UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS COS999 \$1353



COMUNICACIÓN: HISTORIA, TENDENCIAS TEMÁTICAS Y AUTORES

Tutor: Marcelino Bisbal Tesista: Marisela Sánchez de Richter

ÍNDICE

Páginas

Introducción1
Primera Parte: El Nacimiento de una Revista (a modo de marco teórico)
CAPÍTULO I: La investigación de la comunicación en Venezuela
desde la década de los sesenta (una breve reseña de
contexto)4
I.1. Los investigadores venezolanos bajo la influencia europea y
norteamericana5
I.2. Los primeros comunicólogos venezolanos y su obra
I.3. Encuentros, escuelas, institutos y publicaciones de comunicación9
I.4. Boletín Comunicación, Proyecto RATELVE y más historia sobre
la comunicación
I:5. Los años 80: una década productiva, pero con poca gloria15
I:6: Los años noventa
CAPÍTULO II: La revista Comunicación: antecedentes y aparición20
II.1. El Centro Jesús María Pellín21
II:2. El cine y la televisión en el Centro Jesús María Pellín22
II.3. De la televisión a los micromedios
II.4. <i>Jurado N</i> ° 13 y la transformación solidaria de la realidad25
II.5 Nace un boletín: Comunicación
II.6. JESCOM -Jesuitas Comunicadores
II.7. Comunicación popular y financiamiento
II.8. Hacia una revista30
II.9. Desaparición de Centro Jesús María Pellín32

II.10. Un recorrido por <i>Comunicación</i> 34
Segunda Parte: <i>Comunicación</i> , sus temas, su proyección (marco investigativo)
CAPÍTULO III: Comunicación y análisis
*Marcelino Bisbal
*Berta Brito
*César Miguel Rondón
*Carlos Correa
IV. Conclusiones para entender una revista
Bibliografía
Anexos (entrevistas)

INTRODUCCIÓN

La revista Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación –perspectiva crítica y alternativa- constituye para las personas relacionadas con el área comunicacional –especialmente investigadores, profesionales y estudiantes- una herramienta de estudio y actualización que vincula al acontecer no sólo nacional y latinoamericano, sino mundial en los aspectos político- económico- militar- cultural-social y tecnológico relacionados con la comunicación, muy especialmente en el área de la comunicología y de experiencias de tipo alternativo (también llamados medios de comunicación comunitarios, grupales, de base o popular distintos de los medios de comunicación de masas)

Un estudio acerca de esta publicación nos lleva a realizar un recorrido por la historia, autores y sus tendencias investigativas y metodológicas en el área de la comunicación, profundizando así los estudios realizados a lo largo de nuestra carrera universitaria y poniéndonos al día en temas de interés, como por ejemplo las nuevas tecnologías. Este interés nos llevó a acercarnos al Centro Gumilla y en la actividad, del día a día para recopilar la información requerida para nuestro trabajo, surgió el acercamiento con algunas personas que laboran en dicha centro. Percibiendo, de esta manera, el cariño y la mística con que allí se trabaja. Esto nos lleva a considerar la primacía que tiene las relaciones humanas en todo ambiente y labor que realizamos. Por esta razón este estudio quiso atravesar el "frío" que caracteriza estudios de este tipo y realizar un contacto más "cercano" con los autores destacados de *Comunicación*. De hecho, más adelante, veremos cómo la amistad hizo posible el nacimiento, crecimiento y permanencia de esta revista.

A parte de satisfacer el motivo inicial, este trabajo busca determinar algunos aspectos relativos a esta publicación como: sus tendencias temáticas, cuáles son los autores que más han escrito para ésta y cuáles son los temas que ellos manejan o han abordado en la misma. Igualmente, otro objetivo que nos hemos planteado es, elaborar la historia de *Comunicación*.

En una primera parte, a modo de marco teórico, hablaremos sobre los antecedentes venezolanos en el área de la investigación para la década de los años sesenta y principios de la década de los años setenta e incertamos la creación del Centro de Comunicación Jesús María Pellín -el primer centro editor de *Comunicación*- dentro de esta última etapa. Damos a conocer las experiencias en comunicación alternativa y logros de este centro, así como los motivos de su cierre y su paso al Centro Gumilla. Al final d esta primera parte ofrecemos un recorrido por la revista desde el N° 1 hasta el N° 100, reseñando contenidos principales, cambios dentro del Equipo Comunicación y en el formato de la revista.

La segunda parte incluye el método de análisis de nuestra lectura de *Comunicación*: tablas de descriptores temáticos principales de la revista, así como del Equipo Comunicación y los 10 autores más importantes de esta publicación y sus temáticas mayormente abordadas.

En estos análisis se comprueba la apertura del Equipo Comunicación y, por ende, de la revista *Comunicación* al comparar sus 20 primeros descriptores temáticos y la posición (ranking) que estos ocupan para ambos. Igualmente la variedad en los temas de los principales autores de esta revista y la leve coincidencia entre ellos, así lo reafirman.

Primera Parte: El Nacimiento de una Revista (a modo de marco teórico)

CAPÍTULO I: La Investigación de la Comunicación en Venezuela desde la década de los sesenta (una breve reseña de contexto)

El propósito de nuestro trabajo es dar a conocer la revista *Comunicación*, su historia, tendencias temáticas y autores. Sin embargo, es necesario ofrecer un breve contexto que sirva como antecedente para la investigación de la comunicación, específicamente en Venezuela, y también donde se inserte el nacimiento de esta publicación.

Aunque el área de la comunicología se inicia como tal en los años sesenta, existen algunos trabajos, anteriores a esta década, que se realizaron en el Instituto Venezolano de Investigación de Prensa, adscrito a la Escuela de Periodismo de la UCV -Universidad Central de Venezuela-, luego de que ésta fuera creada en 1949. Este fue "el primer núcleo investigativo de la comunicación en el país" en el que se realizaron estudios como *La Prensa Nacional y las Elecciones Generales de 1958*, del profesor Jesús Rosas Marcano, y varios análisis de la prensa diaria. Estos sirvieron de base para posteriores investigaciones comunicacionales, inspirándose en los análisis de contenido de Berelson y Merril -escuela norteamericana- como en los estudios morfológicos de Kayser -escuela francesa-. (Aguirre, 1996: 27)

I.1. Los investigadores venezolanos bajo la influencia europea y norteamericana.

Durante la década del sesenta y principios de 1970 Venezuela y el resto de Latinoamérica no queda ajena a las investigaciones que, en el ámbito comunicacional, se realizaban tanto en Europa como Norteamérica. En nuestro país se producen obras importantes como *Comunicación y Cultura de Masas* (1963) de Antonio Pasquali, con la cual la investigación sobre comunicación toma un cariz con mayor corte científico en nuestro país y sirve de base teórica para posteriores estudios en esta área.

Sin embargo, la investigación comunicacional con fines comerciales-publicitarios (análisis de audiencias y de opinión pública, basados en el funcionalismo norteamericano) es prácticamente de las primeras que comienza a realizarse en el país, en la década de los 60, aunque su auge ocurre a principios de los setenta con la bonanza petrolera. Empresas como Datos (1954), MerkIndal (1966) y Coin

Consultores Industriales (1968) fueron creadas en esta primera década. Mientras que en los años setenta surgieron Jesús Aponte y Asociados (marzo 1970), Survey de Venezuela S.R.L. (1970); así como Mocsa (01/12/72), Gaither International C.A., Cisneros Asociados (23/03/74), Ecodata C.A. (julio 1974), Informétrica (noviembre 1974), Tescopim (01/08/74), Mercanálisis, Consultores técnicos de Mercadeo y el Instituto Gallup de Venezuela. Esta última, Datos y Gaither Internacional pertenecen a empresas de prestigio mundial, cuyas casas matrices se radican en Estados Unidos. (Barrios y Boza, 1994: 5)

Volviendo a la investigación académica y crítica (como la denominan Aguirre y Bisbal), uno de los primeros estudios comunicacionales de nuestro país lo realizó el doctor Mariano Navascués en 1965, *Valores Educativos Comparados de la Radio, Cine y Tv. en América Latina*. El cual es considerado por Aguirre "a pesar de sus limitaciones metodológicas" como "el estudio mejor documentado para la época sobre la producción investigativa mundial a nivel de Venezuela" (Aguirre, 1996: 33)

Para este período, el sector académico comienza a pronunciarse con obras como: Pueblos Subinformados de Eleazar Díaz Rangel (1967) y Noticias Censuradas; El Huésped Alienante (1968) y La Celestina Mecánica (1974), de Marta Colomina; La Televisión Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño (1969), de Eduardo Santoro; Análisis de un Día de Tv en Caracas y Comprender la Comunicación de Antonio Pasquali. Igualmente, El Imperio de la Noticia, Sociología Venezolana de la Comunicación (1977) y Teoría y Práctica de la Ideología de Héctor Mujica. También El Estado y los Medios de Comunicación en Venezuela, de Oswaldo Capriles; El Venezolano Amaestrado, de C. Muñoz y Lo Audiovisual en Expansión, por Margarita D'Amico. Tal producción estuvo vinculada, sobre todo, al Instituto de Prensa de la UCV y al Departamento de Investigación de la Comunicación de la LUZ -Universidad del Zulia-.

En 1980 Aguirre y Bisbal afirman que, a pesar de que las investigaciones en nuestro país han oscilado entre "darle mucha importancia a lo conceptual sobre lo empírico (línea europea) o viceversa (orientación americana)", esta última tendencia es la que ha tenido más seguidores en el país. Esto se evidencia en las tesis de grado de las escuelas de Comunicación Social, Psicología, Educación y, en menor grado, Letras en las que se observa una tendencia crítica hacia la denuncia, tal vez por la influencia ideológico- política de algunos docentes y cierta carencia de una metodología adaptada a nuestra realidad socio-económica. (Aguirre y Bisbal, 1981: 71)

I.2. Los primeros comunicólogos venezolanos y su obra.

Sin embargo, el matiz europeo hace que los investigadores venezolanos anteriormente mencionados, vayan dándole un estilo propio a sus investigaciones. Especialmente con la difusión de la teoría crítica de la sociedad (Adorno, Horkheimer...) y la aparición de la semiología con Barthes y Humberto Eco. Esto genera un cambio de lo puramente pragmático a lo estructural.

En este sentido, Pasquali toma la delantera mostrando en sus estudios la influencia de los existencialistas Heidegger y Paul Sartre, así como la de Adorno, Horkheimer y Marcuse de la escuela filosófica de Frankfurt. A continuación ofrecemos las características, que según Aguirre y Bisbal (Aguirre y Bisbal, 1981: 73), presenta su obra:

- Replantea los esquemas comunicacionales y desmitifica el papel que representan los medios audiovisuales en una sociedad subdesarrollada como la venezolana.
- En cuanto a la metodología sigue la línea de los estructuralistas y del francés A.
 Moles, alejándose de la escuela norteamericana e iniciando con Comunicación y
 Cultura de Masas "el análisis de los mecanismos de la dependencia cultural que ya comenzaban a estar en el centro de atención de otros autores venezolanos"
- En Comprender la Comunicación manifiesta que: "es indudable que ante la arremetida de la Industria Cultural transnacional, por ejemplo, un país en estado

de legítima defensa tiene el derecho soberano de reafirmar su propia identidad cultural e incluso de salvaguardarla y de protegerla"

Con respecto a Héctor Mujica y Eleazar Díaz Rangel, eran militantes del partido comunista y directivos de la Asociación Venezolana de Periodistas y luego del CNP -Colegio Nacional de Periodistas- "Su relevancia será sin duda más política que estrictamente teórica o metodológica, aunque en su haber estará la apertura innovadora de los análisis sobre flujos internacionales de información y particularmente entre Estados Unidos y América Latina" (Aguirre 1996: 44). En este último caso, especialmente, Díaz Rangel. Sus posiciones serán militantes y definidas Por su parte, Marta Colomina (LUZ) y Eduardo frente a la dominación cultural. Santoro (UCV) se dedican a los análisis de audiencia, recepción e influencia desde un enfoque ecléctico que "lejos de corroborar las funciones del sistema de comunicación de masas según la lógica de la modernización desarrollista, expuesta por Lerner, Pye y Rogers, verificarán sus disfuncionalidades en los países sometidos a las dependencias de las metrópolis y profundizarán la tesis del reforzamiento de las asimetrías impuestas por la transnacionalización de los medios electrónicos de difusión" (Aguirre 1996: 46). Tanto Marta Colomina como Eduardo Santoro superan los análisis de efectos de Klapper. También esta investigadora con La Celestina Mecánica presenta un planteamiento más socio-político "sin olvidar los rigores de la metodología de la investigación" (Aguirre y Bisbal, 1981: 73)

La Plusvalía Ideológica y Teoría y Práctica de la Ideología, de Ludovico Silva, servirán de base teórica para el análisis de los medios, desde el punto de vista marxista de la dominación cultural. "A su juicio el problema de la configuración de la conciencia social es especialmente trasponible al análisis de la comunicación masiva, ya que el proceso ideológico, la Industria Cultural (T. W. Adorno) o la Industria de las Conciencias (H. M. Enzensberger) están de tal manera integrados al sistema productivo global, que todo aislamiento de aspectos analizables es, además de un requisito metodológico de la ciencia, una trampa ideológica" (Aguirre y Bisbal, 1981:

A finales de la década del sesenta la tendencia investigativa de criticar el rol que desempeñaban los medios de comunicación en pro de la sociedad se fue trasladando, según palabras de Eduardo Santoro "...a determinar criterios que permitan un uso eficiente de los medios de comunicación colectiva que inciden sobre el desarrollo, obstaculizándolo, retardándolo e impidiéndolo" (Aguirre 1996: 62). Es decir que de estudios basados en la teoría o "enfoque teórico metodológico" de la dependencia comunicacional, se fue pasando el centro de interés al desarrollismo, para establecer cómo la estructura económica impide el progreso socio- económico y por lo tanto comunicacional, al estar supeditado al modo de producción capitalista. En torno a esta última tendencia, el pensamiento marxista de Mattelart influirá mucho en las Escuelas de Comunicación Social del país, sobre todo en la UCV, "...sobre la superestructura cultural condimentado con una enorme profusión de datos sobre la transnacionalización imperialista y sus experiencias comprometidas en el proceso chileno" (Ibidem) que servirán de base teórica para estudios relativos a la manipulación ideológica extranjerizante.

I.3. Encuentros, escuelas, institutos y publicaciones de comunicación.

En el I Encuentro de Investigadores de la Comunicación Colectiva (Maracaibo, del 3 al 6/06/70), ya se vislumbraban algunos de los cambios mencionados anteriormente en las tendencias de investigación, mientras que en El II Encuentro de Investigadores de la Comunicación (realizado en Maracaibo en 1975) se hizo más patente la teoría adversa al desarrollismo, haciéndose dos propuestas: realizar estudios disciplinarios para crear una nueva teoría de la comunicación en nuestro país, que permita crear modelos que transformen la sociedad; y evaluar los aportes que podrían dar los medios de comunicación para la educación. En 1980 se realiza el III Encuentro de Investigadores de la comunicación y va a ser sólo hasta 1991, cuando la LUZ auspicia el V Encuentro de la AVIC –Asociación Venezolana

de Investigadores de la Comunicación- (creada en 1977).

Las Escuelas de Periodismo del país se transformaron en Escuelas de Comunicación Social en la década de los setenta, al tiempo que se fundaron institutos o centros dedicados exclusivamente a la comunicación de masas. Algunos de ellos con el apoyo de las universidades como el Departamento de Comunicación y Procesos Ideológicos de la Escuela de Sociología de la UCV y el Departamento de Investigación de la Escuela de Comunicación de la LUZ. En el caso de la UCV, el Instituto de Investigaciones de Prensa fue cerrado en 1969 y transformado por Antonio Pasquali en el Instituto de Investigación de la Comunicación, el cual, en 1973 pasa a ser el ININCO - Instituto de Investigaciones de la Comunicación -, adscrito a la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV. Otro grupo de investigación surgió en 1972, el Centro Jesús María Pellín, auspiciado por los jesuitas y cuyos miembros eran docentes o estudiantes de los últimos años de la Escuela de Comunicación de la UCAB –Universidad Católica Andrés Bello -.

Mientras el ININCO se dedica a la teoría pura, al aspecto metodológico y a estudios aplicados en el área de la comunicación, el Centro Pellín dedica sus estudios a los problemas de la comunicación y a experiencias de prácticas alternativas. (Barrios y Boza, 1994: 15)

La creación de publicaciones fue paralela al proceso de institucionalización de los centros de investigación. En 1972, anticipándose a las primeras revistas latinoamericanas sobre comunicación, se publica el primer número de *Órbita*, la cual dependía de un equipo interinstitucional que contaba con el apoyo del Departamento de Sociología de la UCV y ASESORAC –Empresa Consultora en Comunicaciones Corporativas-, en el que participaban Evangelina García Prince, Julio Segundo Grooscors, Alberto Ancízar, Luis R. Viso, José Gerbasi, Jaime Alsina y Guido Grooscors como director. Esta publicación contó con 23 números.

En el marco latinoamericano para ese mismo año nace la revista *Chasqui* de la CIESPAL -Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina-. En 1973 el grupo chileno vinculado al sociólogo belga Armand

Mattelart publica *Comunicación y Cultura*, mientras que el argentino Eliseo Verón dirige *Lenguajes* en 1974. Esta publicación contó con 23 números).

Para la época la economía política, la lingüística y la semiología comienzan a integrarse al análisis y al estudio del ámbito comunicacional. Nombres como los de Armand Mattelart, Michelle Mattelart, Hugo Assmann, Héctor Schmucler, Eliseo Verón, Oscar Steimberg, Luis Ramiro Beltrán, Gabriel Cohn y otros se dan a conocer desde Latinoamérica y son los interlocutores del gran debate ideológico sobre el papel de los medios de comunicación.

En 1975 el ININCO publica los *Cuadernos ININCO*, mientras que para 1980 se comienza a editar la *Revista ININCO*, convertida para 1988 en el *Anuario ININCO*. En el año 1975 también se creó el Centro de Investigadores de la Comunicación Colectiva en la LUZ, donde se realizó la investigación más importante a nivel regional, marcada, además, por el hecho de que sus investigadoras principalmente eran mujeres. Nombres como los de Marta Colomina, Xiomara Villasmil, María Isabel Newman y, más recientemente, Migdalia Pineda y Doris Pachano se han destacado en el campo. Igualmente estas mujeres, así como Michelle Mattelart (radicada en Chile), dedicaron estudios a la mujer y los medios de comunicación social. Para el año de 1973 Gloria Cuenca escribe *La Prensa Femenina Factor Deformante de la Mujer Venezolana*. Esta fue la primera investigación sobre la prensa femenina, la cual se presentó en IV Congreso Nacional de Psquiatría, en Puerto Ordaz.

A pesar de que la investigación en comunicación regional se inició desde la segunda mitad de la década del setenta en Maracaibo con Marta Colomina, otro grupo que a principios de los años setenta se radicó en Barquisimeto llamado FUDECO -Fundación para el Desarrollo de la Región Centro-Occidental - también tuvo una importante producción. Este lo conformaron jóvenes que no eran allegados a ninguna universidad del país, aunque sí a la Universidad de Madison (Wisconsin-EUA) y su propósito, tal cual lo dice su nombre, era contribuir al desarrollo económico de la Región Centro-Occidental (Lara, Yaracuy, Falcón y Portuguesa)

En 1973, entre los días 17 y 22 de septiembre, auspiciado por CIESPAL, se realizó en Costa Rica el primer Seminario sobre "La investigación de la comunicación en América Latina" en el que participaron representantes de Chile, Perú, Brasil, Argentina y Venezuela. Allí se definieron aspectos teóricos y metodológicos, insistiendo en realizar análisis críticos de los medios y buscar alternativas.

Otro encuentro importante para la época fue la "Conferencia Científica Internacional sobre la Comunicación Masiva y la Conciencia Social en un Mundo Cambiante" que se realizó en Leipzig (del 17 al 20/11/74). Allí los investigadores venezolanos se destacaron por sus propuestas en relación a las políticas comunicacionales, puesto que ese tema estaba tan en boga en el país que, incluso, más tarde se creó el Proyecto RATELVE para definirlas y llevarlas a la práctica.

Esta fue la etapa en la que los comunicólogos consideraron que el Estado debía jugar un rol protagónico en la creación, establecimiento y seguimiento de políticas comunicacionales que fueran acorde a los intereses y desarrollo del país, dentro de un contexto de participación democrático.

I.4. Boletín *Comunicación*, Proyecto RATELVE y más historia sobre la investigación de la comunicación.

En ese clima efervescente de creación intelectual, en 1975, el Centro de Comunicación Jesús María Pellín publica el boletín *Comunicación*, el cual para 1980 se convertiría en una revista con el mismo nombre. Aspecto que desarrollaremos más adelante, en el capítulo II de nuestro trabajo.

Sin embargo, es importante mencionar que, lógicamente, tratándose de una revista, temas como el Proyecto RATELVE y otros grandes problemas y debates de la época, fueron tomados en cuenta y discutidos por miembros, colaboradores o el equipo editor de esta revista. Razón por la cual, *Comunicación*, pasó a formar parte de

la historia de la comunicación en Venezuela.

Con respecto al "Diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado Venezolano: Proyecto RATELVE", este fue elaborado en el ININCO en 1976, con miembros de la Comisión Preparatoria del Consejo Nacional de la Cultura. Entre sus principales autores se encuentran: Antonio Pasquali, Oswaldo Capriles, Héctor Mujica, Raúl Agudo, el actual Monseñor Ovidio Pérez Morales, Hely Saúl Santeliz y Francisco Tugues. A pesar de que a partir del VI Plan de la Nación y en dos más se incluyera el sector de las comunicaciones. La aplicación y cumplimiento del mismo no tuvo continuidad, razón por cual no pasó más allá de ser solamente eso: un proyecto, pues la presión que recibió el entonces presidente de la República, Carlos Andrés Pérez, por parte de los dueños de los medios, fue bastante grande.

El Equipo Comunicación fue favorable a la implantación del proyecto a lo largo del debate, aunque sus miembros no participaran directamente en la comisión. Sin embargo, la influencia internacional fue relevante sobre todo para el NOMIC - Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación-, así como para que nuestro país fuese escogido como la sede de la XII Asamblea General y Conferencia Científica de la Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación - AIERI- .

En torno al Proyecto RATELVE, Oswaldo Capriles considera que los investigadores de comunicación confiaron demasiado en los gobiernos, olvidando conectar sus trabajos, denuncias e investigaciones con los sectores que tenían que ver directamente con el uso de los medios, es decir, usuarios, profesionales y gremios de la comunicación.

"Faltó realmente un trabajo de acoplamiento y de inteligencia en relación a los demás sectores relacionados con los medios, y por otro lado, se cometió también el error de contenido, de hacer demasiado hincapié en la política, como acción del Estado, y no las políticas nacionales de comunicación como única forma de devolver la democracia, es decir, faltó una insistencia muy grande en la democratización de los medios en América (...) la comunicación es diálogo y no monólogo (...) comunicación

masiva, es realmente el monólogo del poder (...) decir democratización de la comunicación (...) es redundante, porque decir democratización de la comunicación es decir una verdadera comunicación (...)" (Capriles 1990: 108)

En 1976 Radio Caracas Televisión crea la Academia Nacional de Ciencias y Artes del Cine y la Televisión, a través de su Unidad de Evaluación de Programas, en la que se realizan análisis semiológicos de los mismos. Para el año 1978 ésta crea la revista *Video Forum* en la que se destacarán autores semiólogos franceses e italianos sobre los venezolanos. Así mismo en este año se crea la mención Comunicología, en la Escuela de Comunicación de la UCV (Barrios y Boza, 1994: 16)

También en 1976, se realiza en Caracas la reunión de JESCOM –Jesuitas Comunicadores-, con la finalidad de definir el lineamiento que esta congregación religiosa debería dar a la investigación comunicacional en América Latina. En vista de la existencia de catorce escuelas de comunicación social, a cargo de la misma. La razón para escoger a Venezuela era el auge investigativo que vivía el país y, en donde, el Centro Pellín, de los jesuitas, era unos de los principales bastiones.

En torno a las experiencias de comunicación alternativa, en un principio llamadas de base, grupal, más tarde comunitarias o popular tuvieron su mejor momento hasta comienzos de los ochenta y actualmente han aminorado. No obstante, también sus principales teóricos han trasladado su interés a las "mediaciones culturales", teoría en la que trabajan Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini. Sin embargo, el surgimiento de lo alternativo sirvió para que en los medios de comunicación retomaran o crearan espacios en los que se mantiene contacto directo con la comunidad y, de una u otra forma, se trata de llenar las necesidades informativas de diferentes sectores de la sociedad.

