativos sobre la *Destrucción y la Reconstrucción de Venezuela*.

Desde el año 2019, Medianálisis desarrolla el *Observatorio Venezolano de Fake News*, con este proyecto se contribuye con el saneamiento de la opinión pública y, a la par que alerta a la sociedad sobre los bulos que circulan en el país, construye una base de datos cuyos resultados da a conocer semanalmente y permiten el análisis sistemático de los contenidos falseados que circulan en el país. El equipo de Medianálisis que lleva a cabo el Observatorio parte del supuesto que, si bien las fake news son un problema mundial, en Venezuela son particularmente graves dado el deterioro del ecosistema mediático del país que imposibilita a la ciudadanía el adecuado contraste entre los bulos y la realidad, por ello, otro de sus propósitos es la capacitación para la detección y desmentido.

Al cierre del año 2019, Medianálisis anunció la construcción de la *Red de Periodismo Real (RPR)* en la que se integran la organización Fe y Alegría y el portal El Estímulo, esta red en proceso de constitución para realizar y divulgar más y mejor periodismo constituye una alianza innovadora en la que se unen una empresa privada, una institución comunicativa con sentido social de la iglesia y esta ONG, para el año 2020 la Red empezará la elaboración de trabajos periodísticos de largo aliento. A lo largo de esta década, Medianálisis también ha forjado alianzas con 7 Universidades del país y con la Universidad para la Paz del Programa de Naciones Unidas ubicada en Costa Rica. También ha establecido alianzas con los medios, organizaciones gremiales y otras instituciones. En noviembre de 2019 y profundamente vinculadas con *Cotejo.Info* y el *Observatorio Venezolano de Fake News* se suscribieron alianzas con medios internacionales de *factchecking*: *Colombia Check* y *Ecuador Chequea*.

En abril de 2020 Medianálisis cumplirá una década de vida. A lo largo de estos años ha dado respuesta al entorno mediático nacional, lo ha estudiado de forma sistemática y ha buscado incidir en el mismo. Ha capacitado a periodistas, estudiantes de comunicación social y docentes en propuestas teóricas de punta a nivel mundial. A Medianálisis se han incorporado expertos de diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales como asociados y cuenta con una extensa red de aliados, colaboradores y amigos en todo el país, haciendo labor no sólo en las capitales de estado sino en poblaciones más pequeñas como El Tigre o Acarigua-Araure.

Andrés Cañizález, director y fundador de Medianálisis, apunta que aproximarse a los 10 años obliga a mirar hacia atrás y proyectarse al futuro. Explica que en estos primeros diez años la organización tuvo una primera etapa de gestación, de instalación y de consolidación. El investigador indica que para el futuro un escenario natural posible para Medianálisis es seguir apoyando y desempeñándose en actividades de investigación, capacitación y monitoreo de la acción pública, de los medios, el periodismo y la comunicación, como lo ha hecho hasta ahora respondiendo a los desafíos de su tiempo.

Al preguntarle a Cañizález sobre los retos por venir para Medianálisis, indica que un desafío casi personal es que la organización le trascienda y cuente con una ampliación de su liderazgo. Explica que ya se encuentran en ese camino: “Vamos paulatinamente a una organización que tenga un liderazgo no personalizado, un liderazgo diverso, incluso actuando desde varias ciudades, teniendo capacidad de dar respuesta a las condiciones tan cambiantes y tan impredecibles como en las que nos movemos en Venezuela hoy en día”.

Otro de los escenarios posibles para Medianálisis en palabras de su fundador: “Ante la posibilidad de un escenario real de que ocurra una transición. No estamos hablando de semanas o meses -acota- estamos hablando de períodos largos... Eso colocaría a Medianálisis en un lugar privilegiado para participar de lo que yo estimo puede ser una reconstrucción del sistema mediático en Venezuela. Creo que habría mucho interés de la Cooperación Internacional en apoyar a medios de comunicación que fueron cerrados arbitrariamente para que vuelvan a salir al aire o vuelvan a estar en circulación. Todo eso le da a Medianálisis un terreno propicio para la incidencia, la capacitación. Dado que (Medianálisis) ha sido reconocida *en estos años duros*, pues sí viene una etapa un poco más suave en Venezuela, una etapa de transición en Venezuela, eso nos daría muchas posibilidades”.

En un país en el que las iniciativas son efímeras. Medianálisis es una organización consolidada y madura que ha aportado al país comprendiéndolo y abordándolo como un todo diverso en defensa de la democracia y del sistema mediático. Ha contribuido con el conocimiento del periodismo y la comunicación en Venezuela y ha capacitado a periodistas, estudiantes y docentes del área. Medianálisis se dispone a enfrentar con más brío la próxima década y los nuevos tiempos.

## Referencias bibliográficas

- Carrasco, G. (2016). La responsabilidad social de los medios impresos: estudio comparativo 2013-2014. En *Quórum Académico*. Vol. 13 N° 2, Julio-diciembre, 253-272. Universidad del Zulia.
- Carrasco, G. y Piña, E. C. (2014). Se buscan medios socialmente responsables. En *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, (4° trimestre). N°. 168, 66-77 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6031361>
- Reyes, LD y Cañizalez, A. (2014). Incompleta radiografía del periodismo y desarrollo mediático en Venezuela, *Revista Comunicación* N° 165, 70-81. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6030211>
- Mediánalisis. (18 de febrero de 2010). Cambio Climático: un tema ausente en la prensa venezolana. <https://www.medianalisis.org/cambio-climatico-un-tema-ausente-en-la-prensa-venezolana/>
- Mediánalisis. (18 de febrero de 2011). Contribución de los medios de comunicación impresos a la democracia en Venezuela, a partir de la pluralidad de fuentes informativas, la participación ciudadana y el “*media accountability*”. <https://www.medianalisis.org/contribucion-de-los-medios-de-comunicacion-impresos-a-la-democracia-en-venezuela-a-partir-de-la-pluralidad-de-fuentes-informativas-la-participacion-ciudadana-y-el-media-accountability/>
- Mediánalisis. (18 de febrero de 2012). Voces de la pobreza: ¿quién habla de y por los pobres en la prensa venezolana? <https://www.medianalisis.org/voces-de-la-pobreza-quien-habla-de-y-por-los-pobres-en-la-prensa-venezolana/>
- Mediánalisis. (13 de diciembre de 2018). La crisis humanitaria: Nos miramos desde lo externo. <https://www.medianalisis.org/aproximacion-a-la-cobertura-de-la-crisis-humanitaria-en-venezuela/>
- Mediánalisis. (18 de julio de 2019). **Día Internacional del Migrante: 18 de diciembre de 2018 ¿Qué dijeron los medios periodísticos venezolanos?** <https://www.medianalisis.org/dia-internacional-del-migrante-18-de-diciembre-de-2018-que-dijeron-los-medios-periodisticos-venezolanos>



---

## La diversidad racial como buena práctica comunicacional

---

HUMBERTO JAIMES QUERO

Se trata de una perspectiva descuidada en Venezuela, donde la publicidad, el mercadeo y los medios siguen privilegiando prejuicios que nos hablan de una sociedad poco igualitaria y diversa, que marcha a contracorriente de tendencias planetarias. Existen experiencias diferentes al respecto, entre ellas las de Citgo, porque opera en Estados Unidos, donde a pesar de las recientes turbulencias raciales la población afroamericana destaca en la industria de la comunicación y tiene en su respaldo prácticas de responsabilidad social que subrayan la diversidad.

En los últimos tiempos, y desde distintos rincones del planeta, se ha venido insistiendo en la necesidad de defenestrar las prácticas de discriminación basadas en la coloración de la piel, los rasgos físicos y otras características de las personas. La solicitud ha cobrado más fuerza tras el caso de George Floyd, el afroestadounidense<sup>26</sup> asesinado por los cuerpos policiales en Mineápolis (Minesota), durante un operativo que tuvo lugar el 25 de mayo de 2020, y cuyas incidencias fueron transmitidas por las redes sociales.

Este escandaloso episodio se une a una larga cadena de acciones policiales que han dejado afroamericanos heridos al extremo, desfigurados, bañados en sangre, incluso asesinados. El detalle está en que al haber sido transmitido por las redes sociales y tener un impresionante despliegue comunicacional en el orbe, brindó a la lucha antirracista nuevos bríos que nos recuerdan las turbulencias en torno a los derechos civiles en los años sesenta.

---

26 Usaremos “afroestadounidense” y “afroamericano” como sinónimos.

Sin embargo, poco se habla de la discriminación ejercida más allá de los territorios del Tío Sam, donde un gentío hurga en los vertederos de basura para saborear restos de carne, se baña en las cloacas de la ciudad y vive en habitaciones de zinc destartadas, condiciones de existencia muy inferiores a las de un afroestadounidense promedio del Bronx.

La lucha contra el racismo no es nueva, de hecho, se encuentra incorporada en la agenda de problemas mundiales que las “buenas prácticas” intentan subsanar a través de políticas públicas, leyes y manuales que contribuyan a reducir las tensiones sociales, recuperar la autoestima en ciertos sectores de la población, fortalecer los derechos humanos y hacer más armoniosa la sociedad. Huelga decir, además, que siendo la diversidad una condición intrínseca a la especie humana es un contrasentido continuar negándola, hacerla *invisible* e insistir en el predominio de determinados grupos y minorías sobre otros basado en rasgos físicos, como se suele observar en la comunicación corporativa, publicitaria y mercadológica, por no referirnos a las redes sociales y otros escenarios.

De modo que al hablar de “buenas prácticas” en la diversidad racial y la comunicación, pues, lo hacemos en el entendido de que ellas tienen un efecto favorable en la sociedad en virtud de los beneficios que arrojan, sin embargo, ello no impide que salten interrogantes al respecto: hasta qué punto asumir tales prácticas es un reflejo de un comportamiento social honesto y espontáneo, o simplemente constituye una actuación “políticamente correcta” que tiene como propósito el bien común, pero en el fondo no cuadra con las preferencias íntimas de los actores políticos, sociales y empresariales.

La diversidad es una condición inherente a la civilización, un principio de relevancia para los objetivos del desarrollo sostenible establecidos por UNESCO en la búsqueda de una convivencia planetaria en paz, en sana coexistencia. Su fuerza proviene de la realidad humana milenaria entendida en sus múltiples manifestaciones biológicas y culturales. Es un concepto que está presente en el escenario de las políticas públicas y de ejercicio mediático, un concepto clave en el área de responsabilidad social empresarial (RSE) que gana importancia en el mundo.

Al menos así sucede en los países desarrollados, porque en otras latitudes el tema aún sigue acusando debilidades, tal como se constata en estudios realizados en Perú, Colombia, México, Venezuela y otros países. De hecho existen programas como “Iniciativa para la Erradicación del Racismo en la

Educación Superior”, una línea de trabajo a mediano plazo (2018-2021) de la Cátedra UNESCO “Educación Superior y Pueblos Indígenas y Afrodescendientes en América Latina”, desarrollada por la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF), con la colaboración de diversas instituciones de Educación Superior (IES) de América Latina<sup>27</sup>.

En América Latina la diversidad sigue teniendo una presencia débil en la comunicación publicitaria, mercadológica y corporativa, así como en las redes sociales, los medios de comunicación tradicionales y las prácticas de responsabilidad social. En este texto pues hablaremos de una “buena práctica” que en estas latitudes aún está por hacerse, a diferencia de aquellas sociedades donde se ha insinuado con más vigor, pese a que en el pasado fueron profundamente excluyentes al punto de instaurar el genocidio como una política abierta y sistemática.

## Del escándalo a la buena praxis

En los años noventa del siglo pasado Benetton se hizo célebre como *marca global* por haber incorporado diversidad en sus campañas publicitarias. Prácticamente se convirtió en una marca “multirracial”, a diferencia de aquellas firmas que siempre han optado por un perfil más conservador en su discurso, en su desempeño publicitario, comunicacional, gestión que en parte expresa lo que sus propietarios y estrategias piensan acerca de la sociedad. Para algunas firmas prestigiosas la diversidad es un asunto incómodo y de menor cuantía.

Varios lustros después de su fundación (1965), Benetton Group exhibió en su discurso publicitario a chicas de origen africano, figuras cuya tez oscura contrastaba con los estereotipos de las modelos clásicas europeas, de pieles claras, si se quiere de tipología caucásica, las cuales dominaban las pasarelas, las comunicaciones corporativas y el mercadeo de reconocidas firmas. En aquellos tiempos las campañas de la empresa italiana llamaron la atención y fueron vistas como parte de una estrategia para generar “escándalo”, posicionar la marca, pero con el tiempo se afianzaron como la “manera Benetton”, enfoque que contribuyó a despertar la conciencia acerca de la diversidad y fue seguido por otras marcas reconocidas.

Con el auge de la responsabilidad social empresarial (RSE) en los últimos lustros, al menos en Estados Unidos, Europa, empresas y medios de comuni-

27 Recuperado en: <http://unesco.untref.edu.ar/quienes-somos>. El director del programa es el venezolano Daniel Mato, por parte de UNITREF-CONICET.

cación tomaron conciencia acerca de la necesidad de profundizar la diversidad, dar más visibilidad, participación y protagonismo a las minorías raciales y étnicas, práctica que no en todos los países ha sido comprendida y mucho menos abordada.

Es un reclamo que viene rodando desde hace varias décadas. En los años setenta de la centuria pasada diferentes movimientos y organizaciones no gubernamentales estadounidenses posicionaron el concepto de diversidad en todos los terrenos, incluyendo el espectro mediático, caso de National Association of Hispanic Journalist (NAHJ) y National Association of Black Journalist (NABJ), antes que siguen teniendo como objetivo lograr una representación justa de las respectivas minorías en el staff de profesionales que labora en los medios, en la cobertura de las noticias, en función del peso demográfico que cada una de ellas tiene en la sociedad y haciendo valer un principio ético, como es el trato digno y respetuoso que merece cada minoría.

Esto constituyó un cambio significativo pues los medios de comunicación en EE.UU. solían producir y reproducir estereotipos respecto al afroamericano, al representarlo como un ser pobre, improductivo, desempleado, como un personaje de bajo prestigio, que a menudo estaba involucrado en delitos. De hecho, la gran mayoría de personas en los medios no corresponde a miembros de esta minoría, quienes además brillaban por su ausencia en las juntas directivas de estas organizaciones, lo cual lógicamente tenía sus efectos en la gestión.

Estamos ante una historia de vieja data. En las primeras décadas del siglo XX, en la industria del hollywoodense solo se les permitía asumir papeles de esclavos y obreros en la ficción mediática. En años más recientes con los hispanos sucedió algo parecido, por lo general aparecían como inmigrantes ilegales, campesinos, y delincuentes. Esto correspondía con las creencias que dominaban el mercado, en parte sostenidas por las noticias, los discursos mediáticos al respecto, su incidencia y reciclaje en la opinión pública. Las “buenas prácticas” de entonces reforzaban los valores del statu quo.

Con el tiempo estas costumbres comenzaron a ser denunciadas como “malas prácticas” y fueron modificadas, proceso que permitió aliviar tensiones en una sociedad marcada por el trauma de la segregación y la discriminación. En parte hemos revivido esta historia tras el escándalo asesinato de George Floyd. El trágico incidente levantó cuestionamientos al racismo en Estados Unidos, en el mundo, y llevó a algunas ideas más que controversiales: HBO

anunció que desincorporaría la película “Lo que el viento se llevó”, porque, a su parecer, tenía contenido racista, mientras en Barcelona (España) se habló de retirar de los espacios públicos una célebre estatua consagrada a Colón, personaje acusado de instigar el racismo y el colonialismo. Sin duda, es una manera muy particular de “borrar el pasado”, aunque difícilmente ello pueda “controlar el presente”, como había razonado George Orwell.

Aunque en Estados Unidos son palpables los avances en la lucha contra el racismo y comportamientos afines, el panorama de hoy sigue distante de una situación idónea aspirada por todas las minorías. La industria del entretenimiento y los medios de comunicación exhiben más diversidad, nadie lo duda, pero no han podido poner fin tanto a los estereotipos, los prejuicios y las representaciones sesgadas como a sus impactos en el público. Tampoco ayuda mucho que la percepción de los propios espectadores a menudo desate polémicas ante contenidos que pueden ser interpretados como racistas o discriminadores, aunque sus emisores no los hayan concebido con tales propósitos. La polisemia y los contextos a veces conducen a estas posibilidades, a senderos inusitados. Es una polémica de nunca acabar. Ni hablar de un incidente policial en el cual un afroestadounidense es asesinado vilmente, o muere en una situación poco clara, donde no hay premeditación ni alevosía. Cada vez que ocurre, estallan las alarmas. Y, por supuesto, las empresas, las organizaciones, los entes públicos y privados no pueden ser neutrales ante esta situación, sobre todo cuando se desatan los demonios y quienes reclaman justicia terminan incendiando la ciudad.

## Un cambio emblemático

Siempre es arriesgado asumir que determinados conceptos y principios constituyen casos de “buenas prácticas”, pues a la vuelta de unos años tales lineamientos terminen significando lo contrario. El caso de la Barbie, la muñeca preferida a la poderosa corporación Mattel, ilustra esta apreciación.

La Barbie se convirtió en un importante referente cultural para niñas, adolescentes y mujeres adultas al punto de haber inspirado modas, clubes de fans y hasta cirugías en quienes deseaban imitar al simbólico juguete. Incluso, la Barbie se convirtió en un referente usual en el lenguaje cotidiano del planeta al momento de describir o criticar a un talento del escenario político y mediático. Tal es el caso de la venezolana y ex Miss Universo, Irene Sáez Conde, cuando incursionó en las elecciones presidenciales de 1998. A menu-

do fue objeto de comparaciones con la princesa de plástico. Por un tiempo fue considerada la “Barbie criolla”.

Tras su creación en 1959, la muñeca de Mattel se convirtió en la representación de una ideal de mujer esbelta, dinámica, versátil, pero con unos rasgos particulares: rubia, delgada, alta, incluso con medidas antropomórficas que no podían funcionar en el *homo sapiens* real, de carne y hueso. Tuvo un estruendoso éxito pero hacia finales de los años sesenta comenzó a ser objeto de duras críticas por parte de movimientos feministas que la veían como un objeto que estimulaba el consumo, el materialismo y la frivolidad, que no representaba a la mujer *real* norteamericana (más gorda, menos opulenta, menos consumista). Los cuestionamientos incluyeron sus rasgos físicos, caso del tono de la piel.

Para responder a las exigencias de la sociedad, Mattel hizo pequeños cambios en la muñeca. Y sin embargo, al irrumpir en las vitrinas las nuevas versiones del icono, que exhibían distintas tonalidades de piel, los detractores señalaron que aquel experimento era una “burla al cuerpo en todos los colores”. Más tarde aparecieron versiones de una Barbie latina, o una Barbie musulmana, en un intento por adaptarse a la variedad social implícita en el mercado estadounidense y mundial. Pero tales ensayos nunca pudieron equipararse en fama con la imagen clásica ni contener las críticas, pues en el fondo encarnaban un cambio en los atuendos, la vestimenta, y no una transformación en la constitución física, en el fenotipo.

Finalmente, en 2016 el icono fue sometido a una transformación importante para dar respuesta a las inquietudes de millones de seguidores en el mundo; Mattel necesitaba actualizarse ante las nuevas tendencias mundiales que resaltan la diversidad, ante las cuales la clásica Barbie todavía constituía la materialización de una tradición que lucía fuera de época, un estereotipo antipático, un viejo prejuicio. Con el Proyecto Amanecer, la multimillonaria corporación ofreció una nueva versión acorde con los ideales de diversidad, con un mercado global donde había niñas, adolescentes y hasta mujeres un poco obesas, gordas, de estatura pequeña, de tez oscura, morenas, cabello rizado, que esperaban una muñeca con otra imagen, quizás menos artificial y menos excluyente, más variada, más cercana a la diversidad humana que ganaba espacio en el escenario mundial y a los nuevos ideales de belleza. De hecho, Umberto Eco señala que en el siglo XX el ideal de belleza alcanzó a mujeres de diferentes rasgos, caso de la rubia Claudia Schiffer o la negra como Campbell (Eco, 2006).

Mattel realizó diversos *focus group* para evaluar si era posible introducir muñecas con otras características, lo cual significaba ir contra su propio estereotipo y las “buenas prácticas” que habían dado fama y fortuna a la empresa y sus ejecutivos. El 28 de enero de 2016, la empresa lanzó nuevas versiones de la Barbie muy distintas a la línea tradicional. Fue todo un acontecimiento para la poderosa corporación, fundada en 1945, porque la nueva gama de productos eran lo contrario a los principios que habían profesado durante décadas, según Michelle Chidoni, una de las gerentes responsables del proyecto. Barbie había sido sinónimo de “perfección”, de “cuerpo perfecto”. Y hasta podría pensarse que representaba un ejemplo de “buen ciudadano”. Pero a partir de 2016 había dejado de serlo.

## Algunos casos exitosos

La industria mediática y las empresas en general en Venezuela han tenido pocos ensayos de “buenas prácticas” en materia de diversidad, suelen dar poca visibilidad y protagonismo a los talentos de tez oscura e incluso otras minorías. A veces han hecho representaciones de extranjeros en tono de burla, caso de personajes colombianos y portugueses interpretados en el programa de humor Radio Rochela, transmitido por Radio Caracas Televisión (RCTV), en los años noventa. Hay obras como “Mi Negra Consentida”, la telenovela de este medio estrenada en 2004, en las que una mujer de tez oscura fue protagonista, pero esta obra constituye una pequeña porción frente a la estadística dominante. La película “Pelo malo” (2013) dirigida por Mariana Rondón es otro caso. Narra la historia de un niño (Junior) que tiene el cabello rizado y se obsesiona por alisarlo para que parezca al de un reconocido cantante. Ganadora de premios en el Festival de Cine de Mar del Plata (Astor de Plata, 2013), San Sebastián (Concha de Oro, 2013), el largometraje denuncia uno de los rasgos físicos más criticados y ridiculizados por la comunicación publicitaria: el cabello rizado, es decir, el “pelo malo”, también conocido como “ensortijado”, que es propio de las poblaciones afrodescendientes.

En el caso venezolano hay que tomar en cuenta, además, la profunda crisis que viven los medios de comunicación y la industria del entretenimiento desde la llegada del chavismo al poder, crisis que ha impedido la continuidad de muchas empresas y los formatos que por décadas venían desarrollándose con éxito, entre ellos la telenovela y los concursos de belleza. En algunas áreas conexas a la destruida industria de la comunicación, caso de los certámenes como “Nuestra Belleza Venezuela” (circa 2015), se intentó modificar parte de

los patrones tradicionales del Miss Venezuela, es decir, se pretendió retomar el semblante natural de las mujeres, en particular de las chicas “criollas”, de tez oscura, olvidarse de las cirugías, los tratamientos estéticos y los estereotipos de siempre. Pero el experimentó no cuajó.

La hegemonía chavista en el poder fue hábil al dar visibilidad al problema racial, a las minorías, aunque muchas veces de una manera politizada e interesada. A través de la Asamblea Nacional aprobó la Ley Orgánica Contra la Discriminación Racial (2011), creó entes como el Instituto Contra la Discriminación Racial (INCODIR), que tienen como propósito la lucha contra el racismo y otras formas de exclusión. Lo hacen a través de talleres, eventos, capacitación, la aplicación de la ley referida y un monitoreo permanente del acontecer diario. No puede decirse que estas iniciativas sean “malas prácticas”, pues de alguna manera apuntan hacia la necesidad de fortalecer el concepto de diversidad, el problema es que suelen prestarse a manejos políticos tendenciosos que afectan la viabilidad de la diversidad como práctica necesaria en toda la sociedad. Al respecto, por ejemplo, cabe recordar una prédica usual del oficialismo: “la oposición es racista” mientras que “el chavismo vino a liberar a las minorías discriminadas”. Tales posturas en parte explican por qué el tema de la diversidad racial en la comunicación no es aceptado por organizaciones del sector privado, por amplios sectores de la sociedad, y por qué sigue siendo objeto de polémica.

Existen voces desde la academia que niegan la posibilidad de clasificar a la sociedad venezolana en función de “minorías étnicas” o “minorías raciales”, como es usual en Estados Unidos y otros países. Son voces que ven con reservas las propuestas derivadas de esta clasificación. Alegan que categorías más o menos parecidas existieron en épocas pasadas y constituyen una “etapa superada” por una sociedad que en el siglo XX se hizo democrática, es mestiza e “igualitaria”. En consecuencia, se supone que si somos una “sociedad igualitaria” no tiene sentido clasificarnos en minorías y desarrollar una serie de normas y políticas que garanticen la igualdad o que pretendan proteger a las minorías discriminadas, a las personas que son objeto de racismo. En este contexto incluir a todas las minorías y darles protagonismo en un escenario mediático, social o laboral sería absurdo, porque se supone que de hecho eso ocurre. Pero los estudios realizados por diversos autores señalan otra realidad.

## A Diverse and Inclusive Workforce

En general las empresas públicas y privadas venezolanas no suelen tener en cuenta el tema de la diversidad dentro o fuera del ámbito de las comunicaciones y la responsabilidad social. Tal vez no les interesa o no tienen conciencia de ello. Una excepción es Citgo, porque opera en el mercado estadounidense desde mediados de los ochenta del siglo pasado y ha tenido que amoldarse a las costumbres de ese país.

En el mercado norteamericano las empresas presentan balances anuales de gestión en responsabilidad social (u otras denominaciones). Se trata de informes que hacen referencia a indicadores sobre inclusión de minorías étnicas y raciales en la nómina de trabajadores, así como en otros aspectos laborales. Tales informes son relevantes en la imagen y la reputación de estas organizaciones.

Como empresa petrolera que operadora en el sector de lubricantes, gasolineros y otros rubros, con 5 refinerías y cerca de 6 mil estaciones de servicio, Citgo es una empresa importante sujeta a “auditorías” o señalamientos en materia de inclusión racial, diversidad y tópicos afines, más ahora que la tormenta antirracial desatada por el incidente Floyd ha resucitado viejas demandas a lo largo y ancho de los territorios del Tío Sam.

La filial de PDVSA tiene una política de inclusión de la diversidad en su nómina, aunque sus informes al respecto están desactualizados. A menos para 2016, última data disponible, de los 3.416 trabajadores<sup>28</sup> la distribución de empleos incluyendo a las minorías (hispanos, afroestadounidenses y otros grupos) era la siguiente<sup>29</sup>:

Empleados Citgo 2016

	Número de empleos	Porcentaje (%)
Total	3.416	100%
Minorías	1.000	29,3%

28 Actualmente posee cerca de 3.700 empleados.

29 Hay que recordar que el concepto de minoría abarca a trabajadores que se declaran miembros de una comunidad específica: afroestadounidenses, hispanos, asiáticoamericanos, entre otras.

## Profesionales

	Número de empleos	Porcentaje (%)
Total	927	100%
Minorías	294	31,7%

## Supervisores y Gerentes

	Número de empleos	Porcentaje (%)
Total	538	100%
Minorías	127	23,6%

## Gerentes Medios

	Número de empleos	Porcentaje (%)
Total	194	100%
Minorías	52	26,8%

## Gerentes Seniors 2016

	Número de empleos	Porcentaje (%)
Total	14	100%
Minorías	8	57,1%

En el informe hay que destacar la mayor participación porcentual de las minorías en los *gerentes seniors*, nivel en el cual entran ejecutivos venezolanos. De resto, las minorías ocupan en promedio el 30% de las plazas.

El documento afirma que Citgo tiene una política de empleo incluyente orientada hacia la diversidad (*A Diverse and Inclusive Workforce*) posición que prácticamente es parte de una “declaración de principios” asociados a la responsabilidad social de la organización. El texto dice lo que sigue:

“CITGO se compromete a la igualdad de trato de todos los empleados y alienta a los solicitantes de empleo sin distinción de raza, color, sexo, religión, edad, nacionalidad, condición de veterano y discapacidad física o genética.

Esta política se aplica a todas las acciones del personal e incluye, pero no se limita a, reclutamiento, contratación, beneficios, compensación, promociones, transferencias, despidos, capacitación, asistencia educativa y programas sociales o recreativos. Buscamos candidatos calificados de una variedad de

fuentes, incluidos aquellos que apoyan a minorías, veteranos y personas discapacitadas”. (Citgo, Corporate Social Responsibility, 2016)

Declaraciones de este tipo no son usuales en empresas públicas o privadas venezolanas porque, como hemos dicho, se asume como un hecho indiscutible que no existen prácticas de discriminación por razones de raza y etnia, y porque obviamente no existe una tradición en el uso de este tipo indicadores.

Respecto a Citgo, en sus indicadores podrían incluirse cifras sobre la participación de las minorías en los aspectos comunicacionales de la empresa: vallas, piezas publicitarias, anuncios para televisión, redes sociales. Si bien sus publicaciones digitales reflejan diversidad, al ser consultada sobre cifras actuales y la participación de minorías en la gestión comunicacional, la empresa no ofreció información actualizada<sup>30</sup>.

Esta política orientada hacia la diversidad concuerda con las actividades de responsabilidad social que la empresa desarrolla al contribuir con escuelas, programas escolares, asistencia médica y otras iniciativas, caso del programa de atención a South Bronx estrenado en 2007, un espacio suburbano pobre, donde predominan las comunidades afroamericanas.

En los últimos tiempos Citgo hizo un cambio importante en sus políticas de responsabilidad social, al usar parte de sus fondos (canalizados a través de la Fundación Simón Bolívar) en la atención de miles de migrantes venezolanos que se encuentran en una situación precaria en toda América, incluso en Estados Unidos.

## La simbiosis entre el casting y contexto

En líneas generales, el sector comunicacional en Venezuela es donde mejor se observan prácticas discriminatorias que niegan la diversidad o la invisibilizan, nos referimos a áreas como la publicidad, el mercadeo y el modelaje. Las agencias de publicidad, por ejemplo, no son excluyentes al contratar personal administrativo, operativo, incluso gerencial, pero si suelen serlo cuando se trata de realizar *casting* para ciertas campañas publicitarias, tal como lo demuestran diferentes estudios realizados por distintos autores (Velásquez de León, Ishibashi). Estas empresas tienen sólidas preferencias por ciertos fenotipos y rasgos físicos, pese a que niegan ser discriminadoras. (Jaimes, 2013) (RES)

<sup>30</sup> La empresa informó por correo electrónico que no podía suministrar esa información, 3 de marzo de 2020.

Más allá de juzgar a priori estas prácticas, hay que entender los códigos culturales a partir de los cuales se desarrollan. En efecto, el mercado venezolano ha privilegiado la belleza y el fenotipo como ideales fundamentales en el discurso, ideales además asociados al factor prestigio y un “modelo aspiracional” digno de emular. Y estos ideales no son conceptos abstractos, deben ser representados en función de unos cánones sobre los cuales existen consensos que las propias empresas, los medios y otros actores han acordado. De allí que en este mercado sigan predominando ciertos patrones en los que se excluyen rasgos físicos como la tez oscura, el cabello ensortijado (o “pelo malo”), la “nariz gruesa”, entre otros. (Jaimes, 2017; 2019). Las empresas afirman que no discriminan conscientemente en función de la “raza”, pero lo hacen, y nunca presentan informes con indicadores ni explicaciones convincentes al respecto. Su idea de la diversidad es escueta, quizás no la entienden o no la comparten. Tal vez la diversidad existe para otras cosas, pero no al momento de hacer campañas que impliquen inversiones, ganancias y prestigio.

El argumento más poderoso que suelen ofrecer es que los rasgos del talento humano escogido en el *casting* no dependen de criterios racistas sino de las exigencias del mercado, los clientes, los anunciantes y el tipo de producto. Es una verdad a medias. Ciertamente el cliente incide en la escogencia del talento. Pero también es cierto que la eficacia de los estereotipos y prejuicios a veces decide por otros. Es más fácil apostar a una Barbie clásica que a una mujer de tez oscura cuando se aspira a un *alto target*. La piel de tono oscuro es asociada a pobreza, no vende prestigio. Se cree, además, que no puede ascender socialmente. Eso pone fin a todo intento de diversidad e igualdad, nos distancia de países como Estados Unidos, donde brillan talentos mediáticos como Will Smith, Oprah Winfrey, Halle Berry, y donde los censos de población muestran que la población afrodescendiente está en todos los estratos sociales, incluso los altos, cosa que no sucede en este país ubicado al norte de la América del Sur, frente al Mar Caribe, que alguna vez, se dice, fue una Tierra de Gracia.

En Venezuela se ha hecho poco por dar mayor fuerza a la diversidad en el campo comunicacional, incluso en el ámbito académico, en los programas de estudio de pregrado y posgrado. Por lo general no se toca este tema y los trabajos que realizan los estudiantes en el área de producción audiovisual suelen repetir los estereotipos y prejuicios de siempre, suelen negar la diversidad. Las convocatorias de *casting* que los estudiantes distribuyen en las redes sociales y el recinto universitario así lo confirman, jamás convocan a figuras tipo Naomi

Campbell o Halle Berry. Reproducen una tradición donde escasea la diversidad. La práctica se repite en las campañas institucionales de universidades, empresas, fundaciones y otros entes.

## Algunas recomendaciones

Dentro del furor planetario por las nuevas tecnologías que cruzan el firmamento, han aparecido opciones que se supone contribuyen a eliminar la discriminación en la producción mediática. Está el caso, por ejemplo, de un “corrector de discriminación” que, al ser aplicado a un guion, facilita la corrección. (Catalán, 2019)

Más allá de las virtudes de este programa, llama la atención que el recurso tecnológico no hace otra cosa que corregir lo que el propio *homo sapiens* podría hacer de manera anticipada, *natural*, con plena consciencia, tras un entrenamiento de rigor en la materia. Hay suficiente experiencia al respecto en Estados Unidos, Europa y UNESCO. Así que mientras la tecnología llega para corregirnos, podemos pensar en las siguientes “buenas prácticas” en comunicación y diversidad:

- No solicite fotografías en el currículum de personas que aspiran a ser contratadas en su organización, porque ello puede afectar la selección de personal. Cuando contratamos a una persona, lo que valoramos son sus competencias, aptitudes, creatividad, no sus rasgos físicos.
- Incluya en su gestión y organización talleres, foros y otras actividades sobre este tema. Esto permitirá que los trabajadores tomen conciencia del problema, generen un efecto multiplicador dentro y fuera de la organización, con lo cual contribuimos a crear una sociedad más inclusiva, que realmente cree en la *diversidad*.
- Incorpore el tema dentro de la gestión de comunicaciones de su organización, en piezas, avisos y discursos en los que la diversidad racial destaque, tenga *visibilidad*. Dé la oportunidad a talentos, modelos y personas de diferentes rasgos físicos para que sean imagen de la empresa. Los organismos multilaterales y las grandes empresas lo hacen. Aquí pueden participar los propios trabajadores de la organización.
- Incluya la diversidad como práctica de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la cultura de la organización. Esto lleva a la empresa a generar políticas e indicadores que formalicen el tema y lo fortalezcan.

Utilice indicadores para medir la participación o representación de los distintos grupos sociales en el discurso de su medio, empresa o institución. Esto implica medir la frecuencia, los contenidos y valores asociados a estos grupos en la representación, los roles que desempeñan. Incluya estos datos en los informes de su empresa u organización (Reporte de Responsabilidad Social, Balance Social, etc.)

- Evite discursos o productos mediáticos en los que sea evidente la producción y reproducción de estereotipos, prejuicios y “malas prácticas”.
- Tome la iniciativa para hacer un manual propio en su organización, que incluya el tema como parte de la misión, la visión y la cultura de la organización.

## Referencias bibliográficas

Catalan, E. (28 de octubre de 2019). El guion está listo, ahora pasamos el ‘corrector de discriminación’, *El País*. [https://retina.elpais.com/retina/2019/10/28/innovacion/1572263142\\_225975.html](https://retina.elpais.com/retina/2019/10/28/innovacion/1572263142_225975.html)

CEDICE/ETHOS (2005) *Conceptos e Indicadores Básicos de Responsabilidad Social Empresarial*. 1ra edición en español. Centro de Divulgación del Conocimiento Económico (CEDICE) e Instituto Ethos.

Eco, U. (2006). *Historia de la belleza a cargo de Umberto Eco*. Traducción de María Pons Irazazábal, Séptima edición, Editorial Lumen.

CITGO, *Corporate Social Responsibility*, 2016.

Fernandez B. (2015). XI. La Agenda Pública de la Responsabilidad Social Empresarial. En Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre (comps.) *Encrucijadas de la Comunicación en Venezuela*. Centro Gumilla, Bid&Co Editor.

Hernández Díaz, G. (1998). Conocer a los teleniños, (Proyecto de investigación sobre los procesos de recepción televisiva en los escolares caraqueños). *Anuario Ininco*. Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. N° 9, 135-164.

\_\_\_\_\_ (1995). Teveconsecuencias. *Anuario Ininco*. Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de

Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. N° 7, 73-96.

Ishibashi, Jun (2004). Hacia una apertura del debate sobre el racismo en Venezuela: exclusión e inclusión de personas ‘negras’ en los medios de comunicación. En Daniel Mato (coord.): *Política de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES)-Universidad Central de Venezuela.

\_\_\_\_\_ (s/f). *Multiculturalismo y racismo en la época de Chávez. Etnogénesis afrovenezolana en el proceso bolivariano*. Universidad de Tokio, Tokio. Tomado de: <http://svs.osu.edu/documents/JunIshibashi-MULTICULTURALISMOYRACISMO.pdf>

Jaimes Quero, H. (2012). *Mejorando la raza*, Gráfica Lauki.

----- (2017) “Diversidad étnica-racial e imagen femenina en medios informativos de Farmatodo (2015-2017)”. Ponencia presentada en el Congreso INVECOM, Caracas, 2017.

----- (14 de junio de 2019). Imagen, Mujer y Twitter en Farmatodo. Ponencia presentada en el Congreso INVECOM, Caracas.

Mato, D. (coordinador) (1993). *Diversidad Cultural y Construcción de Identidades*. Fondo Editorial Tropykos CEAP, Faces, UCV.

Perceval, J. M. (1995). *Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación. Una perspectiva histórica*. Paidós Papeles de Comunicación 10.

Salazar, E. El trabajo global aguarda por la igualdad. *Venezuela RES. Revista de Responsabilidad Social Empresarial*. Año 5, N° 28, 38-40.

Van Dijk, Teun A. (2003). *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Gedisa Editorial.

\_\_\_\_\_ (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós.

\_\_\_\_\_ (coordinador) (2007). *Racismo y Discurso en América Latina*. Gedisa Editorial.

Velásquez DE León, I. (2004). Tratamiento de la imagen femenina en los anuncios televisivos venezolanos”. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer* (CEMUCV) Universidad Central de Venezuela, enero-junio, Vol. 9, N° 22, 57-77.

## Sitios web

National Association of Hispanic Journalist

<http://nahj.org/>

National Association of Black Journalist

<https://www.nabj.org/>



---

## Una radiotelevisión al servicio de la democracia y el desarrollo: la propuesta del Comité para una Radio-Televisión de Servicio Público (RTSP) en Venezuela.

---

LUISA TORREALBA MESA

A la radiotelevisión comercial actual no hay que tocarla ni con el pétalo de una rosa, ni acosarla con leyes y reglamentos restrictivos, inútiles e inmediatamente acusados de liberticidas, sino dejarla flotar libremente como una moneda en un mercado regido por la demanda y la oferta (...) poner dicha moneda a competir con otra nueva en la forma siguiente: la sociedad civil inaugura, en la acera de enfrente a la de la radiotelevisión comercial, una nueva gran tienda que la haga la competencia a la primera en calidad y utilidad. Crea pues un poderoso servicio público de radiotelevisión, capaz de ofrecer más calidad, mejor y más útil mercancía, y trato más respetuoso a sus clientes.

(Pasquali, 1995)

El Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público (RTSP) es una asociación civil, sin fines de lucro, que nació en Caracas, el 24 de octubre de 1991, cuando se produjo una reunión en la que se concretó su fundación, en la que participó un prestigioso grupo de académicos y expertos en estudios de la Comunicación, entre ellos los investigadores y exdirectores del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), de la Universidad Cen-

tral de Venezuela, Elizabeth Safar y Antonio Pasquali. Estuvieron acompañados por María Teresa Boulton, Eduardo Pozo, Mario Handler, Fernando Rodríguez, José María Cadenas, Joaquín López Mujica, Carlos León, Manuel Reverón, Alidha Ávila, Gilberto Madrid Maya, José Ignacio Rey y Josefina Jordán (Safar, 2010).

Posteriormente, el 20 de marzo de 1992, la organización fue registrada formalmente en la Oficina Subalterna de Registro del Segundo Circuito del Municipio Libertador, del Distrito Federal, Caracas, bajo el N° 49, Protocolo 1, Tomo 41 (Safar, 2010). Se constituyó con el propósito de promover en Venezuela el desarrollo de un sistema de medios radioeléctricos libres, plurales, autónomos, independientes, diversificados, que atendieran las necesidades comunicacionales de los diferentes segmentos de la población, con elevados estándares de calidad. De acuerdo a la cláusula 4 del Acta Constitutiva (citada por Safar, 2010, p. 1), la organización estableció como su objeto principal:

(..) fomentar por medios democráticos y participativos la existencia en el país de servicios públicos radiotelevisivos de alta calidad y utilidad social, suficientes, complementarios y desgubernamentalizados, de velar por los intereses de los usuarios de servicios culturales y comunicacionales y, en general, por el carácter republicano y democrático de las iniciativas públicas en el campo de la cultura y de la comunicación.

La dirección del Comité quedó a cargo de un consejo directivo conformado por 7 miembros: Presidente, Antonio Pasquali; tesorera, María Teresa Boulton; relatora, Elizabeth Safar; vocales: Eduardo Pozo, Mario Handler y José Ignacio Rey; consultor jurídico: Gilberto Madrid Amaya.

Pasquali ocupó la Presidencia entre 1992 y 1994. Luego fungió como presidente Elizabeth Safar, para los períodos 1994-1995 y 1996-1998. En 1999 Pasquali volvió a asumir la Presidencia, la cual ejerció hasta el momento de su fallecimiento en 2019.

El Comité RTSP tuvo un importante antecedente en el Proyecto Ratel-ve, diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano (1976), documento que plantó los fundamentos para una política pública para la radio y la televisión en Venezuela. Propuso la creación de una radio-televisión de servicio público, de carácter no gubernamental, con acceso universal, en todo el territorio nacional y con programación de calidad, 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).

El Proyecto Ratelve fue el resultado del trabajo exhaustivo de un equipo multidisciplinario, integrado por profesionales de diversas áreas del conocimiento, entre los que se encontraban investigadores de la comunicación, funcionarios públicos, grupos sindicales; e instituciones como la Iglesia Católica, el Ejército, entre otros. Este equipo fue coordinado por Antonio Pasquali, quien en ese momento era el director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), de la Universidad Central de Venezuela.

A pesar de las valiosas e innovadoras propuestas del Proyecto Ratelve, su aplicación no se pudo concretar, debido a limitaciones impuestas desde sectores políticos y económicos.

Pasquali no desistió de sus propuestas encaminadas a lograr una televisión pública no gubernamental de calidad. Siguió trabajando desde la academia a favor de modelos comunicacionales que coadyuvaran al desarrollo, al fortalecimiento de la democracia y a garantizar los derechos de acceso y participación de los ciudadanos en la vida cultural.

Posteriormente, encontró en el Comité RTSP un espacio que le permitió a él y a todos sus miembros, procurar, desde la sociedad civil, un auténtico sistema de televisión de servicio público, para Venezuela.

## La Ley Orgánica de la Radiotelevisión, uno de los grandes aporte del Comité RTSP

Uno de los grandes aportes del Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público (RTSP) fue el Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión (1995). Esta propuesta legal originalmente fue publicada en la prensa nacional. Luego fue presentada para su consideración ante el Congreso Nacional por el diputado Moisés Moleiro, en marzo de 1995; sin embargo, el poder legislativo no lo discutió.

El proyecto abogaba, en su artículo 1, por “(...) *la existencia de servicios radiotelevisivos suficientes, de calidad y de utilidad ciudadana, tanto públicos como comunitarios y privados*” (Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, 1995, p. 259). Proponía una radiotelevisión al servicio de la democracia y el desarrollo.

Asimismo, en su artículo 3, el texto proponía la creación de un Consejo Nacional de la Radiotelevisión, como una autoridad no gubernamental en independiente, integrado por personas de reconocida solvencia profesional y teniendo entre sus responsabilidades administrar el uso de las concesiones del espectro radioeléctrico otorgadas para la prestación de servicio de radio y televisión (Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, 1995, p. 260).

En el proyecto se manifestaba la preocupación por la asimetría del sistema de medios de comunicación de Venezuela, representada por el duopolio “Gobiernos- Empresas Concesionarias”, que no ha sido capaz de generar una auténtica participación ciudadana.

Esta propuesta de un sistema que incluya al sector público, al sector privado y al sector comunitario, es coherente con el principio constitucional que establece que no deben existir los monopolios (artículo 113 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 1999). Además, contribuye y fomenta la descentralización del poder de emisión, a través de la recomendación de la regionalización y descentralización en los programas que sean producidos en el servicio público.

El proyecto plantea en su exposición de motivos que: “un saneamiento y modernización mínimos del cuadro radio eléctrico nacional”, debe incorporar los siguientes aspectos:

- La creación de una Autoridad Independiente de la Radiotelevisión, el Consejo Nacional de la Radiotelevisión, Conart”, que se encargue del otorgamiento de las concesiones y la administración del espectro radioeléctrico, en condiciones de igualdad e independencia (artículos 2, 3 y 4).
- El establecimiento de un “Servicio Público de Radiotelevisión, el RTV, No Gubernamental y No Mercantil”, que cuente con la participación de usuarios en su Junta Directiva y que se rija por los principios de independencia, diversidad, calidad y cobertura nacional total (artículos 2,4, 8, 9, 10 y 11).
- Un Plan Nacional de Distribución de Radiofrecuencias y Canales Radioeléctricos, para que Conatel administre las licencias de servicios de telecomunicaciones y el Conart administre las concesiones de medios de comunicación (artículo 4, numeral b).

- La publicación cada año de un *Registro Nacional de Concesionarios* (artículo 4, numeral c).
- La creación de un Consejo Consultivo para el Conart, que sea plural, equilibrado y democrático, integrados por representantes del sector público y del sector privado de la comunicación, ong's y usuarios (artículo 7).
- Nombramiento de la Junta Directiva de RTV por parte del Conart (artículo 11).
- Mecanismo de vigilancia imparcial de RTV por parte del parlamento (artículo 10 numeral "h").
- RTV debe seguir un conjunto de normas de calidad establecidas por el Conart (artículo 10 numeral "g").
- El servicio público debe contar con tres fuentes de financiamiento: "a) erario público, b) publicidad y venta de servicios, c) contribuciones del usuario con base en el voluntariado, todo debidamente limitado y regulado". Puede contar con recursos publicitarios, pero debe establecerse algunos patrones de estilo para ello (artículo 10 numerales "c" y numeral "i").
- La programación orientada a los menores de edad deben tener una atención particular (artículo 10 numeral "j").
- Debe haber una descentralización y regionalización progresiva, en la producción y emisión de programas del Servicio Público (artículo 10, numeral "b") (Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, 1995, p. 259-266).

Proponía un sistema con inclusión de medios de servicios públicos no gubernamentales, medios privados y medios comunitarios, proponiendo así una participación directa de los ciudadanos en el uso del espectro radioeléctrico. Y planteaba también la existencia de una autoridad no gubernamental, para el sistema de radio y televisión público, que se proponía sembrar las bases para una administración más equilibrada del espectro radioeléctrico, cimentado en principios de pluralidad y democracia comunicacional.

Este modelo de televisión pública-privada-comunitaria, planteado, se adecuaba a lo que el Proyecto Ravelve consideraba como un modelo "mixto auténtico", que implicaba la existencia del sector privado competitivo (privado),

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.

Este proyecto estaba fundamentado en la defensa de los derechos humanos, la pluralidad –evitando los ventajismos políticos y favoreciendo el acceso y la participación de los ciudadanos), a través de la promoción y defensa del derecho a la libertad de expresión (garantizada en el artículo 66 de la Constitución de 1961 y artículo 57 de la Constitución de 1999). Con lo que ratificaba la importancia de que las políticas públicas se fundamentaran en las necesidades y derechos de los ciudadanos y en los textos constitucionales.

Objetivo esencial de la Presente Ley es facilitar el que se haga realidad un postulado de la Constitución hasta ahora mal satisfecho: el derecho que ella asegura a todos de expresarse libremente y *de hacer uso para ello de cualquier medio de difusión* (Art. 66). De allí su carácter orgánico (Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, 1995, p. 256).

Este proyecto fue presentado ante la Asamblea Legislativa Nacional (Congresillo)<sup>31</sup>, en ocasión de la discusión de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, en el año 2000, y en el año 2003, cuando comenzó la discusión pública de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, en el seno de la Asamblea Nacional. En ambas ocasiones fue ignorado.

## Propuestas por los derechos humanos de la niños y adolescentes

El 21 de noviembre de 1995 en una conferencia que presentó en la Universidad de Quito (Ecuador), Antonio Pasquali, planteó la “necesidad de estandarizar y maximizar procesos de educación crítica del usuario” (Pasquali, 2005: 151). La propuesta fue producto de reflexiones que tanto Pasquali como Safar venían desarrollando en su trabajo académico en el ININCO-UCV y desde el Comité RTSP.

31 El Congresillo o Asamblea Legislativa Nacional es el cuerpo que cumplió funciones legislativas en Venezuela, en el período transitorio entre la culminación de funciones de la Asamblea Nacional Constituyente, responsable de la redacción de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, y la instalación del nuevo órgano con funciones legislativas, Asamblea Nacional.

La discusión la Ley Orgánica de Protección al Niño, Niña y Adolescente (LOPNNA) fue un momento propicio, para plantear sus preocupaciones y propuestas sobre la necesidad de ofrecer a las audiencias una sólida formación, a fin de afrontar de forma crítica los contenidos de los medios, en especial el televisivo.

La LOPNNA fue aprobada durante el gobierno de Rafael Caldera, en 1998 y entró en vigencia en el año 2000, cuando ya se había producido el cambio de gobierno. Esta Ley se derivó de un proceso de amplias consultas y discusiones en el que la academia, las organizaciones de la sociedad, madres padres y representantes, expertos en el tema y hasta los propios niños pudieron intervenir.

Como resultado se produjo un texto legal muy avanzado en materia de derechos y deberes comunicacionales de los niños, niñas y adolescentes, con la inclusión de un conjunto de artículos, en los que el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), de la Universidad Central de Venezuela y el Comité RTSP, tuvieron grandes aportes.

Esta Ley apuntó claramente hacia la protección de niños, niñas y adolescentes tomándolos como “sujetos plenos de derechos” y no como “menor objeto de protección” (considerados así por la anterior Ley Tutelar del Menor). De tal modo que planteó la necesidad de preservar la equidad en la producción y distribución de mensajes dirigidos a niños.

Como resultado del aporte de estas dos instituciones se lograron incorporar garantías para los derechos comunicacionales. En el artículo 35 se estableció que todos los niños, niñas y adolescentes a la libertad de pensamiento, conciencia y religión. Mientras que el artículo 36 contempló el derecho que tienen a su propia vida cultural.

En los artículos 43 y 50 se estableció el derecho que tienen los niños y adolescentes a acceder a información en materia de salud, higiene, nutrición, salud sexual y reproductiva y saneamiento ambiental entre otros.

El derecho a ser informados y a participar activamente en el proceso educativo quedó resguardado en el artículo 55. Mientras que el artículo 65 preserva el derecho al honor, reputación, propia imagen, vida privada e intimidad familiar; para cuyo resguardo prohíbe la divulgación, a través de cualquier medio, de la imagen de niños y adolescentes contra su voluntad o la de sus padres o representantes y divulgar imágenes o informaciones que permitan

identificar a niños o adolescentes, que haya estados implicados como víctimas o partícipes en actos punibles.

Dos de los artículos de mayor relevancia para los derechos comunicacionales de los niños y adolescentes y para cuya redacción fueron importantes los aportes del RTSP, fueron el 67 y el 68, que garantizan sus derechos a la libertad de expresión y a la información, respectivamente. Más adelante el artículo 80, establece el derecho de los niños y adolescentes a opinar y a ser oídos.

También fueron fundamentales los aportes considerados para el artículo 69<sup>32</sup> de la Ley Orgánica de Protección al Niño, Niña y Adolescente, (LOPNNA) que establece el deber del Estado de garantizarles educación crítica para medios de comunicación, que debe ser incorporada al sistema educativo formal. Así como las propuestas plasmadas en los artículos 70, 71, 72 y 73 que abogan porque los medios de comunicación transmitan adecuados para niños, niñas y adolescentes y porque se produzcan programas y otros materiales informativos, (como libros, obras artísticas, producciones radiofónicas o audiovisuales y multimedias), dirigidos a ellos. Y el artículo 93 contempla el deber que tienen los niños y adolescentes a respetar la diversidad de conciencia, pensamiento, religión y culturas.

### Aportes a favor de un sistema comunitario de medios

Durante la discusión de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, el Comité por una Radio Televisión de Servicio Público (RTSP), advirtió que el texto respondía a un acuerdo entre las empresas transnacionales del sector telecomunicaciones (que resultaba favorables para ellas) y el gobierno nacional y que la sociedad en su conjunto fue excluida de la discusión.

En ocasión de la discusión de esta ley, el RTSP sometió a consideración de la Asamblea Legislativa Nacional (Congresillo) su Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión, el cual una vez más fue dejado de lado.

32 “El Estado debe garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes educación dirigida a prepararlos y formarlos para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada a su desarrollo. Parágrafo Primero. La educación crítica para los medios de comunicación debe ser incorporada a los planes y programas de educación y a las asignaturas obligatorias. Parágrafo Segundo. El Estado, con la activa participación de la sociedad, debe garantizar a todos los niños, niñas, adolescentes y sus familias programas sobre educación crítica para los medios de comunicación.” (Artículo 69, Ley Orgánica de Protección al Niño, Niña y Adolescente, 2015).

El Proyecto de Ley Orgánica de Radio y Televisión planteaba restar injerencia del gobierno en el sector radiotelevisión, dejando abierta la posibilidad de que el espectro radioeléctrico se abriera para el desarrollo de medios comunitarios independientes, plurales y administrados y operados por las propias comunidades. Por la pertinencia de esta propuesta, para diversificar los medios radioeléctricos y dar mayor participación a la ciudadanía.

En esa ocasión, la organización no gubernamental Movimiento por una Libre Comunicación, también abogó por condiciones democráticas para la constitución de medios comunitarios en el país y solicitó que la Ley Orgánica de Telecomunicaciones garantizara el derecho a la comunicación a los ciudadanos en general y considerara la posibilidad de que las comunidades pudieran fundar medios de comunicación (Provea, 2000).

Gracias a la iniciativa y las recomendaciones aportadas por el RTSP y el Movimiento por una Libre Comunicación, se introdujeron cambios en la redacción de algunos artículos, y se logró la incorporación del artículo 200 referido al deber del estado de promover el desarrollo de medios de comunicación comunitarios.

Una de las grandes preocupaciones que tuvo Antonio Pasquali fue la de un desarrollo legislativo que incluyera conceptos como “servicio público”, “emisora comunitaria”, “comunicación alternativa” y “otorgamiento de frecuencia para fines no lucrativos” (Pasquali 2005: 150). Justamente, el Proyecto de Ley Orgánica de Radio y Televisión del Comité RTSP fue la primera propuesta legislativa en Venezuela que incluyó el concepto “radiotelevisión comunitaria”.

Sobre la base de este artículo 200 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, en el año 2002 se emitió el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público<sup>33</sup>, que estableció condiciones para la operación de los medios radiotelevisivos comunitarios, en el país.

## Defensa de la libertad de expresión, como condición fundamental para la democracia

En 2010, el Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público se incorporó activamente a la Alianza para la Libertad de Expresión<sup>34</sup>, una coalición

33 Este reglamento fue aprobado mediante el Decreto Presidencial N° 1.521, del 03 de noviembre de 2001 y publicado en la Gaceta Oficial N° 37.359, del 8 de enero de 2002,

34 La Alianza por la Libertad de Expresión está integrada por las siguientes instituciones: Centro de Derechos Humanos de la Universidad Católica Andrés Bello (CDHUCAB),

de instituciones académicas, gremios y organizaciones no gubernamentales, vinculadas con el sector comunicación, que se agruparon para promover iniciativas conjuntas en defensa de la libertad de expresión en Venezuela.

En febrero de 2011, las organizaciones que integran la Alianza para la Libertad de Expresión se activaron para solicitar a la revisión y modificación del marco normativo vinculado con el ejercicio de los derechos a la información y a la libertad de expresión, que contienen disposiciones contrarias para su ejercicio. Se prepararon papeles de trabajo que resultaron de una revisión exhaustiva a dicho marco normativo. En esa ocasión el RTSP, planteó la necesidad de dotar al cuerpo normativo del país de “una Ley Orgánica de Radiotelevisión y la creación de un Servicio Público de Radiotelevisión No-Gubernamental, que propicien y favorezcan el uso y tenencia de medios públicos, privados y comunitarios en una sociedad democrática”.

Insistió en la necesidad de suprimir disposiciones contenidas en leyes vigentes que promuevan la censura y avaló el desarrollo un marco normativo para el sector comunicación, que favoreciera la independencia y autonomía de las instituciones que lo rigen:

Una legislación en la materia hecha con sentido pedagógico y no punitivo, justa e imparcial, transparente, que establezca la creación de una Autoridad Independiente para la radiotelevisión que rinda cuentas a todos los ciudadanos a través de la Asamblea Nacional, con el fin de erradicar definitivamente cualquier tipo de monopolio y hegemonía sobre los medios y recursos radio-televisivos que pertenecen a la Nación venezolana.