En 1977 se crea la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación –AVIC-, cuyo objetivo era mantener unificada la fuerza investigativa del país y divulgar los resultados de sus estudios. Al año siguiente surge la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación –ALAIC-, cuyo primer director fue Luis Aníbal Gómez, también, para entonces, director del ININCO.

Posteriormente, ambas se integran con la Asociación Internacional para el Estudio y la Investigación de la Comunicación Masiva –AIERI-. "Por razones funcionales de la nueva directiva, su sede se traslada a Maracaibo bajo la dirección del equipo de investigadores de la LUZ. Desde entonces, su actividad transcurre silenciosamente (...) pero mantendrá una vida agónica como consecuencia de la falta de recursos " (Barrios y Boza, 994: 16)

Para 1980 en la Asamblea de la AIERI, el primer número de la *Revista ININCO* y en el número 28-29 de la revista *Comunicación* se dan a conocer conceptos y metodologías relativas al movimiento alternativo. Sin embargo, experiencias propiamente dichas se llevarán al Primer Seminario de Promoción Cultural y Alternativa, realizado en Caracas para 1981, y en el IV Encuentro de Investigadores de la Comunicación (Maracaibo, 1982) organizado por la AVIC y la LUZ.

También en 1980 Pasquali escribe *Comprender la Comunicación* "su obra teórica más relevante (...) en un especie de alegato contra la obra de Mc Luhan (...) el impacto de su obra será duradero y profundo en Venezuela y se proyectará a toda América Latina. Prueba de ello son los resultados obtenidos por Gómez Palacios en 50 entrevistas con investigadores latinoamericanos, donde descuella la obra de Pasquali entre las de mayor influencia" (Aguirre, 1996: 36)

"La celebración del XII Encuentro de la AIERI-AMCR en 1980, con motivo de la presentación del Informe McBride titulado *Un Solo Mundo, Voces Múltiples*, marca el punto culminante de la incidencia venezolana en el plano regional latinoamericano". (Barrios y Boza, 1994: 17)

I.5. Los años 80: una década productiva, pero con poca gloria

En 1985 Leoncio Barrios afirmó que la década de los 80 ha sido una época perdida para la comunicología. Sin embargo, a pesar de que algunos investigadores y allegados están de acuerdo, otros, como Jesús María Aguirre demuestran con

números lo contrario, basándose en tres tesis de grado de la Escuela de comunicación Social de la UCAB, en 1994. Las mismas realizaron listados de la producción de investigación en comunicación para las áreas prensa, audiovisual, así como para historia, legislación y escuelas de comunicación demostrando que la década de los 80 fue más prolífera que la de los 70. El padre Jesús María Aguirre incluso afirma que existen razones para argumentar que existen mejoras que enriquecen las temáticas y el afinamiento metodológico.

Otro motivo para que éste último contradiga la tesis de Leoncio Barrios es que algunos autores de los 70 continuaron su labor investigativa. Cita a Eleazar Díaz Rangel quien publicó *La Información Internacional en Venezuela 1808-1987*, *La Información Internacional en América Latina* y *El Desarrollo de la Prensa Regional* (1986; 1988), aparte de otros estudios que ha coordinado y artículos que ha publicado en torno a la comunicación internacional. Por su parte Pasquali en *El Orden Reina* realiza un compendio de muchos de sus artículos publicados en prensa en torno a la tecnología y el proceso de globalización e insistiendo en el rol que deben jugar la radio y la televisión como servidores públicos en los países en desarrollo. Igualmente, otros investigadores han continuado las líneas tradicionales de investigación (diagnóstico de las estructuras de los medios, análisis de los flujos informativos e impacto de los mensajes) actualizándolas o abriéndolas "hacia otros derroteros más complejos" (Aguirre, 1996; 78)

No obstante Barrios plantea que: "Quizás los más significativos aportes en materia de investigación de la comunicación en los últimos años se desconozcan y, de no implementarse un mecanismo de divulgación, así podrán permanecer por mucho tiempo o por siempre (...) no sabemos si el problema es de escasez de producción o falta de editoriales" (Barrios, 1985: 24). Con preocupación propone explorar nuevos temas, metodologías, enfoques para renovar la comunicología en el país, pues "no en vano el premio nacional de periodismo mención investigación fue declarado desierto en el 85" (Ibidem)

Tal vez la desilusión por las glorias de la década pasada llevaran a Barrios a

considerar los 80 como una década perdida "La conclusión de aquel entonces (finales de los 70), era que la investigación de la comunicación en Venezuela se desarrollaba con un impulso prometedor. Podíamos estar satisfechos por lo realizado y optimistas por lo venidero. Cinco años después el panorama ha cambiado" (Ibidem). Y a juzgar por hechos que vinieron a continuación se entiende tal afirmación:

- Video Forum desapareció y Órbita lo hizo temporalmente para dar paso a una etapa con un enfoque más general. Comunicación es la única publicación periódica que sobrevive a la crisis" (Barrios, 1985; 24)
- Paradójicamente se eliminaron el departamento de Investigación de la Comunicación de la Escuela de Comunicación del Zulia y el departamento de Investigaciones del Ministerio de Información y Turismo, luego de compartir el premio nacional de periodismo -mención investigación-.
- En las Escuelas de Comunicación de las universidades las materias dedicadas a la investigación de la comunicación son muy reducidas en el pensum "donde se hace énfasis en lo técnico". Mientras que en las otras escuelas han disminuido las tesis de grado con temas de comunicación "lo cual pudiera indicar la poca necesidad real que los docentes le transmiten a los estudiantes de esa investigación". También se cerró la mención comunicología en la Escuela de Comunicación de la UCV. (Barrios, 1985: 24)
- La AVIC Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación-también desapareció y sus archivos se quemaron conjuntamente con los del canal 8, cuando Marta Colomina era presidenta de ese canal.

Por su lado, Antonio Pasquali en la celebración de los 15 años de la revista *Comunicación* (1990) afirmaba que en treinta años de investigación comunicativa se ha fracasado, puesto que lo que se ha hecho es "vacunar" el sistema ya que sabe por dónde se le puede cuestionar. Así mismo porque no se han obtenido cambios: "el pensamiento incapaz de transformar la realidad o incapaz de hacer el intento siquiera

de transformar la realidad es un pensamiento estrictamente inútil" (Pasquali 1980: 26)

Este comunicólogo resume los años de investigación de la siguiente manera: "
(...) no hemos sabido dirigirnos a las fuerzas organizadas de los países, nos hemos regodeado en ejercicios académicos en que, nos hemos felicitado unos a otros, entre personas que estaban de acuerdo, previamente de acuerdo, en lo que se iba a decir pero, hemos cometido un pecado absolutamente capital que, fue el de olvidar al usuario (...)" (Ibidem)

I.6. Los años noventa.

Con respecto a la década de los noventa, Aguirre señala que, aunque es prematuro evaluar esta etapa —estamos en 1996- las tendencias de investigación "responden a problemas de actualidad: a) las nuevas tecnologías; b) las mediaciones culturales; c) el recepcionismo; e) la comunicación institucional y organizacional; f) la sociología de las profesiones" (Aguirre, 1996: 86). Sin embargo, detecta que existen dos limitantes para poder evaluar la producción de estas áreas de estudio: el estado epistemológico de los saberes profesionales (el que tienen los usuarios, los profesionales y los investigadores de los medios) y las metodologías de evaluación de proyectos. Aspectos en los que se podría trabajar para mejorar la investigación en comunicaciones y su aporte al desarrollo de la sociedad.

En la evaluación de la Investigación de la Comunicación en las Universidades Venezolanas y presentada en el IV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, en septiembre de 1998 en Recife (Brasil), su autor Jesús María Aguirre plantea que, a pesar de que la UCV fue la primera universidad venezolana en crear un postgrado en Comunicación ("Política y Planificación de la Comunicación en América Latina", el cual no tuvo continuidad), hoy día se mantiene rezagada mientras la LUZ y la UCAB crean postgrados en Comunicación Organizacional y Comunicación para el Desarrollo, Nuevas Tecnologías y Semiótica Cultural. Aunque la Escuela de Comunicación de la UCV creó un centro de sondeos de opinión pública, motivado por el interés que éstos han

despertado en el último tiempo, y cuya labor mereció el Premio Nacional de Periodismo, mención investigación.

La masificación del estudiantado de las escuelas de comunicación y la jubilación de muchos de sus profesores, aunada a la crisis económica han dificultado la investigación en comunicación, pues ha afectado los programas de investigación por todos los recursos que estos implican. Lo cual ha obligado a buscar fuentes alternas de financiamiento en las empresas privadas ofreciendo diversos servicios, situación que ha sido cuestionada en torno a su conveniencia.

Para 1995 en el Programa de Promoción al Investigador -PPI- apenas un 18% de sus recursos estaba destinado a las áreas sociales y en éstas los investigadores de comunicación no pasaban de 10. Los participantes se clasificaban en tres categorías más la de candidatos. El tercer nivel apenas contaba con un 7%, correspondiente a investigadores con el nivel de doctor. Este porcentaje refleja el nivel que el área de investigación posee en Venezuela (a pesar de que en ese programa no se encuentran todos los investigadores, puede considerarse como una muestra significativa)

Al respecto el profesor Jesús María Aguirre concluye que "es razonable conjeturar que la productividad en el campo de las Ciencias de la Comunicación es muy baja, y que, si bien se publican bastantes artículos y ensayos, la mayoría carecen de rigor científico, ya que se ubican en géneros como el reportaje interpretativo o el artículo de opinión. De ahí la dificultad de establecer comparaciones por áreas" (Aguirre, 1998: 3). Citando a Lemoine y Coll (1988) los standares internacionales aceptables son de 1,2 trabajos al año por nación, en nuestro país para esa fecha (1996) eran de 0,52 trabajos/año. Tal es la situación de la investigación de la comunicación en nuestro país, ya que desde 1996 a la fecha no existe un cambio significativo.

Una vez concluido este breve recorrido por la historia de la investigación de la comunicación en Venezuela, entraremos, en sí, a una parte del tema que nos ocupa: la historia de la revista *Comunicación*, en el capítulo II.

CAPÍTULO II: La revista *Comunicación*: antecedentes y aparición.

II.1. El Centro Jesús María Pellín

En el último trimestre del año 1972 los padres jesuitas Ignacio Ibáñez, Francisco Javier Tremonti, José Ignacio Rey, Epifanio Labrador y José Martínez de Toda Terrero se lanzan en la iniciativa de crear un centro de comunicaciones en vista de la importancia de este sector para el desarrollo del país. A su vez deciden formar una comunidad jesuita donde vivirían los miembros de este centro, siendo ésta aprobada por sus superiores.

Para bautizar dicho centro buscan el nombre de un venezolano no jesuita y surge el de Jesús María Pellín, un obispo dedicado a la prensa y la radio con mucha aceptación tanto por "creyentes y no creyentes" y por la "gran tolerancia" que recibió, a pesar de su postura crítica, del régimen dictatorial de Pérez Jiménez. Este sacerdote fue popular por "Las Siete Palabras" (los sermones tradicionales de la Semana Mayor que se transmitían por radio), y por ser el director más prominente del decano de la prensa nacional, el diario *La Religión*. Razón última por la que se le nombró director honorífico del mismo. Volviendo a los miembros del Centro éstos se dan a la tarea de ubicar una sede que quede cercana a la UCAB, al Centro Gumilla -que estaba en El Paraíso- y con rápido acceso a la autopista; es así como encuentran la Quinta Etey, detrás del colegio San José de Tarbes en El Paraíso. El centro inicia sus actividades el día 15 de noviembre de 1972.

El padre jesuita Epifanio Labrador venía de trabajar en el Centro de Cultura Fílmica, donde ocupó el cargo de director hasta 1970, cuando lo asumió el padre Ignacio Ibáñez. En el año 1972 trabajó junto al padre Acosta en SERCOS -Servicio de Comunicación Social- donde ambos tenían programas radiales que tocaban diversos temas como por ejemplo: "Clase de Espiritualidad" para campesinos, transmitida por Radio Occidente; civismo y comentarios sobre educación, entre otros. De estos dos grupos, donde Epifanio Labrador era el miembro común, surgió la idea de formar el centro de comunicación. Iniciativa que acogieron los tres restantes

miembros del equipo y, más adelante, quienes le siguieron.

José Martínez Terrero, quien recién llegaba de realizar un master en Economía en la Universidad de Wisconsin y a quien el Provincial había asignado llevar la parte de economía de la revista *SIC*, fue elegido como ecónomo y coordinador de dicho centro de comunicaciones. El padre José Ignacio Rey venía de dar clases de Fenomenología Socio-religiosa en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y Francisco Tremonti había realizado estudios de producción de televisión en los Estados Unidos.

En un principio, de acuerdo a las actividades de los integrantes, se busca asesorar a la Jerarquía Católica, formar comunicadores comprometidos en la universidades y producir programas en varios medios. Como parte del trabajo mancomunado, que en el área social-comunicacional realizaba la congregación jesuita con la revista *SIC*, se colabora con las guías Socio-Económicas, el Curso Latinoamericano de Cristianismo y los Cursos de Cooperativismo. También más tarde se participa con el lanzamiento de IRFA -Instituto Radiofónico Fe y Alegría (1976)-, la creación de JESCOM -Jesuitas Comunicadores-, la publicación de MULTIMEDIA INTERNACIONAL, perteneciente a esta red, y la cooperación interprovincial de apoyo a los proyectos de CEN-PRO -Proyecto de Producción Televisiva Interprovincial de la Asistencia de América Latina Septentrional-

II.2. El cine y la televisión en el Centro Jesús María Pellín

La primera etapa del Centro Jesús María Pellín se caracterizó por ser experimental, pues se realizaron intentos muy variados. Entre ellos, incursionar en la televisión logrando que se pasara en el canal del Estado (canal 8) la serie norteamericana *Enigma*, semanalmente; y un cortometraje de 16 mm producido por el mismo centro, llamado *El Nacimiento de una Esperanza* que se pasó en la temporada decembrina. Así mismo, en el área televisiva se produjo un programa para el Día de la

Juventud (1974) y durante tres años consecutivos el programa de la Jornada Mundial de la Paz, que se realizaba para la Comisión de Justicia y Paz, así como para el Consejo de Iglesias y Sinagogas Establecidas en Venezuela -CRISEV-.

Sin embargo, el tercer programa de la Paz no logró traspasar la censura impuesta por las televisoras porque en la banda sonora se incluyó una canción de contenido crítico, interpretada por Soledad Bravo, quien para la época gozaba de fama de comunista. Cuenta José Martínez Terrero que cuando estaba presentando este programa al directivo del canal 8 "apenas vio a Soledad Bravo echó todo para atrás y se negó rotundamente a pasar el programa. Entonces le dije: "Bueno iré a los otro canales". Grande fue mi sorpresa cuando acudí a Venevisión y con apenas anunciarme se me dijo que ellos ya estaban enterados del contenido del video y que no estaban interesados en meterlo dentro de su programación (...) Del canal 8 ¡habían corrido la voz a los otros canales!" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos)

"Esto último evidenció la impermeabilidad de los grandes medios y en especial de la TV" (Informe 78 sobre Medios de Comunicación Social 1978: sin paginado). Dicha impermeabilidad respecto a las posiciones progresistas del grupo empujaba a buscar y promover otras vías alternas de reflexión y acción,

II.3. De la televisión a los micromedios

Se realiza una evaluación de esta primera etapa y se decide iniciar en 1974 una evolución del equipo hacia los micromedios. En ese año se integran al equipo el laico Marcelino Bisbal, quien aun era estudiante de Comunicación Social, propuesto por sus profesores José Ignacio Rey y José Martínez Terrero "ya que sabíamos que se identificaba con nuestros planteamientos" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos) y el jesuita P. Jesús María Aguirre. En el año 1975 se contrató un fotógrafo jesuita colombiano para que, dirigido por el centro, produjera ocho mil diapositivas que sirvieran para elaborar programas audiovisuales propios sobre Venezuela y se

formó una diapoteca que llegó a contar con 10 mil diapositivas y que hoy día se encuentra en el CIC -Centro de Investigaciones de la Comunicación de la UCAB-. De esta manera se inician los programas audiovisuales al servicio de grupos educativos y comunidades de base (el Barrio Brisas de El Paraíso, situado en la Cota 905).

Así se realizan programas dedicados a la nacionalización del hierro, la publicidad y la Conferencia de Puebla -que estaba por realizarse entre 1978 y 1979-, igualmente se produjeron seis series de programas radiales:

- Caminos de Esperanza: Una serie de 50 programas en la que se comentaba, por cinco minutos, el Evangelio que correspondía a las misas del domingo y que se pasaba en más de 40 emisoras de todo el país.
- 2. El pueblo ante los medios: Siete programas críticos de 25 minutos en los que se analizaban comiquitas, fotonovelas, prensa, radio, información, cine, floklore y publicidad (5 cassettes)
- 3. La buena noticia: 20 Programas acerca de la vida de Jesús, con diez minutos de duración.
- 4. Más allá de la canción: 12 Programas de 15 minutos con canciones de Navidad, Semana Santa y otras compuestas por el padre Miguel Matos en la línea de la Teoría de la Liberación.
- 5. Más allá del personaje: Seis programas con 15 minutos de duración, donde se llama a la reflexión en base a hechos y palabras de personajes significativos.
- 6. Antiguo Testamento: Cuatro programas de nueve minutos inspirados en Abraham, Moisés, David y Ezequiel preparados según la guía teológica del Centro Gumilla.

Estos programas, a excepción del primero, venían acompañados de una guía para su discusión y reflexión.

Es importante destacar que el Centro Pellín contaba con un estudio de radio profesional, un taller audiovisual sin laboratorio de revelado y equipos de copiaje de diapositivas, cassettes y videocassettes.

II.4. Jurado Nº 13 y la transformación solidaria de la realidad

Para ese entonces, se comienzan a colocar los cassettes de concientización popular "Jurado nº 13" (el jurado 13 era el oyente) producidos por los Servicios Radiofónicos para América Latina -SERPAL-, sobre la concientización y los métodos jocistas del "ver, juzgar y actuar" que se escuchaban para reflexionar en grupo. El Centro Jesús María Pellín comienza a reproducir y a vender a costo estos cassettes "La gente al enterarse venía a comprarlos" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos), ya que José Martínez Terrero, coordinador del centro, había sido nombrado también coordinador de SERPAL.

Esta organización que venía actuando en el país desde el año 68 con la conducción del padre Acosta y A. Lárez (secretaria ejecutiva), fue dirigida desde 1974 por el Padre José Martínez de Toda Terrero junto a la hermana Leticia Padrón, quien fue sucedida por la hermana Rosita Vásquez en la secretaría ejecutiva, desde 1975. Mientras tanto el centro se mantenía en contacto con el Centro Social del Episcopado en el que fungía como asesor el padre Epifanio Labrador.

Los programas radiales de Serpal eran usados tanto para concientizar como para evangelizar en emisoras, parroquias, planteles católicos, universidades, grupos populares y diferentes instituciones y grupos relacionados con la Iglesia. Luego de escuchar el programa se discutía y reflexionaba en grupo utilizando, además, material escrito adicional para tal fin. Los programas de SERPAL distribuidos por el Centro Jesús María Pellín eran los siguientes: "Jurado N° 13" (esta serie contaba con el famoso guionista uruguayo Mario Kaplún), "El padre Vicente", "Mi tío Juan", "Tierra de Muchos", "Agua Viva", "Teresa y Manolo", "Francisco", "Personajes de la pasión hoy", "Historias que vale la pena contar", "Cantos con sabor a vida", "Las siete palabras" y "Cristianos en Búsqueda".

La modalidad de trabajo que se emplea en esta época es la de la comunicación grupal o de base (más adelante otros grupos la llamarán comunicación popular o comunicación alternativa). Según Jesús María Aguirre "El sistema de comunicación

grupal comprende un proceso de interacción de varias personas de diálogo y codecisión, desarrollado por la recepción común de un mensaje motivador, canalizado
por un medio técnico generalmente ligero, y orientado a la transformación solidaria
de la realidad" (Informe 78 sobre Medios de Comunicación 1978: sin paginado). Para
José Martínez Terrero el medio de comunicación social "es un mensaje generador,
presentado con recursos comunicacionales, que por medio del acercamiento a la
realidad y del diálogo, va orientado a que un grupo reflexione y actúe en común"
(Ibidem). Al conocer estos conceptos por parte de dos miembros del centro podemos
entender mejor los ideales que movían al Centro Jesús María Pellín con sus
estrategias de micromedios.

El acercamiento a la realidad y el diálogo orientados a que un grupo reflexione y actúe en común, para lograr una transformación solidaria de la realidad. Esto es lo que se derivaría de los dos conceptos anteriores. Cuenta José Ignacio Rey que "se ayudaba a la gente más pobre para que se formara, tomara conciencia de por qué son pobres, viven donde viven y por qué están ahí. Darles información para que fueran agentes de su propia liberación y se organizaran (...) siguiendo la línea del brasilero Pablo Freire" (Entrevista a José Ignacio Rey. Ver anexos) El trabajo del centro iba de lo micro -las personas y comunidades, estudiantes y profesionales- hasta lo macro -la sociedad-. La experiencia del programa de la paz donde cantaba Soledad Bravo hacía ver que ese era el camino. No obstante, sus miembros no olvidaban que también era importante influir en los grandes centros de poder para la toma de decisiones - hay que recordar que para la época estaba en boga el tema de las políticas comunicacionales -. Así mismo que la democracia es producto de una verdadera comunicación.

II.5. Nace un boletín: Comunicación

Una vez entendida la dificultad de acceder directamente a los medios de comunicación el centro "entiende que su labor en esa dirección sólo se puede concretar en términos de crear una conciencia crítica, particularmente en el ámbito de los comunicadores sociales. Por esta razón se ve la necesidad de iniciar una publicación especializada, que sea la plataforma desde la que el Centro haga su aporte teórico-crítico al proceso comunicacional, y al mismo tiempo convertir al CCS en un punto de referencia y consulta para comunicadores y profesionales de las ciencias sociales" (Informe 78 sobre Medios de Comunicación Social, 1978: sin paginado)

Entonces se abre al público una biblioteca especializada en comunicación, que según Gustavo Hernández (miembro del equipo Comunicación e investigador del ININCO) es la mejor y más completa biblioteca de comunicación en Venezuela. Igualmente se realiza la asesoría de trabajos universitarios y tesis de grado de comunicación. Finalmente se pone de una vez por todas en marcha la creación del primer número de *Comunicación*, luego de haberlo pensado por casi dos años. El fruto con mayor trascendencia, por no decir más importante, del Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín.

Marcelino Bisbal narra en un artículo publicado en la revista SIC, con motivo de los 20 años de Comunicación que en un principio estaban inseguros acerca de la idea de sacar un boletín. Sin embargo, surgió como una inquietud de profesores de las escuelas de Comunicación Social y Sociología de la UCAB, así como de alumnos de la primera. José Ignacio Rey propuso que fuera monográfico (en base a un tema desarrollando varias artículos), característica que conserva hasta hoy día (septiembre de 1999). El boletín Comunicación se publicó por primera vez en el primer trimestre (exactamente en marzo) de 1975 con el título "Ideología de la Comunicación". Este apenas contó con 28 páginas, en la primera de ellas justificaba su creación como: " una COMUNICACIÓN sobre comunicación, de comunicadores y para comunicadores" (Comunicación 1975: 1)

El primer equipo de la revista estaba constituido por cinco jesuitas (José Ignacio Rey, Ignacio Ibáñez, José Martínez de Toda Terrero, Francisco Tremonti y Jesús María Aguirre) y tres laicos que estaban a punto de graduarse de comunicadores (Marcelino Bisbal, Sebastián de La Nuez y César Miguel Rondón).

II.6. JESCOM - Jesuitas Comunicadores-

En ese momento el padre Pedro Arrupe, General de los Jesuitas, decidió que Venezuela fuera el lugar del primer encuentro de investigadores jesuitas sobre Comunicación. Hace años el P. Arrupe había viajado a Rusia y quedó impresionado por la escuela de directores de cine para la difusión del comunismo. Entonces se preguntaba "¿Por qué la Iglesia Católica o los jesuitas no tenemos algo parecido?" comentó Arrupe a Esteban Bamberger, quien era Secretario de Comunicación de la Compañía de Jesús. De allí que insistiera en realizar este primer encuentro en Venezuela donde había un clima propicio para la investigación.

El interés de la Iglesia Católica por la investigación en comunicación viene desde los años 50 cuando un grupo de investigadores de "inspiración católica" inician un trabajo investigativo marcado "por la preocupación, a veces muy moralizante, del rescate de los medios para usos educativos y confesionales. Así entre los años 1958 y 1961 se realizó en colaboración internacional, un estudio sobre el cambio social y religiosos en América Latina, bajo la dirección del Pr. Houtart, director del Centro de Investigaciones Sociales y Socio-religiosas dependiente del FERES -Federación Internacional de los Institutos Católicos de Investigaciones Sociales y Socio-religiosas- En Venezuela se formó un equipo que colaboró con esta investigación.