En 2019, el Comité por Una Radiotelevisión de Servicio Público (RTSP) participó, junto a las otras organizaciones miembros de la Alianza para la Libertad de Expresión, en la elaboración del documento: “Comunicación libre en transición: Agenda para la reconstrucción democrática en Venezuela”<sup>35</sup>, en

---

Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (CIC-UCAB), Colegio Nacional de Periodistas (CNP), Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, Dirección de Publicaciones de la UCAB, revista Comunicación, Escuela de Comunicación Social de la UCAB, Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, Espacio Público, Expresión Libre, Federación Venezolana de Estudiantes de Comunicación Social (Fevecos), Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV (Ininco-UCV), Instituto Prensa y Sociedad Venezuela, Periodistas y Punto, Programas de Postgrado en Comunicación Social y Publicidad de la UCAB, Ser Investigación y Comunicación, Transparencia Venezuela y Un Mundo sin Mordaza.

35 Este documento fue elaborado colectivamente por las diferentes organizaciones que integran la Alianza para la Libertad de Expresión. Destacamos en el presente trabajo

el que se formularon propuestas para recuperar la democracia comunicacional, en caso de producirse un cambio de gobierno en Venezuela.

En relación con el sector radiotelevisivo la propuesta planteaba: Eliminar la potestad que la Ley de Telecomunicaciones da al Presidente de la República, de suspender servicios de telecomunicaciones y de ordenar las cadenas nacionales obligatorias de radio y televisión; restituir el carácter técnico de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel); implementar un sistema de administración de concesiones del espectro radioeléctrico con criterios de “legalidad, imparcialidad, razonabilidad, objetividad, transparencia y no discriminación” (Alianza para la Libertad de Expresión, 2019: 31) y el diseño de políticas públicas que garanticen que los medios del sector público actúen de forma “independiente y autónoma” y que tengan una “oferta plural, inclusiva, no discriminatoria, que responda a lógicas democráticas, transparentes, al servicio de todos los sectores del país, sin interferencia político partidista, en especial del partido de gobierno” (Alianza para la Libertad de Expresión, 2019: 32).

De igual forma, el 26 de marzo de 2016, a través de un comunicado emitido en rechazo a la condena a prisión del Director del diario Correo del Caroní, de Ciudad Guayana, David Natera Febres, como consecuencia del trabajo informativo desarrollado por ese medio, exigió a las autoridades la eliminación de las penas de cárcel por los delitos opinión. De forma concreta, hizo un llamado a la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional a velar por la aplicación en el país de los estándares sobre derechos humanos:

Igualmente sugiere a esta misma Comisión revise con urgencia las modificaciones aportadas por el régimen al Código Penal vigente, eliminando en particular aquellos artículos que establecen sanciones penales y prisión por difamación e injuria. Se trata de imputaciones decimonónicas y tan discrecionales que terminan volviendo intangible al funcionario público y sólo se aplican para cercenar el derecho de mirada y la libertad de expresión de la disidencia, cuando una justicia imparcial debiera más bien aplicarlas al libertinaje comunicacional de voceros, altos y altísimos funcionarios públicos que a través de los medios insultan, denuncian sin pruebas ni límites, emplean abiertamente el espionaje ilegal e incitan al odio contra sus opositores políticos.

Sin duda, las propuestas del Comité RTSP se enfocaron enfocadas en lograr comunicaciones democráticas, que garanticen el acceso y participación

---

aquellas propuestas que guardan mayor afinidad con los objetivos del Comité por Una Radiotelevisión de Servicio Público.

amplio y plural por parte de los ciudadanos en el sistema de medios radioeléctricos. Y en lograr audiencias críticas y reflexivas frente a los contenidos mediáticos.

No se trataba de amilantar el sector privado de las comunicaciones radio-televisivas, las propuestas del Comité RTSP se enfocaban la existencia de un sólido y robusto sistema de televisión pública no gubernamental, autónoma, plural, independiente, diversificada, capaz de coexistir con el sistema privado y el comunitario. Así lo dejó sentado Pasquali:

(...) a) a la radiotelevisión comercial actual no hay que tocarla ni con el pévalo de una rosa, ni acosarla con leyes y reglamentos restrictivos, inútiles e inmediatamente acusados de liberticidas, sino dejarla flotar libremente como una moneda en un mercado regido por la demanda y la oferta; b) poner dicha moneda a competir con otra nueva en la forma siguiente: la sociedad civil inaugura, en la acera de enfrente a la de la radiotelevisión comercial, una nueva gran tienda que la haga la competencia a la primera en calidad y utilidad. Crea pues un poderoso servicio público de radiotelevisión, capaz de ofrecer más calidad, mejor y más útil mercancía, y trato más respetuoso a sus clientes. Eso es democrático, es liberal, es de mercado, no es ventajista. Porque aquí viene el requisito fundamental para el éxito del nuevo almacén radiotelevisivo: que sea políticamente una ONG, eso es, que sea pública pero no ya gubernamental, para que desaparezca finalmente del mapa el execrable ministro de turno imponiéndole a la emisora de gobierno lo que, *mutatis mutandis*, imponen el anunciante y la agencia publicitaria al emisor comercial. (Pasquali, 2005, p. 155)

Estas ideas por las abogó por más de 60 años, están plenamente vigentes. Siguen siendo una deuda para los venezolanos contar con una auténtica radiotelevisión pública, autónoma, independiente, de acceso universal, que ofrezca una producción diversificada y de calidad.

Un auténtico servicio público de radiotelevisión puede garantizar la pluralidad y el libre ejercicio de los derechos comunicacionales por parte de los ciudadanos, condición necesaria para la existencia de la democracia.

## Referencias bibliográficas

Alianza por la libertad de expresión (9 de marzo de 2016). *Propuestas de la Alianza por la Libertad de Expresión para consideración de la Comisión Permanente del Poder Popular y Medios de Comunicación de la Asamblea Nacional*. <http://espaciopublico.org/14671-2/#.XV7w5uNKiM8>

- Alianza para la Libertad de Expresión (2019). Comunicación libre en transición: Agenda para la reconstrucción democrática en Venezuela. *Comunicación: Estudios venezolanos de Comunicación*. Centro Gumilla. N° 187-188. 29-38.
- Comité de Radio y Televisión de la Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura (1976). *Proyecto Ratelve. Diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*. Ediciones de la librería Suma.
- Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público (1995). Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión. En *18 Ensayos sobre Comunicaciones*. Random House Mondadori.
- Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público (2016). *Que cese el acoso judicial contra medios independientes*. [Comunicado de prensa]. Documento inédito. Caracas.
- Pasquali, A. (2005). ¿Comunicación para cual desarrollo?. En: *18 ensayos sobre comunicaciones*. Random House Mondadori.
- Pasquali A, Safar E. y Torrealba L. (2016). *Consideraciones sobre los actuales desajustes antidemocráticos del sistema mediático nacional - particularmente en el subsector de la radio y televisión – y medidas correctivas y precautelares que pudieran tomarse al efecto*. Comité por Una Radio Televisión de Servicio Público. Documento inédito. Caracas.
- Provea (2000). Derecho a la libertad de expresión e Información. En Situación de los Derechos Humanos en Venezuela. Informe Anual octubre 1999 – septiembre 2000 [https://www.derechos.org/web/wp-content/uploads/006\\_derecho\\_a\\_la\\_libertad\\_de\\_expresion\\_e\\_imformacion.pdf](https://www.derechos.org/web/wp-content/uploads/006_derecho_a_la_libertad_de_expresion_e_imformacion.pdf)
- República Bolivariana de Venezuela (2000). *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. [Documento en línea]. Consultado el 18 de abril de 2020. [https://www.oas.org/dil/esp/constitucion\\_venezuela.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/constitucion_venezuela.pdf)
- República Bolivariana de Venezuela (2015). *Ley Orgánica para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes*. [Documento en línea]. <https://enplural.org/files/vigente/leyorganica/lopna.pdf>
- República de Venezuela (1961). *Constitución de la República de Venezuela con las reformas de 1983*. [Documento en línea]. <http://www.tsj.gov.ve/legislacion/crv.html>
- Safar, E. (2010). *Información sobre la Asociación Civil Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público*. Documento inédito.



---

## Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV: etapa fundacional (2007-2010)

EDIXELA BURGOS

JOSÉ CARLOS GIL

Todo tiene un principio... En julio del año 2007, apenas a dos años de asumir el Dr. Gustavo Hernández Díaz como director del ININCO, me cuenta que tenía pendiente una reunión con el Vicerrector Académico de la UCV, Dr. Nicolás Bianco Colmenares. Quería informarle sobre los proyectos que el ININCO había programado para ese año. Bianco es médico, profesor Titular, fundador del Instituto de Inmunología de la Facultad de Medicina de la Universidad Central de Venezuela y Vicerrector Académico de esa misma universidad. En el año 2019, el Dr. Bianco fue designado como Individuo de Número de la Academia Nacional de Medicina.

Sus primeras impresiones con el Vicerrector Académico, Nicolás Bianco: “Nos conocimos en su oficina. Imágenes y palabras se cruzan. Plaza del rectorado. Más allá, el Jardín Botánico. El Reloj de la UCV. El “chicero universitario” desde 1950. Son las 11 a.m. y Bianco afirma: -La UCV del siglo XXI debe sintonizarse con la Sociedad del Conocimiento. Debemos apuntar hacia un nuevo paradigma gerencial. Mejorar la calidad académica. Eficiencia en el empleo de los recursos. Hablamos de la gravísima situación política y social de Venezuela. Asediaba siete años de dictadura. Y la pesadilla no culmina. Esbirros del régimen llevan veinte años haciendo de la suya con su misión “3D”: devastando instituciones, libertades y derechos humanos. Hoy mi amada la UCV que me dio todo, devastada por la dictadura.”

Sugerí al profesor Gustavo Hernández Díaz, algo inusual. Propuse una entrevista para ayudarlo a hilvanar sus recuerdos en torno a este episodio tan crucial en su vida acontecido hace más de una década. Lo invitaba a discernir sobre la etapa fundacional de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV. Metódica que le recordaba sus sesiones, profundas y extensas, con José Luis Vethencourt, “Catedral del psicoanálisis en Venezuela”, enfatiza. Concreté la cita en La Guaira. Sentados en la orilla de “la mar”. Hablaba para curarse mientras disfrutaba los azules del cielo.

Edixela Burgos (EB): ¿Profesor Gustavo pudiera explicar cómo se inició la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV, si consideramos que las universidades públicas dependen del miserable presupuesto otorgado por el Estado? ¿Cómo hizo? La dictadura venezolana cierra comunicaciones y criminaliza a directores de medios, gerentes y periodistas.

Gustavo Hernández (GH): Reunido con el Dr. Bianco ni me imaginaba una gerencia que divulgara el patrimonio cultural, educativo y científico de la UCV. Pero se me ocurrió lanzarle esta “perlita” de 108 millas por hora como el expreso de Texas, Nolan Ryan. –Nicolás, te propongo una gerencia de Radiotelevisión y Multimedia para la UCV. Vio a mis ojos como solía hacerlo todos los lunes a las 7 am en su despacho. Él lo llamaba punto de cuenta gerencial. Yo recordaba: Monday, Monday, The Mamas & the Papas. Nicolás es médico. Y admito que uno de sus “impacientes” era yo. Era Sonny, personaje protagonizado magistralmente por James Caan en El Padrino. Lo de Sonny no es gratuito. Siempre he sido directo y, a veces, incómodo cuando se trata de defender a la UCV.

Nicolás sentenció: -Gustavo te doy setenta y dos horas para que me formalices tu gerencia. Me retiré muy ansioso. Pensé en el Dr. José Gregorio Hernández. Y el milagro ocurrió. Apretón de manos de quien sería mi productor general: José Carlos Gil. Programa que no estaba acorde con los estándares televisivos de inmediato se corregía. José Carlos está inconforme. Desliza sus lentes hasta la mitad de la nariz. Mira por encima de los espejuelos. Frunce el ceño. ¡Ay papá, decía yo! Somos obsesivos con respecto a la calidad. Profesional cabal, líder innato. Me enseñó a dirigir televisión. Implicarme con la producción y con los etcéteras audiovisuales. ¡Gracias José Carlos por la vida que me diste y me sigues dando desde Holanda!

||

(EB): ¿Podría hablar sobre la filosofía de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia? Toda organización debería honrar unos principios fundacionales que se expresan en su misión y visión.

(GH): Siempre tuve claro la filosofía comunicacional de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV. Yo me formé en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación, uno de los institutos más importantes en América Latina en el campo de la comunicación. Lo digo con total orgullo. Fui director del ININCO entre 2005-2012, en el mismo período en el que se fundó la gerencia. ¡Qué locura! Cuando asumí el cargo de gerente de medios en la UCV, mi objetivo era hacer realidad un genuino servicio público de medios universitario. Antonio Pasquali, fundador del ININCO, supo de mi proyecto. -¡No declines bajo ningún sentido! me insistía el maestro. Otros profesores que me apoyaron fueron mi eterno amigo Óscar Lucien y quien llegó tarde a mi vida, el profesor Oswaldo Capriles Arias. Ambos directores insignes del ININCO, teóricos y activistas de la democracia comunicacional en Venezuela.

La Gerencia de Radiotelevisión abreva del Proyecto de Radiodifusión del Estado venezolano, conocido como RATELVE y de la propuesta del Comité por una Radio Televisión de Servicio Público, iniciativas emblemáticas del ININCO y de las organizaciones democráticas, orientadas a instituir un sistema no gubernamental de radiotelevisión en nuestro país. En el siguiente cuadro se muestra una síntesis de los objetivos medulares de la Gerencia de acuerdo a los principios democráticos de la comunicación pública:

Tabla 1

Definición de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV siguiendo los principios deontológicos de la difusión pública

**Definición:**

**La Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV tiene como finalidad:**

- a) Garantizar el desarrollo y el fortalecimiento de la conciencia democrática en la ciudadanía.
- b) Promover la justicia social, la tolerancia y el respeto por los derechos humanos.
- c) Fomentar la libertad de expresión y la pluralidad de la ideas.
- d) Promover el respeto de los derechos humanos.
- e) Contribuir a formar ciudadanía mediante programas que satisfagan las necesidades de la población en el orden de la educación, la cultura, la información, el entretenimiento y la orientación ciudadana.
- f) Optimizar la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje a través de la realización de productos multimedia (videos instruccionales, videoconferencias interactivas y el desarrollo de aulas virtuales).

Fuente: Gustavo Hernández Díaz (2021)

III

(EB): Habló de la influencia del Proyecto RATELVE y de los aportes del ININCO en la democracia comunicacional. Quisiera que explicara cómo aterrizó la filosofía de un servicio público de medios en la UCV.

(GH): Desde el 2007 hasta el 2010, en apenas tres años incidimos con buenas prácticas comunicacionales en la sociedad venezolana. La Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV se constituye el 3 de diciembre de 2008 con la aprobación unánime del Consejo Universitario. Un año después el 23 de noviembre del año 2009, la Rectora Cecilia García-Arocha Márquez me designó como gerente de esa dependencia. No fue nada fácil sensibilizar a los miembros de la gerencia sobre los postulados generales de la difusión pública. En las reuniones que sosteníamos en la sede de la gerencia, ubicada

en la mezzanina del edificio de la Biblioteca Central, mis productores nunca habían escuchado de la democracia comunicacional, de la no intromisión de gubernamental en asuntos que pudieran erosionar la libertad de expresión. No me sorprendí para nada de esta situación. Las escuelas de comunicación tratan este asunto de manera superficial, ni siquiera conocen la obra de Antonio Pasquali.

Una televisora universitaria no es un órgano de propaganda del rectorado ni de sus directivos. Hay que insistir en estos aspectos: Veracidad en los informativos. Programas de opinión con puntos de vista diversos. La televisión universitaria debe competir con otros canales comerciales mediante formatos audiovisuales que cultiven la inteligencia, la sensibilidad y los valores de los ciudadanos. Calidad no es sinónimo de aburrimiento ni chabacanería.

#### IV

(EB): ¿Cuáles fueron los logros y los sinsabores de su gestión como gerente de medios?

(GH): Cuando visité la sede de la futura gerencia con el Dr. Bianco, encontré un espacio de 1000 metros cuadrados en condiciones técnicas poco favorables. Un estudio de televisión de 400 metros cuadrados, tres salas de edición, dos estudios de grabación de sonido, uno de ellos para transmisión de radio vía internet. En el estudio de televisión podíamos hacer cuatro programas diferentes en un mismo día. Bianco ni se imagina que yo andaba como niño con juguete nuevo en plena navidad.

José Carlos y yo asumimos este proyecto operativo las veinticuatro horas. En criollo: ¡Nos tomamos a pecho el legado arquitectónico de Carlos Raúl Villanueva y de nuestra Alma Mater! En el año 2007 se puso en operación el estudio de televisión. Remozamos la radio en Internet. Divulgamos educativos, culturales, históricos, deportivos. Recuerdo *Gerencia del Siglo XXI*, programa de radio dirigido por mi estimada amiga María Eugenia Ossott. Hicimos *Síntesis del Saber*, programa transmitido en Valores Educativos Venezolanos, VALE TV, canal cultural y educativo fundado el 4 de diciembre de 1998<sup>36</sup>. Presidido por María Eugenia Mosquera, excelente gerente, intelectual y ser humano cabal.

36 Véase nuestros programas en este enlace: <https://www.youtube.com/channel/UCRP-puwxY-x1POed6KUG1FHA/videos>

Establecimos alianza con la Asociación de Televisión Iberoamericana, red académica que integra a 25 países. Contribuimos a formar ciudadanía y democracia y promovimos el respeto por los derechos humanos. Comenzamos un plan de autogestión. Alquiler del estudio de televisión y de los equipos de edición. Digitalización del patrimonio cultural de la UCV. Colaboramos con la Gerencia de Desarrollo Docente y Estudiantil.

La dictadura cercenó el sueño de contar con una televisora universitaria en Internet. Violencia en la Ciudad Universitaria de Caracas. Imposible, en esas condiciones, desarrollar proyectos de comunicación democrática. Recuerdo que José Carlos y yo nos quedábamos hasta muy tarde en la Gerencia para cuidar al personal, equipos y la misma sede. Insistíamos de manera obsesiva y hasta el cansancio en la democracia comunicacional en Venezuela.

Pese a este obstáculo de saboteos internos de los violentos en mi amada UCV, mis productores internalizaron la filosofía de servicio público universitario de comunicación. Los contenidos difundidos por radio, televisión y multimedia se sintonizaban con las necesidades educativas y culturales de las audiencias. Nuestro concepto de calidad pública operaba como antídoto contra el oportunismo ideológico, dogmas y propagandas.

La creación de la Gerencia fortaleció vínculos con las dependencias de la universidad. Mi objetivo como gerente radicaba en establecer sinergias interinstitucionales, sumar voluntades. Error pensar que un gerente es dueño y señor de un cargo de libre nombramiento y remoción.

Un gerente debería pensar sus estrategias de manera integral. El crecimiento de su equipo representa el suyo propio. Pero esto no termina aquí. El logro de un directivo lo es también para el Decano, para los directores de las escuelas, Centros e Institutos y se refleja también en la memoria y cuenta del rectorado. Si lo hago bien o mal afecta a todo el sistema académico-gerencial universitario.

Siempre traté de inspirar a mi equipo de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia en lo moral, intelectual y profesional y ellos, a su vez, me motivaban a seguir adelante con la rectitud de sus conductas y con sus productos audiovisuales de calidad. Trabajamos tres años acompañados de los obstáculos que la misma dictadura nos imponía.

La Gerencia estableció puentes con el Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO), con la Dirección de Tecnología de Información

y Comunicaciones, con el Sistema de Información Científica Humanística y Tecnológica, con la Dirección de Cultura, la Dirección de Información y Comunicaciones, con el Sistema de Educación a Distancia, con el ININCO y las Escuelas de Comunicación Social y Artes de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV y, finalmente, con todas las Facultades y Dependencias de la Universidad. Contábamos también con un Consejo Asesor que nos apoyó en la etapa fundacional de la gerencia. Siempre le estaré muy agradecido a Óscar Lucien, Patricia Guzmán, Carlos Oteyza, Tulio Hernández.

V

(EB): ¿Qué me dice sobre el futuro que deja la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV al país en materia de antecedentes?

(GH): El futuro de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia depende de un factor crucial: Es imperativo recuperar la democracia en Venezuela. Soslayar la Constitución Nacional es condenar al fracaso cualquier intento de proyecto nacional democrático. Imposible, entonces, hablar de comunicaciones libres y plurales que cristalice en la diversidad cultural y en una sociedad del conocimiento al servicio de todos. Sin comunicaciones libres no es posible hablar de democracia. No quisiera terminar tu entrevista agradeciendo inmensamente el apoyo institucional de los productores y técnicos que hicieron posible la etapa fundacional de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia entre los años 2007 y 2010. Ellos son, a saber: José Carlos Gil (Sub-gerente y Productor General), Ernesto López (Cámara), Cristofer González (Editor Motion Graphics), Mariela (Pacheco – Productora), Desiree Duarte (Productora), Ana Mosquera (Productora), Wladimir Mantilla (Editor), Leonardo Colina (Camara), Fernando Aparicio (Técnico Asesor), Danny Guarenas (Productor-Asesor), Germán Arenas (Radio, sonido. Locutor), Figural Isaac (Radio, sonido. Locutor), Judith Zambrano (Productora, Locutora), Manuel Gruber (Productor, Operador de audio Locutor), Ángel García (Productor, Locutor), Aldrina Marín (Productora), Marcel Fernandez (Cámara. Editor, Productor). Las siguientes fotos dan cuenta de las reuniones de los lunes para fijar pautas de producción en la sede de la Gerencia y la otra es con el maestro Antonio Pasquali en la Universidad Católica Andrés Bello, cuando se le conirió la Orden Andrés Bello en el año 2009.



Equipo de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia



En la foto, de izquierda a derecha: Gustavo Hernández Díaz y Antonio Pasquali

## Referencias bibliográficas

CONAC (1977). Proyecto Ratelve. Diseño de una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano. Ediciones de la Librería Suma.

Pérez Belisario, H. (2007). Televisión. editorial Comala.com

Universidad Central de Venezuela. (2007). Presentación de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia, Multimedia adscrito al Vicerrectorado Académico de la UCV. (Reprografía).

------(2008). Programas de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia, Multimedia adscrito al Vicerrectorado Académico de la UCV.

Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCRPpuwxY-x1PO-ed6KUG1FHA/videos> (Con acceso el 1-3-2020)

------(2009). Designación del ciudadano Gustavo Hernández como Gerente de Radiotelevisión y Multimedia adscrito al Vicerrectorado Académico de la UCV a partir del 29 de Julio de 2009, Caracas, Venezuela.



**WIKIMEDIA**  
FOUNDATION

---

## Wikimedia Venezuela: relato de la conformación del capítulo local de la Fundación Wikimedia y de la interacción de los voluntarios con Wikipedia, la enciclopedia libre.

---

ÓSCAR COSTERO

Wikipedia fue creada en 2001 por Jimmy Wales y Larry Sanger, concebida como la primera enciclopedia que puede ser editada por cualquiera y que es de contenido abierto, es decir que la información vertida en sus páginas puede ser reproducida por terceros, incluso para fines comerciales.

En poco tiempo, Wikipedia se convirtió en un fenómeno de Internet y abrió las puertas a lo que se conoce hoy en día como la web 2.0. Se ha convertido en la mayor y más popular obra de consulta en Internet y además se encuentra entre los 10 sitios web más populares del mundo.

Pero para que la enciclopedia funcione, se necesitan personas. El movimiento Wikimedia no es otra cosa que la comunidad global de colaboradores de los proyectos Wikimedia, en específico Wikipedia. Este movimiento nace como un conglomerado anárquico de contribuyentes individuales de distintas partes del mundo, con distintos niveles de educación, desde estudiantes, pasando por profesores o profesionales, todos muy distintos entre sí pero con la particularidad de que están en la tarea de la construcción de contenido de acceso libre, ya sea editando errores ortográficos, ilustrando con imágenes de sitios de patrimonio cultural o redactando nuevos artículos de personajes históricos relevantes.

A diferencia de las fuentes de conocimiento tradicionales, ya sea la enciclopedia Salvat o la enciclopedia Encarta de Microsoft en la era digital, el modelo Wikimedia es radicalmente distinto a nada de lo que conocíamos como sociedad hasta entonces, ya que permite la edición de manera gratuita y no limitativa de cualquier individuo, por esto mismo es posible desarrollar y expandir fuentes del conocimiento humano que en el pasado estaba reservado solo para un cúmulo de personas.

Uno de los pilares fundamentales con los que fue concebida esta enciclopedia es la necesidad de no depender de publicidad para los gastos de operación del sitio, debido a que se debía garantizar un contenido neutral y al depender de otra compañía para funcionar no podían garantizar tal neutralidad de contenido. Es por esto que se implementaría un sistema de donaciones para poder cubrir estos y otros gastos.

Para centralizar los donativos que empezaba a recibir la enciclopedia, Jimmy Wales crea la Fundación Wikimedia Inc. en Estados Unidos. Con el pasar de los años el movimiento se expande y se constituyen capítulos locales, grupos de usuarios y organizaciones temáticas en distintas partes del mundo. Además de mantener el sitio web en funcionamiento, el objetivo de estas instituciones será perseguir la misión del movimiento global, parafraseada a partir de un correo electrónico enviado por Jimmy Wales en 2004; “imaginar un mundo en donde cada persona del planeta pueda tener acceso libre a la suma total de todo el conocimiento humano”.

En Venezuela, la iniciativa de tener una asociación civil que defendiera el acceso libre al conocimiento nace de una manera muy similar a la de otros países. Los principales propulsores eran editores de Wikipedia, pero ninguno se conocía entre sí en la vida real. Lo que nos unía era la devoción a la edición y construcción de una enciclopedia libre y colaborativa y la sensación de que existía un rezago de la comunidad local en cuanto al intercambio y actividades que desarrollaban otros voluntarios de la región. Para el momento en que se inician las conversaciones para formar una asociación, ya existían capítulos en buena parte de Europa y en varios países de América Latina.

Por ello, nos propusimos tener una entidad que nos representara, y sin conocer mucho sobre el proceso de constitución de una organización sin fines de lucro, nos abocamos a la conformación de la misma. El proceso como tal nos tomaría cerca de 10 meses, esto debido a las trabas burocráticas que existen en el país para conformar asociaciones civiles y el subsecuente proceso de

reconocimiento internacional para convertirse en capítulo reconocido por la Fundación Wikimedia.

Finalmente, el capítulo Wikimedia Venezuela fue reconocido por la junta directiva de la Fundación Wikimedia el 28 de octubre de 2011 y fue registrada como asociación civil sin fines de lucro en el registro civil del Distrito Capital el 14 de febrero de 2012.

Además de preservar los intereses locales de la marca Wikipedia, el propósito subyacente de tener un grupo local es concientizar al público local sobre la importancia de colaborar en la enciclopedia libre. La construcción del conocimiento local solo se puede materializar si la misma comunidad se empodera con la herramienta y efectivamente la utiliza, de nada sirve tener una herramienta como Wikipedia sin usuarios activos que contribuyan subiendo información. De hecho, aquí reside la fórmula del éxito en comparación con otros productos similares; son las personas que forman parte de esta comunidad y dedican miles de horas voluntarias para levantar contenido de interés público.

Desde el punto de vista organizativo, lo que en un principio comenzó como una iniciativa de completos extraños que se conocieron para formar una asociación civil, con el paso de los años ha venido mutando a una organización semi-profesional que ha tenido que adaptarse a la crisis que vive el país.

La profesionalización de nuestras actividades ha venido de la mano con trazar los objetivos de la asociación de una forma concreta. La misión de Jimmy Wales de “imaginar un mundo en donde cada persona del planeta pueda tener acceso libre a la suma total de todo el conocimiento humano” se nos hacía bastante abstracta en un principio, ¿cómo podemos conseguir que todo venezolano tenga acceso a la suma total de todo conocimiento humano?, ¿qué tipo de información debería ser primordial en nuestro contexto?, ¿queremos que Wikipedia sea solo una plataforma en línea o deberíamos enfocarnos en realizar una enciclopedia *offline*? Por estas y muchas otras preguntas nos tocó realizar un ejercicio para operacionalizar la misión y aterrizar distintos proyectos educativos y culturales, observando también lo que estaban haciendo otras organizaciones a nivel global.

A partir de entonces empezamos una larga curva de aprendizaje para la organización y coordinación de talleres de capacitación. Debido a que ninguno de los voluntarios era educador de profesión, tuvimos que pedir asesoría para confeccionar un currículum de estudio enfocado sobre todo en la educación

superior. Los estudiantes de educación superior fueron nuestro foco inicial debido a que percibimos que las herramientas que le estábamos exigiendo a los participantes, como el nivel de redacción, la capacidad de investigación y el pensamiento crítico en el uso de fuentes secundarias eran más adecuadas encontrarlas en las aulas universitarias que en otro sitio, pero con el paso del tiempo hemos expandido nuestro programa a un público más diverso, incluyendo en contadas ocasiones jóvenes de la educación secundaria.

Es por ello que la gran mayoría de los beneficiarios de nuestros talleres de capacitación han sido estudiantes y profesores universitarios. Desde Wikimedia Venezuela hemos tratado de aprovechar la relación simbiótica que tiene la enciclopedia con los claustros universitarios, sobre todo, ante las críticas de profesores sobre la rigurosidad académica que aparentemente le hace falta a Wikipedia, y el uso desinteresado que hacen los estudiantes para sus tareas.

Viendo los testimonios de éxito de otros voluntarios alrededor del mundo, replicamos los “editatones”, una serie de talleres de capacitación públicos y gratuitos con el fin de, en un espacio acorde, subir material de interés público a las plataformas Wikimedia. Esto con el propósito de llevar la experiencia de uso de Wikipedia a un público más amplio en un periodo corto de tiempo.

Wikimedia Venezuela ha venido realizado editatones desde el año 2016, enfocados en diferentes temáticas en las cuales la comunidad percibe ausencia de información relevante que hace falta en Wikipedia.

Para poder realizar los editatones, además del apoyo puntual que nos ha prestado la Fundación Wikimedia, hemos tenido que tocar bastantes puertas que nos permitan materializar estos eventos. El objetivo final de nuestros eventos es capacitar a personas para que utilicen las plataformas Wikimedia durante el evento y luego del evento. Es decir, los editatones no están pensados para que las personas reciban una herramienta para luego no utilizarla nunca más, sino todo lo contrario, que se enamoren de la colaboración colectiva de Wikipedia.

Luego de mucho esfuerzo se pudo conseguir espacios adecuados para la realización de nuestras actividades, y entablamos alianzas con universidades como la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Central de Venezuela, en especial los departamentos dedicados a la investigación y comunicación.

Otras alianzas vitales que nacieron a partir de los editatones son aquellas que hemos cultivado con organizaciones que se dedican a visibilizar distintos colectivos marginados, como las asociaciones feministas que han ayudado a coordinar y desarrollar editatones de brecha de género en distintas partes del país o los voluntarios de la etnia wayúu, en el estado Zulia.

Además, estas organizaciones nos han permitido tener una imagen más amplia del espíritu colaborador local, ya que la mayoría están compuestas también por voluntarios *ad-honorem*, y en muchos casos tienen años de trabajo de campo, por lo que una alianza significa una oportunidad ganar-ganar para las dos organizaciones.

Para nosotros siempre será ganancia contar con colaboradores que pueden atajar uno de los principales problemas que tenemos, la poca participación de editores venezolanos en plataformas como Wikipedia, que representa un sesgo de contenido al reflejar escasa información sobre áreas vitales como nuestra historia, cultura y tradiciones. Tal es el caso de ausencia de información sobre mujeres venezolanas relevantes para la sociedad o culturas autóctonas como la etnia wayúu.

Además de los editatones, uno de los servicios más importantes que hemos prestado es tratar de disipar los mitos que existen alrededor del uso de Wikipedia, su comunidad y cómo realmente funciona el sistema de revisión por pares que sirve de base para los artículos de la enciclopedia libre.

Adaptarnos a la crisis naturalmente no ha sido sencillo, la idea de que los voluntarios vienen a la organización por cuenta propia es cosa del pasado, sobre todo tomando en cuenta que la organización nació de una iniciativa en línea y la crisis ha afectado significativamente las comunicaciones y el precario acceso a Internet en el país, pasando por el tiempo voluntario que las personas dedican a la edición o a la misma organización administrativa de la organización.

Por esto, los principales coordinadores de la iniciativa nos hemos puesto en la tarea de llevar una búsqueda constante de nuevos voluntarios, de asociaciones o instituciones con similares misiones, para renovarnos y sumar nuevas manos, tanto para la edición en Wikipedia como para las actividades de la asociación civil.

Por otro lado, no se puede dejar de comentar el efecto arrollador que ha tenido el éxodo de venezolanos en los últimos años, por esto mismo hemos

tratado de tejer redes con los voluntarios que están fuera del país para que no pierdan contacto con el movimiento Wikimedia, ya sea en la colaboración en línea en diversas actividades como los editatones, hasta la colaboración con donaciones individuales para el mantenimiento del capítulo.

Por supuesto, hablar de la crisis nos obliga a relatar el triste episodio en donde Wikipedia fue objetivo de la censura digital desarrollada por el gobierno venezolano a través de CONATEL.

En los momentos más álgidos de la crisis presidencial de 2019, Wikipedia al igual que otros portales en línea fueron bloqueados a través de la operadora estatal de Internet CANTV, esto debido a que la información que servía para ilustrar la crisis, como los artículos de Juan Guaidó o Nicolás Maduro, reflejaron una visión que no se correspondía con lo que los jerarcas de turno en el organismo estatal esperaban leer, por lo cual decidieron privar a miles de venezolanos del acceso a la enciclopedia libre.

Eventualmente, después de una semana en total silencio durante ese mes de enero, se decidió levantar el bloqueo sobre Wikipedia, pero esta situación de incertidumbre nos coloca en un lugar bastante frágil, lo cual ha devenido en una vocería accidental por parte de nuestra organización en pro de la libertad de expresión en los espacios digitales, siempre manteniendo que nuestro objetivo final es que el conocimiento libre sea de acceso a todos los ciudadanos del país, algo que a *vox populi* ha sido cercenado por el gobierno.

La experiencia de estos últimos 6 años nos habla de una crisis sin parangón, pero también de muchas oportunidades de educación en línea a través de los proyectos Wikimedia.

Hay que partir de la realidad y la realidad nos dice que el 53% de la población económicamente activa entre 15 y 65 años, que son aproximadamente 8 millones de personas, no pasan del primer año de bachillerato, estamos hablando de al menos tres generaciones de desertores escolares, re-escolarizarlos va a ser muy cuesta arriba y si nosotros no cerramos esa brecha educativa, no vamos a construir una nueva república.

Es necesario para poder construir un país en el que la educación se convierta en un tema de interés nacional, de interés de las comunidades, y debe poder construirse por la vía de la solidaridad. Wikipedia y sus proyectos hermanos son una filosofía de construir la vida de manera colaborativa, más allá

de una prestación tecnológica, más allá de una forma de edición en código wiki.

Wikipedia permite adiestrarse en la construcción de comunidades de interpretación. Si aprendemos a hacerlo, en la medida que vamos generando conocimiento de manera colaborativa a través de editaciones, hoy lo hacemos con entradas en una enciclopedia, pero mañana podemos hacerlo en la gestión de todas las manifestaciones de la vida de una comunidad. Allí es donde nosotros vemos la fortaleza del recurso y de nuestra capacidad de acción en el país en los próximos años, que es un aprender haciendo, un construir colaborativo.

# comunicación

---

## BIOPIC-COMUNICACIÓN

---

JESÚS MARÍA AGUIRRE

- Todo tiene un principio. ¿Cómo comenzó la iniciativa (mencione fecha, lugar, fundadores y pasos cumplidos)?

El Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín, perteneciente a los PP. Jesuitas, en colaboración con estudiantes de comunicación social de la UCAB, funda la publicación en 1974 y publica su primer número, como boletín, en 1975 con una periodicidad bimestral. El P. José Ignacio Rey ejerce la función de coordinador.

- ¿Cuál fue el propósito -misión- que se trazó?

En la presentación del primer número se proclama: “Una Comunicación sobre comunicación, de comunicadores y para comunicadores”. Se resaltan tres claves que han enmarcado el quehacer de la revista a partir de su primer boletín: el protagonismo de los actores, que son principalmente comunicadores y periodistas; la agenda temática centrada en los temas y problemas comunicacionales del país; y la meta de llegar a los profesionales de los medios, e implícitamente por el contexto, a todos los estudiosos de la comunicación.

El horizonte axiológico viene marcado implícitamente por su inserción en una obra de la Compañía de Jesús, aunque con una visión muy abierta y no confesional de su perspectiva, a diferencia de la revista SIC, que desde sus inicios explicitaba su carácter de publicación confesional al destacar el mote de “revista de orientación católica”.

Aunque con flexibilidad, se ha mantenido en el tiempo este horizonte, con el mismo propósito de mejorar las condiciones comunicativas del sistema de medios y las capacidades instrumentales y éticas de los actores involucrados.

- ¿Cuáles son los principales productos intelectuales, comunicacionales, alcanzados?

Desde el punto de vista editorial su continuidad a lo largo de 45 años, mejorando su calidad. Intelectualmente, la conformación de un grupo de referencia estudiantil, docente e investigador, con una visión crítica y alternativa, que ha mantenido viva la revista con sus colaboraciones y uso académico. Comunicacionalmente ha ofrecido un foro permanente de reflexión sobre el fenómeno comunicacional a partir de la difusión de estudios empíricos y ensayos sobre teoría y práctica comunicacionales.

Han contribuido aproximadamente medio millar de firmas y se cuenta con un repositorio, que sirve como base de datos para las búsquedas y ofrece todos los textos plenos en *pdf*. Se trata de un patrimonio imprescindible para reconstruir la historia comunicacional de medio siglo en Venezuela.

- Describa las transformaciones que tuvo o ha tenido la iniciativa a lo largo de su desarrollo.

En primer lugar, hay que señalar el cambio que supuso la reestructuración del primer centro multifuncional, teórico-práctico, de reflexión y de producción audiovisual, a un equipo focalizado en el trabajo intelectual en torno a la revista. Ello supuso transformaciones físicas y locales, entre ellas el paso del Centro Pellín (El Paraíso), al Centro Valores (Altagracia), y su fusión con el Centro Gumilla en 1986 por razones de costos e integración apostólica de la Compañía de Jesús. También implicó transformaciones del Equipo, en su composición y en su estructura, ya dependiente del Centro Gumilla. Así se pasó del grupo fundador a su ampliación por nuevos miembros jóvenes; de la forma colegiada a la dirección formal con un director. Por otra parte, se integraron con el apoyo institucional del Centro Gumilla los servicios de documentación, difusión y ventas. Más allá de estos cambios organizacionales hay que destacar la evolución de su pensamiento: de la denuncia y crítica de los medios a la búsqueda de alternativas a nivel microsociales de grupos y a nivel macrosociales de las políticas públicas de comunicación. Hay que destacar también la ampliación temática de la agenda centrada en medios a los estudios culturales con la incorporación de unas galerías gráficas, bajo la conducción del artista Víctor Hugo Irazábal.

- ¿Cuáles audiencias fueron o han sido beneficiadas con las tareas desempeñadas?

Principalmente los estudiantes, docentes y profesionales de la comunicación -en ese orden-, participando en las diversas fases de producción, difusión, distribución y recepción activa (ejercicios docentes, periodismo cultural...). Al simultanear las tareas de docencia e investigación casi todos los miembros han contribuido a enriquecer los programas de pregrado y postgrado, sobre todo en la UCAB y en la UCV. Por otra parte, aunque en menor grado los profesionales de los medios, por la actualización permanente que les ha ofrecido la revista sobre diagnóstico de los procesos comunicativos. Y, por fin, los estudiantes, que han enriquecido sus lecturas con un amplio reservorio de estudios pasados y presentes, con el acceso a un repositorio de más de cuarenta años.

- ¿Cuáles sectores fueron o han sido aliados en el desarrollo de las actividades de la institución?

El aliado principal ha sido la Compañía de Jesús, que ha proporcionado o asegurado los costos fijos relacionados con las oficinas y servicios básicos para el mantenimiento de la revista. En segundo lugar, la contribución personal de los integrantes del Consejo de la Revista, sobre todo de sus directores que, con su proactividad, han generado recursos para su sostenimiento. En tercer lugar, Las Universidades UCAB y UCV, cuyos alumnos y profesores, han contribuido con sus trabajos, tesis y puntos de venta, y por fin, el conjunto de las universidades, sobre todo latinoamericanas, con las que se han mantenido relaciones asociativas (ALAIC, FELAFACS, Red de Revistas Iberoamericanas, AIERI).

- Hablemos de cifras (mediciones temporales, históricas, métricas estadísticas) que avalan un amplio camino recorrido por la institución en el cumplimiento de sus labores.

Producción de 188 números. Las ediciones han variado en el tiempo, pues de ser bimestral pasó a trimestral. El número de páginas fue incrementándose a pesar del cambio de tamaño de la revista. Los tirajes de la etapa impresa han fluctuado entre 500, 700 y 1000 (máximo histórico). La mayor parte de los números anteriores al año 2000 están agotados o en mínimos de reserva. Con la colaboración de los mismos miembros del Equipo se fueron publicando varios títulos de los Temas de Formación Sociopolítica. Adicionalmente, contando con el Equipo se han realizado varios estudios cooperativos sobre

*Prácticas y travesías de comunicación en América Latina, y Encrucijadas de la comunicación en Venezuela.* Y existe el proyecto de publicar un libro sobre los pensadores más significativos de este segundo milenio en marcha. Con la transición del sistema impreso a la digital, debió no solo al cambio de plataforma, sino a la crisis económica del país, ha habido una profunda transformación en la producción/difusión de la revista. Desde el año 2018, tras varias pruebas, hoy se consolidado con la dirección web (comunicación.gumilla.org). El último reporte de medición arroja los siguientes datos:

Métrica de la Revista Comunicación en la Web (2018-2019)

	En.	Feb.	Mar.	Ab.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
2018	278	499	518	345	333	394	491	297	310	504	506	308
<b>2019</b>	375	782	562	777	1.0K	1.2K	842	511	595	1.0K	1.1K	1.2K

La progresión es constante, aunque está sometida al ciclo estacionario de los cursos académicos, con una baja en los periodos vacacionales.

- Si está en funciones, ¿cuál es el futuro de la iniciativa? Si no lo está, ¿por qué fue terminada la labor?

Aunque la revista sigue funcionando y ofrece un producto aceptable ha perdido gran parte de su vigor por el bajo reemplazo generacional, la dispersión de algunos de sus miembros y la disgregación de las labores e iniciativas de sus miembros. La articulación entre el Centro Gumilla y la UCAB posibilita hasta el presente su subsistencia. Por el momento, no se ha optado por otros escenarios que van desde su desaparición hasta la fusión con Temas de Comunicación del CIC-Ucab u otro emprendimiento. A pesar de las limitaciones existentes mantiene su función de diseminar los estudios publicados en el entorno venezolano, dar a conocer las tendencias investigativas del exterior y ofrecer un lugar accesible de la producción investigativa de nuevas generaciones como lectores o prosumidores.

- Mencione el aprendizaje que deja la experiencia en el entorno y para los productores de la misma. ¿Qué deja al país en materia de antecedentes?

Tal como se preguntaba Antonio Pasquali, ¿cómo ha sido posible mantener en el tiempo un proyecto, que ni las universidades, ni las entidades oficiales o privadas, han sido capaces de sostener? La respuesta está en la conjunción de la mística intelectual en torno a unos valores, la amistad y compañerismo entre los integrantes y el soporte institucional de obras de la Compañía de

Jesús (Centro Gumilla y la UCAB), que le han otorgado su confianza. La principal lección es la de la continuidad institucional, capaz de superar cambios de personas y ajustes en el escalamiento, pero estas condiciones no son fácilmente replicables, ya que no se han dado previamente programadas, y a ello se suman las características especiales de las instituciones y actores vinculados. Hasta la misma crisis del país y de las universidades públicas le ha otorgado un protagonismo que va más allá de sus pretensiones iniciales, al sumar la capacidad de resiliencia de varias instituciones educativas y gremiales. Deja al país una memoria sólida de los procesos comunicativos de medio siglo, y el invaluable testimonio de los investigadores, periodistas y, en general, comunicadores que se han desempeñado con independencia durante estos veinte últimos años de régimen autoritario.

## Referencias bibliográficas

- Bisbal, M. (1995). Crónica de sus veinte años *Revista COMUNICACIÓN*.  
[http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/SIC1995574\\_156-158.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/SIC1995574_156-158.pdf)
- Hernández, L. (2019). La migración de nuestras preocupaciones en comunicación política. *Revista Comunicación*. N.187-188, 89-143.  
[http://comunicacion.gumilla.org/wp-content/uploads/2020/02/COM\\_2019\\_187-188\\_89-143.pdf](http://comunicacion.gumilla.org/wp-content/uploads/2020/02/COM_2019_187-188_89-143.pdf)
- Sánchez, M. (1999). COMUNICACIÓN, Historia, Tendencias y Autores. [Tesis de Grado. Escuela de Comunicación de la UCAB. Caracas].



---

## RCTV: comunicación para el desarrollo, en modo resistencia en valores corporativos

---

LEÓN HERNÁNDEZ

### RCTV: incómodo para otros gobiernos de la era democrática

Lo ocurrido con *RCTV* durante los gobiernos de Hugo Chávez, cuyos hechos se narrarán más adelante, no constituyó la primera diferencia de este medio con los gobiernos venezolanos. *Radio Caracas Televisión* fue cerrada por 72 horas el 31 de marzo de 1976, por el primer gobierno del líder adeco Carlos Andrés Pérez, debido a la divulgación de informaciones acerca del secuestro del industrial William Niehous, estadounidense que era ejecutivo, en aquél entonces, de la *Owens Illinois*.

El entonces ministro de Interior y Justicia, Octavio Lepage (1923-2017), estimó que el canal debió pedir permiso, antes de difundir, a través de “El Observador”, una entrevista telefónica con uno de los presuntos secuestradores del empresario. El funcionario justificó la medida, alegando que la información podía causar “zozobra en la población”. Como reacción:

El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa, la Cámara de la Radio-difusión, el Bloque de Prensa y todos los partidos políticos, excepto Acción Democrática, rechazaron con firmeza la medida contra *RCTV*, pues la consideraban violatoria de la libertad de expresión. El propio ministro Lepage dijo el 31 de marzo de 1976: “El Gobierno no es infalible”. En el Congreso Nacional se discutió rebajar la sanción de 72 a 24 horas, pero la moción fue rechazada por el bloque mayoritario de AD. (Correia, 2007)

La televisora también fue suspendida por tres días en 1980, por disposición de Vinicio Carrera, el ministro de Transporte y Comunicaciones del presidente Luis Herrera Campins (1925-2007), en respuesta a que el programa “Alerta” conducido entonces por Eladio Lárez- denunció la precaria situación en el Hospital Psiquiátrico de Catia La Mar, un manicomio venezolano ubicado en el estado Vargas, en el cual, incluso, había pacientes atados a las camas o a las rejas de la institución, realidad que se desnudó en el espacio televisivo. Se estimó que la planta había emitido imágenes “sensacionalistas, cuadros sombríos”, así como “relatos de hechos poco edificantes”. (Correia, 2007)

Fue suspendida una vez más en la gestión del fallecido líder socialcristiano, en 1981, por 24 horas, debido a un presunto error de un operador de Master, quien dejó ver, por tres segundos, imágenes de contenido sexual, el 19 de enero de 1981, a las 11:30 am, en uno de los cortes comerciales de “El Show de Enrique”. La sanción fue, de nuevo, tomada por el ministro Carrera.

Se manejó la hipótesis de un sabotaje interno. La sanción tuvo un precedente: el 25 de diciembre de 1977, *Venezolana de Televisión* también había sido castigada porque dos técnicos que se distraían con una película erótica la elevaron por error a la señal del canal. A cualquiera se le escapa un gazapo, incluso a la VTV “cuartorrepblicana”. Días atrás, el gobierno de Herrera Campins, empeñado en una cruzada moralista por la recuperación de la decencia en la televisión, había ordenado sacar del aire “La Batalla”, un programa de *Venevisión* con Néstor Zavarce y Olimpia Maldonado que era equivalente al actual “La Guerra de los Sexos”. (*Ibidem*)

El deterioro de la economía nacional, los escándalos de corrupción y el surgimiento de la antipolítica se emitió también por la pantalla de RCTV, en los gobiernos de Jaime Lusinchi, Carlos Andrés Pérez y Rafael Caldera. Desde Radio Caracas Televisión se producía un noticiero emblemático para la pantalla venezolana, dada su antigüedad y popularidad: “El Observador”. La directora de Información de RCTV para el momento del cierre de la planta en 2007, la periodista María Isabel Arriaga, en entrevista para el libro: “Hablan los periodistas” (2020), llegó a ese espacio audiovisual de noticias en 1983 como redactora de la madrugada. Señaló que en los 80 el ejercicio era más libre, aunque no exento de presiones: “Decidíamos hacer un periodismo, por lo menos en RCTV, en ‘El Observador’, un periodismo bien libre. Evidentemente, en todos los gobiernos había campañas que molestaban o investigaciones que molestaban a los mandatarios, o algunos personeros del gobierno que estaban involucrados en algunos hechos, pero no pasaba de un reclamo o

de una llamada telefónica. Sin embargo, nuestra línea editorial no cambiaba, como tampoco cambió con el chavismo”.

En los medios venezolanos hubo muestras de búsqueda de cambios en la política que tomara en cuenta modelos como el cubano. A través de un manifiesto, 900 firmantes dieron la bienvenida a Fidel Castro, quien visitó al país en 1989, a comienzos de febrero y a pocos días del Caracazo del 27 y 28 de ese mes, para la toma de posesión de Carlos Andrés Pérez. Uno de los principales renglones de los firmantes corresponde a la docencia universitaria (241), algunos del área de la Comunicación Social. También hay presencia de ensayistas (143) y periodistas (48), entre otros. (Hernández, 2020).

En los hechos de febrero de 1989, *RCTV* narró los episodios, con una editorial, narrada por su presidente, Eladio Lárez, a favor del “restablecimiento de los procedimientos normales de producción de bienes y servicios”. Cubrió las incidencias del 4 de febrero de 1992. Mientras medios y entonces periodistas como José Vicente Rangel brindan espacios a Hugo Chávez desde el mismo día de su liberación, el 26 de marzo de 1994, algunos, desde *RCTV*, se mantenían al margen de la simpatía que ciertos sectores de la población daban al aspirante a la presidencia de la República. El director general de *RCTV* y presidente Ejecutivo de las *Empresas IBC*, el abogado, periodista y empresario Marcel Granier, invitó por primera vez a Chávez al espacio de opinión que conducía, “Primer Plano”, el 18 de octubre 1998, bien avanzada la campaña electoral y con encuestas que ya lo daban ganador. En el espacio, Granier cuestionó la propuesta de una Asamblea Nacional Constituyente, una de las banderas del candidato en su afán por lograr una transformación del modelo político; le planteó que ninguna nación había resuelto sus problemas con un cambio constitucional y le espetó sobre la desconfianza del empresariado hacia sus propuestas:

**-Hugo Chávez:(...)** Yo no creo que haya un solo venezolano que pueda hoy defender este sistema político, a menos que esté interesado en que continúe, pero los venezolanos honestos, analíticos, observadores, tenemos que concluir que hoy tenemos un sistema político que está podrido, y esa es una de las razones morales y políticas del drama venezolano. Pero también tenemos en la propuesta el modelo económico, generar empleo, para generar trabajo, para dinamizar la agricultura, el turismo, eso no depende de la Constituyente. Eso depende, bueno, del poder Ejecutivo, del empresariado nacional, de las inversiones internacionales a las que estamos llamando ya y estamos logrando ya entrarle a los sectores empresariales privados, nacionales e internacionales. Hay una línea social...

**-Marcel Granier:(Interrumpiéndolo)** ¿Y cómo es eso?, porque vi que las cámaras binacionales más bien están como muy preocupadas con tu mensaje...

**-Hugo Chávez:** Yo no lo creo, porque mañana, temprano, voy a desayunar en Venamcham...

**-Marcel Granier:** Bueno, como todos los candidatos...

**-Hugo Chávez:** No, pero es que me he reunido con ellos, si me tuviesen miedo, pues si me tuviesen miedo no me invitasen allí y he conversado con embajadores...

**-Marcel Granier: (Interrumpiéndolo)** Pero es que no es que te tengan miedo o no, lo que me han dicho es que así no van a hacer inversiones en el país, de hecho, hemos visto como están retirando las inversiones del país...

**-Hugo Chávez:** No creo que tú vayas a recoger eso que dicen de que yo soy el culpable de todo eso (**continúa la entrevista**)<sup>37</sup>.

En una primera fase de contactos con periodistas venezolanos críticos, privilegio que luego sería acortado por un Chávez que desde la presidencia prefirió rodearse de adeptos al proceso para sus transmisiones a fin de evitar “sorpresas” en vivo, era posible la pregunta incómoda y las interrupciones a las respuestas del todavía candidato, pero en esta etapa ya existía el cuestionamiento al trabajo periodístico no afín, la tensión contra el tratamiento informativo. En el ejemplo citado se aprecia en una frase: “No creo que tú vayas a recoger eso”, la pregunta, la idea expresada del comunicador era reprobada.

Con la llegada de Chávez al poder, *Radio Caracas Televisión, RCTV*, fue medio crítico hacia un gobierno que señaló de autocrático y personalista. No fue el único canal televisivo que difundió el llamado a segundo paro cívico nacional, convocado por Fedecámaras y la CTV, en abril de 2002.

El 9 de abril las estaciones privadas de radio y televisión suspendieron su programación habitual para transmitir entrevistas y noticias. Las cuñas publicitarias desaparecieron de los cortes comerciales porque los canales decidieron sumarse al paro nacional. En cada segmento destacaba la propaganda antichavista, grabada al mismo tiempo que la oposición diseñaba las nuevas estrategias del paro. Tal vez por ello no tenían una realización fastuosa, llena de efectos especiales, sino que estaban confeccionadas con la sencillez de una cartelera informativa. Cada convocatoria desbordó las expectativas de asis-

37 “Hugo Chávez Frías/1998/10/18/Marcel Granier”, video colgado en YouTube el 4 de noviembre de 2014. <http://youtu.be/U8uxmoEwZcw>.

tencia. La invitación a la caminata del 11 de abril no fue la excepción. Claro y directo, el mensaje se propagó de inmediato: “Venezolanos, todos a la calle hoy jueves 11 a las diez de la mañana. Marcharemos todos unidos por Venezuela desde el Parque del Este hasta PDVSA en Chuao. Trae tu bandera. Por la libertad y la democracia. Venezuela no se rinde. Nadie nos va a derrotar” (La Fuente y Meza, 2004, p. 55)

“Nunca en la historia del país se había visto una manifestación de tal magnitud, calculada por expertos en un millón de personas aproximadamente” (Olivares, 2006, p. 16). El 11 de abril 2002, *RCTV*, *Venevisión*, *Televen*, *Globovisión* y numerosas emisoras radiales reportaron las incidencias de lo que ocurría... la marcha que estaba previsto terminaría en la sede de PDVSA Chuao, que fue estimada como bastión del descontento contra el Gobierno, cambió su rumbo a Miraflores, movida por discursos de voces opositoras. *RCTV* transmite el mensaje del comisario Iván Simonovis, entonces director de Seguridad Ciudadana de la Alcaldía Metropolitana. El funcionario llamó a la prudencia, señalando que no era segura la ruta hacia la sede del Ejecutivo Nacional.

*RCTV*, tenía un equipo de periodistas activo y movilizado aquel jueves de abril. Componentes del fuero personal de cada comunicador social se hacían presentes y sin ninguna orientación editorial explícita, los contenidos en la pantalla de *RCTV* se volvían punzantes (Ver, Hernández y Cañizález, 2016). Sobre el clima comunicacional de 2002, catedráticos objetaron los excesos en la postura política que contribuyó al clima de polarización:

En muchos casos, los medios y algunos periodistas dejaron de cumplir con su misión de comunicadores para transformarse en voceros de determinada parcialidad política, con rasgos de verdaderos agitadores. (Dragnic, 2002, p. 80)

Al momento de la llegada de la multitud a los alrededores del Puente Llaguno, al final de la avenida Baralt, *Venevisión* transmitió imágenes de tiradores afectos al oficialismo, disparando desde el referido elevado –por cierto, estas imágenes nunca más pudieron ser empleadas por medio distinto al canal de La Colina, por disposiciones legales de *Venevisión*... esta postura ocurre en el marco de una visión más “equilibrada” y menos comprometida de esta planta, con respecto a las que antes eran sus motivaciones, al inicio del gobierno de Hugo Chávez-

Entonces, justo a la llegada de la manifestación, Hugo Chávez Frías ordena una transmisión oficial en medios públicos y privados. El ciudadano

agoniza con el silencio periodístico obligado, impuesto precisamente en medio de la violencia que dejaba víctimas fatales en el centro de Caracas. *RCTV* y *Venevisión* dividen la pantalla, para mostrar cómo, en medio de la crisis, el mandatario nacional encadenaba.