Luego de la reunión que se efectuó en Caracas se crearon los siguientes centros:

- 1- El Centro de Investigaciones de Comunicación y Cultura, ya que era necesario hacer estudios y reflexionar acerca de las comunicaciones y su papel en el mundo. Este centro nació en 1976 y fue dirigido por Roberth A. White en Londres.
- 2- Igualmente se creó un Centro de Enseñanza para la Comunicación en la Universidad Gregoriana, en el que se forman profesionales comunicadores en teoría y práctica para la Iglesia.
 - 3- Se formó Jescom- Jesuitas Comunicadores-.

II.7. Comunicación Popular y financiamiento

Volviendo al Centro Jesús María Pellín, éste funcionó en sus primeros tiempos con el sueldo que devengaban sus jesuitas miembros como docentes universitarios; la venta de dos cancioneros con cassettes de música folklórica y religiosa *Colección Nacional Venezolana* y *Cantos de Juventud*, respectivamente, producidos por el centro y "una que otra donación" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos). Así que se propuso a la congregación la compra del local donde funcionaba y a comienzos del año 1976 se hace efectiva esa compra "incluso 2/3 partes de la Quinta Etey fueron colocados con esos fondos. La otra tercera parte la puso la congregación jesuita" (Ibidem) reveló Martínez Terrero, quien fuera el coordinador y ecónomo del centro.

Ese mismo año el padre Jesús María Aguirre fue nombrado director del centro, quien venía colaborando "particularmente en la edición del boletín de estudios y la elaboración de materiales audiovisuales" (Informe 78 sobre Medios de Comunicación 1978: sin paginado). También a finales de 1976 se inicia en el centro un proceso de "reorganización y definición de prioridades según los lineamiento señalados por la CG. 32 (Congregación General de los Jesuitas N° 32, máximo órgano rector que se reúne cuando se amerita tratar temas importantes para esta orden religiosa); se entiende que la compañía ha optado por el servicio de la fe y promoción de la justicia como misión focal (...) Para el CCS, esto significa una opción por la actividad comunicacional centrada en la evangelización, entendida como comunicación de la buena nueva de liberación a los pobres" (Ibidem)

Por lo tanto se definieron dos áreas prioritarias: la elaboración teórica de nuevos modelos comunicacionales al servicio de la concientización y organización popular; y la elaboración de materiales de servicio de grupos de trabajo popular. Esto a través de los departamentos de:

1- Investigación: Estudios críticos de medios, búsqueda de nuevos modelos, y

orientación y capacitación crítica de agentes de cambios multiplicadores.

- 2- Comunicación de Base: Producción y evaluación de programas experimentales y capacitación comunicacional de agentes multiplicadores.
- 3-Administrativo: A parte de las actividades que le son propias las correspondientes al diseño de estrategias de promoción y difusión.

Para la primera área (modelos comunicacionales) se buscó captar el mayor número posible de profesores universitarios y profesionales de la comunicación y en relación a los servicios prestados a grupos de trabajo popular se pretendía establecer una retroalimentación que permitiera desarrollar dichos modelos.

Para economizar y complementar esfuerzos con otros equipos (UCAB, CIAS, CERPE, IRFA, JESCOM, entre otros) que trabajaban en las mismas áreas de población se produjo y distribuyó diferentes tipos de materiales y también se dictaron charlas y seminarios. Así mismo Jesús María Aguirre colabora en la publicación para jóvenes de Latinoamérica *Protesta*; José Ignacio Rey escribe y asesora en el boletín *Pueblo y liberación*, e igualmente para el diario *El Nacional*. Por su parte a José Martínez Terrero, la UCV le publica el libro *Análisis de la Publicidad en Venezuela* (1978).

También el centro grabó y distribuyó los cassettes *Cantos de lucha y esperanza*, *Clamores de mi pueblo I* y *Clamores de mi pueblo II* con composiciones originales del padre Miguel Matos y del grupo *Los Marantos*. Los cuales tuvieron muy buena aceptación entre diversos grupos de base "prácticamente sin ninguna promoción" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos), fuera de sus presentaciones en eventos.

II.8. Hacia una revista.

Cuando se creó la revista *Comunicación* "la idea era presentar los estudios venezolanos sobre Comunicación más prominentes de la época, pero a su vez siendo

críticos, sin quedar solamente en esto, y presentando alternativas. A partir del número 13 en 1977 el lema de la revista es 'Estudios venezolanos de comunicación: perspectiva crítica y alternativa'. Los primeros 18 boletines tuvieron una periodicidad bimensual, con un promedio de 70 páginas y un tiraje de 800 ejemplares por número (de los cuales cien eran destinados al exterior donde se utilizaban frecuentemente en seminarios y cursos universitarios)" (Bisbal 1995: 157). El promedio de páginas fue incrementándose hasta alcanzar 100 y el tiraje llegó a mil a partir del número extraordinario 19 y 20, y a dos 2 mil ejemplares después del número 25 (en el que se presentó un nuevo formato). Para ese momento ya se enviaban 200 ejemplares al exterior.

La revista surge en un momento en que se propugnan las Políticas Nacionales de Comunicación para promover el desarrollo social y los planteamientos del NOMIC, auspiciado por la UNESCO. Estas políticas se encontraron con la resistencia de los empresarios, quienes se opusieron férreamente, sobre todo la Sociedad Interamericana de Prensa -SIP- y la Asociación Interamericana de radiodifusión –AIR-. Esta oposición se mostró claramente en la Conferencia de Costa Rica, la cual fue patrocinada por la Unesco y de cuyo seno surgió la idea de poner los medios al servicio del desarrollo de los pueblos.

El coordinador de este boletín era el padre José Ignacio Rey, quien tenía gran influencia ideológica en el equipo "tal vez porque era el mayor y porque fue profesor" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos) de los tres seglares del equipo. Además de que siempre fungió "como la voz de la conciencia del equipo" (Entrevista a Sebastián de la Nuez. Ver anexos) . No obstante el boletín -todavía no era revista"no tenía un estructura formal de redacción, ya que en sus inicios se conformó como un grupo de personas amigas que compartían una serie de ideas en común sobre el mundo de la comunicación y la propia vida" (Entrevista a Marcelino Bisbal. Ver anexos). El equipo de la revista realizaba reuniones-almuerzo los días miércoles, en la sede del Centro Pellín, y allí se reflexionaba, planificaba y discutían los números. Esta situación duró hasta que pasaron a formar parte del Centro Gumilla: "Esto hace

que nosotros asumamos una estructura de redacción mucho más formal donde hay un director, un asistente a la redacción y un equipo de redacción (...) tratamos de construir una perspectiva crítica y alternativa. No podíamos conformarnos con ser solamente críticos frente al sistema de comunicación, sino que había (hay, porque la ideas sigue estando presente como el primer día) que formular propuestas ante la ausencia de lo inexistente o lo inaceptable en términos de la democratización de la cultura y la comunicación" (Bisbal, 1995: 157)

A sus 10 años ya contaba con 52 números monográficos que sumaban en total 4983 páginas, donde se incluían estudios, documentos y comentarios del acontecer comunicacional en el país y en Latinoamérica. Para este momento ya se habían presentado dos índices temáticos, geográficos y cronológicos que más adelante pasarían a conformar la base de datos de comunicación y cultura adscrita a RECOM. Para 1995 esta base ya se había incorporado al primer CD-ROM de la Red Latinoamericana en Ciencias de la Comunicación.

Es importante recalcar que a parte del boletín *Comunicación*, el Centro Pellín publicaba el boletín *Comunicación de Base*, coordinado por José Martínez Terrero. El cual estaba dirigido a líderes de comunidades y la iglesia para temas específicos de lectura crítica (acerca de cómo ver los medios de una manera crítica) y pastoral de la comunicación para generar cambios hacia una sociedad más participativa y, por tanto, democrática. De estos boletines se publicaron 10 números con un tiraje de 250 ejemplares, cada tres meses.

Cuando en 1980, el padre Jesús María Aguirre es nombrado Secretario de la formación jesuítica, asume la dirección del Centro el padre Francisco Tremonti.

II.9. Desaparición del Centro Jesús María Pellín

Para 1981 en el informe del Encuentro de Jesuitas sobre Comunicación Grupal, realizado en octubre de 1980, se dan a conocer las dificultades, déficits y

necesidades que presenta el Centro Pellín. Entre éstas la excesiva cobertura de actividades y la creciente demanda de materiales para grupos de base que disgregaba a lo miembros, restando calidad al trabajo así como el seguimiento regular y efectivo de los grupos de comunicación popular por parte del departamento de investigación para la creación de modelos comunicacionales. También para la época se había destinado a sus miembros a otras actividades, dentro de la orden jesuita, cosa que venía a acentuar aun más esta dispersión. Aparte de que la comunidad del Centro Pellín había sido cerrada en 1979 hecho que, además, dificultaba su encuentro.

"(...) Ahí viene la famosa crisis del año 85, ya que por requerimientos institucionales hubo un proceso centrífugo (...) donde teníamos muchas ocupaciones y quedó Tremonti un poco solo con la producción y los servicios del Centro y allí fue cuando se tomó en la Compañía la decisión de la reestructuración...". (Entrevista a Jesús María Aguirre. Ver anexos). José Martínez Terrero fue nombrado director de Radio Fe y Alegría - incluyendo la emisora de Maracaibo- en 1982; Ignacio Ibáñez director de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB; Jesús María Aguirre dejó la coordinación del Centro Jesús María Pellín, puesto que lo nombraron secretario del área de formación de los jesuitas de América Latina Septentrional y también entró como docente a la Escuela de Comunicación Social de la UCAB en 1983. Por su parte, Marcelino Bisbal entra por concurso como docente a la UCV.

Ante el desmembramiento del equipo un informe de la época describe así la situación: "Sin una ampliación de los recursos humanos y económicos el Centro ha llegado al límite de sus posibilidades de expansión. Sin embargo, su reorganización puede permitir una redistribución del esfuerzo y recursos para incidir en las áreas de mayor prioridad, a la vez que se efectúa un mejoramiento de los materiales" (Informe 1981: sin paginado)

Sin embargo, cuatro años después el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín desapareció (1985) por una reestructuración interna de las obras jesuíticas. A partir de esa fecha el Centro Gumilla fue quien acogió la revista *Comunicación* y le brinda un entusiasta apoyo hasta el día de hoy

En esta primera etapa el equipo obtiene un reconocimiento al recibir el Premio Nacional de Investigación en el año 1985.

A sus 20 años la revista *Comunicación*, con 8.720 páginas se había convertido en la publicación comunicacional venezolana de mayor perduración, especializada en comunicación de masas, con proyección internacional.

La revista trata de hacer comprender cómo la comunicación de masas, la industria cultural, es fundamentalmente estratégica para los sectores tecnológicos, económicos, jurídicos, sociológicos, políticos, culturales ya que "(...)no hay movimientos e ideas políticas, económicas y sociales sin el componente cultural comunicacional" (Bisbal, 1995: 157)

II.10. Un recorrido por Comunicación: Transformaciones y Temáticas.

En el primer número (marzo 1975), aunque en el editorial se menciona el nombre del boletín, *Comunicación*, éste no aparece en ninguna otra parte del mismo. En la portada el único título que se lee es "Comunicación e Ideología", es decir, el tema del que trata el boletín. En esa oportunidad quienes escriben de los miembros del Equipo Comunicación son Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal, quienes firmaban susu trabajos con iniciales. Desde ese mismo momento la sección "Guía Bibliográfica" es parte de la revista.

Para el boletín N° 2 "Comunicación y Cultura" (mayo 1975), ya se imprime el nombre *Comunicación* en la portada. Acá aparecen tres artículos de Aguirre y uno a nombre del Equipo Comunicación.

En el N° 3 el tema es la "Publicidad" (julio 1975). El Equipo Comunicación nuevamente se pronuncia y, aparte de Bisbal, otros miembros del equipo escriben: José Ignacio Rey y José Martínez Terrero. También comienzan a colocarse los artículos por páginas separadas y no continuos en una misma página, como se había hecho en las dos ediciones anteriores.

Para el cuarto número "Cultura Popular" (septiembre 1975) entra a formar parte del equipo César Miguel Rondón y escribe dos artículos acerca de "lo popular" en la música y en la televisión venezolana. Por otro lado, escribe por primera vez alguien ajeno a la revista: Pablo Antillano, tocando el tema del teatro popular.

La Ley de Colegiación es el tema del quinto ejemplar (diciembre 1975). En la presentación del mismo el equipo asume posición: "Queremos destacar que los periodistas y comunicadores afines debemos intensificar. Hoy, un proceso de unificación para la conquista de un verdadero Colegio, cuyos objetivos primordiales sean la participación efectiva en la conducción de los medios y su orientación al servicio de las grandes mayorías nacionales" (*Comunicación* 1975: 2). Así mismo, Jesús María Aguirre hace referencia a la prensa peruana durante la dictadura militar de comienzos del año 1974 y se presenta un estudio sobre el status de los periodistas en América Latina.

Los temas que siguen son:

- Nº 6 "Cine Nacional" (febrero 1976): Ley de Cine, Panorama genérico del cine venezolano, Hacia un cine industrial venezolano, Anteproyecto de Ley de publicidad, entre otros escritos.
- Nº 7 "Escuelas de Comunicación Social (abril 1976): Aguirre y Bisbal escriben acerca de la investigación en América Latina. Se incluye un trabajo de la revista "Comunicación y Cultura" del grupo chileno de Mattelart. El Equipo Comunicación presenta dos estudios: uno acerca de los egresados de Comunicación Social y las fuentes de trabajo y otro sobre los tipos de escuelas de periodismo en el mundo.
- N° 8 "Hacia una Ética de la Comunicación" (junio 1976): En la presentación dicen que se proponen demostrar que el abordar los problemas de la comunicación desde un punto de vista ético no es obsoleto, inapropiado e incluso equivocado. Ya firman con nombre completo los artículos al final, en lugar de iniciales. Se le sigue llamando boletín.

- Nº 9 "El "Comic" como Alternativa Comunicacional" (agosto 1976): El mundo del comic, Pautas para analizar los comics, Análisis de contenido de los niños "terribles" de las tiras cómicas.
- Nº 10-11 "Políticas Nacionales de Comunicación" (octubre-diciembre 1976):
 Luis Vezga Godoy realiza su primer trabajo para Comunicación: una entrevista para el entonces ministro de Transporte y Comunicaciones: Guido Grooscors.
- Nº 12 "Comunicación y Marginalidad" (febrero 1977): Se dan a conocer en diferentes proyectos alternativos vías para rescatar la capacidad comunicacional de los densos sectores marginados de América Latina.
- Nº 13 "Educación y Comunicación" (abril 1977): Aparece por primera vez el subtítulo de la revista "Estudios Venezolanos de Comunicación- perspectiva crítica y alternativa-"
- Nº 14 "Medios de Comunicación en la Provincia Venezolana" (junio 1977): La prensa de provincia en Venezuela, La comunicación en Los Andes venezolanos, Investigación en la provincia sobre medios masivos, Distribución radioeléctrica de la capital y el interior del país.
- Nº 15 "Empresas Privadas: "Políticas" de Comunicación" (septiembre 1977): En la presentación el equipo muestra una preocupación, ya que para que haya una verdadera democratización de los medios debe existir una mixtura en la inversión tanto privada como pública y para ese momento el espectro comunicacional está dominado por la iniciativa privada. Además se insiste en que el Estado debe asumir políticas comunicacionales.
- Nº 16 "Comunicación y Opinión Pública" (noviembre 1977): Es un número que se dedica al papel que juegan las comunicaciones en las campañas electorales, en una especie de antesala a la campaña electoral del año 1988 (era diciembre de 1977).
- Nº 17 "XX Años de la Comunicación Venezolana" (marzo 1978): Trata la historia, contenido y programación de nuestra televisión, haciéndose mención especial al Proyecto RATELVE.

- Nº 18 "Comunicación Transnacional" (agosto 1977): El equipo y varios de sus miembros asumen postura crítica, a la vez que reproducen las recomendaciones del seminario "La información en el Nuevo orden Internacional"
- Nº 19-20 "Campaña Electoral, Comunicación y Democracia" (octubre 1978): Sebastián de la Nuez comienza a escribir para la revista y se une al equipo. También aparece un estudio de Jesús Sanoja Hernández.
- Nº 21 "El Niño y la Comunicación" (febrero 1979): Con motivo del Año Internacional del Niño. Jesús Rosas Marcano escribe acerca de la opinión pública y los niños.
- N° 22 "Elecciones, Promesas y Comunicación" (julio 1979): Se presenta un análisis de la campaña electoral de 1978 y se destaca el otorgamiento del Premio Nacional de Periodismo -mención investigación- al miembro del Equipo Comunión, Marcelino Bisbal.
- Nº 23-24 "Iglesia, Transnacionales y Comunicación" (octubre 1979): Se pretende ver cómo las redes de información interfieren en la transmisión de los mensajes de la Iglesia católica hacia Latinoamérica. Se hace mención especial a la cobertura de Conferencia de Puebla.

A partir de este número deparace como editor el Centro de Comunicación Jesús María Pellín y se inicia la etapa del Centro Gumilla. También se une al equipo Ronald Romero.

- N° 25-26 "Prensa y Conflicto Político" (diciembre 1979- enero 1980): Se cambia el formato y el boletín deja de imprimirse con las mismas letras de la máquinas de escribir. También hay mejoras en el papel, la impresión y la distribución. Sin embargo, se destaca que el boletín mantiene su precio.
- N° 27 "Cine Venezolano" (mayo 1980): Comienza a colocarse la autoría de los artículos o estudios inmediatamente después del título y no al final como de costumbre.
- N° 28-29 "Alternativas Comunicacionales" (julio- septiembre 1980): Contiene un Dossier sobre Comunicación Masiva y Popular.

- Nº 30-31 "Integración Latinoamericana y Comunicación" (diciembre 1980): Se hace referencia a eventos importantes como XXII Asamblea AIERI, el Informe McBride Un Sólo Mundo Voces Múltiples -NOMIC- y Alasei. Igualmente hay un artículo dedicado a El Bloque de Armas y otros dueños de la prensa en Venezuela, así como a proyectos de agencias latinoamericanas de noticias.
 En este número entra al equipo Berta Brito.
- Nº 32 "Música e Industria Cultural" (marzo 1981): La radio y la televisión en difusión musical, éxitos disqueros, música popular.
- Nº 33-34 "Tecnología y Comunicación" (septiembre 1981): Los riesgos sociales, democráticos que podría traer la aplicación de nuevas tecnologías en las comunicaciones y para los profesionales de la comunicación.
- Nº 35-36 "Comunicación Popular: experiencias venezolanas" (diciembre 1981):
 Opiniones acerca de la comunicación alternativa. Se dan a conocer las experiencias de los periódicos populares La Vega dice y La Voz de Caricuao.
- Nº 37 "Nuevo Periodismo" (marzo 1982): La innovación en el periodismo, periodismo interpretativo, errores en la veracidad. La mujer y el periodismo.
- Nº 38 "Humorismo y Comunicación" (julio 1982): Programas cómicos en la Tv.
 Humorismo ideal y utópico. La chabacanería, el ridiculizar y la crueldad consideradas como humor.
- Nº 39 "Militarismo y Manipulación Informativa" (septiembre- diciembre 1982): Influencia militar de Estados Unidos en la región Latinoamericana y manipulación informativa en la II Guerra Mundial. La manipulación informativa sobre la disputa por el Golfo de Venezuela.
- N° 40 "Censura y Democracia" (enero 1983): Libertad de expresión y censura en la democracia, prensa, televisión, iglesia y poder judicial.
- Nº 41-42 "Bolívar Super-estrella" (abril 1983): Bolívar y su función políticacantos a Bolívar. En este número se destaca el Premio Nacional de Periodismo que obtuvo la revista.
- Nº 43 "Comunicadores y Participación" (septiembre 1983): Periodistas, gremios, contratos colectivos, participación de los periodistas en las decisiones de

- publicación en los medios en que trabaja. Diez propuestas para los periodistas latinoamericanos.
- Nº 44 "Los Amos de la Prensa" (diciembre 1983): Estudio de los dueños del medio impreso y sus posesiones en otras áreas de la comunicación y la economía nacional, a modo de oligopolios. Campaña electoral, gastos, slogans, resultados.
- Nº 45 "Los Amos de la radio y tv" (marzo 1984): Estudio de los dueños de los medio audiovisuales y sus posesiones en otras áreas de la comunicación y la economía nacional, a modo de oligopolios. Incidencias del factor religioso en la campaña electoral.
- Nº 46 "Explosión Informática" (junio 1984): El Equipo Comunicación se pronuncia ofreciendo líneas de acción ante las nuevas tecnologías, para ser consideradas tanto por los dueños de los medios, como los gremios y la elaboración de un reglamento por parte del Estado.
- N° 47 "Del Folletón a la Telenovela" (septiembre 1984): Consideraciones acerca de la telenovela, incluyendo un recorrido histórico.
- N° 48 "Juventud' 85" (diciembre 1984): En celebración al año de la Juventud se publican temas acerca del gusto juvenil, especialmente en música.
- N° 49-50 "Expansión Audiovisual" (abril 1985): Industria audiovisual, reglamentación de la FM, videocomercialización, televisión por cable. Humor sobre la visita papal y el espectáculo religioso de esta visita.
- Nº 51-52 "Balance de una Década" (septiembre-diciembre 1985): Estudio sobre diez años de la televisión en Venezuela. Los poderes de la organización Cisneros.

 A partir de este número la revista presenta una mejor diagramación, la carátula es dura, con dibujos y a color. El papel es de mayor calidad y resistencia (no se desprende fácilmente como solía ocurrir anteriormente).
- N° 53 "Identidad Agredida" (marzo 1986): Imperialismo cultural, identidad nacional y cultura de masas. Aldea global y aculturación de la televisión y la radio venezolana, especialmente en la juventud.
 - Aparece el segundo índice de la revista (del N° 41 al N° 51-52)

 N° 54 "Violencias" (junio 1986): La violencia programada desde los medios de comunicación hacia la sociedad, especialmente a la juventud y los niños. Análisis de contenido y efectos en los niños. Rambo y la democracia. ¿Son los media más violentos que la sociedad que los genera?

Como miembros del Equipo Comunicación sólo aparecen Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Francisco Tremonti y Berta Brito. Sin embargo, Sebastián de la Nuez continua colaborando. Los créditos pasan de colocarse en la primera página a la contracarátula.

 N° 55 "Redes Intermedias y Locales" (octubre 1986): El Equipo Comunicación se pronuncia de la siguiente manera:

"A la explosión cuantitativa de las redes de difusión masiva, cada vez más monopólicas, ha acompañado una crisis de las comunicaciones, reducidas a flujo unirideccionales, culturalmente homogeneizados y sometidos a la lógica mercantil, a pesar de los intentos de readaptación desconcentrada" En el ámbito comunicacional han surgido modelos de centralización tecnológica. Culturalmente ha implicado la quiebra de las fronteras culturales, ceñidas a menudo a los contextos nacionales y protegidas por erráticas políticas gubernamentales. En el ámbito nacional rige la misma lógica mercantil reforzadas por imperativos de unificación política. Se presenta un estudio sobre radio Occidente y TV Boconó" (Comunicación 1986: 2)

En este número la fecha deja de aparecer en la presentación para pasar al lomo de la revista.

- N° 56 "Discriminaciones" (diciembre de 1986): En la presentación se cita a los derecho universales del hombre y las discriminaciones de todo tipo. Ningún miembro del equipo escribe.
- Nº 57 "La Televisión del Futuro" (marzo 1987): Se hace referencia al NOII, al tema ya "pasado" de las políticas comunicacionales, la problemática que plantean las nuevas tecnologías, la televisión y comunicaciones vía satélite.

Los créditos pasan a la portada de la revista.