En relación con la decisión de las televisoras de dividir la pantalla, no existe alguna ley que establezca sanciones para interrupciones de este tipo. Al contrario, en el marco de un abusivo uso de las cadenas nacionales, que en sí constituían una restricción a la libertad de expresión, los medios privados entendieron que se afectaba el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, el cual además estipula con claridad que no se puede restringir el derecho de expresión por medios como “abuso de controles oficiales”. (Cañizález, 2002, p. 14)

Diecinueve muertos y 150 heridos dejaron disparos cuyo origen nunca ha sido esclarecido, producto de que hasta la fecha no hubo una comisión de la verdad que así lo hiciera. (Olivares, 2006)

Entre el 11 y 14 de abril fuimos testigos de una serie de acontecimientos sin precedentes: la llamada “masacre de El Silencio”, perpetrada el día 11; la salida de Chávez de Miraflores; la juramentación de Pedro Carmona Estanga al frente del Ejecutivo; su renuncia; la juramentación de Diosdado Cabello; allanamientos, saqueos; el silencio mediático el sábado 13 de abril; la ‘visita’ de los Círculos Bolivarianos a los principales medios de comunicación; y el regreso de Hugo Chávez al poder. (Canelón y Silva 2002, p. 84).

El 12 de abril de 2002 gobernó por horas Pedro Carmona Estanga, quien fungió hasta esa fecha como presidente de Fedecámaras. La inestabilidad de su mandato, brevísimo, como ningún otro en la historia de Venezuela, incluyó un decreto que abolía instancias del Poder Público.

En la madrugada del 12 de abril 2002, hechos de violencia tomaban al país, mientras en medios se dictaba la orden de evitar confrontaciones en la calle y el silencio se apoderaba de algunas pantallas, entre ellas, la de *RCTV*, cuyo personal fue resguardado por razones de seguridad, medida que se toma tras ser un hecho público y notorio las muertes ocurridas en la avenida Baralt, muy cercana a la sede del canal.

En la madrugada del 13 de abril de 2002, luego de ser atacada por seguidores al oficialismo, cuyas caras quedaron registradas por equipos de seguridad de la planta, y tras desalojos forzados de los trabajadores que temieron por sus vidas debido a los ataques de simpatizantes del Gobierno, *RCTV* también

transmitía el retorno al poder de Hugo Chávez Frías, quien con rosario en mano pedía perdón y llamaba a la reconciliación.

El llamado a la reflexión del mandatario no duraría mucho. Las acciones de conflictividad política continuaron con un paro que se extendió de diciembre de 2002 a febrero de 2003 y que fue televisado por *RCTV* y medios en general. Pero esta huelga, convocada por Fedecámaras, la Confederación de Trabajadores de Venezuela y partidos políticos opositores agrupados en una coalición que denominaron “Coordinadora Democrática” no rindió frutos políticos para la oposición: el Gobierno fortaleció las medidas represivas y se criminalizó a la disidencia, con órdenes de aprehensión para quien en aquél entonces era el principal convocante de las acciones, el presidente de la CTV, Carlos Ortega.

Culminado el paro, la disidencia política se debilitó al no alcanzar avances concretos con una mesa de diálogo instalada con la participación del ex presidente Colombiano, César Gaviria, como representante de la Organización de Estados Americanos. En el acuerdo se garantizaba pluralismo y libertad de expresión, pero tales premisas no fueron satisfechas por el Gobierno, no hubo instancia consolidada, con representación de ambas partes, que diera seguimiento y evaluación de estos acuerdos. Derrotada y desgastada, se desarticuló la llamada “Coordinadora Democrática” y las fuerzas sociales del sector privado y de los trabajadores se atomizaron, perdiéndose la cohesión de las iniciativas sociales contra el Gobierno de Hugo Chávez. Mientras, Miraflores enarboló la bandera de haber resistido al “paro petrolero”, al cual atribuyó condiciones destructivas para la nación, empleando sus efectos económicos como arma política en su discurso.

La persecución a los medios que le adversaron persistió hasta acallar las voces más contrarias del régimen. Tras abril de 2002 y el paro entre ese año y 2003, muchos cambiaron su postura de manera paulatina, entre estos *Venevisión*. Otros fueron comprados, como *CMT* (vendido a *Telesur* en 2006) *Globovisión* (comprado por capital privado en 2013) *El Universal* (vendido a capital privado en 2014) y se desarrollan en la actualidad de cara a la hegemonía comunicacional pretendida por altos funcionarios, tales como uno de los Ministros de Información y Comunicación en la gestión de Hugo Chávez, Andrés Izarra, quien fue gerente de Producción de *RCTV*, hasta precisamente los sucesos de abril de 2002.

Pero *Radio Caracas Televisión*, con críticas de parte de quienes vieron en la comunicación periodística atisbos de postura política, se mantuvo coherente con sus valores empresariales, con el consabido resultado: su cierre en señal abierta, en 2007 y en señal por televisión por suscripción, el 23 de enero de 2010.

## Cuenta regresiva para un cierre

Las amenazas para el cierre no comenzaron un día en específico. Se podría hablar de un continuo accionar, de un dar vueltas sobre el tema, desde años atrás al cese de operaciones, como si de una deuda pendiente que tenía el régimen se tratara, para satisfacción de su plan por pretender instaurar una sola manera de ver la realidad. El 12 de enero de 2003, el entonces presidente Hugo Chávez lanzó esta advertencia:

Así lo adelanto a Venezuela. He ordenado revisar todo el procedimiento jurídico a través de los cuales se les dio la concesión a estos señores. La estamos revisando y si ellos no recuperan la normalidad en la utilización de la concesión, si ellos siguen utilizando la concesión para tratar de quebrar el país, o derrocar el gobierno, pues yo estaría en la obligación de revocarles la concesión que se les ha dado para que operen los canales de televisión. (Correa y Cañizález, 2004, p. 139)

El 27 de enero de 2003, el entonces presidente Hugo Chávez asomaba sin mucho compromiso la posibilidad de cierres de medios, pero comenzaba a amenazar: “no se extrañen si en Venezuela dentro de poco comenzamos a cerrar los canales de televisión” (p. 47)

El 09.02.03, el presidente volvió a pronunciar un discurso amenazante dirigido a las televisoras privadas. El presidente Hugo Chávez advirtió en su programa Aló Presidente N° 138, transmitido desde la refinería El Palito en el estado Carabobo, que si las televisoras no recapacitaban habría que cerrarlas. “Yo no quiero cerrar los canales, pero si no recapacitan habrá que cerrarlos. Es un asunto de moral. No podemos permitir que se incite al delito”, señaló. “Hemos abierto procedimientos administrativos a las cuatro estaciones de televisión. Ahora tienen un tiempo estipulado para su defensa. Yo he pedido objetividad. Hace poco convocaron una marcha para defender a los medios. ¡No sean mentirosos! Reconozcan que violaron la ley. Porque si no rectifican no podrán seguir disfrutando de una concesión en el espectro radioeléctrico”, agregó. (p. 35)

El 20 de enero de 2003, se produjo una visita de entes administrativos a *RCTV* a la par de otra realizada en *Globovisión*, entonces otro medio muy crítico, un día después de que Diosdado Cabello recibiera el cargo de titular CONATEL. Ese mismo mes de enero se introdujo en el parlamento el proyecto de Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, otro de los frentes para inducir censura.

Este marco regulatorio que aplicó el Gobierno del Presidente Chávez para normar, sancionar y controlar el trabajo de los medios de comunicación con mayor alcance del país, alteró, significativamente, el libre ejercicio del periodismo en Venezuela, desde su promulgación por la mayoría oficialista en la Asamblea Nacional, el 9 de marzo de 2004, provocando escenarios de censura previa y posterior. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión estableció restricciones ambiguas, facultando al Estado la posibilidad de multar y sacar del aire a programas y limitando los beneficios económicos de las empresas de comunicación social, al restringir los contenidos publicitarios. Golpes a los medios por varios frentes, de la mano de la estrategia oficial.

Pero el trabajo continuó para *RCTV*, en medio de la polarización social y con un Estado que más allá de no ser garante de la libertad de expresión, tenía afán en dar a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión el propósito de regular, controlar, censurar a su favor. El 3 de junio de 2004, *RCTV* fue objetivo de ataques que pusieron en riesgo a sus trabajadores. Un camión de la empresa de helados *Tío Rico* fue hurtado y estrellado luego contra la fachada de la planta, mientras que a cuerdas del canal, también un automóvil fue incendiado, bloqueando uno de los accesos viales cercanos a la instalación. Esa noche no pudo salir al aire la emisión estelar de “El Observador”, luego de ser correctamente evacuado el personal. Pero al día siguiente, fue transmitido en sus emisiones habituales.

Poco a poco, desaparecieron de la programación de *Venevisión* algunos programas de opinión, y a punta de procedimientos, comenzaba el silencio en algunos medios. Sin embargo, los periodistas de *RCTV* mantuvieron una postura crítica. En 2005, pese a todo el accionar en contra, el tren gerencial de *RCTV* decidió emprender proyectos de la envergadura del *Centro Nacional de Noticias*. Así se reseñaba el recurso del *Centro Nacional de Noticias*, antes de su apertura:

El próximo lunes 18 de julio (de 2005) *RCTV* inaugurará el más moderno y especializado *Centro Nacional de Noticias*, en su sede de Quinta Crespo, considerado el único en América Latina. Este nuevo centro informativo y de opinión es un proyecto ambicioso que la directiva del canal se había propuesto alcanzar desde hace más de cinco años y que ahora gracias al apoyo de todo un equipo de trabajo lo ve cristalizado. (...) El *Centro Nacional de Noticias* cuenta con tres nuevos y modernos estudios equipados con la tecnología de punta, una sala de prensa con 35 estaciones de trabajo, 10 cabinas de edición, 10 estaciones de visualización, un departamento de digitalización, una sala gráfica, una sala para la recepción de satélite y microondas. (González, 2005)

En menos de 10 años, tal infraestructura de vanguardia se quedaría en silencio y a oscuras. Sus últimos empleados antes de apagarse las últimas computadoras activas del área, que para ese entonces sólo se encendían para efectos de alimentar de video y textos la página WEB de “El Observador”, salieron de las instalaciones en los primeros días de noviembre de 2012.

## Cuando un amigo se va

El 28 de diciembre de 2006, una orden cambió la historia de la industria cultural televisiva de Venezuela. El emisor fue el entonces presidente de la República, Hugo Chávez Frías (1954-2013); el lugar: Fuerte Tiuna, Caracas; el modo: cadena nacional.

*Se le acaba en marzo la concesión de televisión* (dijo, dirigiendo sus palabras a Marcel Granier, presidente del Centro Corporativo IBC y Director General de RCTV), *así que mejor que vaya preparando sus maletas, que vaya viendo a ver qué va a hacer a partir de marzo (...)* *No se va a tolerar aquí ningún medio de comunicación que esté al servicio del golpismo, contra el pueblo, contra la nación, contra la independencia nacional, contra la dignidad de la República. Venezuela se respeta*”. (Archivo de Prensa de RCTV, 2006)

El país contaba con la señal de *Radio Caracas Televisión* desde 15 de noviembre de 1953, cuando la fundó el explorador y empresario estadounidense William H. Phelps. Tenía la planta, al momento del anuncio presidencial, poco más de 53 años en todos los hogares del país, convirtiéndose en entretenimiento familiar, información, opinión y cuna de muchos profesionales de los medios de comunicación para otras empresas del ramo. Hubo críticas en determinados periodos de su historia, pero su aporte a la industria era innegable, basado en hechos como haber tenido la primera transmisión vía satélite: la llegada del hombre a la Luna, el 20 de julio de 1969.

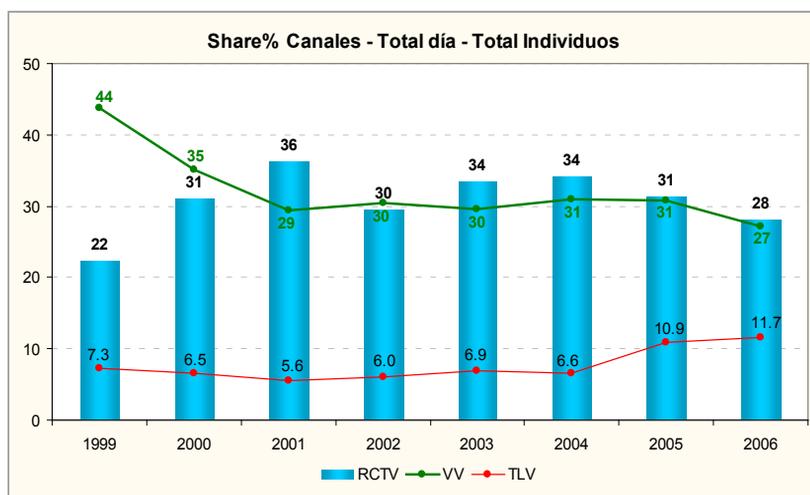
Nunca un golpe contra RCTV se había planteado de tal magnitud, como el que fue anunciado por el presidente Hugo Chávez Frías, el 28 de diciembre de 2006. La primera orden del segundo gobierno de quien había sido reelegido presidente el 3 de diciembre de 2006 -por primera vez un mandato continuado en la historia democrática del país- se concretó el 27 de mayo de 2007, a las doce de la medianoche, teniendo como antesala una maratónica programación de trabajadores de la planta televisiva, que clamaban al mundo por la reconsideración de la decisión de Miraflores. A un himno nacional de estos empleados, siguió el apagado histórico de la señal por parte de los ingenieros de la planta, que dio paso luego al logo de TVES,

el canal que había sido creado por el Gobierno y que, haciendo uso de las antenas de *RCTV*, se transmite desde entonces por el canal 2 de la señal abierta en Venezuela.

Ante la adversidad, hay una historia de adaptación y liderazgo importante. Los responsables del canal tuvieron que responder preguntas difíciles: ¿Qué hacer con el negocio, el personal, la imagen de *RCTV*? Tras el cierre, surgió *RCTV Internacional*, cuya puesta al aire, por televisión por suscripción, tuvo lugar el 16 de julio de 2007. Se trataba de una versión por cable del entretenimiento, información, variedades y opinión de *RCTV*. En medio de esta crisis, el mecanismo de adaptación, la visión de un país que se resistía a desaparecer, condujo a múltiples procesos, culturales, industriales, jurídicos. ¿Qué pasó en el canal de Quinta Crespo, a raíz del cierre de su señal abierta?, ¿cómo y por qué continuó funcionando su planta?, ¿cuáles fueron sus criterios para seguir empleando a personal de producciones que salían del aire?, ¿cuáles fueron las decisiones que tomó *RCTV* para intentar luchar por mantener su filosofía, su cultura?

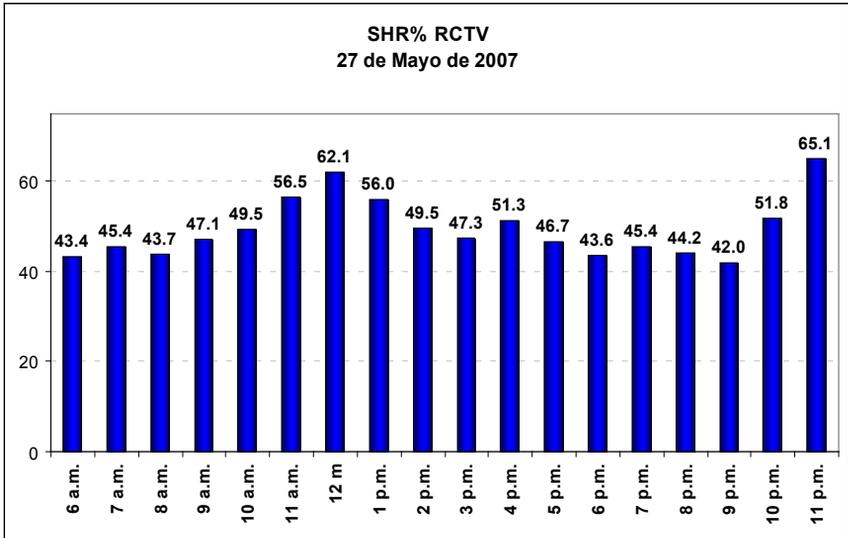
Veamos las decisiones, echando a mano ciertas cifras aportadas por la Dirección General de la empresa en 2012.

A partir del 2001 hasta el 2006, *RCTV* se consolida como líder absoluto de audiencia.



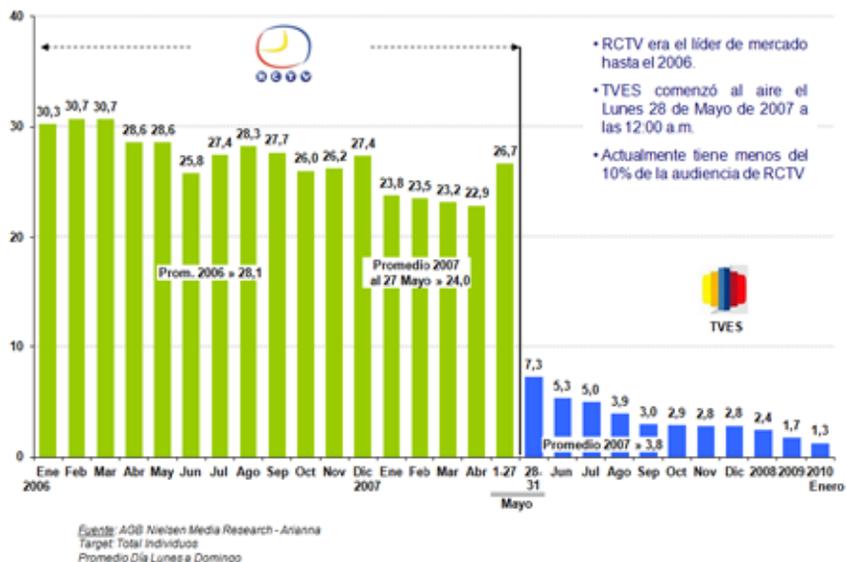
Fuente AGV

El 27 de mayo de 2007, día del cierre arbitrario de RCTV, el programa especial “Un Amigo es para Siempre”, último espacio transmitido en señal abierta de esa planta del Grupo 1BC, abarcó todas las franjas del día y tuvo un rendimiento promedio de 50% de share que llegó a un 22.3% de rating y un 76% de share ya acercándose al final de la transmisión de RCTV en señal abierta. El share por hora del canal ese día fue:

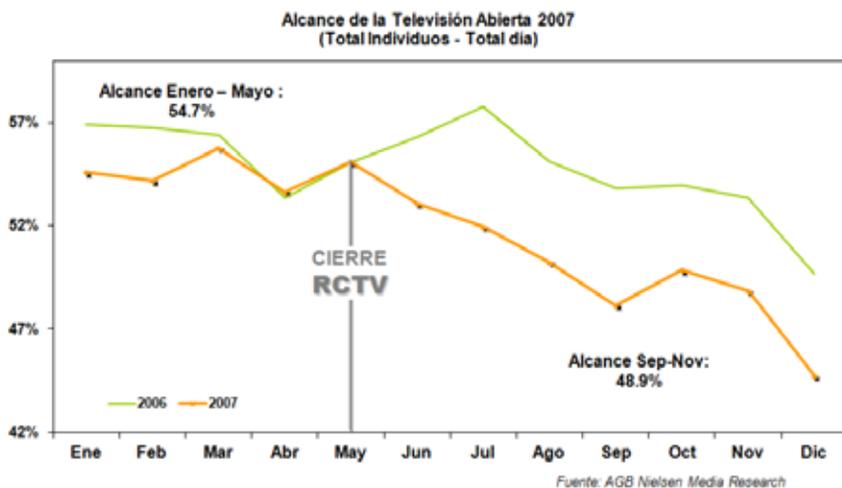


El cierre del canal dio paso a una nueva “televisora de interés social”, como fue anunciada y descrita por el Gobierno venezolano, la cual en su primer mes de operaciones obtuvo la quinta parte de la audiencia que tenía RCTV.

### Cambio de señal: de RCTV a TVES Participación de Mercado (Share %) 2006 - 2010



Las primeras reacciones en el mercado global igualmente se hicieron sentir, al disminuir el alcance de la televisión abierta versus los mismos meses del año anterior. El alcance mide el porcentaje de individuos (u hogares) que en un día encienden su televisor, independientemente del tiempo que le hayan dedicado a la visión televisiva. Es un indicador que orienta sobre la capacidad de la televisión de captar audiencias. Esta capacidad disminuyó en forma importante luego del cierre de la señal, el 27 de mayo de 2007:



Posteriormente, el alcance recuperó los niveles habituales posiblemente por el valor que tiene la televisión como entretenimiento seguro en aquellos hogares de menor estrato social y menores opciones de entretenimiento en el hogar.

Adicionalmente, los valores de rating de la pantalla, el indicador que conjuga alcance y permanencia (= rating), eran usualmente mayores entre los individuos sin acceso a la TV por suscripción versus aquellos con suscripción. Esta tendencia también cambió y pasó a ser el rating de la pantalla de paga superior al de TV abierta:



## Televisión por suscripción:

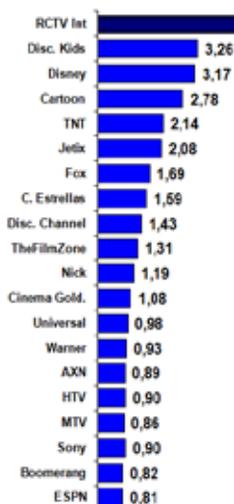
El mercado de la televisión paga también cambió.

- Los canales que solo se veían por señal de suscripción ocupaban casi 16% de la audiencia venezolana medida por AGB. Con la salida del aire de *RCTV*, los canales por suscripción tomaron mayor espacio de la torta de audiencia (18.2% durante junio) y volvieron a crecer en forma importante cuando aparece el nuevo canal, *RCTV Internacional*, en el mercado de televisión paga (20.8%).
- CONATEL, en sus indicadores de crecimiento de hogares con TV por suscripción, reportó que el mayor crecimiento de los últimos años del sistema de televisión por suscripción ocurrió en el segundo semestre de 2007. Este crecimiento fue de casi 190 mil hogares, con un promedio de cuatro individuos por hogar representaba 760 mil individuos con acceso a la TV paga, según la medición oficial del organismo.

## Desempeño de RCTV Internacional en el mercado de la televisión por suscripción

- En este mercado competían más de 160 canales: cuatro canales nacionales en señal abierta (*Venevisión*, *Televen*, *VTV*, *TVES*), 33 canales regionales (*Globovision*, *Meridiano*, *Promar*, *Vale TV*, *ANTV*, *Vive*, etc.) y al menos 130 canales internacionales tales como *RCTV Internacional*, *Disney*, *TNT*, *Fox*, *Canal de las Estrellas*, entre otros.
- *RCTV Internacional* comenzó operaciones el lunes 16 de Julio a las 6:00 a.m. con programación especial. Ese día el canal obtuvo un rendimiento récord, para el mercado de TV por suscripción, de 1,69% de rating y 15,2% de share.
- *RCTV Internacional* lograba tres veces la audiencia del competidor exclusivo de TV paga más cercano. En general, los canales siguientes a *RCTV Internacional* eran 5 infantiles, 2 de películas y series, 1 de documentales y otro canal “latino” de novelas

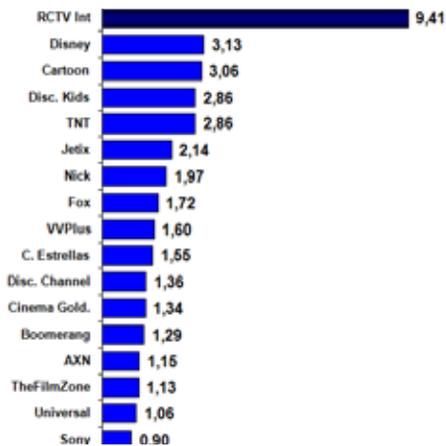
**SHR% Canales en TV Paga – Jul – Dic 2007**  
**Lunes a Domingo – Total día**  
**Canales de TV Paga en el sistema TV Paga**



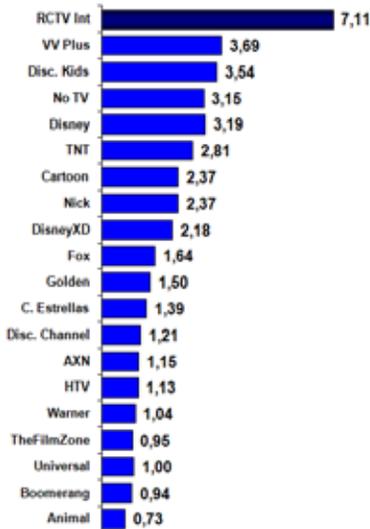
Tipo de Canales disponibles en el sistema de TV Paga Venezuela

Señal	Tipo	Total
Cable	RCTV Internacional	1
	Películas / Series	29
	Específicos de países (Artena; América Árabe, DW/A, etc.)	15
	Latino - Prog. Generalista (Azteca, Canal Estrellas, Caracol, VV Plus)	11
	Noticias	11
	Regionales sólo disponibles en tv paga	10
	Ciencia/ Historia/ Geografía/ Vales	9
	Infantiles	8
	Hogar/ Cocina/ Moda/ Salud/ Belleza	6
	Música	6
	Deportes	5
	TV Guía	4
	Adultos	2
	Fantodulce	2
	Religión	2
	Otros	9
	<b>Total</b>	<b>150</b>
Abierta	Canales Nacionales (VVTV, V.VTV, TVES)	4
Abierta	Canales Regionales	33
	<b>Total</b>	<b>187</b>

Fuente: AGE – Panel de Televisión Paga



**SHR% Canales en TV Paga – Ene – Dic 2009**  
**Lunes a Domingo – Total día**  
**Canales de TV Paga en el sistema TV Paga**



Fuente: AGB – Panel de Televisión Paga

## Lo que hizo la directiva

**RCTV** se mantuvo estable en su política editorial y sus valores en su versión por cable, en su gestión entre el 16 de julio de 2006 y enero de 2010. Tampoco dejaba de lado el aspecto financiero: mantuvo el liderazgo en cable a lo largo de las franjas del día, con el más alto rendimiento en los horarios donde se transmitían productos hechos por **RCTV**: “La Entrevista” y “La Bicha”, “Quien Quiere Ser Millonario” y las novelas de la noche “La Trepadora” y “Toda una Dama”. También acompañaban a este alto desempeño el bloque de novelas de la tarde en donde se programaban productos internacionales.

Por ello, en medio de la arbitrariedad gubernamental, este rumbo también fue cercenado, en esta ocasión, el 23 de enero de 2010.

Por orden del ministro Diosdado Cabello, quien dio instrucciones a las empresas encargadas de transmitir las señales de televisión por cable en Venezuela, alegando que se encuentra con la Ley RESORTE en cumplimiento con los Artículos 21 y 22 por la transmisión de señales satelitales. (RCTV Internacional Televisión, s.f.)

Las acciones contra los contenidos de *RCTV* no se detuvieron allí, pues también se impidió la transmisión del noticiero “El Observador” en canales de otros países, que se veían en Venezuela por sistemas de televisión paga.

No obstante, la Junta Directiva comprendió que el apagado de la señal abierta, y luego de su señal por sistemas de televisión por suscripción, principal fuente de ingresos de la empresa y que la hacía no solo solvente sino atractiva, no significó el término de una cultura organizacional, ni de sus métodos, muchos menos de sus políticas con los miembros de su planta, quienes habían reforzado los valores de mantenerse en pie con manifestaciones espontáneas de respaldo y a quienes no estaban dispuestos a dejar en el aire.

Aún después del cierre de su experiencia en sistemas de televisión por suscripción, subsiste, después de 2012 y hasta el presente, un grupo de directivos y empleados que hacen vida con una productora de contenidos audiovisuales, a la espera de un cambio político que restituya lo que hoy se recuerda como símbolo de resistencia ante el régimen de Hugo Chávez, continuado por Nicolás Maduro.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos sentenció, en 2015, que el Estado venezolano debía restituir a *RCTV* los derechos sobre su frecuencia en señal abierta, por el canal 2, por encontrar que su cierre se debió a razones políticas. El dictamen fue desoído por las autoridades y la planta, al igual que los venezolanos interesados en la libertad de expresión, esperan por el restablecimiento del estado de derecho y el acatamiento de la justicia.

## Referencias bibliográficas

- Bisbal, M. (2013) Un nuevo régimen comunicativo, política, poder y comunicaciones en tiempos de Chávez. En M. Bisbal (Comp.) *Saldo en rojo, comunicaciones y cultura en la era bolivariana*. Caracas, Ediciones de la UCAB.
- Canelón A. y Silva Narsa (2002) 11-A La expresión publicitaria de un suceso político. En *Comunicación, estudios venezolanos de comunicación*, Centro Gumilla, Número 119.
- Correa, C. y Cañizalez, A. (2003) *Informe 2002 Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información Venezuela, de la Fundación Konrad Adenauer*. Venezuela, Espacio Público.

- Correa, C. y Cañizález, A. (2004) *Informe 2003 Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información Venezuela, de la Fundación Konrad Adenauer*. Venezuela, Espacio Público.
- Dranig, O. (2002) Los periodistas ¿Víctimas o victimarios? En *Comunicación, estudios venezolanos de comunicación*, Centro Gumilla, Número 119.
- Hernández, L y Cañizález, A. (2016). *La pantalla censurada: casos RCTV y Globovisión*. AB Ediciones.
- Hernández, L. (2020) “Hablan los Periodistas”. AB Ediciones. Caracas, Venezuela.
- Molina, A. (2012) *2002 El año que vivimos en las calles*. Venezuela, Editorial Libros Marcados C.A.
- Olivares, F. (2006) *Las Balas de Abril*. Venezuela, Grupo Editorial Random House Mondadori.
- Pino, E. (2013) La ‘Revolución Bolivariana’, principio o fin de una época. En M. Bisbal (Comp.) *Saldo Rojo, Comunicaciones y cultura en la era bolivariana*. Caracas, Ediciones de la UCAB.
- Rodríguez, G. (2013) *Los Gobiernos de Carlos Andrés Pérez*. Caracas, Venezuela. OT Editores C.A.
- RCTV (2003) *RCTV de la A a la Z. Primer diccionario de la televisión venezolana*. Editarte.

#### Fuentes electrónicas:

- Alonso, J. (14 de abril 2007) La única concesión que vence el 27 de mayo es la de Venevisión. *El Universal*. [http://www.eluniversal.com/2007/04/14/pol\\_art\\_la-unica-concesion\\_248207](http://www.eluniversal.com/2007/04/14/pol_art_la-unica-concesion_248207)
- Alonso, J. (15 de noviembre de 2015) *El TSJ avaló la decisión de Conatel que sacó del aire a RCTV Internacional*. El Universal. <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/151109/el-tsj-avaló-la-decision-de-conatel-que-sacó-del-aire-a-rctv-internaci>
- Araujo, A. (17 de julio de 2014) *Douglas Bravo: Vivimos una dictadura militar, un capitalismo de Estado*. <http://www.frentepatriotico.com/ini>

- cio/2014/07/17/douglas-bravo-vivimos-una-dictadura-militar-un-capitalismo-de-estado/
- Bermúdez, M. (09 de septiembre de 2015) Cabello sobre Rctv: Esa sentencia de la Cidh agárrenla y se la meten en un bolsillo. *El panorama*. <http://www.panorama.com.ve/politicayeconomia/Cabello-sobre-Rctv-Esa-sentencia-de-la-Cidh--agarrenla-y-se-la-meten-en-un-bolsillo-20150909-0054.html>
- Brewer-Carías, A. (2015). La Condena al Estado en el caso Granier y otros (RCTV) vs. Venezuela, por violación a la libertad de expresión y de diversas garantías judiciales. [http://www.allanbrewercarias.com/Content/449725d9-f1cb-474b-8ab2-41efb849fea3/Content/Brewer.%20La%20condena%20al%20Estado%20en%20el%20caso%20CIDH%20Granier%20\(RCTV\)%20vs.%20Venezuela.%2014%20sep.%202015.pdf](http://www.allanbrewercarias.com/Content/449725d9-f1cb-474b-8ab2-41efb849fea3/Content/Brewer.%20La%20condena%20al%20Estado%20en%20el%20caso%20CIDH%20Granier%20(RCTV)%20vs.%20Venezuela.%2014%20sep.%202015.pdf)
- Cañizalez, A. (2002). *Entre el estruendo y el silencio*. [http://w2.ucab.edu.ve/tl\\_files/CDH/recursos/entreelestruendoyelsilencio.pdf](http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CDH/recursos/entreelestruendoyelsilencio.pdf).
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (2015). *Caso Granier y otros (Radio Caracas Televisión) Vs. Venezuela. Sentencia 22 de junio de 2015*. file:///C:/Users/Leon/Documents/Tesis/Sentencia%20de%20la%20CIDH%20sobre%20RCTV.pdf
- González, Y. (2005). *RCTV inaugura su Centro Nacional de Noticias*. <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=235079>
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información (2010). *“ALÓ, PRESIDENTE”, programa N° 349 Salón Ayacucho, Palacio de Miraflores Domingo, 24 de enero de 2010*. file:///C:/Users/Leon/Downloads/349\_alopresidentesalon\_ayacu.pdf
- Noticias 24 (23 de enero de 2010). *CONATEL ordenó a las cableras suspender la señal de RCTV por no cumplir la Ley Resorte*. <http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/140738/piden-a-operadores-de-cable-suspender-la-senal-de-rctv-por-no-encadenarse/>
- Olivares, F. (2010). Segundo Golpe a RCTV. *El Universal*. [http://www.eluniversal.com/2010/01/31/pol\\_art\\_segundo-golpe-a-rctv\\_1742054](http://www.eluniversal.com/2010/01/31/pol_art_segundo-golpe-a-rctv_1742054).
- Wikipedia. RCTV Internacional Televisión. [http://es.wikipedia.org/wiki/RCTV\\_Internacional\\_Televisi%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/RCTV_Internacional_Televisi%C3%B3n)



---

## VALE TV: televisión y gestión del conocimiento

---

MARÍA EUGENIA MOSQUERA

Es canal de valores, no lo cambio porque aprendo lo que otro no me enseña.

Marianubia Lopes.  
Usuaría de Facebook

La experiencia de *VALE TV*, contra todos los pronósticos, se ha convertido en un interesante canal educativo todavía no del todo evaluado y que acapara una audiencia centralizada en los sectores populares y medios, así como infantiles y juveniles de esos mismos segmentos de población.

Marcelino Bisbal (2009)

Entre 1999 y 2019, según datos de la comisión de Medios de la Asamblea Nacional, “más de cien medios, entre impresos, audiovisuales y radiales” (Rojas, 2020) han desaparecido en Venezuela. Con distinto peso, razones políticas, económicas, o de modelo explican esta reducción dramática del paisaje mediático venezolano. Este quebranto ha sido en especial severo en el ámbito de la cultura, que históricamente ha adolecido en el país de políticas y recursos para promoverla. Contra corriente a esta tendencia, y coincidiendo exactamente con el período citado, destaca *VALE TV*, Valores Educativos Televisión red canal 5.

Desde 1998, cuando se me encomendó la conceptualización y el inicio de operaciones del canal, fuimos conscientes de lo complejo que sería la tarea.

Un canal cultural dedicado al conocimiento no parecía la mejor apuesta en un país que arrastraba años de crisis económica y se enfilaba a inaugurar una nueva etapa política con la llegada de Hugo Chávez al poder. A todo ello había que sumar el progresivo deterioro del sistema educativo y el tradicional desinterés de las audiencias por la cultura.

Sin embargo, el correcto diagnóstico de las necesidades de la sociedad venezolana en ese momento y la claridad de lo que queríamos ser y cómo queríamos hacerlo, ha convertido a *VALE TV* en una excepción notable y ejemplo de que sí es posible hacer y sostener televisión educativa y cultural en Venezuela.

En estos últimos 22 años, *VALE TV* pasó de transmitir cuatro horas diarias en señal abierta para la Gran Caracas, a 18,5 horas y tener alcance nacional a través de los principales servicios de televisión paga del país. De contar con un archivo de apenas 100 horas de programación, comprada en el exterior, a un solo proveedor; a uno con más de 2000 horas de contenido producidos por las mejores casas productoras del mundo y cadenas de servicio público. De cero horas de programación propia a más de 1000 horas de producciones originales sobre temáticas al cien por cien venezolanas que van de micros de un minuto sobre valores, hasta una película sobre la vida de Jacinto Convit, uno de los científicos más importantes e influyentes del siglo XX en Venezuela. De un equipo de 18 jóvenes, estudiantes en su mayoría, a una plantilla de 35 que en 2020 llevaremos a 42. De ser solo un canal de televisión a una escuela para hacer televisión. Más importante aún, de perfectos desconocidos a conectar con audiencias en las capas menos favorecidas de la sociedad venezolana, para desmontar el mito según el cual la cultura solo interesa a las élites.

Esto es el resultado de un concepto hecho en casa que se propone todos los días “transcender el concepto clásico de televisión educativa y cultural y ajustarlo a las nuevas realidades y necesidades del mundo, signadas por la globalización y la migración hacia la información y conocimiento como bases del modelo social”. (Mosquera, 2010)

Eso que nosotros llamamos “televisión del conocimiento”: una tríada que engrana difusión de contenidos de conocimiento útiles al día a día de la gente, con gerencia y gestión autosustentable y transparente, y recurso humano en permanente formación.

En las siguientes páginas, compartiré el proceso y las claves que nos han traído hasta acá, esperando que esta experiencia pueda servir a otros para ade-

lantar o mejorar iniciativas para aportar al desarrollo, difusión de la cultura y las industrias culturales en Venezuela.

En el principio fueron 100 horas...

El 4 de diciembre de 1998 *VALE TV* inicia transmisiones sobre la banda VHF (televisión abierta) que desde noviembre de 1952 y hasta diciembre de 1991, había explotado el estado venezolano a través de la Televisora Nacional red Canal 5, con una red de cobertura nacional, conformada por 27 estaciones.

Un cúmulo de problemas económicos había dado al traste con el primer canal de televisión del país. A finales de 1998, sin embargo; el gobierno del Rafael Caldera, acordó la entrega en concesión de la señal, durante 20 años, al Arzobispado de Caracas (Iglesia Católica) “para la exclusiva difusión de programas culturales de corte educativo, institucional, científico, tecnológico, valores o de otro género que continúe la misión que tradicionalmente ha desempeñado esa emisora en el acontecer cultural venezolano”<sup>38</sup>, según lo estableció la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).

Esta precisión del ente regulador solo confirmó la aspiración de la iglesia católica venezolana de colocarse al servicio del ser humano, en su concepción más universal. Y qué mejor que la televisión, el medio de comunicación de mayor impacto en la sociedad venezolana, para hacerlo.

En esta tarea fue central la figura del entonces arzobispo de Caracas, cardenal Antonio Ignacio Velasco. Recordándonos siempre las palabras de Don Bosco sobre “enseñar jugando”, el prelado nos acompañó y brindó la libertad y confianza plenas para armar un concepto centrado en la cultura, los valores y los buenos contenidos, los cardenales Jorge Urosa y Baltazar Porras han permitido continuar la misma línea de gestión con la misma confianza y sabiduría. Si bien la gente ve televisión principalmente para entretenerse y no para educarse, no cabe duda que aprendemos y nos formamos opiniones a partir de ella (*edutainment*).

Con este concepto, concebimos el canal como un medio especializado en conocimiento, apto para todas las edades, todos los públicos y todos los saberes, lo cual nos llevó naturalmente a elegir el documental como la herramienta ideal para lograrlo.

38 Comisión Nacional de Telecomunicaciones, oficio 006323, 03/12/1998.

El documental, como género audiovisual, posee “la ventaja de transmitir informaciones y conocimientos diversos a diferentes públicos, mediante la creación de atmósferas y discursos que recrean la realidad y acercan al espectador a múltiples miradas”. (Mosquera, 2010) Así, *VALE TV* nace como un canal de documentales y micro-documentales, el cual, de a poco, complementa su parrilla programática con reportajes de actualidad, agendas temáticas y, más recientemente, noticiarios y programas de entrevistas.

El archivo semilla de *VALE TV* se conformó con 100 horas de programación compradas a la *BBC* de Londres. Entre los títulos destacaban: “*Mundos naturales*”, “*Historia esencial de Europa*”, “*El imperio romano*” y “*La historia del universo*” del astrofísico, Stephen Hawking.

Veinte años después, contamos con un archivo sistematizado con unas 2000 horas de producciones internacionales y nacionales, y otras 1000 de contenido propio, entre documentales (+50 títulos) y micros (+500 títulos), todos sobre temas de interés nacional.

La producción propia ha sido, de hecho, el vehículo más valioso para conectar con nuestras audiencias, el país, y tomar decisiones al momento de programar, producir y mercadear el canal. Es posible armar una pantalla con los mejores contenidos del mundo sobre saber y cultura, pero si no incluyes elementos propios del país y su gente, no conectas en un nivel emocional, entonces pasas a ser un canal de cable externo más. Un medio nacional abierto especializado en cultura debe, necesariamente, difundir los rostros, saberes, tradiciones, debates e historias de su gente. Esto es central al concepto de *VALE TV* y desde muy temprano lo sintetizamos como slogan del canal: *Entendiendo lo que se parece a ti, porque también se parece a nosotros.*

Durante los primeros meses, las emisiones diarias del canal alcanzaban las cuatro horas de programación que se rotaban, a la usanza de la TV paga. En 2000 se elevó el tiempo al aire a 15 horas y desde 2012 se transmiten 18,5 horas entre las 06:00 a. m. y las 12:30 p. m.

En un principio la señal de *VALE TV* emitía solo a la Gran Caracas (el principal mercado televisivo en Venezuela), desde un máster dual (análogo/digital), a través de un transmisor y antena propios, ubicados en el parque nacional El Ávila (Mecedores). Progresivamente, la señal alcanzó difusión nacional al ser incluida en las ofertas programáticas de los principales servicios de TV paga terrestre y satelital del país, así como con algunos canales regionales como Amavisión. Cabe mencionar que, en septiembre de 2009, Conatel ins-

truyó a los operadores de estos servicios a “incluir en su oferta al público, a los canales nacionales cuyo 10% de sus usuarios lo pida y no podrán transmitir publicidad”. (Espacio Público, 2009)

Hoy *VALE TV* continúa como señal abierta para la Gran Caracas (canal 5) y es distribuida por las empresas de televisión por suscripción: *Inter* (canal 10), *Supercable* (canal 52), *Net Uno* (canal 4). Toda Venezuela: *DirectTV* (canal 114) y *Movistar TV* (133).

Sigue pendiente la autorización de Conatel para la activación de las 26 estaciones restantes de la red, lo cual nos permitirá llevar la señal del canal a todo el territorio nacional, con énfasis especial en las zonas rurales y de fronteras, imprescindible en la labor país.

## Gerencia del conocimiento y mercadeo social

La cultura cuesta, la televisión cuesta y hacer televisión cultural independiente y de calidad cuesta el doble. Esta es una realidad que ha estado presente desde el día uno en todos los planes y avances alcanzados por *VALE TV*. Pero no es la cuantía del presupuesto lo que resuelve el problema.

El encendido de la pantalla de *VALE TV* en 1998 fue posible gracias a una alianza interinstitucional inédita en el mundo. *Radio Caracas Televisión (RCTV)*, *Venevisión* y *Telegen*, las tres principales cadenas nacionales de televisión de Venezuela en ese momento, se unieron para formar ASOTV, una asociación civil, sin fines de lucro, que durante los primeros años financió el cien por ciento del presupuesto anual del canal. Este impulso financiero fue reduciéndose en el tiempo, a medida que el canal comenzó a generar sus propios ingresos.

Desde el comienzo estuvo claro que no sería sustentable operar un canal financiado permanentemente por tres empresas comerciales de televisión y que la única vía para garantizar la independencia del canal era la autogestión. Así, a los pocos meses de su fundación, fue creada la gerencia de producción y, en 2002, la coordinación de mercadeo social, adscrita a la dirección general. Sobre estas dos unidades recayó la responsabilidad de rentabilizar la pantalla del canal, mediante la prestación de servicios de realización y comercialización de espacios de publicidad institucional y beneficio social.

Este proceso, que avanzaba en forma gradual, fue acelerado en 2007, cuando el gobierno de Hugo Chávez retiró la concesión a *RCTV*, el cual,

de inmediato, se vio imposibilitado de continuar aportando a ASOTV. Esto sembró dudas sobre el futuro de las otras dos cadenas. En la práctica ASOTV dejó de funcionar.

A la incertidumbre política se sumó el declive económico que hizo crisis en 2012 y no ha logrado revertirse hasta la fecha. Cuando *RCTV* cesa operaciones, *VALE TV* ya generaba el 30% de sus recursos. En 2009 ese porcentaje crece hasta el 50%, en 2014, 80% y en 2015, 100%.

El logro de este objetivo fue posibilitado por un tránsito del mecenazgo a la financiación mixta mecenazgo más ingresos propios, mediante una estrategia bautizada “pantalla corporativa” para la promoción de mensajes de responsabilidad social empresarial. Implementada con más intensidad a partir de 2010, esta operación se centra en patrocinios de la programación y la difusión y/o producción de campañas y contenidos de responsabilidad social empresarial (RSE).

Como se describe en el *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica* (Mosquera, 2010)

El modelo de “pantalla corporativa” tiene tres líneas de acción principales:

1. Comercialización de espacios para la difusión de campañas y mensajes de responsabilidad social empresarial y acción comunitaria.
2. Conceptualización, producción y difusión de campañas, documentales y micro- documentales, reportajes –seriados o unitarios– sobre valores, acción comunitaria y responsabilidad social empresarial y cultura.
3. Patrocinio de programación por unidad o franja horaria.

Ahora en 2020, se agregará una nueva línea para la conceptualización, producción y difusión de contenido en multipantallas, léase página web, Instagram, Facebook, Twitter y YouTube.

*VALE TV* ofrece a empresas e instituciones que están construyendo país, su *know-how* y espacios para decir y difundir cómo lo hacen y hacer visible y replicable su labor social. Hoy por hoy, contamos con capacidades para conceptualizar, producir, realizar, empaquetar y transmitir contenidos y campañas de mercadeo social para la pantalla tradicional y las multiplataformas. En este último apartado, en especial, nuestra experiencia en la realización de formatos y contenidos de corta duración (de 1 a 5 minutos) nos otorga una

ventaja a la hora de explotar las nuevas narrativas en el mundo virtual y de las redes sociales.

En paralelo a los esfuerzos de producción y mercadeo para generar recursos propios, se mantiene una red de alianzas con productoras y redes públicas de TV nacionales e internacionales, a través de la cual garantizamos intercambios y convenios exclusivos de programación. Nuestros aliados a la fecha incluyen a: *Deutsche Welle DW* (Alemania), Fundación Japón, NHK producciones (Japón), *Voz de América VOA* (EEUU), *RTVE* (España) *Rome Reports* (Vaticano), Museos Vaticanos, *EWTN* (multinacional), *Canal 22* (México), *Canal Cultural Iberoamericano NCC* (Argentina), *SipcaTV* (multinacional), Río Verde (Venezuela), Melón Frito Producciones (Venezuela), *Televisión Andina de Mérida* (Venezuela), *PROMAR TV* (Venezuela), *Canal 11 del Zulia* (Venezuela) y *Zut TV* (Venezuela), así como universidades y centros de investigación locales e internacionales como la Universidad de California, la Universidad de Florida, la Universidad Simón Bolívar y la Fundación La Salle, con quienes se produjo el documental *Testigo del cambio climático: Fosa de Cariaco*. Alianzas con el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CENAC) y la Cinemateca Nacional, nos permitieron incursionar en el género de largometraje documental.

Como señalé al principio de este apartado, el modelo gerencial de *VALE TV*, no se agota en lo financiero/comercial. Al contrario, se completa en tres vertientes de gestión que son: (A) la medición certificada de audiencias. Esto nos permite auscultar el grado de aceptabilidad y fidelidad de las audiencias, su relación con el canal y nuestra programación; (B) auditorías externas anuales para garantizar la ejecución transparente y eficiente del presupuesto, y (C) la planificación a tres tiempos, basada en el diseño de proyectos y establecimiento de metas a corto (semana/mes), mediano (trimestre/semestre) y largo (3-5 años) plazo. Con ello se facilita la evaluación y rediseño permanente de los procesos en el siempre cambiante entorno venezolano.

## VALE ser escuela

Por ser una asociación sin fines de lucro, todos los recursos que el canal genera, descontando los costos, se reinvierten en la compra de equipos, pero sobre todo en la formación del recurso humano.

Asimismo, al no tener que repartir beneficios, hemos mantenido a lo largo de los 21 años del canal, una política salarial que intenta estar siempre por

encima de la media de los medios audiovisuales del país. Ahora mismo, frente al reto que supone la hiperinflación y dolarización de la economía, hacemos ajustes salariales y otorgamos bonificaciones especiales por desempeño cada tres meses, en todos los niveles.

Nuestra plantilla combina experiencia en los niveles gerenciales y talento nuevo aguas abajo. La política de captación de recurso humano de *VALE TV* es inclusiva y no discrimina por edad, ni nivel educativo alcanzado. De hecho, desde su fundación el grueso de los empleados han sido estudiantes universitarios de distintas disciplinas.

Esto ha generado una dinámica donde operamos a la vez como medio de comunicación y escuela, la cual promueve la experimentación y la innovación supervisada, y que en 2017 cristalizó en el proyecto *Vale ser escuela*.

En el 2012, fruto de nuestra alianza con la DW, la DW Akademie envió a Caracas un grupo de expertos en técnicas de reportaje y micro-reportajes para impartir un programa de actualización. Durante 15 días, el personal de *VALE TV*, colaboradores externos y, en general, todos quienes quisieron, participaron en actividades teórico-prácticas, en las instalaciones del canal.

Desde entonces, hemos desarrollado programas de formación continua a lo interno, que incluyen talleres y seminarios, y a lo externo, de alianzas para intercambios con institutos y universidades dentro y fuera de Venezuela, como el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB), el Instituto Ininco de la Universidad Central de Venezuela (UCV) y la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), por citar algunos. Con la UAB, de hecho, colaboramos en la elaboración del *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica* (Tornero, Vilches, 2010).

Por eso, nuestro impacto en la profesionalización de jóvenes es uno de los logros más notables y que con mayor orgullo exhibe *VALE TV*. El 80% de quienes han pasado por los estudios y oficinas del canal, trabajan hoy en importantes cadenas nacionales e internacionales, hacen cine o llevan adelante emprendimientos audiovisuales. Incluso, han constituido iniciativas binacionales sobre cine y TV. El cineasta Gastón Goldmann, director-fundador del Festival de Cine Venezolano de Buenos Aires (FECIVE-BSAS) y la productora audiovisual Anabella Mellior, radicada en España, son un par de ejemplos.

## Identidad de marca en todo lo que hacemos

Otro de los pilares que sostiene el concepto de *VALE TV* es la identidad de marca. Desde que iniciamos, entendimos que si íbamos a transmitir producciones internacionales de la más alta factura debíamos, por fuerza, desarrollar un lenguaje, técnica, imagen, música, pero también métodos y ambiente laboral, de igual calidad.

Con este norte, apegamos nuestros productos y procesos a los estándares de las grandes cadenas y productoras con las que hacíamos alianzas y adquiríamos programación. La premisa ha sido siempre producir poco pero bueno y de alta calidad.

Comprendimos también que una pantalla especializada en conocimiento debía tener una imagen y música (empaquete gráfico) minimalistas para orientar al televidente y propiciar la reflexión. Así, a poco de salir al aire, diseñamos en casa y junto al compositor Julio D'Escrivan, discípulo del británico Simon Emmerson, y el artista gráfico Alberto Hadyar, actual director de animación de los estudios AkinÉ Studios en Los Ángeles, las presentaciones, identificadores, tapas y música original para empaquetar y organizar la parrilla programática y el contenido en cuatro áreas: Arte, Historia, Geografía y Ciencia y Tecnología, siempre con los mejores profesionales en los niveles gerenciales de nuestro canal.

Esta imagen se actualiza en el tiempo, internamente, siempre respetando los criterios de transparencia, sencillez, suavidad, equilibrio y no estridencia. Estas ideas también permean el lenguaje de las promociones, la hechura de las producciones propias, los procesos de toma de decisión, el manejo de nuestro personal gerencial, personal técnico, creadores y hasta la decoración del canal.

## Conclusiones

Para cerrar, podemos decir que la consolidación de *VALE TV* como canal de conocimiento es el resultado de un proceso, armado sobre la base de buenas prácticas de gestión que incluyen:

- Especialización programática con entretenimiento.
- Financiación mixta: mecenazgo / ingresos propios (autogestión).
- Recurso humano en permanente formación. Somos una empresa y a la vez somos una escuela.
- Producción propia y co-producción.
- Innovación y actualización tecnológica (la nueva televisión/multipantallas)
- Alianzas nacionales e internacionales que fomentan el intercambio cultural entre Venezuela y el mundo.
- Independencia gerencial, con un modelo de gobernanza plural.
- Medición certificada de audiencias.
- Auditoría externa anual.

Desde su fundación, *VALE TV* ha recibido 51 premios y reconocimientos nacionales e internacionales, incluido un Promax (México) de plata a la mejor redacción de promoción en 2002; Image & Science (Francia) por los documentales científicos / históricos: Cacao, alimento de los dioses y Auguste Morisot, 2001 / 2003; Orden Universidad Central de Venezuela por la destacada labor en la divulgación de las artes y la cultura, 2004; Academia Nacional de la Medicina por la encomiable labor en la enseñanza de los conocimientos médicos: Premio Fundación Francisco Antonio Rísquez, 2009; Premio Monseñor Pellín en diferentes categorías, como por ejemplo a la Institución del año en 2019. Esto, junto al apoyo de la audiencia, solo nos compromete más en nuestra misión de hacer y brindar televisión del conocimiento de calidad con vocación social, la nueva televisión.

Las circunstancias y el medio que nos rodean importan porque condicionan nuestro desempeño, pero no necesariamente determinan nuestro éxito; y cuando digo éxito, no me refiero a una meta u objetivo fijo. Por éxito entiendo los procesos que se establecen para que un algo o sistema marchen. Procesos que deben estar alineados con lo que se quiere ser. Esto último, en definitiva, es lo que define al canal. En *VALE TV* creemos lo que somos y actuamos en consecuencia. Somos información, valores y contenidos útiles para el día a día de la gente, somos el canal del conocimiento. *VALE TV* es una forma de vida.

## Referencias bibliográficas

- Bisbal, M. (2005). En el aire nuestra pantalla televisiva. En M. Bisbal. (Ed.), *Televisión pan nuestro de cada día*. Caracas, Venezuela: Alfadil Ediciones.
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones, oficio 006323, 03/12/1998.
- Espacio Público (24 de septiembre de 2009). *Nueva providencia de Conatel obliga a canales por cable transmitir cadenas nacionales*. <http://espacio-publico.org/nueva-providencia-de-conatel-obliga-a-canales-por-cable-transmitir-cadenas-nacionales-2/>
- Lopes, Marianubia. (25 de febrero, 2018). Es canal de valores, no lo cambio porque aprendo lo que otro no me enseña. [Comentario Facebook]. <https://www.facebook.com/ValeTV/photos/a.639468766069167/2145033698845992/?type=3&theater>
- Mosquera, M. (2010). VALE TV: Modelo exitoso de televisión del conocimiento. En J. M. Pérez Tornero y L. Vilches. (Ed.). *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica*. Gedisa Editorial.
- Pérez Tornero, J. y Vilches L. (Ed.). (mayo, 2010). *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica*. Gedisa Editorial.
- Rojas, B. (7 de febrero, 2020). AN: Cien medios de comunicación han desaparecido en Venezuela. *El Carabobeño*. <https://www.el-carabobeno.com/an-cien-medios-de-comunicacion-han-desaparecido-en-venezuela/>



---

## Buenas prácticas desde la imagen: cuatro décadas de insistencia y resistencia de la fotografía venezolana<sup>39</sup>

---

JOHANNA PÉREZ DAZA

Desde su invención y consideración como la acompañante del texto o la cenicienta de las artes, la fotografía ha logrado, progresivamente, abrirse espacios en los que se ha ido reconociendo su importancia en los procesos comunicacionales y prácticas artísticas, destacando sus vínculos con la memoria, la libre expresión, la documentación, entre otros.

La incursión de la fotografía en las instituciones museísticas impulsada, con énfasis, en la década de los 80, ha tenido un declive en los últimos años producto de la grave crisis que ha golpeado al país. Sin embargo, en este escenario complejo han germinado experiencias y proyectos centrados en la imagen fotográfica. De manera sucinta repasamos algunas de estas iniciativas partiendo de la fotografía como hecho cultural y contemplando, además, sus búsquedas artísticas, documentales y fotoperiodísticas.

**Formación:** Complementando los esfuerzos autodidáticos, la enseñanza directa de algunos maestros y las inquietudes personales surge, paulatinamente, una oferta de talleres enfocados en aspectos técnicos que luego se diversifica y amplía en términos cuantitativos y cualitativos. Se crean escuelas de fotografía e incluso se establecen alianzas con universidades a través de diplomados y cursos especializados.

---

<sup>39</sup> Este trabajo forma parte y es una adaptación resumida de una investigación más amplia desarrollada para el *Diccionario de Historia de Venezuela*, de Fundación Empresas Polar.

A principios de los años 80 se imparte una cátedra de fotografía en el Instituto de Diseño Neumann y a mediados de esa década se crea Talleres Manoa, dirigido por Ricardo Armas. Algunos fotógrafos se incorporan a la labor docente desarrollando iniciativas de carácter formativo. En Caracas se ubican instituciones como la Asociación Venezolana de la Comunidad Fotográfica y Afines (AVECOFA), Roberto Mata Taller de Fotografía (RMTF), La Organización Nelson Garrido (La ONG), Escuela Foto Arte (actualmente EFA Contigo, 2007), el Centro de Investigaciones y Estudios Fotográficos (CiEF), entre otros.