- Nº 58 "Y detrás... los Comunicadores" (octubre 1987): Se presentan diversos estudios acerca de la realidad de los periodistas: autoimagen, nuevas tecnologías, contratos y crisis laboral venezolana.
- N° 59-60 "Sugerir es el Negocio" (diciembre 1987): Presenta estudios donde se evidencian avances y retrocesos de la actividad publicitaria, con el propósito de que mejoren para el bien de la comunidad venezolana.
 - En este número pasan a integrar el equipo: Maritza Guaderrama, Ignacio Ibáñez, Alberto Barrera y Carlos Correa.
- Nº 61 "Medios sin Ley" (enero- marzo 1988): Se plantean la ausencia de regulaciones ante las nuevas tecnologías, el irrespeto de las mismas para la obtención de señales televisivas, la guerra publicitaria y la industria del disco, entre otros.
- Nº 62 "Latinoamérica Voces Múltiples" (junio 1988): Se tocan temas relacionados con la radio y el cine: enfoques ideológicos, producción, distribución, exhibición, aspectos críticos y estéticos.
- Nº 63 "El Deporte Negocio y Espectáculo" (octubre 1988): Las Olimpiadas como comercio y negocio publicitario. El papel que en esto juega la televisión: inversiones, tecnología, ganancias.
- N° 64 "Público Alerta" (octubre- diciembre 1988): Al televidente se le debe emplear de herramientas que le permita entrar al "juego" de las comunicaciones, entenderlo y participar en él.
- Nº 65-66 "La Información y el Poder" (trimestre I y II/ enero- junio 1989): Se insiste, nuevamente, en que un Estado moderno debe tener una Política de Comunicación y en la importancia que tienen las experiencias de comunicación alternativa para las comunidades.
- N° 67 "La Otra Cara del Lenguaje" (III trimestre/ junio- septiembre 1989):
 Diversos tipos de lenguaje y formas de comunicación.
 Es este número ninguno de los miembro del equipo escribe.
- Nº 68 "Zoom al Cine (IV Trimestre/ octubre-diciembre 1989): Estudios del cine venezolano y latinoamericano. Cine indigenista.

Se publica el Índice del Nº 61 al Nº 68.

- Nº 69 "Comunicación Social UCAB: perfiles profesionales" (I trimestre/ eneromarzo 1990): Figuras emergentes de la comunicación social.
- N° 70 "Periodismo en Tiempos de Crisis" (II trimestre/ abril-junio 1990): Reseña la Conferencia de la revista *Comunicación* en su 15° Aniversario, destacando la intervención de los investigadores participantes de la misma. Encuesta de opinión sobre los medios de comunicación en la intentona militar del 4F y un artículo de Francisco Tremonti sobre TV-Martí.

La revista celebra su 15º Aniversario.

• N° 71-72 "La invasión de lo privado" (III y IV trimestre/ julio-diciembre1990): Se destaca un remitido en la prensa de personas que están en desacuerdo con la privatización de la CANTV. Entre ellos el miembro del equipo José Ignacio Rey, quien también escribe un artículo pronunciándose al respecto.

N° 73 "Movimientos Sociales: Discursos y espacios" (I trimestre/ enero- marzo 1991): En la presentación el equipo manifiesta que la idea de la revista es buscar movimientos sociales alternativos y cualquier aporte científico, ya que está, definitivamente, comprometida en la tarea urgente de construir nuestras democracias.

Ningún autor estudiado en escribe para este número. Maritza Guaderrama y Berta Brito salen del Equipo y pasan a colaborar, mientras que Gustavo Hernández que estaba a prueba entra al mismo. También se le atribuyen créditos como colaboradores a Caroline Oteyza, Juan Barreto y Mauricio Hernández.

- N° 74 "Radio YN al día" (II trimestre/ abril- junio 1991): Estudios y artículos sobre la actualidad en radio, cine y televisión. Entre éstos unos dedicados a Radio Nacional "La Voz de Venezuela", Radio Fe y Alegría y noticieros radiofónicos.
- Nº 75 "Recurso a la Ética" (III trimestre/ julio-septiembre1991): José Ignacio Rey escribe "Recurso a la ética en época de cambios". Se presentan escritos acerca de los códigos de ética profesional y la legislación existente acerca del modo de tratar la sexualidad en los medios.

- Nº 76 "Investigación: Retos y propuestas" (IV trimestre/ octubre-diciembre 1991): El Equipo Comunicación publica "Investigación Comunicacional en Venezuela: diagnóstico y prioridades".
- Nº 77-78 "El Usuario Olvidado" (extraordinario trimestres I y II/ enero- junio 1992): Se abordan los temas relacionados con los derechos del usuario y la comunicación.

Este número inserta un dossier especial sobre el 4F.

- Nº 79 "Cuestión de Vida o Muerte: dilemas ambientales" (III trimestre/ julioseptiembre 1992): Este número se dedica por entero a la ecología. Ningún miembro del equipo escribió.
- Nº 80 "En Venta" (IV trimestre/ octubre- diciembre 1992): El fenómeno privatizador en Latinoamérica y los procesos comunicacionales de la región. Los medios de comunicación en la integración latinoamericana. El periódico y los satélites como medios para educar.

Dossier 500 años: Especial sobre esta conmemoración.

- N° 81 "Consumo Cultural" (I trimestre/ enero-febrero 1993): Se dedica este número a esta tendencia comunicacional de los consumos culturales. El único miembro del equipo que escribe es el recién nombrado director, Carlos Correa, quien estrena su cargo conjuntamente con el nuevo formato de la revista. Aparte de esto, se publica: "Dossier: Indice 1975- 1992", el cual incluye toda la revista desde su creación.
- N° 82 "La Metrópolis y sus Espacios" (II trimestre/ marzo-junio 1993): Otras formas de comunicación en la ciudad.

Dossier "Por estas calles": versiones de un conflicto.

 Nº 83 "El rito Electoral" (III trimestre/ julio-septiembre 1993): A propósito de la campaña electoral del año 1993. Inversiones publicitarias, el modo de conducir la campaña de cada uno de los candidatos y su cobertura en los medios, entre otros aspectos electorales.

- Nº 84 "La Invención de lo Real" (IV trimestre/ octubre-diciembre 1993): La radiodifusión en Venezuela y las capacidades de los televidentes frente a la programación y contenidos de las plantas televisivas.
- Nº 85 "Reparto Global" (I trimestre/ enero-marzo 1994): Laa alianzas "globalizadoras" de los mercados comunicacionales en Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y el caso de Brasil. Aspectos de la campaña electoral de 1993.
- Nº 86 "Juventud Seducida" (II trimestre/ abril-junio 1994): El consumo musical en los jóvenes (cassettes, CD, videoclips), la publicidad en los jóvenes, el rock, contracultura y la nueva canción.

Dossier: Baudrillard: La "estrategia" de su presencia.

 Nº 87 "La Comunicación Profesional: Perspectivas" (III trimestre/ julioseptiembre 1994): Figuras sobresalientes de la comunicación social en Venezuela, expectativas de los recién egresados, investigación en las escuelas de periodismo latinoamericanas.

Dossier: Colegiación y Ley del Ejercicio del Periodismo...puntos de vista.

- Nº 88 "Tecno-Información: ahora y mañana" (IV trimestre/ octubre-diciembre 1994): El futuro de la televisión más allá del sexo y la violencia; cómo las tecnologías influyen en los proceso de selección, elaboración, recepción y análisis de los mensajes.
- Nº 89 "Espejo Cinematográfico" (I trimestre 1995/ enero-marzo 1995): Temas relacionados con la inversión, ganancias y tecnologías aplicadas en el cine, la televisión y el entretenimiento.

Se celebran los 20 años de la revista Comunicación y se incluye el "Dossier: Ïndice 94".

 N° 90 "Imágenes y Letras ¿el ocaso del texto? (II trimestre/ abril-junio 1995): En la "Comunicación Alternativa y el discurso de la sociedad civil" José Ignacio Rey considera que es optimista ante los cambios que enfrenta la humanidad, a pesar de las "crisis" por las que haya que pasar, ya que más que crisis se trata de un reacomodamiento mundial N° 91 "Telenovelas: pasiones, búsquedas y mercado" (III trimestre/ julioseptiembre 1995): La necesidad cultural y de mercado de la telenovela. Francisco Tremonti ofrece un estudio donde narra la historia de la telenovela venezolana hasta el presente, inversiones, éxitos y ganancias en el exterior.

Dossier: Una telenovela será siempre una telenovela y no otra cosa.

- Nº 92 "Mosaico Cultural: integraciones y rupturas" (IV trimestre/ octubrediciembre 1995): La comunidad latina en los Estados Unidos como consumidor de los medios y sus productos, la influencia cultural norteamericana y la adaptación latina a sus valores y costumbres.
- Nº 93 "Periodismo Emergente" (I trimestre/ enero-marzo 1996): Ninguno miembro del Equipo Comunicación escribió.
 Dossier: Ïndice de Comunicación 1995.
- Nº 94 "Excluidos e Imaginados" (II trimestre/ abril-junio 1996): Africa,
 Centroamérica, los pobres, los comunicadores sociales. José Igancio Rey y Marta
 Colomina tratan el caso de homicidio "televisado" de Terrazas del Avila.
- Nº 95 "Telesociedades" (III trimestre/ julio-septiembre 1996): La comunicación que vendrá, cómo serán los comunicadores sociales y la necesidad de la comunicación y la educación para formar sociedades.
- Nº 96 "Información Programada" (IV trimestre/ octubre-diciembre 1996): La cultura popular y la hibridez cultural entre las razones del mercado y la industria cultural. Los valores en el mercado y el mercado de valores.
- N° 97 "Tiempos de Radio" (I trimestre/ enero-marzo 1997): Estudio de la radio en Venezuela para el año 1997. César Miguel Rondón hace una crónica de su experiencia en el estallido social del 27-F y la intentona del 4-F.

Dossier: Ïndice de Comunicación 96.

Nº 98 "Telecomunicaciones: rutas estratégicas" (II trimestre 1997/ abril-junio):
Los medios de comunicación ante la globalización de los mercados y las nuevas
tecnologías: desregularización, internacionalización, concentración económica y
periodística.

- Nº 99 "Comunicación Organizacional: ¿una moda más?" (III trimestre/ julioseptiembre 1997): La necesidad de las informaciones institucionales y de comunicarse tanto interna como externamente en las organizaciones.
- N° 100 "Cien" (IV trimestre/ octubre-diciembre 1997): En este número cada uno de sus autores toca el tema que más le interesa y que, por lo general, le ha caracterizado: Gustavo Hernández con "La educación para los medios en Venezuela"; José Ignacio Rey con "Posibilidad ética y viabilidad democrática"; Jesús María Aguirre con "Crisis de identidad y distanciamiento de la ideología profesional del comunicador social"; Francisco Tremonti con "Información y comunicación en la era de la oralidad secundaria" y Marcelino Bisbal junto a Pasquale Nicodemo con "Las prácticas sociales como prácticas culturales"

Desde 1980 entraron a conformar el equipo:

- * Berta Brito (UCV- periodista)
- * Gustavo Hernández (UCV- ININCO)
- * Maritza Guaderrama (UCAB)
- * Carolina Oteyza (UCAB) Profesora.
- * Carlos Correa (UCAB) Comunicador- Director
- * Mauricio Hernández (UCV) Profesor
- * Marta Aguirre (UCV) Comunicadora (3 años)
- * Juan Barreto (UCV) Estuvo de prueba.
- * Alberto Barrera (UCAB) Estuvo de prueba.
- * Andrés Cañizales (UCAB) Periodista.
- * Rosamelia Gil (UCAB)
- * Elsa Pilatos (UCAB)

Hoy día el Equipo Comunicación está integrado por: Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Francisco Tremonti, Gustavo Hernández, Carlos Correa, Andrés Cañizales y Elsa Pilatos. Otros autores que, a parte de los tradicionales, han escrito más para los números recientes (desde el N° 82 al N° 100) son:

- *Andrés Cañizales: Este miembro del equipo escribió 4 artículos para la revista relacionados con la radio, después del N° 82. En 1991 ya había colaborado con un estudio, realizado con Carlos Correa.
- * Carlos Delgado Flores: Escribió 4 artículos después del N° 82 al N° 100.
- * Carlos Eduardo Colina: Escribió 3 artículos, entre el N° 82 y el N° 100. Aunque anteriormente escribió 2: uno relacionado con tecnología, informática y niños, en 1985; y en 1992, otro acerca de comunicación, ecología y cultura.

Cuando una persona ligada al mundo de la comunicación desea participar en la revista, se le invita a colaborar durante un año. Período en el que se evalúa su asistencia, participación y colaboración en el equipo sin aparecer como miembro del Comité de Redacción. Una vez que el individuo cuenta con la aprobación unánime pasa a formar parte del equipo y cuenta con el crédito dentro de la revista. La condición básica es la de compartir los valores, que favorezcan la democratización de los procesos comunicativos.

Segunda Parte: Comunicación, sus temas, su proyección.

CAPÍTULO III: Comunicación y Análisis.

III.1. Comunicación y Análisis (el método)

Para poder realizar un estudio de los primeros 100 números de la revista *Comunicación*, realizamos un primer acercamiento desde la óptica de diversos autores e investigadores del área de la comunicación. Para ello, ubicamos artículos o estudios en los que se hablaba de ésta en particular o en los que se le incluía. Sin embargo, la verdadera información vendría de la misma revista. Así que ubicamos los listados de descriptores temáticos y por autor que en varios números ha dado a conocer esta publicación.

Mediante la sumatoria de la información que clasificamos y cuantificamos en cada listado, pudimos determinar los temas principales de la revista mediante los descriptores temáticos que más se repetían, tanto para *Comunicación* como para el Equipo Comunicación, e igualmente las principales temáticas de los 10 autores que más escribieron para esta publicación. Igualmente determinamos los temas que más trataron, cada uno, de estos estudiosos.

No obstante, fue necesario realizar un recorrido por los primeros cien números de la revista, para conocer su historia, características, cambios, posturas (en la presentación -a veces editorializantes-, artículos y estudios del Equipo Comunicación), tendencias investigativas y un seguimiento a sus 10 más importantes autores.

Para reconstruir la historia y antecedentes de Comunicación, así como para conocer y aclarar dudas acerca de sus tendencias investigativas e ideología, ubicamos informes del desaparecido Centro Pellín y otros de la misma Compañía de Jesús. Igualmente realizamos entrevistas a ocho de los diez principales autores: Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Francisco Tremonti, Gustavo Hernández, Sebastián De La Nuez, José Martínez Terreo y César Miguel Rondón. No fue posible tener un encuentro con Berta Brito, en vista de su retiro del mundo de la comunicología y del desconocimiento de su paradero en el estado Mérida. Reunirse con Carlos Correa resultó también imposible, debido a sus múltiples intereses y

ocupaciones. A pesar de ello, y con la información recopilada, realizamos análisis de sus respectivos escritos para la revista.

Los análisis o interpretaciones se dividieron en tres categorías: la revista Comunicación, los 10 principales autores de *Comunicación* y el Equipo Comunicación. Para ello fue necesario la elaboración de tablas que permitieran ubicar la posición o ranking de los autores o descriptores temático, éstos últimos (descriptores y autores) y la frecuencia –número de veces que aparece el descriptor temático, es decir, el puntaje.

Por ejemplo:

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	PODER POLÍTICO	68
2	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	65
3	TELEVISIÓN	62

Para la intrepretación o análisis de los resultados de los descriptores temáticos para los autores y el Equipo Comunicación, fuimos reseñando los artículos o estudios que los contienen —con su ubicación en la revista- y especificando si esos escritos tenían otro(s) descriptor(es). Por ejemplo:

En relación a IDEOLOGÍA, uno de los dos temas que ocupa el segundo lugar para Jesús María Aguirre, se encuentran los siguientes trabajos:

"Análisis Ideológico y Semiología Crítica" (N° 1- marzo 1975 / pp. 4-8)
 Otros descriptores: ANÁLISIS ESTRUCTURAL; SEMIOLOGÍA; CLASE SOCIAL
 Los procesos comunicativos y culturales no sólo pueden analizarse en términos de difusión y el consumo de bienes culturales sino sobre la base de los grupos incertados en el proceso.

En torno al resumen que se presenta en este ejemplo, es importante explicar que la inclusión del mismo busca dar a conocer las ideas de los autores o del Equipo Comunicación. Así mismo para que sirva de ayuda a estudiantes e investigadores o de base para un estudio más profundo acerca de la evolución en los temas de la revista o acerca de algún miembro del equipo. Si bien estos análisis —y el recorrido por la revista- podrían considerarse un compendio de *Comunicación* y sus 10 principales autores.

III.2. Nuestra lectura de Comunicación

III.2.1.Comunicación y sus temas (balance general)

Para conocer los principales temas que manejó la revista *Comunicación* en sus primeros cien números, nos remitimos a los índices publicados desde el N° 81 hasta incluir el contenido del N° 100 y sumamos las categorías de autor y descriptores temáticos. En estos índices se ingresan cada uno de los artículos o estudios publicados en la revista con sus respectivos datos (autor, N° de la revista y página en la que se encuentran, descriptores temáticos –previamente determinados en la biblioteca del Centro Gumilla- que dan a conocer los tópicos que trata cada uno de éstos de forma general) y los escritos que corresponden a cada autor (lo que permite conocer cuál de ellos ha escrito más para la revista). A continuación, el fruto de nuestro trabajo:

Tabla de principales descriptores temáticos de la revista Comunicación

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	PODER POLÍTICO	68
2	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	65
3	TELEVISIÓN	62
4	CINE ·	60
5	INVESTIGACIÓN	56
6	CULTURA	48
7	COMUNICACIÓN	38
8	TECNOLOGÍA	37
9	ANÁLISIS DE CONTENIDO	35
10	LEGISLACIÓN	35
11	PROPAGANDA POLÍTICA	35
12	MEDIO DE COMUNICACIÓN DE MASA	30
13	ASPECTO ECONÓMICO	29

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
14	IDEOLOGÍA	28
15	PRENSA	28
16	RADIO	28
17	INDUSTRIA CULTURAL	27
18	PUBLICIDAD	24
19	COMUNICACIÓN ALTERNATIVA	22
20	PERIODISTAS	22
21	JOVEN	20
22	NUEVAS TECNOLOGÍAS	20
23	HISTORIA	19
24	INFORMACIÓN	19
25	PROFESIÓN	19
26	UNIVERSIDAD	19
27	HUMORISMO	18
28	MÚSICA	18
29	EDUCACIÓN	17
30	TELECOMUNICACIONES	17
31	LIBERTAD DE EXPRESIÓN	16
32	AGENCIA DE NOTICIAS	15
33	ÉTICA	15
34	RELIGIÓN	15
35	MUJER	15
36	TELENOVELA	15
37	IDENTIDAD	14
38	MONOPOLIO	14
39	RADIODIFUSIÓN	14
40	SEMIOLOGÍA	14
41	CNP	13

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
42	COMUNICACIÓN POPULAR	13
43	MERCADO	13
44	NIÑO	13
45	FORMACIÓN PROFESIONAL	12
46	PROGRAMA DE TV	12
47	TIRA CÓMICA	12
48	ECOLOGÍA	11
49	ENCUESTA	11
50	ESCUELA	10
51	DEMOCRACIA	10
52	ESCUELA	10
53	PROVINCIA	10

El descriptor PODER POLÍTICO resultó ser el principal en los primeros 100 números de la Revista Comunicación, es decir, que en los diferentes artículos de esta publicación, fue el tema más tratado en 68 oportunidades. Le siguen POLÍTICA DE COMUNICACIÓN con 65 repeticiones, TELEVISIÓN con 62, CINE con 60, INVESTIGACIÓN con 56, CULTURA (48), COMUNICACIÓN (38), TECNOLOGÍA (37), ANÁLISIS DE CONTENIDO (35), LEGISLACIÓN (35) y PROPAGANDA POLÍTICA (35).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASA se presentó 30 veces como descriptor, le sigue ASPECTO ECONÓMICO con 29 números. De la posición décimo segunda a la vigésimo séptima se encuentran: IDEOLOGÍA (28), PRENSA (28), RADIO (28), INDUSTRIA CULTURAL (27), PUBLICIDAD (24), COMUNICACIÓN ALTERNATIVA (22), PERIODISTAS (22), JOVEN (20), NUEVAS TECNOLOGÍAS (20), HISTORIA (19), INFORMACIÓN (19), PROFESIÓN (19), UNIVERSIDAD (19), HUMORISMO (18), MÚSICA (18), EDUCACIÓN (17), TELECOMUNICACIONES (17), LIBERTAD DE EXPRESIÓN (16), AGENCIA DE NOTICIAS (15), ÉTICA (15) MUJER (15),

RELIGIÓN (15), TELENOVELA (15), IDENTIDAD (14), MONOPOLIO (14), RADIODIFUSIÓN (14), SEMIOLOGÍA (14), CNP (13), COMUNICACIÓN POPULAR (13), MERCADO (13), NIÑO (13), FORMACIÓN PROFESIONAL (12), PROGRAMA DE TV (12), TIRA CÓMICA (12), ECOLOGÍA (11), ENCUESTA (11), ESCUELA (10), DEMOCRACIA (10), IGLESIA (10) y PROVINCIA (10).

III.2.2.Comunicación y temáticas de los integrantes de su equipo (análisis)

Los autores más importantes de *Comunicación* se determinaron por la mayor cantidad de trabajos publicados en la revista. Ellos resultaron ser integrantes del Equipo Comunicación, bien desde su fundación o en alguna etapa de esta publicación.

Tabla de autores principales de la revista Comunicación

Posición (ranking)/Autor	N° de escritos	
1- Jesús María Aguirre	58	
2- Marcelino Bisbal	47	
3- José Ignacio Rey	30	
4- Francisco Tremonti	17	
5- Berta Brito	15	
6- Sebastián de la Nuez	15	
7- Gustavo Hernández	13	
8- César Miguel Rondón	12	
9- José Martínez Terrero	11	
10- Carlos Correa	07	

*Jesús María Aguirre

Como pudimos observar en la tabla anterior este investigador ocupa la primera posición, al destacarse con 58 trabajos publicados en la revista *Comunicación*. Este integrante del Equipo Comunicación desde su fundación ha manejado una gran variedad de temáticas. Sin embargo, damos a conocer los 17 primeros descriptores temáticos y en el posterior análisis sólo son considerados los cuatro más importantes, en vista de la cantidad de escritos que los contienen.

Tabla de temas principales tratados por Jesús María Aguirre

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	INVESTIGACIÓN	9
2	IDEOLOGÍA	7
3	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	7
4	ANÁLISIS DE CONTENIDO	5
5	CINE	5
6	CULTURA	5
7	ENCUESTA	5
8	PROPAGANDA POLÍTICA	5
9	RELIGIÓN	5
10	ASPECTO ECONÓMICO	4
11	TELEVISIÓN	4
12	ANÁLISIS ESTRUCTURAL	3
13	IGLESIA	3
14	LEGISLACIÓN	3
15	MONOPOLIO	3
16	NIÑO	3
17	POLÍTICA	3

Para el autor, al cual corresponde el primer lugar en artículos publicados en la Revista Comunicación, Jesús María Aguirre, INVESTIGACIÓN es su principal descriptor con 9 puntos. Siguiéndole IDEOLOGÍA y POLÍTICA DE COMUNICACIÓN, ambos con 7 puntos, en el segundo lugar. Por su parte, al ANÁLISIS DE CONTENIDO, le corresponde el tercer puesto con un puntaje de 6.

Para los temas: CINE, CULTURA, ENCUESTA, PROPAGANDA POLÍTICA y RELIGIÓN, con 4 repeticiones para cada uno, está la cuarta posición. Mientras que ASPECTO ECONÓMICO y TELEVISIÓN, ambos con 4 puntos se

encuentran en el quinto lugar. Por su parte ANÁLISIS ESTRUCTURAL, IGLESIA, LEGISLACIÓN, MONOPOLIO, NIÑO y POLÍTICA están de sexto lugar de importancia, en cuanto a los temas tratados por Jesús María Aguirre. Los otros descriptores, considerados en una o dos oportunidades y que no han sido reseñados en vista de su gran variedad, demuestran el profundo interés y experticia de este investigador en el área de la comunicación y de otras que se interrelacionan con ella.

INVESTIGACIÓN, en el primer peldaño está contenido en los artículos que se mencionan a continuación:

• "Tendencias en los estudios latinoamericanos en el análisis de los medios masivos" (N° 7- abril 1976/ pp. 49-61)

Hace un recorrido histórico- teórico desde los años 50, deteniéndose especialmente en la región latinoamericana.

• "McLuhan y el Macluhanismo" (N° 8- junio 197 / pp. 64-76)

Si para McLuhan la cultura es su negocio, para los comerciantes de la industria cultural, el negocio es su cultura. Como el orden de los factores no altera las máximas ganancias McLuhan y los mercaderes se han ensamblado en un único negocio.

McLuhan utiliza indistintamente los términos cultura de masas, con cultura popular y cultura tecnológica en un juego intelectual rentable, ya que sus libros son best-sellers (difusión consumo masivo) de teorías en comunicación.

El término cultura de masas es una trampa ideológica que esconde las implicaciones de la "industria cultural" Profetiza una democracia informativa basada en la tecnocracia, presumiendo que no existen conflictos y que las nuevas modalidades técnicas supondrán nuevas formas políticas. Industria cultural manipuladora de la opinión pública. McLuhan más que un profeta es un brujo "pues sin ningún análisis crítico de las realidades del presente se pierde en brumas futurológicas mágicamente logrables"

"No es casual que haya contado con mucho más adictos entre los empresarios privados y estudiantes conformistas mantenedores del status quo, que entre científicos sociales y estudiantes deseosos de un cambio social. Desconocimiento de McLuhan

de la obra de Marx"

Generalmente, el profesor Jesús María Aguirre tiene una posición muy neutralobjetiva (ve las cosas desde distintos puntos de vista, de un modo muy realista y
respetuoso). El mismo señala que tiende "a ser puente entre posiciones distantes"
(Entrevista a Jesús María Aguirre. Ver anexos). En sus escritos pocas veces se
observa una posición tan fuerte y contraria como la que demuestra en ésta (más
adelante veremos un actitud similar en un trabajo sobre el caso de la población de
El Amparo). Al respecto, en la entrevista que sostuviéramos, nos dijo lo siguiente:
"En ese momento de transformaciones me pareció nefasto que McLuhan colocara
la atención netamente en lo tecnológico" (Ibidem).