También se han incluido asignaturas en algunas universidades principalmente vinculadas a las carreras de comunicación social, artes, arquitectura, entre otros. Se han desarrollado trabajos de grado sobre el área, enfatizando su orientación documental, histórica, periodística y cinematográfica (es el caso de la Escuela de Artes de la UCV en la cual se aprobó la modalidad de Tesis de realización cinematográfica: fotografía, según reglamento del 17 de marzo de 2016).

En el interior del país se han fundado y mantenido espacios que ofrecen talleres básicos y especializados, es el caso —entre otros— de la Escuela de Artes Visuales Rafael Monasterio (Maracay), Prada Escuela de Fotografía (Maracay y Margarita), Escuela de Fotografía Julio Vengoechea (Maracaibo), Centro Cultural Eladio Alemán Sucre del Diario El Carabobeño (Valencia), Alejandro Sayegh Escuela de Fotografía (Nueva Esparta).

Más allá del crecimiento numérico y expansión por las regiones, la experiencia formativa de algunas escuelas se ha ido diversificando, trascendiendo los aspectos técnicos y tocando temas más complejos y relaciones más específicas. Se observa así la progresiva aceptación e incorporación de la fotografía en la academia venezolana, en sintonía con las tendencias de algunos países de Latinoamérica y Europa, aun cuando queda pendiente diseñar y gestionar propuestas educativas que la aborden a nivel de postgrado.

**Investigación:** La fotografía ha ganado espacios y reconocimiento gracias a la labor de investigadores que desde distintas disciplinas han aportado a su estudio, lo que resulta enriquecedor teniendo en cuenta que estos provienen, en su mayoría, del campo humanístico y de las ciencias sociales y se han dedicado a escribir la historia de la fotografía venezolana y abordar la imagen como tema y objeto de investigación

Desde el enfoque teórico, encontramos algunos textos imprescindibles para el estudio y comprensión de la fotografía en el país, como *Fotografía en Venezuela, 1960-2000* (Movilnet, 2001) de Juan Carlos Palenzuela y los escritos por María Teresa Boulton: *Anotaciones sobre la fotografía venezolana contemporánea* (Monte Ávila Editores, 1990); *21 fotografías venezolanas* (Ediciones La Laparañona, 1993); *Pensar con la fotografía* (Fundación Editorial El Perro y la Rana, 2006); *Los originarios contemporáneos. Una mirada fotográfica* (C&FE Caracas, 2019).

En temas más específicos Rafael Hueck Condado escribe *La fotografía en el periodismo* (Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1982); Rafael Pineda: *100 años de fotografía en el Orinoco-Guayana* (Corporación Venezolana de Guayana: Electrificación del Caroní C.A., 1984) y *Ciudad Bolívar, no te muevas, que voy a disparar* (Armitano Editores C.A., 1994); Carlos Abreu Sojo escribe: *La fotografía periodística: una aproximación histórica* (Consejo Nacional de la Cultura, 1990) y *Los géneros periodísticos fotográficos* (Editorial CIMS, 1997); Alejandro Vásquez: *Anotaciones sobre el reportaje y el ensayo Fotográfico* (2012, Fundación Editorial El Perro y la Rana). Desde 2015, Prada Escuela de Fotografía extiende su labor al campo editorial con Prada Ediciones y su serie de ensayos sobre fotografía y cultura visual, editando *Miradas Ajenas* (Wilson Prada, 2015, 1ra edición) y *La diversidad de la mirada* (Wilson Prada y Johanna Pérez Daza, 2016, 1ra edición).

Los catálogos de exposiciones, textos críticos, ensayos y trabajos académicos se suman al elenco de documentos indispensables para el estudio de la fotografía. Queda la deuda de digitalizar otros textos que solo se encuentran en versión impresa.

**Institucionalización:** A partir de la década de los 80 se da la entrada progresiva de la fotografía a los museos y galerías, fortaleciendo su vinculación con la experiencia artística y el sistema del arte a través de su inclusión y reconocimiento en salones, premios y eventos (simposios, encuentros, talleres). Además, la obra de algunos fotógrafos se incorpora a las colecciones internacionales y, gradualmente, se desarrollan exhibiciones que reconocen las propuestas de algunos fotógrafos.

La consolidación de espacios e instituciones dedicados a la fotografía es otro punto a subrayar, es el caso de La Fototeca (1976-1979), y El Daguerrotipo (1985-1988), que durante pocos años tuvieron una dinámica importante en materia de exhibiciones y promoción de la actividad fotográfica. En

2003 se funda el Centro Nacional de Fotografía (CENAF) y en 2011 se creó el Museo Nacional de Fotografía, institución que realizó eventos y algunas exposiciones en salas prestadas de otros museos pues no llegó a tener una sede propia antes de dejar de funcionar en 2013. Los espacios del Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (Celarg) también han acogido eventos y actividades fotográficas. Lamentablemente —hay que decirlo— se han politizado muchas de estas, sacrificando los criterios de calidad, continuidad y fortalecimiento de los proyectos.

En contraposición, desde el sector privado e independiente han surgido espacios expositivos enfocados en la fotografía como las galerías Tresy3 y Carmen Araujo (sede Las Mercedes), Cubo 7, Roberto Mata (La Trinidad), las salas de La ONG. Otras instituciones han organizado y promovido exposiciones fotográficas acogiendo tanto a fotógrafos emergentes como otros de mayor trayectoria, estimulando el intercambio y circulación de los trabajos por espacios regionales.

**Los archivos:** Bancos de imágenes, archivos públicos y colecciones privadas son el resguardo de la obra fotográfica, de allí su importancia en cuanto a su valor histórico, de conservación y preservación del patrimonio, así como los fines culturales y educativos que de ellos se desprenden. Estos son algunos: Archivo Audiovisual Biblioteca Nacional, Colección Fundación Museos Nacionales, Archivo de Fotografía Urbana (AFU), Fundación John Boulton, Colección Nicomedes Febres Luces, Colección C&FE, Banco de Imágenes de Prada Escuela de Fotografía, Fototeca del Táchira, Fototeca de Barquisimeto, Biblioteca UCAB (Colección Antonio Padrón Toro, Revistas Shell y El Cojo Ilustrado), Banco de imágenes Orinokia, el archivo de Nelson Garrido, la colección de Esso Álvarez, la colección de Douglas Monroy, entre otros. En el campo de la conservación de la fotografía venezolana destaca el esfuerzo de la Biblioteca Nacional, institución que posee la *Colección de Fotografías del Archivo Audiovisual de Venezuela* con autores venezolanos, residentes en el país y temas de interés en el ámbito nacional, así como una importante colección de fotografía latinoamericana del siglo XIX.

**Fotolibros y publicaciones especializadas:** Atendiendo las demandas de publicación y en sintonía con la tendencia internacional, en el ámbito editorial ha habido un notable incremento en la producción de fotolibros y se han creado editoriales especializadas: Douglas Monroy Editores, Intervalo Ediciones, La Cueva Casa Editorial. Por su parte el Archivo de Fotografía Urbana estableció una alianza con La Fábrica (España) para difundir la obra de

fotógrafos venezolanos o que desarrollaron su trabajo en el país, a la fecha se han publicado cinco *PhotoBolsillo* de la serie *Biblioteca de Fotógrafos Latinoamericanos*: Alfredo Cortina, Tito Caula, Ricardo Jiménez, Bárbara Brändli y Paolo Gasparini. El libro *Maestros de la fotografía en Venezuela* (Total Oil and Gas Venezuela B.V., 2014) es otra referencia de estudio. Por su parte, Oscar Todtmann Editores, fundada en 1973, ha materializado otros libros de referencia en el campo fotográfico. Esto viene a acompañar y nutrir esfuerzos de corte individual e institucional que de manera un tanto aislada venían dándose en el país por algunos fotógrafos.

Ciertas limitaciones se han convertido en estímulo y han impulsado las autopublicaciones y autoediciones como alternativa y modelo de emprendimiento de algunos autores desde diversas motivaciones y premisas entre las que Félix Suazo (2019) subraya la experimentación, factura artesanal y limitada, criterios de diagramación de los contenidos, la escogencia del soporte, la definición del formato, el tipo de reproducción, la técnica de encuadernación o modo de presentación. En la década en curso ha aumentado el número de fotolibros y libros de fotografía producidos bajo esta modalidad.

**Medios de comunicación:** Algunas publicaciones periódicas también se han concentrado en la fotografía, es el caso de las revistas *Encuadre* (*El Noticiero de la Imagen* antecedería la aparición, en 1984, de esta revista, especializada en cine y fotografía) y *Extra Cámara* (1984-2010, editada por el CONAC de la que se publicaron 30 números). Secciones en periódicos y medios digitales como *La individual del lunes* (El Nacional), *Mirada Expuesta* (a cargo del periodista Juan Antonio González en El Universal) y las series de entrevistas a fotógrafos venezolanos *Voces lúcidas tras la cámara oscura* (realizada por Nelson González Leal) y *Santa palabra* (a cargo de Militza Zúpan).

En medios impresos como El Nacional y el Universal algunos columnistas dedican sus reflexiones a temas fotográficos. Otros proyectos en formato electrónico son: el Blog de La ONG, Tráfico Visual, Back Room Caracas, Archivo de Fotografía Urbana, los cuales permiten la presentación de portafolios, reseña de eventos y exposiciones, artículos críticos, entre otros contenidos. *Miradas Analógicas & Miradas Reveladas* (editadas por Azalia Licón), el blog “*Quién es Quién de la fotografía en Venezuela*” (desarrollado por Vilena Figueira), la revista digital *De todo un foco* y la plataforma *Incubadora Visual* (ambas impulsadas por Ricardo Arispe) se han sumado a las iniciativas que han visibilizado la fotografía venezolana en la red.

En los últimos años han llegado a la radio dos programas sobre fotografía: *Cátedra Libre de Fotografía* y *Diafragma 5.6* (on line), conducidos por Leonor Basalo y Mónica Pupo, respectivamente. Por su parte, *Caracas Photo*, a cargo de Carlos Ancheta, se ha encargado del registro, transmisión y divulgación por redes sociales de actividades relacionadas con la fotografía, sobre todo en Caracas. A pesar de estos esfuerzos cabe decir que, actualmente, escasean los espacios dedicados a la crítica fotográfica.

**Promoción y gestión cultural:** Entre las décadas de los 80 y 90 se organizaron encuentros con la intención de congregar y generar reflexión y discusión, tales como el primer (1986), segundo (1987) y tercer (1997) simposio de fotografía, en Caracas, San Cristóbal y Maracay, respectivamente; las jornadas de fotografía de Mérida (1989 y 1991); el Mes de la fotografía en Carabobo (1992); el tercer encuentro de fotografía Latinoamericana en Caracas (1993). En la última década otros eventos se han convertido en referencia: Tardes de fotógrafos (los jueves en la galería Tresy3), el Mes de la fotografía de Caracas (2003, 2014, 2016) llevado a cabo por la Alianza Francesa de Venezuela; El Mes de la fotografía de Maracaibo FotoMaracaibo (2014, 2015, 2016 y 2017) organizado por la Alianza Francesa de esa ciudad, el Festival de Fotografía de Venezuela Méridafoto (2013, 2014, 2015 y 2016) organizado por Espacio GAF.

Desde el ejercicio colectivo, algunos fotógrafos sintieron la necesidad de planificar y ejecutar proyectos conjuntos dando pie a grupos fotográficos como Diafragma, Fotosíntesis, Colectivo Fotográfico D76, Ciudad Compartida, Prisma GIF (Grupo de Investigación Fotográfica), CAF (Colectivo de Artes Fotográficas). Un importante antecedente es El Grupo, consolidado a finales de los 70, integrado por Ricardo Armas, Vladimir Sersa, Luis Brito, Alexis Pérez-Luna, Jorge Vall y Fermín Valladares. Sobre este proyecto colectivo, en el sitio web del Archivo Fotografía Urbana se señala que es: "... un movimiento dedicado a presentar una mirada crítica sobre la situación social de Venezuela. En 1977, realizan la colectiva *A gozar la realidad* en Librerías del Sur, en Caracas, y, en 1979, publican *Letreros que se ven* con la editorial del Ateneo de Caracas".

**Convocatorias:** Otra forma de promover el quehacer fotográfico radica en los concursos y premios que motivan la participación y presentación de trabajos para, de esta forma, conocer y confrontar diversas obras y planteamientos. Dentro de las convocatorias nacionales de carácter amplio y abierto en las que la fotografía ha sido aceptada y premiada, se encuentran: el Salón de Arte

del Estado Aragua, el Salón de Artes Visuales Arturo Michelena, el Premio Eugenio Mendoza, el Salón Jóvenes con FIA, entre otros.

Se han creado y desaparecido, mantenido o surgido convocatorias, concursos y premios de fotografía, tales como el Premio Luis Felipe Toro de fotografía, del que se realizarán 16 ediciones (1980-1996). Desde 1990, se incluye el Premio Nacional de Fotografía como parte de los Premios Nacionales de Cultura, el cual es entregado en frecuencias anual y/o bienal.

La continuidad de algunas convocatorias se ha visto comprometida, interrumpida o han desaparecido: Salón Dior, la Bienal Binacional de Fotografía organizada por la Fototeca del Táchira (2012-2018); el Salón de la Joven Fotografía del Museo de Arte Contemporáneo (1985-1993); Concurso de Fotografía Latinoamericana Josune Dorronsor con 3 ediciones (1997, 2000, 2003); la Bienal Nacional de fotografía del Municipio Girardot con 12 ediciones (1993-2015) y la Bienal de Fotografía Daniela Chappard (2000-2008), como antesala a esta bienal se realizaron varias ediciones de la Subasta de Fotografía Daniela Chappard organizada por Casa de Subastas Odalys C.A.

Otras convocatorias pueden ser de temática libre o enfocarse en tópicos específicos, referirse a obras únicas, ensayos o series fotográficas. Las premiaciones van desde becas y acompañamiento formativo, residencias artísticas, exposiciones individuales y/o colectivas, metálico, entre otros. Algunos de estos son: el Salón nacional de proyectos fotográficos EspacioGAF, Premio Tresy3, Beca Félix Fachín (Prada Escuela de Fotografía), 28fotosXdía (Roberto Mata Taller de Fotografía), Salón Nacional de Coexistencia (Espacio Anna Frank) y unas pocas ediciones de la Residencia de Artistas en Chuao, gestionada por Fernando Carrizales.

Marcel del Castillo (2018) enumera otros espacios, encuentros y convocatorias de reciente data: "... el nuevo siglo verá nacer y morir nuevas e interesantes iniciativas en el campo fotográfico como: el Festival Mundial de la Luz en Clarines (2000); El Congreso de la imagen y la Fotografía en Maracaibo (2002); Encuentro de Fotografía en San Cristóbal (2004); Encuentro nacional de la Fotografía en Ciudad Bolívar (2005); Los Encuentros Iberoamericanos de fotografía en Caracas, 4 ediciones (2002-2005); la Bienal de fotografía Daniela Chappard, 4 ediciones (2000-2008); Primera bienal internacional de fotografía Museo Alejandro Otero (2006); Las 11 ediciones del Salón Dycvensa (2002-2013); Los encuentros del colectivo Ciudad Compartida (2003-2015); Salón de Fotografía Carlos Eduardo López (2015-2016-2017); El Venezuela

Móvil Festival (2012-2014-2015); Festival y Salón Series Iconocomunicantes organizado interrumpidamente por la Escuela Julio Vengoechea (2003-2015) En 2003 nace la Fototeca de Barquisimeto en la ciudad del mismo nombre; en 2011 nacen las Galerías Cubo 7 y EspacioGAF, en Caracas y Mérida respectivamente, únicas galerías especializadas de fotografía de comienzos de este siglo que, casualmente, cierran ambas cuatro años más tarde, en 2014.”

**Fotoperiodismo:** La fotografía periodística se ha hecho notoria en las últimas décadas registrando la realidad nacional y haciéndola visible en el exterior. Los fotoperiodistas han destacado por sus trabajos, los cuales han sido difundidos por medios y agencias internacionales, mereciendo reconocimientos como el Premio Internacional de Periodismo Rey de España (1990), concedido por primera vez a un reportero gráfico venezolano: Francisco Solórzano “Frasso”, por sus imágenes del alzamiento popular conocido como El Caracazo (27 y 28 de febrero de 1989). En 2017 Rolando Schemidt es distinguido con el premio Foto del año del World Press Photo (WPPH) y Juan Barreto gana el tercer lugar en la categoría Spot News Series del mismo concurso, ambos trabajos documentaron las manifestaciones contra el gobierno de Nicolás Maduro ocurridas en 2017. Dos años más tarde Alejandro Cegarra gana el tercer lugar en la categoría de proyectos de largo aliento del WPPH con su trabajo “Estado de Decadencia”. Fotógrafos venezolanos como Carlos García Rawlins, Leo Álvarez, Fabiola Ferrero, Adriana Fernández, Andrea Hernández, Ana María Arévalo, entre otros, han conseguidos premios, becas y nominaciones en importantes espacios de la fotografía y el periodismo a nivel internacional (Premio Pulitzer, Magnum, Poylatam, SIP). En 2019 se convoca el I Concurso Nacional de Fotoperiodismo desde el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS Ve).

Una importante referencia sobre este tema es el libro *70 años de Fotoperiodismo en Venezuela 1940 – 2011* (Banesco y Grupo Editorial Cyngular, 2011) con curaduría de Vasco Szinetar y Textos de Pablo Antillano, Elizabeth Araujo, Roberto Giusti, Elizabeth Fuentes, Clodovaldo Hernández, Aquilino José Mata, Ramón Navarro, Fabricio Ojeda Díaz, Rafael Osío Cabrices, Enrique Rondón Nieto, Rosita Regalado.

**Internacionalización:** La proyección en el exterior se ha fortalecido con la presencia en colecciones de museos y galerías y la participación en exposiciones y ferias de arte internacionales de fotógrafos venezolanos.

El reconocimiento de la fotografía venezolana más allá de las fronteras nacionales se ha visto dinamizado por la diáspora del sector. Fotógrafos, investigadores y curadores que han emigrado y continúan su labor fotográfica en otros países, lo cual es extensivo a algunas escuelas y profesores que han creado sedes y programas formativos en ciudades como Buenos Aires, Cali, Ciudad de México, Madrid, Miami, Nueva York, La Asunción y Santiago de Chile. Las razones son múltiples, pero dan un nuevo matiz a la internacionalización de la fotografía y, de alguna manera vienen a atender —una parte— de las escasas políticas públicas en materia de movilidad y distribución cultural.

**Temas emergentes:** En el panorama de la fotografía venezolana actual sobresalen temas como la cobertura y seguimiento a la crisis nacional de los últimos años desde la información, el registro, la denuncia, así como desde propuestas autorales con foco en los grandes problemas nacionales (violencia, inseguridad, hiperinflación, acceso y calidad de los servicios públicos, abusos de poder, violaciones a los derechos humanos, migración...). En esta línea resalta la obra de fotógrafos documentales, así como de quienes parten de la fotografía para la realización de obras visuales que muestran las transformaciones y combinaciones del medio fotográfico.

En años recientes se ha hecho visible la emergencia y potencial de jóvenes fotógrafos, en este sentido la colección de libros *Los rostros del futuro*, iniciativa de Banesco coordinada por Antonio López Ortega, dedicó la edición 2019 a los nuevos talentos de la fotografía.

Otro aspecto importante es el crecimiento y presencia —en términos cualitativos y cuantitativos— de fotógrafas venezolanas. Más allá de las discusiones de género, esto es producto de un trabajo sostenido y significa un avance, un reconocimiento y su inclusión en determinados espacios. Vale decir que algunas de estas mujeres concentran su obra en la fotografía, mientras que otras la incorporan como parte de su obra, estableciendo cruces con otras disciplinas, formatos y técnicas.

En otro orden, la fotografía comercial, de corte publicitario, eventos y moda muestra las orientaciones de la fotografía adecuadas al mercado y al establecimiento de alianzas. No hay que desestimar estas prácticas sino, más bien, reconocerlas como parte del oficio y la dinámica fotográfica.

Los apuntes aquí recogidos quieren delinear un inventario inicial de la fotografía venezolana de las últimas cuatro décadas. Son, apenas, algunas pinceladas que abren nuevos temas de investigación y exploración de rutas en la

ardua tarea de sistematizar la información dispersa y continuar los esfuerzos por documentar y escribir este fragmento de la historia, a partir de la identificación y reconocimiento de las buenas prácticas que deben ser fortalecidas. Quedan vacíos que atender desde la problematización, la reflexión, el quehacer cultural y comunicacional, pero sobre todo desde el compromiso con la imagen y su momento histórico.

## Referencias bibliográficas

Apuntes sobre el fotolibro: <http://fotourbana.org/category/fotolecturas/apuntes-sobre-fotolibri/>

-Archivo Fotografía Urbana (2018). *Ricardo Armas*. <http://fotourbana.org/fondovisual/ricardo-armas/>

Boulton, M. T. (1990). *Anotaciones sobre fotografía venezolana contemporánea*. Monte Ávila Editores.

Del Castillo, M. (2018). Horizonte crítico de la gestión en la fotografía venezolana 1950-2018. <https://www.espaciogaf.com/horizonte-critico-de-la-gestion-en-la-fotografia-venezolana-1950-2018/294917>

Fondo Editorial Banesco (2019). *Nuevo País de la Fotografía*. Colección: Los Rostros del Futuro

Suazo, F. (2019). Autopublicación: carencias y urgencias del arte en Venezuela. <http://www.traficovisual.com/2019/05/11/autopublicacion-carencias-y-urgencias-del-arte-en-venezuela/>



---

## *Radio Nacional de Venezuela: 74 años sonando*

---

FIDEL PÉREZ VARELA

### ¿Cuándo nació la Radio Nacional?

Por lo general señalar un dato como el que aquí se requiere no debería exigir más de muy pocas líneas, pero en este caso se impone hacer una corrección histórica. Desde siempre tanto la misma emisora como terceros han divulgado que la esta emisora nació oficialmente el 29 de julio de 1936 a raíz de un supuesto ‘decreto’ del General Eleazar López Contreras, Presidente de Venezuela de 1936 a 1941.

Lo primero que hemos de precisar es que revisamos personalmente la Gaceta Oficial original de esa fecha (Imprenta Nacional, 1936) y en la misma no figura ningún decreto o afín que señale la creación de esta u otra emisora de radio. Sólo aparece -junto a publicaciones de los ministerios de Fomento y de Sanidad y Asistencia Social- el texto completo de la Ley de Telecomunicaciones, y ninguno de sus 43 artículos se refiere a dicho asunto. Revisamos las gacetas oficiales de los días anteriores y posteriores y tampoco conseguimos ninguna disposición jurídica al respecto. La repetición durante décadas de la mencionada fecha como de creación de la emisora constituye una tradición oral que se ha enriquecido por el hábito de repetir informaciones sin la respectiva constatación, dando por cierto lo oído durante años. Tal vez esto tenga su origen en la errónea interpretación dada al hecho de que para 1936 el Estado contaba con un transmisor-*no una emisora de radio*- en Maracay que *esporádicamente*, en oportunidad de actos oficiales, emitía una señal que era captada en Caracas y retransmitida por las radioemisoras privadas (Safar, 1986). A esto hay que agregar que a partir de 1938 el gobierno disponía de otros trans-

misores en San Cristóbal, Caracas, Porlamar y Maracaibo, siendo este último el que empleaban para *retransmitir* durante quince minutos semanales junto a seis cadenas de emisoras privadas programas educativos, informativos y culturales del Ministerio del Trabajo y Comunicaciones transmitidos por una emisora privada, lo que constituía el soporte tecnológico y comunicacional de lo que el gobierno llamó *Radio Cultural Obrera* (López Contreras, 1941, p. 133), nombre este con el que se quiso identificar, no a una emisora sino al tipo de tarea que el *Servicio de Cultura y Publicidad* del mencionado Ministerio estaba realizando, y que fue la figura que López Contreras empleó durante su período para estos fines. Esta actividad se prolongó al menos hasta 1940 según señala Safar (1986), quien agrega que el nombre de *Radiodifusora Nacional* parece haber sido empleado por primera vez en 1938. Rondón (1977) y Safar (1986), habiendo consultado fuentes primarias, dejan claro que antes de enero de 1946 la Radiodifusora Nacional no existía, que sólo era el nombre de un propósito, una intención, quizá con algunos anclajes irregulares y pequeños en la realidad, pero inexistente al fin.

Durante el período de López Contreras, especialmente de 1938 a 1941 sólo existieron algunas declaraciones oficiales respecto a una emisora pública que sería inaugurada pero que no lo fue en ese período. Durante el gobierno de Isaías Medina Angarita, al menos en dos ocasiones -1943 y 1944- se continuó con la línea de informar de reales o supuestos ‘avances’ en la construcción de estudios para la emisora. Las primeras evidencias documentales de la existencia de esta emisora se ubican en mayo de 1944, cuando son realizadas *las primeras pruebas* de la misma, según pudo constatar Rondón (1977) en testimonio registrado en la revista del Radio Club Venezolano de junio de ese año. Luego, a fines de 1945, estando el país bajo la dirección de la Junta Revolucionaria de Gobierno, con Rómulo Betancourt como Presidente, el Ministerio de Comunicaciones señala en Memoria que no «...*se dispone de equipo ni de presupuesto para el mantenimiento de una Estación Radiodifusora.*» (Safar, 1986, p. 349). En enero de 1946 la emisora comienza a recibir fondos recurrentes, y es en junio de ese año cuando dispone oficialmente de su *primer presupuesto*, lo que le permitiría contratar personal, comprar discos y empezar a estructurar una programación. (Imprenta Nacional, 29-06-1946, p. 244)

Safar & Pasquali (2006, p. 77) sostienen que esta emisora comienza transmisiones diarias e ininterrumpidas el 01-01-1946. Finalmente, resulta muy esclarecedor el testimonio dado en entrevista en 1986 por Oscar Rickel, locutor radiofónico de una larga trayectoria que comenzó en 1936, y quien fuera

Director Encargado de la emisora en 1958 y Sub-Director de la misma: «*Yo leí hace poco que la Radio Nacional estaba cumpliendo 50 años y eso no puede ser. Pues la Radio Nacional comenzó a la caída del general Medina, [...]. Fue a partir de ese momento cuando comienza la radio oficial que funcionó en el Foller del Teatro Nacional [...] Radio Nacional no puede cumplir jamás 50 años, pues para ese tiempo no existía.*» [sic] (En Olivero, 1986: 97-98). Tenemos entonces que estas informaciones, que consideramos totalmente confiables, no parecen dejar dudas de que la *Radiodifusora Nacional de Venezuela* no nació en 1936 [y ese nombre no parece haber sido usado sino hasta 1938] ni existió ningún decreto del 29 de julio de ese año que así lo formalizara, por lo que tomar esa fecha como la de su nacimiento no tiene sustento jurídico, administrativo ni funcional. Dado que no tuvimos acceso a documentos relacionados con la programación de la emisora, de la época o de investigaciones bien fundamentadas, sonidos de la emisora o similares-aunque nos esforzamos por acceder a ellos- no estamos en capacidad de establecer una fecha exacta de inicio de transmisiones de la misma, sin embargo, basándonos en la condición de fuente primaria de Rickel, en las gacetas oficiales originales que consultamos, y en la seriedad y trayectoria de investigadores como Safar y Pasquali, nos permitimos aceptar el 01-01-1946 como fecha de inicio, por la proximidad a la fecha de derrocamiento de Medina (hito mencionado por Rickel) y porque desde ese mes de 1946 la emisora comenzó a recibir fondos recurrentes, lo que pudo posibilitarle su funcionamiento regular. Respecto a las ubicaciones de la emisora mencionemos que luego de sus operaciones iniciales en el Teatro Nacional, habría sido mudada [en 1948, luego del derrocamiento de Gallegos, según De Armas, 1975] a una casa identificada con el No. 16 ubicada entre las esquinas de Llaguno y Cuartel Viejo de la actual Avenida Baralt, al norte de la ciudad; esto según el testimonio dado en entrevista a Enrique Rondón en 1977 por Miguel Ángel Ramírez, quien habría sido uno de los primeros locutores de esta emisora. Según este testimonio, en dicha casa fueron habilitados espacios para que funcionaran como estudios: uno grande para una orquesta, y uno pequeño para realizar las transmisiones.

Según De Armas (1975), en 1958 la emisora fue trasladada a una amplia casa ubicada en el sector Chapellín, al norte de Caracas, al final de la calle Las Marías, donde permanecía a la fecha de publicación de este texto.