- "Investigaciones el sector Privado sobre Medios Masivos en Venezuela" (N° 15/ pp 29-42)
- "Evolución de las Investigaciones sobre el Niño y los Medios de Comunicación" (N° 21/ pp 65-69)

Otro descriptor: NIÑO

- "Evolución de las Investigaciones sobre el niño y los medios de comunicación social en Venezuela" (N° 21/ pp. 65-95)
- $\bullet\,\,\,$ "El CONAC en la encrucijada cultural venezolana" (N° 2- mayo 1975/ pp. 28-40) Otro descriptor: CONAC

En relación a IDEOLOGÍA, uno de los dos temas que ocupa el segundo lugar, Jesús María Aguirre escribe:

- "Análisis Ideológico y Semiología Crítica" (N° 1- marzo 1975 / pp. 4-8)
 Otros descriptores: ANÁLISIS ESTRUCTURAL; SEMIOLOGÍA; CLASE SOCIAL
- 1- Los procesos comunicativos y culturales no sólo pueden analizarse en términos de difusión y el consumo de bienes culturales sino sobre la base de los grupos incertados en el proceso.
- 2- La categoría básica para el análisis de la cultura y la comunicación es la ideología, concentrándose en las condiciones de producción de una modalidad específica de manifestación ideológica y de cómo se refleja en esos productos.

- 3- Cómo se constituyen los bienes culturales en cuanto a mercancías y sus consumidores.
- "La cultura como proyecto histórico" (N° 2- mayo 1975/ pp. 4-10)
 Habla acerca de un proyecto de integración cultural.
- "Comunicación Ideológica y la Formación Crítica de la Conciencia de Clase" (N° 28-29/ pp. 9-21)

Otros descriptores: ANÁLISIS ESTRUCTURAL; CLASE SOCIAL

"La formación crítica de conciencia de clase es un proceso solidario de las transformaciones, es decir, de la propiedad privada de los medios de producción a la propiedad social y del poder tecnócrata o burocrático al poder autogestionado"

"La Inducción de Tecnologías de difusión masiva en Venezuela" (N° 33-34/ pp. 28-46)

Otro descriptor: TECNOLOGÍA

Aunque proponen como modelo a Estados Unidos y Japón, no hay modelos provenientes de países socialistas. Hay desconfianza en los Recursos Humanos nacionales y capacidad creativa del país. Los empresarios destacan las ventajas del uso y no el costo social, como si las tecnologías fueran una panacea para el progreso y la felicidad humana. Ocultando, de esa manera, sus posibles disfunciones: la pseudo participación y el universalismo.

- "Humor Ideológico y Humor Utópico" (N° 38/ pp. 5-14)
 Otro descriptor: HUMOR
- "Las representaciones sociales y su configuración narrativa: la configuración de los agentes" (parte I) (N° 82/ pp. 62-69)

Otros descriptores: TEORÍA SOCIAL; COMUNICACIÓN; MEDIACIONES

POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN se encuentra contenido en los siguientes trabajos de Jesús María Aguirre:

• "Prensa: El Ensayo Peruano" (N° 5- diciembre 1975 / pp. 31- 40)

La dictadura militar peruana y su posición en torno a los diarios, las leyes promulgadas, la expropiación a las oligarquías y la entrega a diversas organizaciones y el proceso de elección popular de los directivos de la prensa.

- "Algunos comentarios sobre el III Encuentro nacional de Investigadores de la Comunicación" (N° 10-11/ pp. 44-55) (autoría compartida con Rey)
 Otros descriptores: COMUNICACIÓN; AVIC
- "Proyecto Ratelve" (N° 17- marzo 1978/ pp 69-83)

Otro descriptor: PLANIFICACIÓN

Este proyecto es considerado un diseño para una nueva Política de Radiodifusión y ésta se entiende como: cualquier servicio de radio y televisión, tanto público como privado, destinado a ser recibido por el público en general. Por tanto, importante para el desarrollo y debe adecuarse a las necesidades nacionales. Teniendo en cuenta que la comunicación social no es una rama de la industria publicitaria y que es preciso garantizar un régimen mixto-auténtico.

 "La Galaxia sin ley: Mitos y Realidades de la Desregulación Comunicacional" (N° 61/ pp. 5-23)

Otros descriptores: LEGISLACIÓN; NUEVAS TECNOLOGÍAS

Es la hora de comenzar a construir más lenta y esforzadamente tres equilibrios para un desarrollo armonioso de nuestro país, basado en una gerencia soberana: primero el equilibrio entre los mercado nacionales e internacionales con cierta protección de las industrias nacionales; segundo, el equilibrio entre concentración y pluralismo que balancee el pluralismo de las empresas sin monopolios exclusivos; y, por fin, tercero, el equilibrio entre los sectores público y privado que garantice la creatividad y los valores propios de Venezuela y Latinoamérica.

Para el padre Jesús María Aguirre el ANÁLISIS DE CONTENIDO se encuentra en los siguientes trabajos:

"El mundo de Charlie Brown Análisis psicológico de sus personajes" (N° 9/ pp.
 25-27) (autoría compartida con Bisbal)

Otro descriptor: TIRA CÓMICA

• "Juicio a Mafalda" (N° 9/ pp47-57) (autoría compartida con Bisbal)

Otros descriptores: TIRA CÓMICA; COMIC

Por muy cuestionadora que sea, Mafalda no cuestiona el modelo económico vigente sino que lo acepta.

• "Distorsión Informativa sobre el sector Popular de Catia" (1967-1968) (N° 12-febrero 1977 / pp 70-87)

Otros descriptores: PRENSA; ESTEREOTIPOS

Estereotipos en los diarios *El Universal, El Nacional* y *La Religión* hacia el sector de Catia- distorsión informativa.

• "La Conferencia de Puebla en los Cables Internacionales: El caso venezolano" (N° 24/ pp. 23-69)

Otros descriptores: RELIGIÓN; AGENCIA DE NOTICIAS

Mediación de agencias internacionales y desaciertos en las políticas comunicacionales de la Iglesia. Falta de análisis del flujo informativo imperante en Latinoamérica y un temor pueril que la misma Conferencia de Puebla menciona en su documento final: "El temor del marxismo impide a muchos enfrentar la realidad opresiva del capitalismo liberal", y entre estos "muchos " estaba la mayor parte de los informantes de la III Conferencia (...) Por eso mientras el pueblo latinoamericano no vea "nuevos signos" de la Iglesia y no oiga mejores noticias, la II Conferencia de Puebla seguirá siendo una "mala noticia", para las mayorías pobres, informadas por los dueños de este mundo".

• "Tendencias actuales en el Cine Venezolano" (N° 27/ pp. 5-14)

Otros descriptores: CINE; SOCIOLOGÍA

Tipología del Cine venezolano desde 1974 a 1979. Debido al último importante financiamiento por parte del Estado su futuro es prometedor.

• "De la Religión Espectacular al Espectáculo Religioso" (N° 49-50 / pp. 93-109) Otros descriptores: RELIGIÓN; IGLESIA

El éxito de la venida del Papa a Venezuela no sólo puso de manifiesto la capacidad de convocatoria de la Iglesia Católica, sino la influencia del catolicismo cultural, apoyado y puesto al servicio de la alianza de los partidos políticos, Fedecámaras y los

medios de comunicación.

El tratamiento de los medios televisivos, radial y disquero, medios impresos, revistas mantuvo a los venezolanos dentro una disfunción narcotizante. "Estos nos mostraron casi en forma cautiva un sueño en el que parecía que todos éramos hermanos: las 500 familias que guardan materialísticamente los 35 mil millones de dólares en el exterior, el millón de desempleados que esperan la reactivación de la economía, los 240 mil obreros que ganan menos de Bs. 900 mensuales, los huelguistas de Hevensa en espera de una sentencia indefinida, los habitantes de los cerros sin habilitación para vivienda (...) todos confundidos alrededor de una mesa común, fundidos en un abrazo de paz. Pero se marchó el "Amigo" y han avisado que el programa ya ha terminado. Ahora cada uno vuelve a su puesto, respetando los dispositivos de seguridad.

El año 1985 será muy propicio para revelar y discernir las religiones que sirven para disfrazar y las que sirven para revelar, las que se utilizan para esclavizar y las que convocan para liberar"

En este artículo podemos ver un jesuita con fuerte simpatía por la Teología de la Liberación, haciendo serios cuestionamientos a la Jerarquía de la Iglesia Católica. Su acercamiento a esta corriente latinoamericana lo realizó durante los años que vivió en Lima- Perú (1972) y a su regreso a Venezuela compartió estas ideas con sus compañeros del Centro Pellín, también simpatizantes de esta tendencia.

"La Violencia Programada en Televisión y su Influencia en los Niños" (N° 4/ pp. 11-30)

Otros descriptores: EFECTO; NIÑO; TELEVISIÓN

En los tele-filmes estadounidenses uno de cada 5 personas principales es un asesino. En los programas de tv el crimen es 22 veces más frecuente que en la vida real. Series en la que los fines socialmente aprobados son alcanzados por medio que la sociedad reprueba. Se induce a la solución de los conflictos mediante la violencia, insensibilizando a nuestros niños ante el dolor humano. Consecuencias potenciales o reales de los mensajes violentos para nuestros hijos. Advierte contra el adultismo en

los niños, pues los hace sentir terror ante la vida. Violencia contenida en los dibujos animados estadounidenses y en los japoneses que son más violentos ("Mazinger Z").

"El Amparo: la Subversión discursiva de la verdad" (N° 66/ pp. 5-22)
 Otros descriptores: SEMIOLOGÍA; POLÍTICA

El caso de la masacre de 14 pescadores en El Amparo transparenta algunas estrategias discursivas de carácter totalitario entre el poder y los ciudadanos, ya que fue un proceso largo en el que intervinieron la mayor parte de los actores sociales significativos. "La parodia de justicia concluye con la liberación de los 19 funcionarios y la invitación de la abogada Darcy Rosales para rendirles "homenaje a esos efectivos militares, a esos funcionarios policiales, injustamente detenidos por el Consejo de Guerra". La táctica de señalar en la primera frase a todos culpables y ahora a todos sin responsabilidades, deja abierta una coartada de apariencia democrática para imponer una seudo-verdad negociada desde el poder.

La estrategia global del poder, aun en condiciones democráticas, y más si éstas están en crisis, tiende hacia el totalitarismo informativo por la vía de la violencia simbólica impuesta a los medios masivos, y, en general, a las comunicaciones públicas. Su lógica argumentativa confunde los juicios de interés derivados de posiciones distintas (privadas y públicas, institucionales y estatales). Toda información que cuestione los abusos de poder de un funcionario o un grupo de ellos, es calificado de atentatorio contra el honor debido a las Fuerzas Armadas y a los Cuerpos de Seguridad y de traición contra la Patria. Más aun es una subversión legal que desestabiliza el sistema democrático.

Al preguntarle a este autor sobre su posición tan firme en esta estudio nos señaló: "Lo religioso inspira y motiva la forma de ser comunicador (...) en el caso de El Amparo había que desenmascarar cómo se maneja el poder de la información. Fue una manipulación tan descarada, oye, como si nosotros fuéramos tontos, como si no nos hubiésemos dado cuenta de todo cuanto estaba ocurriendo" (Entrevista a Jesús María Aguirre. Ver anexos).

En cuanto a CINE, este comunicólogo escribe lo siguiente:

- "Hacia un cine industrial venezolano" (N° 6- febrero 1976/ pp. 33-44) Historia del cine venezolano, hace énfasis al final en el cine comercial.
- "Manuel ante el Poder Eclesiástico (Confesiones del cineasta Alfredo J. Anzola)"
 (N° 40/ pp.45-52)

Otros descriptores: LIBERTAD DE EXPRESIÓN; IGLESIA; CENSURA

Se reconstruyen los hechos para ver qué ocurrió con la censura de la película Manuel (un cura que se enamora de una mujer casada cuando llega a un pueblo de oriente y que defiende los derechos de los pescadores) y las presiones recibidas por miembros de la Iglesia, gobierno, prensa, comunidad de beatas.

Asombra el modo tan neutral, incluso "distante", como Jesús María Aguirre realiza esta entrevista sobre un tema tan álgido y en el que la Iglesia tomó una postura contraria, cuando él mismo es un sacerdote católico.

El descriptor PROPAGANDA POLÍTICA está contenido en:

• "Crónicas de Algunas Encuestas Preelectorales (1976-1977)" (N° 16- noviembre 1977/ pp. 58-75)

Otro descriptor: ENCUESTA

• "Campañas Electorales y Partidos de Masas" (N° 16- noviembre 1977/ pp. 89- 107)

Otro descriptor: ASPECTO POLÍTICO

Evolución de las campañas electorales y decadencia de los partidos de masas en el mundo desde los años 50.

• "Resultados y Gastos Electorales: Resumen Estadístico" (N° 44/ pp. 102-107) Otros descriptores: ENCUESTA; ASPECTO ECONÓMICO

Otro escrito del comunicador Jesús María Aguirre con el descriptor ENCUESTA es:

• "Encuesta de Opinión sobre los Medios de Comunicación en el Estallido de

Febrero de 1989" (pp. 26-62)

Otros descriptores: OPINIÓN PÚBLICA; MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Estos resultados y la posterior publicación en la prensa nacional de estudios de opinión respecto del 27-F, donde se magnifican al Presidente de la República y al ministro de la defensa, sin considerar datos críticos de actuaciones de las Fuerzas Armadas, partidos políticos y Fedecámaras demuestra que el manejo de los resultados de la opinión pública se ha convertido en otro espacio estratégico de la lucha de la legitimación de las acciones económico-políticas y que la falta de transparencia en los procedimientos de investigación y su lógica no tienen cabida, ya que estas técnicas quedan supeditadas a las estrategias de poder.

Con respecto a TELEVISIÓN los artículos están a continuación:

"Tendencias de la experimentación Latinoamericana en teleducación" (N° 13/ pp. 93-99)

Otro descriptor: TELE-ENSEÑANZA

• "Celebrando los 25 años de la TV Venezolana" (N° 17/ pp. 52-68)

Otro descriptor: HISTORIA

Deficiencias de la programación, dependencia cultural, el sensacionalismo es el impuesto por el raiting y el consumismo es estimulado por la publicidad compulsiva.

ANÁLISIS ESTRUCTURAL es un descriptor que contiene el siguiente escrito:

• "El Mito de Bolívar y su Función Política" (N° 41-42/ pp. 6-22)

Otro descriptor: MITO; POLÍTICA

Bolívar visto desde por personalidades con modelos socialcristiano, marxista y liberal

El MONOPOLIO está considerado en el siguiente escrito:

 "Penetración de las Transnacionales de la Información en la Prensa de América Latina" (N° 18/ pp. 28-40)

Otros descriptores: AGENCIA DE NOTICIAS; CIRCULACIÓN DE LA

INFORMACIÓN; PRENSA

"Un Hearts Latinoamericano: El Bloque de Armas" (N° 30-31/ pp. 61-64)
 Otro descriptor: CONCENTRACIÓN ECONÓMICA

Reseña histórica de cómo la televisión americana entra a Latinoamérica. La Editorial del Bloque De Armas para Venezuela y toda América.

El descriptor NIÑO está en sus siguientes escritos:

• "Los Niños Terribles" (N° 9/ pp. 22-24)

Los niños personajes de comics, desde Yellow Kid de Richard Felton Outcault, hasta la pequeña Lulú, Mafalda y Charlie Brown.

Algunos trabajos que ha realizado Jesús María Aguirre con respecto a los periodistas son los siguientes:

 "Perfiles Profesionales y Figuras Emergentes en Comunicación Social" (N° 69 / pp. 64-73) (autoría compartida con Emilio Píriz Pérez)

Otros descriptores: PERIODISMO; PROFESIÓN; ESCUELA; UNIVERSIDAD

"Perfil de los egresados de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.
 Período 1965-1986"

Otros descriptores: PROFESIÓN; ESCUELA; PERIODISMO; UNIVERSIDAD

• "Crisis de identidad y distanciamiento de la ideología profesional del comunicador social" (N° 100/pp. 16-23)

Otros descriptores: PROFESIÓN; IDENTIDAD

¿Qué dicen otros autores de *Comunicación* de Jesús María Aguirre y su aporte a la revista?

- Marcelino Bisbal: "Del contacto con Jesús María Aguirre aprendí la tolerancia y a ser un poco más flexible" (Entrevista a Marcelino Bisbal. Ver anexos).
- Sebastián de la Nuez: "Aguirre es la percepción realista del desarrollo de la
 Comunicación a mediano y largo plazo. Por eso está asimilado completamente a las nuevas tecnologías. Es la mayor fuente de datos en materia de comunicación en

general y en materia de ubicación de trabajos" (Entrevista a Sebastián de la Nuez. Ver anexos).

 José Martínez Terrero: "Aguirre tienen un enfoque abierto a nuevas teorías de comunicación, es muy documentado y bien fundamentado teóricamente" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos)

*Marcelino Bisbal.

Este comunicólogo ocupa el segundo peldaño en mayor producción para la revista *Comunicación*. Los descriptores temáticos que consideramos para el análisis de su obra en la revista son los primeros 14 que, por razones de empate, llegan hasta la quinta posición.

Tabla de temas principales tratados por Marcelino Bisbal

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	PRENSA	8
2	SEMIOLOGÍA	6
3	INVESTIGACIÓN	5
3	PUBLICIDAD	5
4	TELEVISIÓN	4
4	RADIO	4
5	AGENCIAS DE NOTICIAS	3
5	ANÁLISIS DE CONTENIDO	3
5	CINE	3
5	CULTURA	3
5	INDUSTRIA CULTURAL	3
5	LEGISLACIÓN	3
5	POLÍTICA	3
5	PROPAGANDA POLÍTICA	3

La PRENSA resultó ser el tema más tratado por este autor venezolano (nacido en Logroño-España) en sus artículos y/o estudios, acumulando 8 puntos. Por su parte, SEMIOLOGÍA ocupó la segunda posición con 6 puntos. Mientras que INVESTIGACIÓN, PUBLICIDAD y TELEVISIÓN, con 5 puntos, se encuentran en el tercer lugar.

La cuarta posición la comparten los descriptores temáticos TELEVISIÓN y RADIO con un puntaje de 4 cada uno. Finalmente los temas sobre AGENCIA DE NOTICIAS, ANÁLISIS DE CONTENIDO, CINE, CULTURA, INDUSTRIA CULTURAL, LEGISLACIÓN, POLÍTICA y PROPAGANDA POLÍTICA ocupan el puesto quinto, cada uno de ellos, con 3 puntos.

El principal descriptor de Marcelino Bisbal, PRENSA, coincide perfectamente con sus intereses iniciales: "Siempre sentí atracción por la Comunicación, más por el mundo periodístico que como planteamiento teórico. Mi idea era completar la comunicación con el extensionismo o difusionismo agrícola, pero finalmente me atrapó el mundo de la comunicación y allí seguí" (Entrevista a Marcelino Bisbal. Ver anexos) comenta este investigador, quien antes de ingresar a la UCAB en la Escuela Comunicación Social, estudiara hasta cuarto año Agronomía en la UCV- Maracay, y que por el cese universitario en el primer gobierno de Caldera decidiera probar suerte en el área comunicacional.

En la UCAB conoce a José Ignacio Rey, Sebastián de la Nuez y César Miguel Rondón. Comienza a trabajar en el ministerio de información y turismo e ingresa al Centro Jesús María Pellín -primer editor de *Comunicación*-. En 1976 realiza un curso de especialización- actualización sobre Semiología, mientras que para los años 1979 y 1989 obtiene el Premio Nacional de Periodismo, mención Investigación y mención Docencia e Investigación, respectivamente, entre otros galardones recibidos. Es profesor de las Escuelas de Comunicación Social de la UCAB y UCV (desde 1979). Fue de 1987 a 1990 director de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y director de la revista *Comunicación* desde 1996. En 1998 culminó sus estudios de quinto nivel, siendo actualmente candidato a Doctor en Ciencias Sociales (UCV) con

la tesis Comunicación y cultura de masas en el contexto post-moderno o la televisión como exigencia en la configuración de imaginarios cotidianos.

"De mi trayectoria académica lo más relevante ha sido ser fundador y mantenerme en la revista *Comunicación*. Eso me ha dejado muchísimo y lo sigo valorando; lo que soy lo debo realmente a la revista y al equipo (...) yo diría que la amistad es lo que motiva" (Ibidem). Otro de los logros importantes para este comunicólogo, es haber entrado como docente por concurso a la UCV, a pesar de provenir de una universidad distinta (UCAB).

Los escritos que incluyen PRENSA son los que presentamos a continuación:

"La Voz de Catia (análisis formal de un nuevo diario)" (N° 12- febrero 1977/ pp. 35-44)

Otro descriptor: ANÁLISIS DE CONTENIDO

 "Penetración de las transnacionales de la información en la prensa de América Latina" (N° 18- agosto 1978/ pp. 28-40)

Otros descriptores: AGENCIA DE NOTICIAS; CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

"Estrategia electoral en al prensa venezolana" (N° 19-20- octubre 1978/ pp. 22.40)

Otro descriptor: POLÍTICA

La publicidad generada por los partidos políticos y las informaciones aparecidas en los diarios sobre los candidatos del AD, COPEI Y MAS como si fueran los únicos en aspirar a la primera magistratura y el congreso nacional.

• "La Comunicación Impresa en América Latina - diagnóstico de su infraestructura-" (N° 25-26- diciembre 19179-enero 1980/ pp. 6-15)

El Grupo Hearst y sus actividades a través de diferentes medios directamente o a través de filiales en América Latina; Western Publishing Co y Walt Disney.

 "Sobre la Prensa de Provincia en Venezuela. (Hacia el diagnóstico de un grave problema)" (N° 14- junio 1977/ pp. 31-55) Otros descriptores: ANÁLISIS DE CONTENIDO; PROVINCIA

Con respecto al descriptor SEMIOLOGÍA, Marcelino Bisbal realiza los siguientes estudios y artículos:

 "Lenguaje Ideológico de los Medios de Comunicación Social" (N°1- marzo 1975/ pp. 9-13)

Otros descriptores: ANÁLISIS ESTRUCTURAL; IDEOLOGÍA

Los medios de comunicación social se dedican a producir mercancía (mensajes) destinados al consumo masivo para formar al público ideológicamente dotándolo con imágenes, ídolos, creencias, representaciones para defender un sistema estructural dado.

La comunicación es producto de un trabajo social, que resulta de una práctica que opera dentro de la sociedad, del mismo modo en que esta produce bienes en el plano económico y produce instituciones en el plano político. Mientras Teodor W. Adorno habla de Industria Cultural, Ludovico Silva la denomina Industria Ideológica.

• "Análisis de la Imagen Publicitaria" (N° 3- julio 1975 / pp. 35-49)

Otro descriptor: PUBLICIDAD

Los medios de control ideológico se han ampliado con uno nuevo llamado publicidad. Explica cómo se aplican los diferentes registros verbales, visuales y el sistema de códigos con la publicidad y sociedad, y las necesidades no fisiológicas que busca satisfacer en el consumidor.

Para el tema INVESTIGACIÓN, este comunicólogo produce:

 "Alternativas para la Investigación sobre la Comunicación" (N° 7 -abril 1976 / pp. 43-49)

Las investigaciones en comunicación desde el inicio han sido de carácter descriptivo y cuantitativo en la relación de dependencia político, socioeconómico y cultural. No existe un plan metodológico de análisis y un esquema propio y previo que asegure la relación entre el mensaje producido por los grandes medios y su vinculación con

Centros Internacionales de Decisión, ya que las teorías sociales han sido difundidas en Latinoamérica por el Centro Metropolitano de poder, sobre todo en lo comunicacional donde el dominio ideológico del centro hegemónico es esencial.

"Nuestras Escuelas de Comunicación Social, también han partido, y todavía lo siguen haciendo de estas ideas iniciales, sus moldes de formación siguen apegados a esquemas tradicionales. Ellas todavía manejan la teoría y la metodología de la metrópolis como instrumento para producir un pensamiento que pretende ser crítico y transformador, pero nada más alejado de la realidad social"

• "Panorama sobre la investigación en la comunicación en América Latina" (N° 7-abril 1976/ pp. 62-76)

Hace un recuento histórico de las escuelas de investigación de la comunicación, sus enunciados, representantes y metodologías tanto en Europa, como en Estados Unidos y Latinoamérica. Hace un énfasis especial en estas últimas y sus publicaciones, representadas en el grupo de Eliseo Verón en Argentina con la revista Lenguajes y el grupo de Armand Mattelart con la revista Comunicación y Cultura.

"Pautas de análisis para los comics" (N° 9- agosto 1976/ pp. 12-21)
 Otro descriptor: COMIC

A nivel lingüístico y no verbal, los comics son un buen instrumento de ideologización para las masas, pues los leen los niños y sus padres en forma accesible, con imágenes rápidas y en sucesiva sugestión.

"Presupuestos para una investigación alternativa" (N° 29- septiembre 1980 / pp. 22-31)

Otro descriptor: COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

- Tarea crítica y permanente.
- Desarrollo de la percepción crítica a nivel popular.
- Diseño de propuestas de planificación alternativa.
- Nuevos modelos de organización de empresas comunicacionales.
- Nuevos modelos operativos de comunicación popular.
- Evaluación crítica de experiencias.

- -Articulación de las experiencias para el cambio social.
- Nueva función del investigador orgánico y militante.
- "La comunicación interrumpida" (N° 69- marzo 1990/ pp. 115-117)

Otros descriptores: COMUNICACIÓN; SOCIOLOGÍA

Para el aspecto PUBLICIDAD, Marcelino Bisbal produce los siguientes trabajos:

• "Publicidad y Ética" (N° 8- junio 1976 / pp. 44-51)

Otro descriptor: PUBLICIDAD

Se llega a considerar la publicidad como "inofensiva" cuando promueve determinados valores sociales, formas de comportamiento y modelos socioeconómicos. Mensaje publicitario como propuesta de compra, como mensaje dominante pasa a constituirse en un componente del vivir social, de naturaleza irresistible. En las técnicas publicitarias indican al lector que es lo que desean o qué es lo que debe desear (John Galbraith). Cuando en publicidad se habla de ética se refieren sólo a reglas de competencia entre ellos, pero no a la ética y al respeto que hay que tener hacia los consumidores. Saben lo que hacen, conocen las técnicas del mercado, pero el consumidor resulta marginado de este juego ¿se está creando una sociedad donde el hombre no cuenta para nada?

• "La publicidad y su internacionalización" (N° 59-60/ diciembre 1987/ pp. 16-25)

Para TELEVISIÓN la obra escrita por este investigador es la siguiente:

• "La televisión y sus públicos" (N° 17- marzo 1978- pp. 20-32)

Otro descriptor: TELEVIDENTE

Realiza un estudio que clasifica los televidentes.

 "Opinión Adulta sobre la TV Venezolana en la Opinión Pública" (N° 21- febrero 1979/ pp. 101-112)

Otro descriptor: OPINIÓN PÚBLICA

Se refiere a la violencia en la televisión e insiste en que: "Hay que enseñarle al niño a

dudar, razonar y discutir críticamente. Tarea difícil, pero la única" Reducir el tiempo de exposición a la televisión y crear actividades alternativas.

- "Aculturación en la Televisión Venezolana" (N° 53- marzo 1986/ pp. 42-59)
 Un niño a la edad de 13-14 años lleva 8 mil horas de clase y 16 mil horas de televisión, es decir, una sexta parte de su vida influido por este medio. Se dan a conocer investigaciones en Latinoamérica y Venezuela acerca de los programas que se ven y su preferencia: una gran proporción es sobre todo estadounidense.
- "Familia y televisión, un ajuste de cuentas frente a la desconfianza respecto a las capacidades del público" (N° 84/ pp. 23-27)

Otros descriptores: EFECTOS SOBRE EL PÚBLICO; FAMILIA

La cuarta posición la comparten los descriptores temáticos RADIO y TELEVISIÓN con un puntaje de 4, cada uno.

El descriptor RADIO está contenido en:

• "La frecuencia modulada, su reglamentación y la emisora Cultural de Caracas" (N° 49-50/ pp.31-52)

Otros descriptores: LEGISLACIÓN; CULTURA

• "La radio en Venezuela: ¿Hacia una estructura de concentración distinta?" (N° 74/ pp. 18-30)

Otros descriptores: RADIODIFUSIÓN; INDUSTRIA DE LA RADIO

Finalmente los temas sobre AGENCIA DE NOTICIAS, ANÁLISIS DE CONTENIDO, CINE, CULTURA, INDUSTRIA CULTURAL, LEGISLACIÓN, POLÍTICA y PROPAGANDA POLÍTICA ocupan el puesto quinto, cada uno de ellos, con 3 puntos.

Estos son los escritos en los que está contenido AGENCIA DE NOTICIAS:

• "Geopolítica de las Agencias Informativas Transnacionales" (N° 39- diciembre 1989 / pp. 18-31)

Otro descriptor: IMPERIALISMO

Expansión imperialista y expansión informativa desde finales del siglo pasado y el surgimiento de las agencias de noticias hasta hoy día (AFP, AP, REUTER y UPI)

• "Del flujo libre al Informe McBride" (N° 30-31 / pp. 41-55) Otros descriptores: UNESCO; NOMIC

Los países desarrollados especialmente EEUU aceptan que hay desequilibrio en la procedencia de transmisión de información, ya que casi el 80% de todas las informaciones que se producen en el mundo proviene de cuatro agencias internacionales UPI y AP de EEUU, AFP (Francia) y REUTER (Reino Unido); aparte de que el 70% de los programas que se transmiten en el mundo proviene de ellos transmitiendo sus valores y formas de vida, sino que nos hacen llegar sus discos, tecnologías y productos. Ellos ofrecen ayuda tecnológica y hacen a un lado la dimensión social y cualitativa del problema.

ANÁLISIS DE CONTENIDO es descriptor en los siguientes escritos:

"Mensaje de los Medios para el Público Infantil" (N° 21- febrero 1979 / pp. 4-22)
 Otro descriptor: NIÑO

En las revistas, libros, prensa y radio existe un vacío para el niño venezolano. La mayoría de los niños emplean casi cuatro horas y media a ver televisión, 1° 10' para realizar tareas y 1°10" para actividades lúdicas. Los programas que más ven son en el orden que sigue: series gringas, programas cómicos y comiquitas.

"Agresión desde los Medios" (N° 54- junio 1986 / pp. 38-68)
 Otros descriptores: EFECTO; NIÑO; TELEVISIÓN

La violencia en el 65% de programación televisiva "venezolana" es estadounidense; igualmente la violencia en el 90,1% del cine es estadounidense y el 3,92% es del cine venezolano. La superficie publicitaria es menor en 10% a la superficie redaccional y de los cables internacionales sólo el 1,96% es de una agencia latinoamericana. El porcentaje de delitos graves en los Estados Unidos es más alto que en otro país occidental y sus porcentajes por tipo de delito se han incrementado. También menciona la violencia de la prensa.

Para el descriptor CINE que tiene 3 puntos, están los trabajos que siguen:

• "Política y Financiamiento" (N° 27- mayo 1980/ pp. 15-21)

Los monopolios de la distribución y exhibición del área cinematográfica ponen barreras a la comercialización de los filmes, a pesar de su rentabilidad. Por esto, la industria cinematográfica venezolana espera que se apruebe la Ley de Cine, la cual está en el Congreso desde el 28 de junio del año 1979.

• "La lucha por la Ley de Cine" (N° 27- mayo 1980/ pp. 27-36)

Otro descriptor: LEGISLACIÓN

Historia del cine en Venezuela, inventario de cines y butacas, la necesidad de una Ley de Cine y cronología en la lucha por su creación y aprobación..

Con respecto a INDUSTRIA CULTURAL Marcelino Bisbal tiene los siguientes escritos:

- "Las prácticas sociales como prácticas culturales" (Nº 100 diciembre 1987/ pp.
 57-66)
- "Comunicación y cultura: Para pensar los massmediático" (N° 92- diciembre 1995/ pp. 45-55)

Otros descriptores: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS; CULTURA

• "De las mediaciones massmediáticas a la cultura popular: acotaciones de la discrepancia" (N° 96- diciembre 1996/ pp. 35-40)

Para el descriptor PROPAGANDA POLÍTICA se encuentra:

 "Campaña electoral, imágenes y obviedades del ritual quinquenal a la nostalgia de los cambios" (N° 85- marzo 1994/ pp. 31-37)

Otro descriptor: POLÍTICA

El anterior análisis refleja los temas mayormente tratados por Marcelino Bisbal en la revista *Comunicación*. Sin embargo, durante estos casi 25 años de

investigación sus ideas acerca de la comunicación han variado acorde "al signo de los tiempos" (Entrevista a Marcelino Bisbal. Ver anexos) - como él mismo lo expresa-aunque no descarta las ideas iniciales, sólo que el mundo de la comunicación no puede percibirse desde un solo punto de vista sino desde una perspectiva plural. Según Sebastián de la Nuez, Bisbal -intelectual de formación socialista- "ha evolucionado hacia una percepción no política de los fenómeno comunicacionales. Se centra ahora más a las tendencias de los públicos en cuanto a su consumo cultural, antes que al origen que distribuye productos culturales y tiene un conocimiento interesante de la cultura del venezolano" (Entrevista a Sebastián de la Nuez. Ver anexos). Mientras que para José Martínez Terrero, tanto Marcelino Bisbal, como Jesús María Aguirre, poseen un enfoque abierto a nuevas teorías de comunicación y "muy documentado y bien fundamentados teóricamente" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos)

El profesor Marcelino Bisbal explica que su interés por estas temáticas se debe a que considera que "son una muy buena manera de caracterizar la estructura cultural en una sociedad de corte capitalista como la nuestra (...) El tema para mí no está referido sólo a los medios, ya que se han abierto otros espacios nuevos de carácter más mediático y que forman parte de la industria cultural actual. La comunicación no sólo se puede enfocar desde el punto de vista de la escuela de Frankfurt, tal como lo esbozaron Adorno y Holkheimer, sino también desde otras vertientes nuevas que tienen que ver con el campo del arte, de la cultura, del libro que serían las influencias de un pensador cercano a Frankfurt, como lo fue Walter Benjamín, y luego los aportes novedosos de los últimos años como Jesús Martín Barbero y Canclini porque ese tema para mí sigue estando presente" (Entrevista a Marcelino Bisbal. Ver anexos)

Por ello para este comunicólogo el estudio de los públicos, la recepción de los públicos y la televisión son importantes: "Mi tesis doctoral trata sobre la formación de imaginarios sociales por parte de la televisión y cómo ésta influye en el público y en su vida cotidiana. Es decir, la relación público, vida cotidiana e imaginario social. Estos tres temas están íntimamente relacionados, porque la televisión forma parte de la industria cultural, el consumo cultural venga de donde venga forma parte del modo

cómo está la estructura comunicacional que forma parte de la industria cultural. En pocas palabras sería la relación entre comunicación y cultura" (Ibidem)

*José Ignacio Rey

Para el autor que ocupa la tercera posición con mayor producción de artículos (30) para la revista *Comunicación*, ubicamos 19 descriptores temáticos en los primeros cinco lugares. Estos son los que siguen a continuación:

Tabla de temas principales tratados por José Ignacio Rey

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	6
2	COMUNICACIÓN ALTERNATIVA	5
2	ÉTICA	5
3	INVESTIGACIÓN	4
4	PUBLICIDAD	3
5	DEMOCRACIA	2
5	COMUNICACIÓN POPULAR	2.
5	CONCENTRACIÓN ECONÓMICA	2
5	DERECHO A LA INFORMACIÓN	2
5	ESCUELA	2
5	LEGISLACIÓN	2
5	MONOPOLIO	2
5	POLÍTICA	2
5	PRENSA	2
5	UNIVERSIDAD	2
5	ASPECTO POLÍTICO	2

5	ÉTICA PROFESIONAL	2
5	TELEVISIÓN	2
5	COMUNICACIÓN	2

Para este miembro fundador de la Revista Comunicación, la POLÍTICA DE COMUNICACIÓN, la COMUNICACIÓN ALTERNATIVA y la ÉTICA son los temas que más ocupan su producción, destacándose el primero con 6 puntos y Siguiéndole los otros dos, con 5 puntos, para ocupar el segundo lugar.

INVESTIGACIÓN resultó ser el tercer descriptor en importancia para José Ignacio Rey con 4 puntos. Mientras que DEMOCRACIA y PUBLICIDAD ocuparon la cuarta posición, con 3 repeticiones para cada una de ellas.

Los siguientes temas ocuparon el quinto lugar, con 2 puntos para cada uno de ellos: COMUNICACIÓN, COMUNICACIÓN POPULAR, CONCENTRACIÓN ECONÓMICA, DERECHO A LA INFORMACIÓN, TELEVISIÓN, ESCUELA, LEGISLACIÓN, MONOPOLIO, POLÍTICA, ASPECTO POLÍTICO, PRENSA, PÚBLICO y UNIVERSIDAD.

El principal tema de este profesor, POLÍTICA DE COMUNICACIÓN, se encuentra en los siguientes escritos:

• "Políticas de Comunicación -a manera de editorial" (N° 10-11/ diciembre 1976/ pp.6-14)

Se inicia una toma de conciencia sobre la importancia social de la comunicación, pues se considera, por primera vez, en el V Plan de la Nación. Aunque se evidencia que éste aun es insuficiente y, por tanto, la decisión política ejecutar Políticas Comunicacionales en el país. "Obviamente la comunicación es un problema político (...) sólo una democracia verdaderamente participativa es condición de posibilidad o efecto (o las dos cosas a la vez) de una justa política de comunicaciones. Y ésta, a su vez, sólo es posible dentro de un Estado donde los márgenes de desigualdad económica y social sean estrechos"

"El capitalismo, por subordinar todo al lucro y estar basado en relaciones de competencia, es de por sí una "filosofía" generadora de incomunicación social"

Cualquier forma de monopolio es un atentado contra la democracia y la concentración monopólica u oligopólica de los grandes medios es, en consecuencia una forma más de dictadura.

El Estado debe tener una efectiva red de comunicaciones para comunicar y estar informado no para competir con empresarios privados. La comunicación no puede regirse sólo por la ley de la oferta y la demanda, ya que queda desvirtuada de su misma esencia.

- "La comunicación social en los programas de gobierno de los candidatos presidenciales" (N° 18- agosto 1978/ pp. 51-58)
- "Tendencias a la privatización en al televisión Europea" (N° 57- marzo 1987/ pp. 65-73)

Otros descriptores: MONOPOLIO; TELEVISIÓN

La televisión como servicio público en Europa, nuevas políticas, mercados, tecnologías y asociaciones.

"El futuro de nuestra televisión" (N° 88- diciembre 1994/ pp. 23-288)
 Otro descriptor: TELEVISIÓN

Realiza críticas a la televisión que van más allá de las consabidas de sexo y violencia, pues estima que influye en: la insensibilidad, pasividad, angustia de las personas y que tras lo que se considera hacer catarsis podría esconderse conflictos de personalidad. Finalmente se refiere a las ventajas de la educación para la educación debido a la fuerza que tiene la imagen para lograr una mayor percepción.

Para el tema que siempre está colado en las producciones de José Ignacio Rey, ÉTICA, encontramos las siguientes:

 "El Derecho a la Comunicación Política" (N°16- noviembre 1977/ pp. 4-9) Otro descriptor: DERECHO A LA INFORMACIÓN

La democracia capitalista es un engaño político, ya que el capitalismo no puede ser democrático en lo político sin negarse a sí mismo en lo económico. "Sólo un régimen económico que garantice una efectiva justicia social podrá garantizar la verdad de una determinada democracia". La comunicación política de tal sistema se limita a emitir periódicamente un voto a favor de determinados representantes. En esos momentos las campañas se convierten en un bombardeo de sonidos e imágenes que lejos de fomentar una adecuada formación política se reduce a brindarles "masaje sin mensaje". Esto es de vital importancia cuando es harto conocido que un derecho no puede ser disfrutado cuando no se está preparado para ejercerlo. En este caso la publicidad electoral se convierte en ruido. Sólo una comunicación política alternativa podrá generar una verdadera democracia.

• "Apuntes sobre Violencias y Terrorismos" (N° 54- junio 1986/ pp. 3-10) Otro descriptor: IDEOLOGÍA

Para el mantenimiento eficaz de ese sistema de relaciones, violento en sí mismo, el materialismo económico ha desarrollado un poder militar sin precedentes, siempre dispuesto a entrar en acción inmediata en cualquier lugar de la tierra donde ocasionalmente haya fallado su intervencionismo político o donde simplemente se haya originado algún problema, de cualquier índole, que pudiera poner en peligro la estabilidad de sus propios intereses. "El panorama descrito en los apuntes anteriores sobre violencias y terrorismos es, como se habrá visto, más bien negro (...) el autor de esos apuntes no participa con todo, de cara al futuro, de ciertas visiones pesimistas o pseudo-apocalípticas". La violencia y el terrorismo que ejercen hoy los poderosos son ciertamente grandes. Pero uno está obligado a creer que mucho más grande aun es la fortaleza de los "débiles", es decir, la de todos aquellos que todavía sienten respeto por el ser humano, luchan activamente contra la violencia y aspiran a un progreso que no sea el resultado del dominio de unos sobre otros. Ellos, personas o pueblos, protagonizan seguramente la civilización del futuro.

• "El recurso a la ética en una época de cambios" (N° 74/ septiembre 1991/ pp. 3-

12)

Otro descriptor: COMUNICACIÓN

- "Los derechos del usuario y la comunicación" (N° 77-78/ pp. 4-11) Otros descriptores: PUBLICIDAD; RADIODIFUSIÓN

Otros descriptores: POLÍTICA; COMUNICACIÓN; MERCADO

La globalización y el capitalismo mercantil "alejan las posibilidades de una democracia genuina para todos los pueblos", ya que la tiranía del mercado y la democracia política están lejos de ser caras de una misma moneda. Por esto la posibilidad ética y la viabilidad democrática se presentan como el problema mayor de fin de milenio para todos los pueblos de la tierra, cuando existe una angustia personal y colectiva por el fin de las ideologías o inexistencias de las mismas. La ideología que persiste es la del consumo y el origen de todos los males está en la decadencia de los valores morales. Así que la ética es la panacea y se incluye en los pensum de las carreras y en temas de encuentros internacionales.

En torno a COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, uno de los dos descriptores que se encuentra en segundo lugar, los artículos son :

- "Comunicación Alternativa y Comunicación Popular" (N° 28-29 / pp. 5-8)
 Otros descriptores: COMUNICACIÓN POPULAR; PRENSA; COMUNIDAD
 "Sólo una comunicación alternativa protagonizada por el pueblo, dentro por supuesto del marco global de sus múltiples luchas liberatorias, puede garantizar un futuro democrático para América Latina. Ese mismo pueblo que hoy, todavía, esperamos que ya por poco tiempo, permanece sumido en la incomunicación y el silencio"
- "Comunicación alternativa en Venezuela: apuntes para una agenda" (N° 86- junio 1994/ pp.44-46)

Es importante realizar una agenda actualizada de la comunicación alternativa, popular o de base eficaz, ya que en las décadas de los años setenta y ochenta estaban

descontextualizadas y muchos voceros "vernáculos" eran voceros de tendencias foráneas. Se refiere a los "mecenazgos" y la autonomía universitaria. Así mismo comenta que la eficacia manipuladora de los medios de comunicación social es relativa, ya que el receptor no es totalmente pasivo o acrítico a sus mensajes.

En esta última consideración José Ignacio Rey no se refiere únicamente a la responsabilidad que tienen los medios de comunicación o el Estado para el desarrollo del país, sino que advierte acerca de las capacidades de los receptores.

• "La comunicación alternativa y el discurso de la sociedad civil" (N° 90/ pp. 29-34) Lo que denominamos crisis que se vive a nivel mundial es realmente un reacomodo. "No participo del pesimismo de los agoreros de oficio que se la pasan pronosticando desastres (...) pienso que las crisis pasan en la medida que los problemas se enfrentan (...) armado de sobria esperanza, estoy convencido de que la humanidad, en un proceso no excento de conflictos y de dolor, acertará en su propia reconstrucción" En estos últimos escritos puede verse como José Ignacio Rey, de una forma menos crítica, se refiere hacia los medios de comunicación y el Estado. Ahora coloca más sus esperanzas en el colectivo, que en definitiva es el factor determinante para que ocurran los cambios, quienes no son objetos pasivos ante los medios de comunicación.

INVESTIGACIÓN resultó ser el tercer descriptor en importancia para Rey con 4 puntos. A continuación los artículos que lo contienen:

- "Escuelas, investigación y cambio social en América Latina" (N° 7- pp. 4-15) Otros descriptores: ESCUELA; UNIVERSIDAD
- "Encuentro de Investigadores y Nuevo Orden Informativo Internacional" (N° 30-31/pp. 32-40)

Otro descriptor: NOMIC

Reseña la XXII Asamblea General y Conferencia Científica de la Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación (AIERI-IAMCR), cuya conclusión fue: El NOMIC -Nuevo Orden Mundial de la Informativo y la Comunicación - sólo es sólo posible dentro de un NOEI -Nuevo Orden Económico Internacional-, ya que la pluralidad hará imposible la manipulación por parte de sectores económicos. Representantes de países tantos desarrollados como en desarrollo coinciden en este punto. Por su parte Rey relata que el Informe McBride de la Unesco como consenso de diferentes puntos de vista de países acerca del NOMIC, fue considerado por los países del primer mundo como excesivamente politizado y tercermundista.

"Comunicación y democracia" (N° 40- pp. 74-76)
 Otro descriptor: DEMOCRACIA

Mientras que DEMOCRACIA y PUBLICIDAD ocuparon la cuarta posición, con 3 repeticiones para cada una de ellas. El siguiente artículo contiene ambos descriptores:

• "Publicidad y democracia" (N° 3- julio 1975- pp.16-20)

Para contener la inflación es necesario controlar los gastos en publicidad, ya que ésta viene después de la industria como fuerza que acelera el desarrollo una vez que éste ha comenzado, no antes. La manipulación de los calores de un pueblo y la sutil inoculación de ideologías, con fines confesadamente mercantiles o inconfesadamente políticos, es una de las más peligrosas formas de censura y de negación de las libertades de información y de expresión. Democracia es una cosa y democracia capitalista otra cosa. El fracaso social del capitalismo no pone en peligro la democracia: quizá abre definitivamente el camino a nuevas y mejores alternativas democráticas. Es importante una persuación comercial responsable: no preguntes qué puede hacer tu país por tu negocio sino qué puede hacer tu negocio por tu país y el mundo.

En la última parte del resumen de este artículo este autor vislumbra la posibilidad de "nuevas y mejores alternativas democráticas" en vista del fracaso

social del capitalismo y convierte la frase "No preguntes que puede hacer América por ti, sino que puedes hacer tú por América" en "no preguntes qué puede hacer tu país por tu negocio sino qué puede hacer tu negocio por tu país y el mundo". Esto revela el idealismo de Rey y la esperanza del nacimiento de un régimen con "lo mejor" del comunismo y de la democracia que cubra todas las necesidades del pueblo, incluyendo una real participación, y sin que sus dirigentes caigan en abusos y aprovechamientos personales y grupales del poder. Ese anhelo y simpatía quedan al descubierto cuando alerta en sus clases de Ética que el comunismo aun no ha muerto. Ese gran idealismo del que hablamos y que Rey no considera "tonto" porque lo ideal es lo que nos lleva a trabajar para traerlo al mundo "real" y gracias a esto se han dado las grandes transformaciones en la historia, es lo que torna a Rey receloso de todo lo que le parece "sospechoso" -tal cual él mismo suele mencionar- de los valores éticos, morales y/o cristianos necesarios para crear un mundo justo (sobre todo cuando de niño se viven los rigores y temores de la guerra, como la civil española y, aún más de lejos, los efectos de la segunda guerra mundial). He allí su insistencia en la responsabilidad que tienen, en vista de su poder innegable, los Estados y el sector económico, dueños de los medios de comunicación social. Sin embargo, José Ignacio Rey se autodefine como un "demócrata radical".

• "Tecnología, información y democracia" (N° 33-34/ pp. 5-8)
Se plantean los problemas y riesgos sociales que probablemente traerán la aplicación masiva e indiscriminada de las nuevas tecnologías y los presupuestos ideológicos para la expansión de nuevas tecnologías. A pesar de esto y señalar el desempleo como uno de los resultados asegura que sus opiniones no buscan fomentar una actitud de resistencia, sino de vigilancia ante las nuevas tecnologías. No obstante, opina que es urgente legislar nacional e internacionalmente el uso de las nuevas tecnologías, la rápida entrada en vigencia de Políticas Nacionales de Comunicación, enmarcados dentro del NOII para garantizar el nacimiento de medios alternativos.