## Visión y misión

La Radio Nacional se ve a sí misma como una «...*herramienta comunicacional al servicio de la revolución bolivariana para la transformación de la conciencia de la mujer y el hombre nuevo, que consolide el Estado Social de Derecho y de Justicia, soberano e independiente.*»; y se fija como misión «...*difundir, promover y fomentar la ideología bolivariana, zamorana, robinsoniana, así como lo cultural venezolano y lo nuestro americano, mediante contenidos apegados a la ética, de alta calidad estética, respetando de manera fiel el marco jurídico ...*». (Marcano, 2016, p. 371)

## Producción

Se trata de una trayectoria productiva muy extensa, sin embargo, no nos resultó posible acceder a sus archivos, por lo que se hace cuesta arriba seleccionar sonidos que hayan constituido hitos en su historia, lo que se complica por la existencia en extremo escasa de la información sobre la emisora en las bibliotecas visitadas y en Internet, razón por la cual nos parece relevante enfocarnos en la orientación de la programación. Partiendo de la Memoria del año 2015 del MPPCI (Marcano, 2016) -el más reciente que pudimos descargar de Internet- parece quedar clara la orientación de la programación de entonces: señalan que durante ese año produjeron 44.399 programas a nivel nacional «...*promoviendo y fomentando la construcción del Socialista Bolivariano.*...» (p. 379). Nos permitimos asumir que, dado que el poder no ha cambiado de manos desde 1999 esta ha sido la línea programática hasta el momento en que escribimos estas líneas, y expresa lo que el colectivo gobernante desde entonces considera lo más importante y destacado en la programación radiofónica en sus diversos géneros y formatos. En todo caso, en su programación se encuentra incluido un programa que inevitablemente hay que destacar: *Nuestro insólito universo*. Se inició en agosto de 1969 y para 2018 acumulaba más de 6.600 programas. La producción estuvo a cargo de Rafael Sylva [fallecido en enero de 2018] y la locución la realizó Porfirio Torres. Se trata de un microprograma que trabaja relatos de suspenso, misterio, hechos inexplicables y afines. Es uno de los programas más longevos y exitosos de la radio venezolana. Es transmitido siete veces diarias, por la *Radio Nacional* y dos emisoras privadas (*Radio Nacional de Venezuela*, 2018a) [En lo sucesivo emplearemos las siglas *RNV*]

## Evolución jurídico-administrativa

Constituida en octubre de 1945 la Junta de Gobierno que reemplazó al Presidente Medina Angarita es realizada la división del Ministerio del Trabajo y Comunicaciones y creado un ministerio en cada área, con las respectivas consecuencias organizativas, que en el caso del segundo ministerio se tradujeron en seis direcciones, una de las cuales fue denominada *Dirección de Radiocomunicaciones*, a la que se le asignó competencia en el área de la radio-difusión, entre otras (Betancourt y otros, 1945), por lo que la *Radio Nacional* quedaba dentro de su ámbito de acción. En el mismo acto designan como Jefe de Servicio de la mencionada Dirección al locutor y actor Enrique Vera Fortique (Vargas, Mario, 1945), a quien Hernández y Vargas (1992) señalan como el primer Director de la emisora, y quien permanecería en ese cargo hasta 1948. Este año –en que Rómulo Gallegos asume la Presidencia– la emisora es transferida al Ministerio de Educación por gestiones de Luis Beltrán Prieto Figueroa, quien en 1947 asume esa cartera.

En noviembre del mismo año Gallegos es derrocado y reemplazado en el poder por los militares Marcos Pérez Jiménez, Carlos Delgado Chalbaud y Luis Felipe Llovera Páez, y en 1950 la *Radio Nacional* es adscrita al Ministerio de Relaciones Interiores [En lo sucesivo, MRI] (De Armas, 1975:74). El 1º de enero de 1965 –durante la Presidencia de Raúl Leoni– crean la Oficina Central de Información [En lo sucesivo, OCI], que reemplaza la Oficina Nacional de Prensa, creada en 1936, y la *Radio Nacional* pasa a formar parte de su estructura organizativa (Conac, 1976: 127). En 1974, la OCI es reorganizada y adscrita al Ministerio de Estado para la Información [En lo sucesivo, MEI] (Conac, 1976), al igual que la emisora. (Safar & Pasquali, 2006, p. 78)

En 1977 pasa al Ministerio de Información y Turismo [En lo sucesivo, MIT], y luego nuevamente a la OCI, en esta ocasión adscrita al Ministerio de la Secretaría de la Presidencia (Safar & Pasquali, 2006, p. 78). En 1987, para posibilitarle la obtención de ingresos propios, es convertida en Servicio Autónomo con el rango de Dirección General Sectorial, dependiente de la OCI (Lusinchi, 1987). En 2002 nace el Ministerio de Comunicación e Información [MINCI], del cual pasa a depender la emisora (Chávez, 2002) [A partir de 2007 este Ministerio será llamado Ministerio del Poder Popular de Comunicación e Información [MPPCI]. Luego, en 2005, ordenan la reestructuración de la emisora (Chávez, 2005), en octubre de 2009 asume formalmente la figura de Compañía Anónima (Eekhout, 2009) y comienza a operar como tal en enero de 2010 con su primera reunión de Junta Directiva

(Salcedo, 2010). En síntesis, en su recorrido administrativo-burocrático, esta emisora ha transitado ocho entes públicos: estuvo adscrita al Ministerio de Comunicaciones de 1946 a 1947, al Ministerio de Educación de 1947 a 1950; al MRI de 1950 a 1964; a la OCI de 1965 a 1974; al MEI de 1974 a 1977; al MIT y nuevamente a la OCI de 1977 a 2002, y al MINCI/MPPCI-de 2002 hasta la fecha.

## Evolución tecnológica

Luego de las primeras pruebas de la emisora en 1944 le perdemos la pista hasta principios de los años 60, cuando comienza a funcionar la estación La Rinconada, ubicada al sur de Caracas, y destinada a cubrir el área metropolitana de la ciudad. Contaba con cuatro transmisores de 10Kw cada uno para la frecuencia de 630 KHz [Canal Ligero] y para 1050 Khz [Canal Clásico] (OCI, 1992). En 1963 ó1964 comienza a operar la estación Carabobo en el estado del mismo nombre para cubrir Carabobo, Cojedes, Guárico, Portuguesa y Yaracuy. Transmitía en 770 KHz en onda media para el Canal Ligero y en dos frecuencias en onda corta [9.540 KHz y 11.695 KHz]para el Canal Internacional (OCI, 1992; 1993). La estación Cabudare comienza en 1972 en Cabudare, Edo. Lara, para cubrir Cabudare, Barquisimeto, Quíbor, Carora y Yaritagua (OCI, 1992).

En agosto de 1974 la emisora comienza a transmitir por onda corta hacia América del Sur, Europa y costas Este y Oeste de los Estados Unidos. En 1978 inicia operaciones la estación Barcelona, Edo. Anzoátegui, para cubrir el norte del Edo. Anzoátegui, este del Edo. Miranda, Sur del Edo. Nueva Esparta, Cumaná y norte del Edo. Monagas (OCI, 1992). Hacia junio de 1984 comienza a operar la estación FM 91.1 MHz en La Florida, Caracas, pero en 1989 su transmisor fue trasladado al cerro Los Mecedores en el norte de Caracas. Estaba destinado a cubrir el valle de Caracas (OCI, 1992). La estación Puerto Ordaz, Edo. Bolívar, comienza a operar en la segunda mitad de la década de los años 80 (1986 ó 1989 según la OCI en informes de 1992 y 1993), para cubrir norte del Edo. Bolívar, sur de Monagas, sureste de Anzoátegui y Suroeste de Delta Amacuro (OCI, 1992; 1993). A estas estaciones hay que sumar otras, de las que ignoramos sus fechas de inicio de operaciones: Ciudad Bolívar, que cubría Ciudad Bolívar, Soledad y Ciudad Piar; la estación Guri, con cobertura en el Complejo Hidroeléctrico ubicado en ese lugar; la estación La Paragua, también ubicada en el Edo. Bolivar, con cobertura en La Paragua; y finalmente la estación Santa Elena de Uairén, ubicada en

la población del mismo nombre al sur del estado Bolívar en la frontera con Brasil (OCI, 1993).

En 1989 la emisora tenía una potencia de 202 kw, distribuidos entre el Canal Ligero [111 Kw], el Canal Clásico [21 Kw] y la Onda Corta [70 Kw] (Safar&Pasquali, 2006). En 1992 transmitía por medio de cuatro canales: Ligero, Clásico AM, Clásico FM y Onda Corta Internacional (OCI, 1992). En 2004 inauguran 21 frecuencias (RNV, 2018a). Ese mismo año comienzan las emisiones en onda corta de servicios informativos de ocho horas diarias hacia Estados Unidos, Chile, Argentina, Brasil, Centraomérica y el Caribe. Para 2005 la emisora cuenta con once [11] estaciones AM en todo el país para el Canal Informativo, y treinta y dos [32] FM, para los canales Informativo, Clásico, Musical y Activa (Safar & Pasquali, 2006), la última de las cuales creada en mayo de ese año (Rodríguez, 2012). En noviembre de 2008 nace el canal Región Central90.5 FM (Flores, 2014). En 2011 nace el circuito RNV Indígena y se amplía el Canal Informativo con la puesta en marcha de señal FM en Los Roques, en Cabimas, Edo. Zulia, y El Vigía, Edo. Trujillo; amplían señal del canal de Los Llanos, y construyen ocho nuevas estaciones (Izarra, 2012). En 2012 nacen los canales de Portuguesa, Apure, Carabobo y Valencia, e instalan diez estaciones transmisoras para el Canal Juvenil en varios estados del país (Villegas, 2013). En agosto de 2015 nacen los canales de Anzoátegui Maracaibo, Edo. Zulia (Marcano, 2016) y Táchira.

Al revisar este compendio de información podemos apreciar, en primer lugar, que esta emisora realizó avances en las décadas de los años 70 a 80, con la creación de seis estaciones, y luego entre los años 2005 y 2015, cuando crea siete canales y construye al menos 29 estaciones. Es evidente la importancia que se le ha concedido a este tema en el inicio del siglo XXI. En cuanto al aspecto histórico es posible identificar en su desarrollo cuatro períodos: el primero de 1944 a 1945, que abarca la fase de pruebas que se inició en el Teatro Nacional que llamaremos *Experimental*; el segundo de 1946 a 1960, que podemos llamar *De despegue y establecimiento*, y que ubicamos entre su inicio oficial y el inicio de operaciones de la estación La Rinconada a principios de los años 60; el tercero, que denominaremos como *Primera expansión*, que se prolonga hasta 1999 y que incluye la instalación de las estaciones en occidente, centro, oriente y sur del país, la creación de los canales Ligero y Clásico [AM] y el inicio de transmisiones en FM y en onda corta; y finalmente, el cuarto período, de 1999 hasta la fecha, y que hemos llamado *Segunda*

*expansión*, que incluye el alcance de la cobertura total del país, reforzada por el empleo de Internet como plataforma multimedial.

## Audiencias

Obtener información relacionada con el perfil de sus públicos objetivo –tanto la emisora matriz 91.1 como de los canales regionales- resultó complicado porque dicha información no aparece publicada en el sitio o sitios web respectivos, y si existe aparece información antigua, sin fecha, incompleta y/o fragmentaria. Respecto a la obtención en persona, en el caso de la emisora matriz, resulta imposible. Al no disponer de información oficial debemos asumir partiendo de lo sabido: el canal *Musical*, que transmite música venezolana, e *Informativa 91.1FM*, parecen dirigirse al segmento adulto de 25 a 45 años; *Clásica digital* a adultos de 40 a 60 años; *Activa 103.9 FM* a jóvenes de 16 a 25 años; *Indígena* al sector que indica su nombre, y los canales regionales a las poblaciones de las regiones dentro de su cobertura.

## Alianzas

Esta emisora, dada su naturaleza de entidad gubernamental [mas no estatal], que le ha sido propia, primero como radiodifusora pura y simple inserta en estructuras organizativas ministeriales, luego como servicio autónomo, y ahora como empresa pública, ha apuntalado su trabajo en organismos del Estado, como hemos visto en líneas anteriores, y de los cuales ha dependido siempre. Su dependencia se alivió al pasar a servicio autónomo, cuando pudo comercializar espacios de transmisión para publicidad y patrocinios, y fue jurídicamente superada en 2009 cuando se convierte en empresa. No obstante, esta conversión y la consecuente adquisición de plena capacidad jurídica para procurarse ingresos propios, no cesa su dependencia jurídica y administrativa del Estado ya que continúa adscrita a un Ministerio. Es preciso no perder de vista el aspecto político, que ha cruzado la vida de esta emisora desde sus inicios, ya que el respaldo económico y de otros tipos que se le ha proporcionado se ha orientado en varias épocas hacia determinadas conveniencias del gobierno o régimen de turno, con la necesaria salvedad de períodos en los cuales fue empleada con fines benéficos y propios de su naturaleza, ejemplo de lo cual lo constituyó la tarea realizada por Prieto Figueroa. La fórmula tradicional aplicada históricamente en muchos casos ha sido de apoyo estatal a cambio de un funcionamiento sesgado. 1987 y 2009 son dos momentos de apertura de la emisora a capitales privados, lo que se suma al apoyo estatal, sin embargo,

no debemos olvidar el efecto del cambio que ocurrió en el país como producto de las elecciones presidenciales de 1998, que configuró una situación inédita, que colocó a la emisora en el centro de una política comunicacional conceptualmente distinta a las anteriores. En términos prácticos digamos que desde 2009 puede ocurrir que empresas privadas contraten con la emisora con base en criterios de rentabilidad económica pero también de sintonía ideológica, o como producto de un enfoque pragmático. Las únicas alianzas que le resultan posibles a esta emisora -que pueden ser cuantitativamente muy importantes e incluso muy valiosas en el plano técnico- se encuentran mediadas ahora por elementos ajenos a su naturaleza esencial de medio público de comunicación.

## Cifras

Ignoramos si esta emisora posee cifras de alguna naturaleza, y si las posee no son públicas. Posiblemente existan, pero en informes que comercializan las empresas privadas que los llevan a cabo. Para el año 2015 la *Radio Nacional* no disponía de cifras de audiencia, tal como dejó en evidencia en entrevista Chevige González, para entonces Presidente de la misma, quien afirmó que «*Nosotros nos guiamos por la interacción con la gente ...*» (Rangel, 2015). En medición realizada por MediAx en 2012 esta emisora no aparecía en las 13 primeras emisoras de radio, de las cuales la última registraba un puntaje de 2,2% de audiencia (MediAx, 2013). En cuanto a canales, en 2018 la emisora afirma poseer 11 canales: 5 nacionales y 6 regionales, y 122 frecuencias a nivel nacional, más el sitio web (RNV, 2018b). Y en lo relativo a producción nos referiremos al total de programas realizados por año sumando canales nacionales, centros regionales y canal internacional, basándonos en las memorias del MPPCI de 2011 a 2015: 61.308 programas en 2011, 174.953 en 2012, 148.091 en 2013, 77.371 en 2014 y 44.399 en 2015.

## Prospectiva y epílogo

Partiendo del camino en cuanto a política comunicacional que los gobiernos y regímenes que han dirigido Venezuela han recorrido desde que existe esta emisora ,no nos resulta difícil afirmar que si los actuales y posteriores siguen transitándolo, el país seguirá con una radio pública apéndice de los gobiernos de turno, una emisora de radio gubernamental, sintonizada con la ideología predominante, un aparato propagandístico, en lugar de ser lo que debe ser: un medio absolutamente independiente no vinculado a, no controlado por, ni dependiente de ninguna autoridad pública sino al servicio au-

téntico de los ciudadanos, del país. Por otra parte, en términos de un posible balance conviene ubicar la emisora en el contexto de su trayectoria y de las implicaciones teóricas y prácticas de la misma.

El gran aprendizaje al que se puede haber llegado con esta experiencia es que, en un país auténticamente democrático, entendiéndose como tal la expresión de una amalgama intelectual, discursiva y fáctica en torno a tal concepto, la política comunicacional debe establecer como elemento estructural y trascendente la absoluta independencia administrativa, presupuestaria y jurídica de los medios públicos. Un medio no puede realizar auténticamente su misión ni expresar su naturaleza si se encuentra atrapado en una corriente política, si su existencia transcurre como dependencia ministerial, si los recursos económicos y materiales que necesita para su funcionamiento provienen de un gobierno, porque cuando ello ocurre se genera y se mantiene un constante sesgo unívoco que atraviesa toda la programación, la cual gira en torno al mismo y se convierte en el patrón que determina el tipo de contenidos y los enfoques aplicados. En el caso presupuestario, porque en tales circunstancias el mismo constituye un torniquete cuyo grado de apriete dependerá siempre del nivel de satisfacción de la fuente de su apoyo en respuesta al desenvolvimiento del medio, aunque por lo general ocurre una sintonía entre los directivos de los medios y los representantes del poder gubernamental en vista de que los primeros son designados por éstos, razón por la cual dicho acople suele ocurrir desde el primer día. En todo caso, de lo que se trata es de que en el discurso de los medios no se evidencie tendencia alguna a favorecer al gobierno de turno o a cualquier otro interés que no sea el estrictamente ciudadano. La misión de los medios no es favorecer gobiernos, partidos políticos o afines sino al país, a sus habitantes. No es un asunto de virginidad comunicacional sino de objetividad e imparcialidad, y además solidez ante requerimientos gubernamentales que se alejen de ello, como componentes esenciales en la realización cotidiana de su auténtica esencia como medios de comunicación social. Cualquier otro aspecto, por positivo o favorable que parezca o en efecto lo sea, como el incremento de sus posibilidades tecnológicas o cualquier derivado de ello, por ejemplo, pierde totalmente su sentido o al menos lo debilita desde su mismo centro, si ocurre en una situación de subyugación o sometimiento al Estado porque se genera una doble perversión: una periférica, al construir un contexto contra-natura que limita al medio, y una central, al atacar la esencia de éste y que lo deforma y desnaturaliza. A lo que apuntamos con estas palabras es que tres cuartos de siglo de experiencia deben ya resultar suficientes para saber que este país nunca ha contado con

una radio auténticamente pública, por lo que el paso siguiente es empeñarnos en que más temprano que tarde la tengamos.

## Referencias bibliográficas

- Betancourt, R. y otros (1945). Decreto No. 21. [El Ministerio de Trabajo y Comunicaciones es dividido en Ministerio del Trabajo y Ministerio de Comunicaciones]. En *Gaceta Oficial* No. 21.847 del 30-10-1945
- Conac (1976). *Proyecto Ratelve*. Ininco. Librería Suma, Caracas.
- Chávez, H. (2002). Decreto 1.928: “Reforma del Decreto sobre organización y funcionamiento de la administración pública nacional”. [Creación del Ministerio de Comunicación e Información y otros]. En *Gaceta Oficial* No. 37.509 del 20-08-2002. Imprenta Nacional, Caracas
- (2005). Decreto 3.597 [Se ordena la reestructuración del Servicio Autónomo *Radio Nacional* de Venezuela]. En *Gaceta Oficial* No. 38.164 del 12-04-2005. Imprenta Nacional, Caracas
- De Armas Chitty, J.A. (1975). *Historia de la radiodifusión en Venezuela*. CVIR. Caracas.
- Eekhout, B. (2009). Documento constitutivo de la C.A. *Radio Nacional* de Venezuela. En *Gaceta Oficial* No. 39.276 del 01-10-2009. Imprenta Nacional.
- Flores, C. (2014). *Plan de ejecución del proyecto de mejoras para los procesos logísticos y de procura para Radio Nacional de Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello.
- Hernández, Eskiá & Vargas, F. (1992). *Comercialización de la Radio Nacional de Venezuela*. Universidad Central de Venezuela.
- Imprenta Nacional (1936). *Gaceta Oficial* No. 19.019 del 29-07-1936
- Izarra, A. (2012). *Memoria 2011*. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información [MPPCI].
- López Contreras, E. (1941). “Mensaje que el Ciudadano General E. López Contreras, Presidente de los Estados Unidos de Venezuela, presenta al Congreso Nacional en sus sesiones ordinarias de 1941”. En *Gaceta Oficial*, Número Extraordinario. Lunes 05-05-1941. Imprenta Nacional.

- Lusinchi, J. (1987). Decreto 1.643 [La *Radio Nacional* es convertida en Servicio Autónomo y pasa a depender de la OCI]. En *Gaceta Oficial* No. 33.755 del 08-07-1987. Imprenta Nacional,
- Marcano, Luis (2016). *Memoria 2015*. MPPCI.
- Mediax (2013). Situación medios de comunicación Venezuela. <http://bit.ly/mediax2013>
- Oficina Central de Información - OCI (1992). *Plan anual operativo*. Ministerio de la Secretaría de la Presidencia, Caracas.
- Oficina Central de Información - OCI (1993). *Radio Nacional de Venezuela. Proyecto de reestructuración*. Ministerio de la Secretaría de la Presidencia, Caracas.
- Olivero, M. A. (1986). *Hombres de radio*. Tomo I. Ediciones Librería Destino,
- Radio Nacional de Venezuela – RNV* (2018a). “Actualidad informativa”. Microprograma [Sonido]
- Radio Nacional de Venezuela - RNV* (2018b). Microprograma [Sonido]. Caracas.
- Rangel, V. (01 de agosto de 2015). “Esta emisora de servicio público llega a 90% del territorio nacional. Ningún circuito privado tiene el alcance de Radio Nacional de Venezuela” [Entrevista a Chevige González, Presidente de RNV]. *El Correo del Orinoco*.
- Rodríguez, A. (31 de octubre de 2012). “Radio Nacional se renueva gracias al convenio con Cuba”. *Venezolana de Televisión*. Caracas.
- Rondón, E. (1977). *Elementos para un estudio de la radio de la radiodifusión estatal en Venezuela*. Universidad Central de Venezuela.
- Safar, E. (1986). *La radiodifusión en Venezuela. Surgimiento y evolución de 1926 a 1946*. Universidad Central de Venezuela, Ininco.
- Safar, E. & Pasquali, A. (2006). “La radiotelevisión pública en Venezuela”. En *Radiotelevisión de Servicio Público: Un manual de mejores prácticas*. Indrajit Banerjee & Kalinga Seneviratne (Editores), UNESCO, San José de Costa Rica, 73-95

Salcedo, E. (2010). Acta de la reunión No. 1 de la Junta Directiva de la *Radio Nacional* de Venezuela. C.A. En *Gaceta Oficial* No. 39.383 del 10.03.2010. Imprenta Nacional.

Vargas, M. (1945). Resolución No. 21: [Se designa a Enrique Vera Fortique Jefe de Servicio de la Dirección de Radiocomunicaciones del Ministerio de Comunicaciones, entre otros nombramientos]. En *Gaceta Oficial* No. No. 21.847 del 30-10-1945

Villegas, E. (2013). *Memoria 2012*. MPPCI, Caracas, 2014

---

## Los Autores

---

### Andrea López

Estudiante de Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) en la concentración de Guionismo y Comunicaciones Integradas de Mercadeo. Se desempeña como beca-trabajo en el área de Sociedad del Conocimiento y Entorno Digital del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC) y ha trabajado como asistente en recopilación de información para el Proyecto Índice Chapultepec. Ha publicado reseñas en la Revista Comunicación y en la Revista Temas de Comunicación.

### Andrés Cañizález

Licenciatura en Comunicación Social (mención Periodismo), una maestría en Ciencia Política con énfasis en relaciones internacionales (USB) y una maestría en Historia de Venezuela (UCAB). Es doctor en Ciencia Política por la Universidad Simón Bolívar de Caracas. Su tesis doctoral tuvo la mención sobresaliente. Investigador Titular de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), con un trabajo de ascenso recomendado para su publicación.

### Edixela Burgos

Socióloga de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela (UCV) (2002), mención Summa Cum Laude. Magíster scientiarum en Comunicación Social (UCV, 2008). Doctora en Ciencias Sociales, Mención Honorífica (UCV, 2020). Profesora asociada en la Escuela de Sociología de la UCV (2007-) y de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), (2016-). Investigadora del Centro de Investigación de la Comunicación (CICUCAB), (2019-).

## Fidel Pérez Varela

Investigador del ININCO entre los años 2010 y 2017. Psicólogo Orientador (UCV, 1987). Magister Scientiarum en Comunicación Social, (UCV, 2008). Premio al Mejor Trabajo de Comunicación de la Universidades Venezolanas, ININCO, UCV, 2010. Entre sus producciones intelectuales resalta Panorama radiofónico caraqueño: Un análisis de la programación de las emisoras FM de Caracas (2008); La función estética de la radio (2012); Reflexiones e investigaciones sobre la radio en Venezuela (2013).

## Gustavo Hernández Díaz

Licenciado en Artes (UCV, 1988). Doctor en Ciencias Sociales, mención honorífica (UCV, 2005). Profesor Titular de la UCV (2010). Director del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (2018- ). Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO (2005-2012). Fundador y primer coordinador de la línea *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO, 1990). Fundador y primer director de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia (UCV, 2007). Miembro del equipo editorial de la Revista Comunicación del Centro Gumilla (1987). Es autor de los libros *La investigación en Comunicación Social* (2016, 2da. edición); *Hablemos de Pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela* (2019, 2da edición). Premio de investigación de la UCAB en su edición 2018-2019.

## Humberto Jaimes Quero

Lic. Comunicación Social (UCV). Magíster en Historia de las Américas (UCAB). Investigador del Centro de Investigación de la Comunicación CIC (UCAB) desde 2019. Profesor en pregrado y postgrado en Comunicación Social UCAB desde 2014. Fue periodista de investigación en la revista *Exceso, El Universal, Ultimas Noticias*. Es director Adjunto de la Fundación Humberto Jaimes Sánchez. Trabajó como asesor y supervisor de comunicaciones en Petróleos de Venezuela (PDVSA).

## Jesús María Aguirre

Sacerdote jesuita. Es licenciado en Filosofía en la Universidad Católica San Gregorio de Quito (1966), tiene estudios en teología, sociología, semiología crítica audiovisual. Docente de pregrado y postgrado en diferentes instituciones universitarias, especialmente de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Central de

Venezuela (UCV). Miembro fundador de la revista *Comunicación* en 1975. Dirigió la Revista SIC, fue director de la Fundación Centro Gumilla entre el año 2010 y el 2013.

### Johanna Pérez Daza

Doctora en Ciencias Sociales (UCV, 2018. Mención honorífica), Magíster en Relaciones Internacionales (UCV, 2010) y Licenciada en Comunicación Social (UBA, 2003. Mención honorífica). Desde 2018 se desempeña como Investigadora-docente del Centro de Investigaciones de la Comunicación (CIC) de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y Directora de la revista académica *Temas de Comunicación* (UCAB). Se desempeñó como investigadora en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO, 2011-2018) de la Universidad Central de Venezuela (UCV).

### José Luis Da Silva

Licenciado en Filosofía. Doctor en Historia con mención Summa Cum Laude. Se ha desempeñado como docente en la Universidad Central de Venezuela (UCV) y Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Fue miembro Representante de la Facultad de Humanidades y Educación ante el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico (CDCHT) en la UCAB.

### León Hernández

Periodista, último jefe de Redacción de *El Observador* en RCTV; profesor de Producción de Contenidos y Deontología periodística de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), investigador del Centro de Investigaciones de la Comunicación de la UCAB, miembro del programa NGL del Instituto McCain de la Universidad de Arizona, coordinador del Observatorio Venezolano de Fake News, presidente de la Fundación por Nuestra Tierra.

### Luisa Torrealba

Magíster scientiarum en Comunicación Social (2010) y licenciada en Comunicación Social (2002), egresada de la Universidad Central de Venezuela. Investigadoradocente del Instituto Investigaciones de la Comunicación (ININCO), de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Coordinadora de la línea de investigación “Comunicación política y políticas de comunicación”.

## Marcelino Bisbal

Licenciado en Comunicación Social, estudios de Doctorado en Ciencias Sociales por la UCV, exdirector de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, miembro del Sistema de Promoción al Investigador en el nivel IV, profesor titular de la UCV. Actualmente es Director de abediciones de la UCAB y Director de la Revista Comunicación.

## María Eugenia Mosquera

Historiadora, especialista en desarrollo de industrias culturales, gestión de recursos públicos y privados. Directora y Fundadora de VALE TV, red canal 5, canal del conocimiento, autosustentable. Directora estrategias Grupo Cisneros 1997 - 2007. Profesor conferencista. Miembro de la Mesa Nacional de diálogo 2002 y diferentes mesas de negociación en Venezuela. Observadora por la OEA en diferentes procesos electorales presidenciales en América Latina 2004 - 2010.

## Mariela Torrealba

Licenciada en Comunicación Social, Especialista en Comunicación Cultural y Magister en Planificación del Desarrollo de la Universidad Central de Venezuela. Ha publicado artículos académicos en el área de periodística y es miembro fundador de Invecom y MediAnálisis. Actualmente es profesora Asociada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, Coordinadora de la Comisión de Pensum, Directora Académica de Medianálisis, Coordinadora del Observatorio Venezolano de Fake News y Presidente de Invecom.

## Óscar Costero

Editor de Wikipedia, la enciclopedia libre desde hace 15 años y presidente de la junta directiva de la asociación civil Wikimedia Venezuela desde 2012. Economista egresado de la UCAB.