Con respecto a PUBLICIDAD tenemos:

• "La comunicación social a la búsqueda de sus coordenadas" (N° 95 pp. 23-24) Otro descriptor: UNIVERSIDAD

La publicidad sigue preocupando a este autor como elemento distorsionador de la economía y por inducir valores, cuando es el soporte de los medios de comunicación, ya que "seguramente determina o condiciona su función social (...) Esta denuncia apunta sólo hacia los excesos y a las intromisiones reduccionistas. La publicidad, en sí misma, es una actividad legítima y aun necesaria "

Estima que hay universidades con Escuelas de Comunicación Social que no pasan de ser simples Escuelas Técnicas Superiores, donde no hay espacio para la investigación y el debate regular. Sin duda alguna, esto es un cuestionamiento a la función de la misma Escuela de Comunicación de la UCAB, donde imparte clases de Ética de la Comunicación, de la que fue expulsado -por un año 1972-1973- junto a un grupo de profesores y estudiantes por insistir en este tema y "perturbar" el ambiente "conservador" de la UCAB. Sin embargo, años más tarde, cuando cierran el Centro Pellín, es enviado a la comunidad de la Parroquia Universitaria –UCV- donde tiene contacto con un "mundo muy plural" (Entrevista a José Ignacio Rey. Ver anexos), según sus propias palabras.

Los siguientes temas ocuparon el quinto lugar, con 2 puntos para cada uno de ellos: POLÍTICA, ASPECTO POLÍTICO, COMUNICACIÓN POPULAR, CONCENTRACIÓN ECONÓMICA, DERECHO A LA INFORMACIÓN, ESCUELA, ÉTICA DE LA PRENSA, LEGISLACIÓN, MONOPOLIO, PRENSA, PÚBLICO y UNIVERSIDAD.

Con respecto a LEGISLACIÓN, José Ignacio Rey ha escrito:

"Marco legal de las actividades privadas" (N° 15- pp. 18-28)
 Comenta el estudio realizado por el abogado Raúl Agudo Freites acerca del marco legal de las telecomunicaciones.

CONCENTRACIÓN ECONÓMICA es uno de los descriptores de:

• "La concentración de prensa en algunos países desarrollados de occidente" (N°

15- septiembre 1977/ pp. 80-94)

Otros descriptores: MONOPOLIO; PRENSA

Concentración de prensa en Estados Unidos, Inglaterra, Alemania Occidental, Italia y Francia.

Para POLÍTICA están los siguientes artículos:

• "La Ética de la Comunicación en su Contexto Sociopolítico"

(N° 8- junio 1976/ pp. 4-13)

Otro descriptor: ÉTICA PROFESIONAL

Toda profesión es un servicio público y todo profesional es un gestor privado de una función social. La comunicación social cumple y está llamada a cumplir un papel fundamental en el desarrollo de cualquier país, ya que es la capacidad comunicatoria del individual que hace posible la vida social y, en consecuencia, la vida política. La ciencia y la técnica no son políticamente neutras mucho menos las ciencias sociales, así que el comunicador debe estar muy consciente del claro papel político que en cada lugar y momento juega como profesional. El comunicador social se debate entre dos deberes fundamentales: ganar un sueldo para vivir él y los suyos, y el deber profesional de que nuestros pueblos por fin se liberen de su inveterada mudez social. "Es una hipocresía formular que el buen funcionamiento de un sistema de comunicaciones depende primariamente de la honestidad y responsabilidad de un comunicador a quien el mismo sistema margina de la toma de decisiones fundamentales"

A pesar del aporte valioso y original de McLuhan sus teorías poseen un profundo conservatismo y radical amoralidad. No cree en el final feliz de la Aldea Global en base a la mera evolución de los sentidos humanos que son los medios de comunicación. Esto refuerza el vaciamiento moral colectivo y una posición pasiva y acrítica frente a los múltiples alienamientos de un sistema comunicacional. Esto afianzaría la tesis que frente al final de las ideologías el progreso técnico es el fundamento de un automático progreso humano.

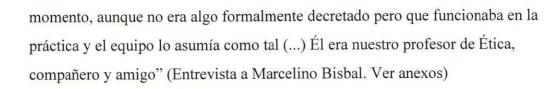
Para ASPECTO POLÍTICO tenemos:

- "Campaña Electoral, Comunicación y Democracia" (N° 19-20- octubre 1978 / pp.
 5-10)
- "Llegamos así a la lamentable conclusión de que, en ciertas "democracias", quien llega a obtener el poder político es el candidato que disponga de más dinero. Y todo ello, y esto es lo más trágico, con el respaldo formal de unas masas aturdidas, alevosamente privadas del ejercicio de la razón, criminalmente condenadas a la miseria. Miseria económica. Miseria cultural. Y, naturalmente, miseria política"
- "Política, censura y democracia" (N° 40- enero 1983- pp. 5-9)
 Censura no es lo mismo que control social. Sólo una adecuada Política Nacional de Comunicación Social por parte del Estado venezolano, aun en las condiciones sociopolíticas actuales puede contribuir a evitar la censura y a garantizar la propia vigencia de una genuina democracia.
- "Valores de mercado y mercado de valores" (N° 96/ pp. 24-26)
- "Demócrata radical, no puedo sino estar a favor de la libertad de expresión; es más, he luchado siempre por hacerla efectiva para todos. En consecuencia, estoy en contra de la censura en todas sus formas y en todos los casos. Por supuesto y precisamente en mi condición de estudioso y profesor de Ética, bien alejado de cualquier actividad "moralista". Debería quizás añadir que la publicidad, como información veraz sobre productos y servicios, siempre me pareció actividad legítima y aun necesaria"

"Definitivamente mi osadía es grande, a veces pienso que raya en la temeridad"explica al decir que fue invitado por los propios editores del periódico Economía Hoy
a hablar sobre Economía y Publicidad- "...la osadía mayor es, pues y en todo caso, de
los editores. Que conste. A uno le anima saber que, a pesar de lo que luego se dirá,
quedan todavía profesionales de la comunicación sinceramente interesados en que el
pensamiento no deje de ser plural (...) La ética no puede ser confundida con un
trasnochado y casuístico "moralismo". Los códigos de ética son "saludos a la
bandera" que garantizan una competencia más o menos leal entre los mismos
anunciantes.

A continuación señalaremos las opiniones que con respecto a José Ignacio Rey han mencionado algunos miembros o ex-miembros del Equipo Comunicación:

- Según Sebastián de la Nuez: "Rey es particularmente inquieto por el impacto social que producen los medios masivos y, por lo tanto, es muy crítico con respecto al entramado económico del aparato comunicativo masivo. Él es como una especie de voz de la conciencia que hace que no perdamos de vista, a pesar de los cambios tecnológicos y derribo de prejuicios que no nos permitían ver otras cosas. Es la voz que nunca olvida que los medios de comunicación social son un servicio que se desarrolla en nombre de las grandes comunidades y que nada tiene que ver con el prototipo de usuario olvidado y silencioso" (Entrevista a Sebastián de la Nuez. Ver anexos)
- Gustavo Hernández considera que José Ignacio Rey y Jesús María Aguirre son muy densos: "De hecho mi tesis, al menos la parte teórica, está basada en gran parte en sus artículos" Para este investigador los comunicadores son servidores públicos, tal como lo recuerda, con frecuencia, este docente de Ética. (Entrevista a Gustavo Hernández. Ver anexos)
- César Miguel Rondón: "Rey en sus inicios era más radical, ese era el signo de los tiempos del país. Hoy es más tolerante, benévolo, moderado" (Entrevista a César Miguel Rondón . Ver anexos).
- José Martínez Terrero considera que Rey siempre ha representado el enfoque crítico de la revista.
- Jesús María Aguirre: "Él -se refiere a Rey- era profesor de Marcelino y los otros estudiantes del equipo, así que tenía un gran ascendiente, a pesar de que el coordinador del centro era Martínez Terrero (...); podríamos decir que él tuvo la mentoría ideológica-política en una primer etapa" (Entrevista a Jesús María Aguirre. Ver anexos)
- Marcelino Bisbal: "La dirección la tuvo José Ignacio Rey desde el primer



*Francisco Tremonti

El autor que ocupa el cuarto lugar en mayor número de escritos para Comunicación es, al igual que los tres primeros, uno de los miembros históricos del equipo de la revista, es decir, que permanece desde su fundación. En la obra de Francisco Tremonti se destacan 9 descriptores temáticos que ocupan los cuatro primeros lugares.

Tabla de temas principales tratados por Francisco Tremonti

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	TELEVISIÓN	5
2	CINE	4
3	TECNOLOGÍA .	3
4	PROGRAMA DE TV	2
4	ASPECTO ECONÓMICO	2
4	CULTURA	2
4	MERCADO	2
4	LIBERTAD DE PRENSA	2
4	MÚSICA	2

Para Francisco Tremonti TELEVISIÓN es el tema principal, con 5 puntos; el segundo lugar es para CINE, con 4 puntos; y TECNOLOGÍA con 3 puntos; para el

tercer puesto. Para el cuarto peldaño se ubican con 2 puntos: ASPECTO ECONÓMICO, LIBERTAD DE PRENSA, CULTURA, MÚSICA, MERCADO y PROGRAMA DE TELEVISIÓN. Como se puede observar este último podría ser incluido en TELEVISIÓN, formando un descriptor con un puntaje de 7 lo que destacaría aún más este descriptor en el primer lugar.

Los descriptores tratados por este especialista del área audiovisual en una sola oportunidad, los cuales no fueron incluidos en la tabla anterior, son los siguientes: COMUNICACIÓN, DEPORTE, DERECHOS HUMANOS, EMPRESA, ESTADO, GLOBALIZACIÓN, IDENTIDAD, IMPERIALISMO, INDUSTRIA CULTURAL, LIBERTAD DE PRENSA, MEDIO DE COMUNICACIÓN DE MASA,

MERCADO TRASNACIONAL, MEDIACIONES, MÚSICA y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

El hecho de que TELEVISIÓN, CINE y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN se destaquen como temas en la producción del jesuita español Francisco Tremonti, es completamente explicable debido a su formación audiovisual. A pesar de que inicialmente este autor obtuvo licenciaturas en Filosofía y Letras, así como Teología (ambas en Universidad de Deusto-Bilbao/España), se preparó en los Estados Unidos con los siguientes estudios:

a-Bachelor in Ars -Comunicación- Mayor "Radio and Television Prodution" Columbia College and Nordwestern University Chicago (Illinois- USA)

b- Master in Ars- "Television Applied to Education" -Columbia University (New York-USA)

Es importante señalar que Francisco Tremonti fue profesor de Guión, Informativo Audiovisual, y Televisión en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB; así como productor del programa *Enigma* para el canal 5 entre los años 1973 y 1977; director del Centro de Comunicación Jesús María Pellín entre 1979 y 1985; y producto de programas de radio, musicalización y estudios de grabación en IRFA.

El descriptor TELEVISIÓN está contenido en los siguientes trabajos:

• "Programas cómicos en televisión" (N° 38- junio 1989- pp.59-64) (autoría

compartida con GADEA, Eduardo)

Otro descriptor: PROGRAMA DE TV

Aborda cada uno de los programas cómicos de la tv venezolana y concluye que, realmente, estos programas no buscan hacer humorismo para expresar algo sino provocar la risotada. Considera que los libretos son malos, redundantes y que los chistes, por lo general, son con doble sentido.

- "La televisión por cable en el mundo" (N° 49-50/ pp. 110-122)
 Otro descriptor: TECNOLOGÍA
- "El fenómeno del cine, la televisión y el entretenimiento" (N° 89- marzo 1995- pp. 50-58)

Otros descriptores: CINE; ECONOMÍA; MERCADO

Desregulación de las telecomunicaciones y la lucha por el liderazgo tecnológico y el mercado. Los altos costos de producción y las enormes ganancias. Los efectos computarizados y equipos electrónicos. Multicanales satélites y el caso Sony Corporation Picture Spielberg.

"La Mitología Transnacional" (N° 53- marzo 1986/ pp. 60-66)
 Otro descriptor: IMPERIALISMO CULTURAL

Hace un recorrido por las principales series "gringas" y cómo los anunciantes se pelean porque sus comerciales estén en sus horarios, tanto en Estados Unidos como en Venezuela. "Como podemos ver, el panorama es bastante desolador. La guerra de la cultura se asemejaría en la vida ordinaria internacional a una guerra nuclear, con vencedores y vencidos, en este caso nosotros. Pero lo peor del caso es que las fuerzas ejecutivas de los canales de televisión hacen muy poco, o nada, por evitar el bombardeo de transculturización a que estamos sometidos. Esperemos un milagro, si es que puede ser"

 "Olimpiadas, comercio y televisión. Inversiones estratégicas" (N° 63- septiembre 1980- pp. 4-12)

Otros descriptores: ASPECTO ECONÓMICO; DEPORTE

Olimpiadas de Seúl: derechos de transmisión, inversiones, tecnología y ganancias.

• "TV-Martí: Un peligro para América Latina" (N° 70/ pp.70-77)

En este trabajo este autor ofrece una postura fuerte frente a la problemática de del envío de la señal de TV-Martí desde Miami a Cuba, como una violación a la soberanía de esta isla y una muestra más del imperialismo de Estados Unidos.

Comparte la opinión de Carlos Santaella y lo cita al final de su texto: "La imposición de un país a otro ya no es armada, política o económica sino vía satélite por televisión (...) convenciendo a sus habitantes (...) de que los grillos se los pongan ellos mismos"

Otros descriptores: IMPERIALISMO; SATÉLITE DE COMUNICACIÓN

Para PROGRAMA DE TV, aparte del ya señalado para TELEVISIÓN, Francisco Tremonti produce el siguientes escrito:

"Variedades musicales en televisión" (N° 32- pp. 60-65)
 Otro descriptor: MÚSICA

Para el tema de la TECNOLOGÍA, el cual se ubica con tres puntos en el segundo peldaño, se observa un gran interés y actualización no sólo en esos escritos sino en algunos otros en los que hace referencia:

- "La competencia por un mejor sonido: el DAT" (N° 61- marzo 1988- pp. 74-81) Otro descriptor: MÚSICA
- "Información y comunicación en la era de la 'oralidad secundaria' " (N° 100-diciembre 1997- pp. 51-56)

Otros descriptores: COMUNICACIÓN; MEDIACIONES

"Infraestructura técnica del cine venezolano" (N° 70- mayo 1990/ pp. 22-26)
 Otro descriptor: CINE

No existe una industria cinematográfica nacional, por así decirlo, sino esfuerzos aislados. No hay producción estable y el personal técnico, así como todo lo que se

requiere para su creación, se ven afectados en su extensión, creación y profesionalismo. Habla acerca de: mala realización técnica, el subempleo en el cine venezolano y el "pobre" servicio de la infraestructura de "servicios" cinematográficos.

Incluyendo el descriptor CINE, aparte del artículo anterior, tenemos:

"Rambo y Rocky: Los Nuevos Héroes de la Democracia" (N° 54- junio 1986 / pp. 82-87)

Otros descriptores: ANÁLISIS DE CONTENIDO; IDEOLOGÍA

"Condicionados desde pequeños por los medios, especialmente por la televisión, el público no sólo necesita de violencia y más violencia, sino también de algo más, evadirse, evadirse de una realidad hostil y ganar, aunque sea alguna vez en el cine. Quizá por eso el espectador se identifica con el héroe y gana con el vencedor. Su prestigio, no sólo individual, sino como participante de una sociedad y de una nación, está asegurada..."

"Anotaciones sobre el cine indigenista" (N° 68- diciembre 1989- pp. 40-49)
 Otro descriptor: CENTRO DE COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE TELEVISIÓN, ASPECTO ECONÓMICO, CULTURA, LIBERTAD DE PRENSA, MÚSICA y MERCADO se encuentran en el cuarto lugar, . con dos puntos.

Para ASPECTO ECONÓMICO se encuentran:

• "Los propietarios de la libertad prensada" (N° 30-31- pp. 56-60)

Otros descriptores: LIBERTAD DE PRENSA; EMPRESA

El allanamientos de los editores de El Diario de Caracas y El Universal el 29/09/1980, por la apropiación indebida de terrenos en la Parroquia La vega- Caracas.

Recuento histórico con datos acerca de la entrada de agencias de publicidad norteamericanas en Latinoamérica y Venezuela con cuadro de inversión en

publicidad. Muy neutral, objetivo aunque manifiesta lo siguiente "Otra de las consecuencias que trajeron las empresas extranjeras fue un marcado cambio de mentalidad en las sociedades anfitrionas hacia el consumismo. Esto último es un hecho lógico. Cualquier empresa, con una tecnología adelantada y gran volumen de producción, necesita ampliar los consumidores de sus productos. Para lograr sus objetivos estas transnacionales se tienen que apoderar del aparato informativo del país anfitrión. Por razones obvias no puede ser de una manera física sino a través de la financiación de los medios de comunicación y mediante su financiación, del contenido de los mismos"

MERCADO está incluido, como descriptor, en:

- "La invasión de los nuevos bárbaros" (N° 85- marzo 1994- pp. 16-21)
 Otros descriptores: MEDIO DE COMUNICACIÓN DE MASAS
 La fusión de grandes grupos de comunicación en Europa y la posición de la Comunidad Económica Europea frente a la penetración cultural de los Estados Unidos.
- "Del neoliberalismo a la desregularización" (N° 98- junio 1997- pp. 62-69)
 Otros descriptores: GLOBALIZACIÓN; TELECOMUNICACIONES;
 REGULACIÓN

La globalización de los medios de comunicación lleva a un NOI -Nuevo Orden Internacional- dirigido por intereses económicos, pues la ley del mercado obliga a eliminar monopolios y desregularizar las telecomunicaciones. Al respecto menciona las leyes existentes en Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y Venezuela. Otros puntos que contiene este artículo son:

La Organización Mundial del comercio espera que para el año 2000 haya una total desregularización de los medios de comunicación. "bajarán los costos aunque la información no será necesariamente veraz"

LIBERTAD DE PRENSA también lo contiene el siguiente artículo:

 "Libertad de expresión un mundo de medias verdades" (N° 55- octubre 1986- pp. 69-73)

Informe de la libertad de prensa en Venezuela, presentado por Miguel Enrique Otero - dueño del diario *El Nacional*- ante la SIP.

Los descriptores tratados por Francisco Tremonti en una sola oportunidad son los siguientes:

"Cultura latina y comunicación en Estados Unidos" (N° 92- diciembre 1995- pp.
 26-30)

Otros descriptores: IDENTIDAD; CULTURA

La cultura latina ha crecido demográfica, cultural y políticamente convirtiéndose en una excelente compradora: cine, música, moda. Identidad cultural versus valores anglos transmitidos y la adaptación a los mismos.

• "El devenir de la industria cultural venezolana en el último quinquenio" (N° 84- diciembre 1993- pp. 3-8)

Otros descriptores: CULTURA; INDUSTRIA CULTURAL; POLÍTICA; ESTADO

• "La Comunicación actual Vía Satélite" (N° 57- marzo 1987 / pp. 54-64)

SATÉLITE DE COMUNICACIÓN; TELECOMUNICACIONES

Historia del modo como los estadounidenses, europeos, asiáticos y latinoamericanos han tenido acceso a los satélites, proyectos y usos para el desarrollo de las regiones. Países latinoamericanos que cuentan con satélites y proyectos para intercambiar información en agricultura y comercio, entre otros. El tono es muy neutral, bien documentado. Los satélites de transmisión directa -DBS- y el cable. Nuevas tecnologías satelitales -para 1987), costos, competencia satelital. El DBS y la piratería. Satélites y cables un mismo sistema de codificación y decodificación para que sean compatibles para los usuarios.

 "Guía de los documentos relacionados con el sensacionalismo en Venezuela" (N° 8- junio 1976- pp. 77-90) Otro descriptor: SENSACIONALISMO

• "Distribución de los medios radioeléctricos en la región capital y en la provincia venezolana" (N° 14- junio 1977- pp. 79-100)

Otros descriptores: PROVINCIA; RADIODIFUSIÓN

La distribución radioeléctrica a nivel nacional es desigual centrándose en las zonas de mayor población por razones comerciales y no ofrecen una verdadera alternativa. No existe un plan para atender a todo el territorio nacional a nivel de radio y como ello no lo resolverán los empresarios queda en manos del Estado garantizar una cobertura total con una programación de calidad. Éste debe implementar una nueva política de radiodifusión, incrementar sus inversiones en este campo para ofrecer a los venezolanos la igualdad de alternativas a las que tienen derecho.

"La telenovela: entre la necesidad cultural y el mercado internacional"
 (N° 91- septiembre 1995- pp. 5-10)

Otros descriptores: MERCADO TRANSNACIONAL; NUEVAS TECNOLOGÍAS Hace una reseña histórica de la telenovela venezolana y las ventas, montos y ganancias de sus capítulos en el exterior. Considera que las claves del éxito de las mismas son el drama y el machismo con las que el espectador se identifica. Además de los hombres "muñequitos de torta" y la mujeres "algo cercano a lo sifrino loco". Tremonti sentencia: "No estamos haciendo nada por mejorar nuestra sociedad, ni la de nadié, pero exportamos, y los dólares son los únicos que en definitiva cuentan para las empresas productoras"

Estos últimos descriptores hablan del interés de Francisco Tremonti acerca de la propiedad de los medios, relacionados con otros temas de actualidad en la comunicación y a nivel mundial, siempre bien documentados e incluso sustentados con cuadros y estadísticas. En estos escritos este autor aprovecha sus conocimientos sobre Information Mapping, una técnica que permite colocar el máximo de información en un mínimo de espacio (la estudió en la Columbia University), la cual distingue la personalidad de este investigador introvertido y parco al hablar, pero que

sin embargo, posee una postura muy clara en torno a estos temas y que no dista mucho de las ideas primigenias del Equipo Comunicación -del que forma parte desde su nacimiento-. Si bien su forma de expresarse está desprovista de apasionamientos, sus escritos están muy bien documentados y actualizados -siempre está a la vanguardia de la tecnología y de eventos importantes-, dando la impresión de ser muy neutral y objetivo. Otras de sus características es la constancia y seriedad en el trabajo dentro del Equipo Comunicación, el cual le ha permitido mantenerse, en los casi 25 años que tiene la revista, muy a pesar de sus últimas dificultades visuales.

*Berta Brito

Esta comunicadora a pesar de haber estado dentro del Equipo Comunicación por nueve años y seguir colaborado, en general, por un período de once años (1980-1991/ desde el N° 30-31 hasta el N° 74) ocupa la quinta posición con 15 trabajos. El autor Sebastián de la Nuez también produjo 15 escritos para la revista –ocupa el sexto lugar -, pero considerando que éste comenzó a escribir desde 1978 en la revista y de que aun colabora, estimamos importante reconocer la intensa labor que durante esos 11 años realizó Berta Brito para esta publicación, investigadora que hoy día se encuentra alejada del mundo de las comunicaciones.

Tabla de principales temas tratados por Berta Brito

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	POLÍTICA	2
Gentle 1	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	2
1	PARTICIPACIÓN	2

La POLÍTICA, POLÍTICA DE COMUNICACIÓN y PARTICIPACIÓN fueron los temas que repitieron (2) para esta polifacética comunicóloga, quien fue

pionera y abrió las puertas de la Revista Comunicación al género femenino.

El resto de los temas que abordó en una oportunidad y que no se reseñaron en la tabla anterior son los 27 siguientes: AGENCIA DE NOTICIAS, ANÁLISIS DE CONTENIDO, CENSURA, COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, CONTRATOS, CULTURA, DEMOCRACIA, HISTORIA, INFORMACIÓN, LEGISLACIÓN, EXPRESIÓN. LIBERTAD DE MITOS, MUJER, PARTICIPACIÓN, PERIODISTAS, PLANIFICACIÓN, **PROGRAMA** DE TV, RADIO, RADIODIFUSIÓN NACIONAL, TECNOLOGÍA, VIDEO CASSETTE v SATÉLITES.

El descriptor POLÍTICA se encuentra reflejado en los trabajos siguientes:

 "La Manipulación Informativa en el Diferendo sobre el Golfo de Venezuela" (N° 39/ pp. 97-102)

Otros descriptores: ANÁLISIS DE CONTENIDO; INFORMACIÓN

Análisis de contenido de la cobertura que, sobre la disputa por el Golfo de Venezuela, dieron tres periódicos venezolanos: *El Nacional, El Universal, Últimas Noticias*; y tres periódicos colombianos: *El Tiempo, El Espectador* y *El Mundo*.

"La Voz de Venezuela: Cronología de la indolencia" (N° 74- pp. 66-74)
 Otros descriptores: RADIO; RADIODIFUSIÓN NACIONAL

Para POLÍTICA DE COMUNICACIÓN Berta Brito escribió dos artículos:

- "1 X 1 Escaramuza de una batalla perdida" (N° 53- marzo 1986- pp. 35-41) Otros descriptores: RADIO; MÚSICA
- "Balance de una gestión: Apertura y límites" (N° 45- pp. 90-105) (escrito conjuntamente con Marcelino Bisbal)

Berta Brito toca el tema de la PARTICIPACIÓN en los siguientes escritos:

- "Periodistas, Participación y contratos colectivos" (N° 43- pp. 40-46)
 Otro descriptor: PERIODISTAS
- "Contratación Colectiva en tiempos de crisis" (N° 58- octubre 1987- pp. 15-38)

Otro descriptor: CONTRATOS

Sin embargo, el tema de la RADIO, la TELEVISIÓN y la EDUCACIÓN, son temas que Brito trata como tal o integrados en RADIO EDUCATIVA y TV EDUCATIVA

 "Radio Occidente" modelo de radiodifusión al servicio del desarrollo (N° 55- octubre 1986- pp. 42-46)

Otros descriptores: COMUNICACIÓN POPULAR; EDUCACIÓN DE ADULTOS; RADIO EDUCATIVA

• "La Tele-educación Vía Satélite en Venezuela: Balance de una década (1970-1980)"

Otros descriptores: TV EDUCATIVA; TECNOLOGÍA; SATÉLITE

Da a conocer varios programas de Estados Unidos para educar y comunicar desde su país a Latinoamérica. La tecnología ha sido creada con el apoyo del sistema económico actual cuyo fin es la expansión del capital en el mundo, no queda duda que el fin de la tecnología es contribuir con este mismo objetivo siendo instrumentos de dominación ideológicas para mantener e incrementar su hegemonía. Proyecto SERLA - Sistema Educativo Regional Latinoamericano y CAVISAT - Centro Audiovisual Internacional Vía Satélite. Ascend (Sistema Avanzado de Educación y Comunicación para el Desarrollo Nacional (La Universidad de Stanford, incluso planteó elaborar los contenidos)

La idea no es descartar el uso de esa tecnología sino utilizarla controladamente orientada a la solución de problemas sociales que no permita responsabilizarnos de nuestro futuro.

 "Televisión omnipresente: Diez años de tv en Venezuela" (N° 51-52/ diciembre 1985/ pp.39-48)

Otros descriptores: PROGRAMA DE TV; HISTORIA; LEGISLACIÓN

• "Canal 10: La guerra por la torta publicitaria" (N° 61- marzo 1988)

Otro descriptor: TELEVISIÓN

Esta comunicóloga abordó temas muy variados y compartió autoría con Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal y José Ignacio Rey, lo cual habla mucho de su espíritu abierto y capacidad para trabajar en equipo. El resto de los temas que abordó son los siguientes:

• "Proyectos de nuevas agencias latinoamericanas de noticias" (Nº 30-31/ diciembre 1980- pp. 22-25)

Otro descriptor: AGENCIA DE NOTICIAS

Habla acerca de los puntos aprobados en la reunión de ASIN -Acción de Sistemas Informativos Nacionales- entre el 8 y 9 de mayo de 1980.

"Primer seminario de promoción cultural y comunicación alternativa"
 (N° 35-36- pp.14-21)

Otros descriptores: COMUNICACIÓN ALTERNATIVA; CULTURA

• "La mujer y el periodismo" (N° 37- marzo 1982)

Otros descriptores: MUJER; PERIODISMO

• "25 Años de Censura y democracia en Venezuela" (N° 40/ pp. 10-27)

Otros descriptores: LIBERTAD DE EXPRESIÓN; CENSURA; DEMOCRACIA (comparte autoría con Marcelino Bisbal)

Historias de censuras a periodistas o empresarios.

• "La videocomercialización en Venezuela" (N° 49-50/ pp.53-57)

Otro descriptor: VIDEO CASSETTE

*Sebastián de la Nuez

Para este comunicador social que ocupa el sexto lugar, con 15 trabajos producidos para la revista *Comunicación*, los principales descriptores temáticos son los que aparecen en la siguiente tabla:

Tabla de principales temas tratados por Sebastián de la Nuez

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
1	CINE	6
2	MÚSICA	3
2	HUMORISMO	3
3	CENSURA	2
3	PUBLICIDAD	2

El tema del CINE es el favorito para Sebastián De La Nuez, ubicándose con seis repeticiones y doblando en número el segundo tema más tratado, HUMORISMO, con 3 puntos. Mientras que la CENSURA, la MÚSICA y la PUBLICIDAD ocuparon el tercer lugar con un puntaje de 2.

Los descriptores que siguen clasifican temáticamente la producción de De La Nuez, para la revista Comunicación: CRÍTICA, HISTORIA, MITO, NIÑO, PERIODISMO, PUBLICACIÓN PERIÓDICA, RADIO, RECEPCIÓN, SENSACIONALISMO, SEXUALIDAD y TELECOMUNICACIONES.

A pesar de que de la Nuez menciona sin distingo que los temas que más ha tratado son: "los análisis de programas de televisión, tendencias en la programación, nuevo periodismo, evolución crítica del cine en Venezuela, registro de revistas sobre cine, tendencias en publicaciones y propaganda en procesos electorales y la telenovela." (Entrevista a Sebastián de la Nuez. Ver anexos) como ya pudimos observar en la tabla anterior, el CINE es el tema favorito para este comunicador,

Aunque este autor perteneció al Equipo Comunicación entre 1978 y 1992, ha seguido colaborando con la revista. "Mis temas como todo lo que he hecho en mi vida son muy variados" (Ibidem) afirma de la Nuez recordando sus trabajos en: el ministerio de Información y Turismo, *El Diario de Caracas, El Nacional*, el área publicitaria, los programas que tuvo en la radio y su actual incursión como gerente de comunicaciones en "Venezuela Competitiva". Actualmente está realizando un doctorado, vía Internet, en la Universidad de La Laguna- España, sobre "Comunicación para el año 2000"

En torno a CINE, este escritor presenta en *Comunicación* los siguientes artículos:

• "Cine infantil: El niño como espectador" (N° 21- febrero 1979)- pp. 23-39)

Otro descriptor: NIÑO

Se refiere a las opciones que tienen los niños capitalinos en cuanto a cine.

• "Publicidad sobre cine en Venezuela" (N° 27- mayo 1980- pp. 37-41)

Otro descriptor: PUBLICIDAD

Habla acerca de los anuncios y carteleras cinematográficas de las películas a proyectarse y de las relaciones de los circuitos de cine con los medios de comunicación.

 "Reseña de revistas venezolanas especializadas en cine" (N° 27- mayo 1980/ pp.56-59)

Otros descriptores: CRÍTICA; PUBLICACIÓN PERIÓDICA

Breve Reseña histórica de las revistas especializadas en cine y sus conexiones con este mundo.

• "Huellas hertzianas en el celuloide" (N° 97- marzo 1997/ pp.13-17):

Otros descriptores: CINE; HISTORIA

Hace referencia a veces que se involucra la radio en la trama de una película y hace un listado de estos filmes y otros cuyo nombre incluye la palabra radio.

Con respecto a MÚSICA, Sebastián de la Nuez escribe:

- "Análisis temático de los éxitos disqueros" (N° 32- pp.66-80)
- "Así le canta el pueblo a Bolívar" (N° 41-42/ pp. 43-49)

Otro descriptor: MITO

• "Canciones de paz, canciones de violencia" (N° 54- julio

1986/ pp. 69-75)

Otro descriptor: ANÁLISIS DE CONTENIDO

Para HUMORISMO los artículos que realiza este autor son los que siguen:

• "Joselo: La alternativa errónea" (N° 19-20/ octubre 1978/ pp.82-92)

Otro descriptor: PROGRAMA DE TELEVISIÓN

• "El antihumor en la ciudad: Lo barato sale caro" (N° 38- julio 1989/ pp. 65-67)

Para de la Nuez el sentido del humor en Caracas no existe sino la "mamadera de gallo baratona", el ridiculizar al prójimo y la crueldad premeditada y con alevosía. Por lo general de la Nuez es muy crítico y manifiesta lo que no le gusta sin rodeos y, a veces, de modo punzante. "La ética, el lenguaje y la creatividad en la comunicación me interesan"

Mientras que la CENSURA y la PUBLICIDAD ocuparon el tercer lugar con un puntaje de 2:

"Censura y tv: La forma vs. La inteligencia" (N° 40/ pp. 64-69)

Los descriptores que siguen clasifican temáticamente la producción de Sebastián de la Nuez, para la revista *Comunicación*:

Con respecto a PERIODISMO:

"Nuevo periodismo: La empresa perdona un momento de locura"
 (N° 37- pp. 30-39)

Los errores de veracidad de los periodistas en la manera de presentar los hechos. Hace mención especial a las innovaciones dentro de *El Diario de Caracas* -en el que trabajó- y a los ejemplos de periodismo interpretativo "a saltos". "Sin embargo, la empresa tiene que cumplir y esos días de creación y nuevo periodismo van quedando atrás, a pesar de la persistencia de unos cuántos"

En torno a este punto de los intereses de los medios, el periodismo y otras formas de comunicación, Sebastián de la Nuez considera que un principio la revista -y las tendencias comunicacionales de la época- centraban su interés en la responsabilidad que tenían los medios frente a la sociedad explicando el problema desde un punto de vista netamente económico e ideológico imperialista, pero que con el tiempo el interés se volcó por saber qué hacían las personas con los medios y por qué esos mensajes tenían tanta aceptación en la población, hasta llegar a las actuales ideas

sobre el consumo cultural. Sin embargo, aclara que hoy día es necesario profundizar

en la investigación y no dejar a un lado los contenidos de la programación. Por ello

lamenta la merma de la actividad del ININCO y que el Centro Gumilla, los miembros

del equipo Comunicación no puedan dedicarse a la investigación. Al referirse a José

Ignacio Rev comenta: "Él es como una especie de voz de la conciencia que hace que

no perdamos de vista, a pesar de los cambios tecnológicos y derribo de prejuicios que

no nos permitían ver otras cosas. Es la voz que nunca olvida que los medios de

comunicación social son un servicio que se desarrolla en nombre de las grandes

comunidades y que nada tiene que ver con el prototipo de usuario olvidado"

• "La campaña electoral en slogans: El reflejo del caos" (N° 44- pp. 91-96)

Otro descriptor: PROPAGANDA POLÍTICA

• "Una suave brisa sopló sobre el tejado de carmesí y pétalos"

(N° 47/ pp. 46-53)

Otros descriptores: TELEVISIÓN; RECEPCIÓN

*Gustavo Hernández.

Este investigador ocupa la séptima posición en el mayor número de producción

para la revista Comunicación, con 13 escritos desde su ingreso al equipo en 1988. Los

descriptores temáticos que caracterizan su obra en la revista se destacan a

continuación:

107

Tabla de principales descriptores tratados por Gustavo Hernández

Posición (ranking)	Descriptores temáticos	Frecuencia
1	CINE	3
1	TELEVISIÓN	3
1	LEGISLACIÓN	3
2	POLÍTICA	2
2	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	2
2	PÚBLICO	2
2	RADIO	2
2	RADIODIFUSIÓN	2
2	ÉTICA	2

En la revista Comunicación el tema LEGISLACIÓN, CINE y TELEVISIÓN son tratados 3 veces cada uno, compartiendo el primer lugar para el comunicólogo venezolano Gustavo Hernández. Al que le siguen para el segundo puesto, con 2 puntos cada uno: POLÍTICA, POLÍTICA DE COMUNICACIÓN, PÚBLICO, RADIODIFUSIÓN, RADIO y ÉTICA.

Los descriptores que sólo se encuentran en una oportunidad son: AGENCIA DE NOTICIAS, ASPECTO ECONÓMICO, COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN, INDUSTRIA CINEMATOGRÁFICA, INFORMACIÓN, INTEGRACIÓN, LEYES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, NOTICIAS y PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.

Con respecto al CINE este tema es uno de los más importantes, ya que Hernández es Licenciado en Arte, mención cine. Fue guionista para cine y -según sus propias palabras- "cronista" de cine -en lugar de crítico de cine- cuando inició sus actividades el diario *El Nuevo País*:

- "El cine venezolano y sus tendencias: 1984- 1986" (N° 57- marzo 1987)
- "Con el cine venezolano: ¡No hay problema!" (N° 62- junio 1988)

Otro descriptor: ASPECTO ECONÓMICO

En este artículo se refiere al modo como los enfoques ideológicos varían acorde a las relaciones de producción, distribución y exhibición.

"Plano general del cine nacional" (N° 74- marzo 1991/ pp.138-142)

Para el tema de la TELEVISIÓN escribe:

- "Por una TV democrática" (N° 71-72/ septiembre 1990- pp.53-61) Plantea involucrar al público en los programas, dándoles participación.
- "Educación audiovisual para la percepción activa" (N° 64- diciembre 1988/ pp 51 64)

Otro descriptor: EDUCACIÓN; INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN.

- "Código Antiético de la Cámara Venezolana de la Televisión" (N° 75- junio 1991/ pp.88-94)
- "La Educación para los medios en Venezuela" (N° 100- diciembre1997/ pp 67-73)

Para Gustavo Hernández el tema de la educación en los medios de comunicación es algo de mucha relevancia. Por ello el descriptor LEGISLACIÓN ocupa junto a los descriptores anteriores el primer lugar en vista de la necesaria intervención estatal para garantizar espacios en los medios que cumplan con la misión de educar.

Hay que destacar en torno al tema de la radio el interés que le muestra este comunicólogo, ya que específicamente con el descriptor RADIO tiene 2 puntos, con RADIODIFUSIÓN 2 puntos y con PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA un punto. Lo que en sí sumaría 5 puntos para el tema de la radio. Los escritos sobre radio son:

- "La radio en Venezuela. Entrevista a Romero Anselmi" (N°74 marzo de 1991 pp. 44-50)
- "La radio clandestina en Centroamérica y El Caribe" (IDEM- pp. 105-109)
- "La radiodifusión en Venezuela" (N° 84-diciembre 1993-/pp. 9-11)
- "La radio en Venezuela para el año 1997" (N° 97- marzo1997/ pp. 63-67)

Es importante hacer mención al tema de la ÉTICA, ya que este comunicólogo no sólo lo refiere en el artículo anterior sino también en "Sexualidad y Ética de la Comunicación", ya que es base importante para su tema de gran interés: la EDUCACIÓN, que aunque no sea su principal descriptor en la revista Comunicación es considerado en varios de estos artículos y es el que abarca su producción bibliográfica: ¿Cómo enseñar a los niños a ver cine? (tesis de grado), ¿Cómo ver televisión?, ¿Cómo crear conciencia crítica en torno al medio televisivo? y, las más reciente, ¿Teleniños o Televiolencia?.

El hecho de ser miembro de un equipo como el de Comunicación, donde las experiencias alternativas y formación de las comunidades buscaban la participación activa de las mismas en el juego democrático, de participar en SET Video (un grupo de sacerdotes que también ponían en práctica experiencias alternativas en pro de la sociedad basadas en la Teología de la Liberación) y de sus investigaciones en el ININCO, donde se inició haciendo análisis morfológicos y de contenido de las programaciones televisivas, ha contribuido en su especial interés por el tema educativo, ético-moral y de servido público. Estas características se pueden observar en sus obras y en la entrevista que sostuvimos con él. En esta última hizo énfasis en la influencia de los medios, sobre todo la televisión, especialmente en los niños y en el rol orientador que deben jugar los padres. A continuación presentamos extractos de esta entrevista para conocer más acerca de las ideas de este investigador:

"Los medios sí afectan a la sociedad positiva o negativamente, crean y generan opinión pública. Afecta a los niños y los precipita a pensar en situaciones que no son acordes a su edad, promueven la precocidad, los incita a pensar en modelos de vida agresivos, sexuales, consumistas. Los medios afectan sobre todo a aquellas personas que se someten intensamente a los medios, lo que Merton y Lazarsfeld llaman disfunción narcotizante

La Televisión - continúa Gustavo Hernández- cine, radio, centros de video son agentes cooperantes que refuerzan la violencia. Esto funciona aun más donde la televisión es punto de fuga de la familia, la gran enciclopedia de la vida, aquella ventana al mundo de una realidad reconstruida basada en una ideología mercantilista que se maneja, a través de la publicidad.

No es que a la gente le guste la violencia -agrega- sino que no tiene alternativa programática, lo habitúan a ver la violencia. La formación que se procura en la familia y en la escuela la destruyen estos programas con la desmoralización. Este es un problema cultural, un lenguaje universal que viaja por todas partes y se vende bien; sobre todo con la globalización, a través de la tecnología de la comunicación, donde la sexualidad es presentada desde una perspectiva banal.

Los niños – prosigue Gustavo Hernández- son más influenciables, pero a corto y mediano plazo los niños crecen y los resultados se observan en la sociedad, ya que el efecto más perverso de la violencia es que se habitúa a éstos a verla como algo natural, cotidiano, llevándolos a perder la sensibilidad humana y a ser permisivos, ajenos al dolor humano ¡El dolor se ve como algo espectacular!. Lo peor del caso es que los niños tienden a imitar. Además de la precocidad sexual y la violencia, se afecta el lenguaje del niño pues se hace corto, sin coherencia, estilo guión de comedia

La recomendación producto de los estudios que se han hecho al respecto - comenta Gustavo Hernández- es que los padres deben orientarse para que fomenten el diálogo en el hogar y realizar otro tipo de entretenimientos, ya que a parte de los efectos ya mencionados, en los hogares donde se destina parte importante del tiempo a ver la televisión se va perdiendo el diálogo familiar. También desde un punto de vista ecológico global todos los medios de comunicación (radio, cine, vallas publicitarias, video games, revistas) tienen incidencia en el mantenimiento del equilibrio natural, tanto por la emisión de ondas, ruido, contaminación visual y los efectos en el hombre" (Entrevista a Gustavo Hernández. Ver anexos)

Este comunicólogo considera que del mismo modo como es imprescindible para que el niño tenga éxito en los estudios, que el trabajo realizado en la escuela sea seguido en la casa, en la familia debe comenzar todo proyecto comunicacional para que "tomemos las riendas del mundo de la comunicación. De lo contrario seguiremos siendo unos usuarios olvidados, no educados, sin dejar a un lado el diálogo en el hogar y otros actos que edifiquen la moral familiar y social... Y esa es mi misión hasta que me muera: consolidar la democracia en Venezuela, a través de la educación y de la comunicación" (Ibidem). De hecho se considera a sí mismo como un "investigador que comunica la educación con la comunicación". Teniendo en cuenta

su constancia, espíritu emprendedor e iniciativa, se puede esperar que Hernández continúe trabajando por este cometido. Basta mencionar el modo como entró al Equipo Comunicación y al ININCO: en el primer caso se acercó al Centro Gumilla con un análisis semiológico "UFO o nada", sobre el que todavía bromea Aguirre, quien lo recibió y más tarde le dio la oportunidad de participar en la revista. Para ingresar al ININCO un día se presentó y se acercó a Elizabeth Safar, quien se encontraba haciendo análisis morfológicos de la programación del canal 8, y le dijo: "¿te ayudo?" . Al poco tiempo estaba contratado en dicho instituto. Esta misma determinación le llevó a ser admitido para el doctorado de Comunicación en la UCV, siendo el único aspirante que no era comunicador.

*César Miguel Rondón

Este polifacético autor ocupa la octava posición en mayor producción de escritos para la revista *Comunicación*, con 12 trabajos, desde su ingreso al equipo en 1976 y, posteriormente, con diversas colaboraciones. En la tabla siguiente se ubican los primeros ocho descriptores, que ocupan los tres primeros lugares:

Tabla de principales temas tratados por César Miguel Rondón

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
a la ma 1	RADIO	5
2	MÚSICA	3
3	CLASE SOCIAL	2
3	CULTURA POPULAR	2
3	PRENSA BURGUESA	2
3	PROPAGANDA POLÍTICA	2
3	TELEVISIÓN	2
3	TIRA CÓMICA	2

La RADIO es el descriptor que más se destaca (5 puntos) en los artículos escritos por César Miguel Rondón para la Revista Comunicación. El tema de la MÚSICA se ubica de segundo con 3 repeticiones.

Los descriptores CLASE SOCIAL, CULTURA POPULAR, PRENSA BURGUESA, PROPAGANDA POLÍTICA, TELEVISIÓN y TIRA CÓMICA compartieron el tercer lugar de importancia para Rondón con dos repeticiones. Mientras que los siguientes temas se trataron en una oportunidad: CINE, COMUNICACIÓN POPULAR, HISTORIA, HUMORISMO, POLÍTICA y PUBLICACIÓN PERIÓDICA.

La RADIO es el descriptor que más se destaca (5 puntos) en los artículos escritos por César Miguel Rondón para la revista *Comunicación*. Esto es algo que no resulta extraño al conocer la trayectoria que él tiene dentro de ese medio: se inició en 1977 en Radio Popular y desde, alrededor de una década, lleva un programa en una conocida emisora de Frecuencia Modulada en Caracas, en el que comenta, las informaciones de la prensa diaria.

En "Análisis de los boletines meridianos de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión" (año 1976) este autor señala que los medios actuales son industrias y como tales su primera obligación no puede ser otra que la del negocio y la ganancia. Por esto aunque los boletines de la Cámara de radio hablan de cómo deben de ser los medios y de sus responsabilidades en el desenvolvimiento de la vida política y económica del país, sus pautas responden a simples criterios sobre la viabilidad económica y conveniencia de determinados mensajes para consumo masivo.

Al respecto comenta -también en este artículo- que la democracia es el imperio de la mayoría y que los ricos deben comportarse con moderación y procurar a los pobres una condición material aceptable para que acepten su dependencia. "Para esto último es que existen los boletines de la Cámara de la radio, y las radionovelas en aras de la libertad y de los principios del hombre"

En el artículo "La división del Bloque de Prensa Venezolano" (N° 5- pp. 41-47) con el descriptor PRENSA BURGUESA, Rondón señala: "Los propietarios de Los medios aluden a su "libertad de expresión" mientras que violentamente se margina a los demás sectores" Según Jorge Olavarría -escribe- la libertad de expresión no sólo puede ser ahogada por los gobiernos sino también por los sindicatos y los grupos de

presión de anunciantes para evitar que todo aquello que lesione sus intereses sea publicado.

"...La Libertad de Expresión -prosigue César Miguel Rondón- en los regímenes de libre empresa, no existe. Y no existe porque es una burla constante al público que tiene derecho de ser informado, burla que es hecha a través de los grupos de presión que actúan en una sociedad libre democrática de libre empresa y que evitan que el público conozca lo que tiene derecho a conocer (...) la burla es total. La gran prensa cumple su papel como gran industria, pero nada más (...) Los graves problemas que confronta el ejercicio de la Libertad de Prensa, y de libre empresa, no pueden seguir cargando la pesada hipoteca de quienes usan y abusan de ella con medios, métodos y técnicas reñidas con sus propósitos y fines (...) Lo que está en juego, en definitiva, no es la moral sino el negocio"

Ideológica y políticamente, hay que mencionar que Rondón nació un 18 de noviembre de 1953 en México, debido al exilio de sus padres durante la dictadura de Pérez Jiménez, quienes pertenecieron al partido Acción Democrática, hasta el año 1961, cuando nace el partido comunista. Sin embargo, a pesar de esta influencia familiar, de los aires izquierdistas de los años 60 y aunque estas apreciaciones sobre la Cámara de la Industria de la Radiodifusión parezcan tener ese mismo cariz, Rondón señala acerca del humor en el periódico del Sádico Ilustrado: "El balance, lamentablemente, es negativo: para el sobrado humor criollo esta revista no sólo es perjudicial sino extraña, como la izquierda, en fin, que no pega una"

Este comunicador ha pisado terrenos con distintas ideologías y, aparte de eso, fue estudiante de Filosofía en la UCV. En este sentido, nos hace referencia en la entrevista que le realizáramos acerca de lo radical de las ideas en los años setenta, cuando se crea la revista, cosa a la que ésta y sus miembros no escaparon. Este autor escribe por dos años en *Comunicación*, hasta que en 1978 se va a Nueva York (su esposa hace un post-grado y él aprovecha para escribir guiones y "El Libro de La Salsa"). Al regresar al país entra a escribir dramáticos en Venevisión, llega a ser director, e incluso a ocupar cargos gerenciales tanto en Venevisión como en Radio Caracas Televisión. Realiza programas radiales, es locutor para comerciales de

televisión (actualmente es la voz oficial de las tiendas Graffiti), traductor de programas especiales como el Oscar y Miss Universo para Venevisión. Hoy día tiene su propia productora "Opayoma" que produce el programa "Flash" de Gilberto Correa, el cual sale al aire por Televen. Como se ve CMR se ha movido en espacios que van desde el comunismo, la ideología de la iglesia (en la entrevista con él -ver anexos- sostenida considera "absoluta" la influencia moral-ética y profesional que le dejó el haber participado en el Equipo Comunicación) y el capitalismo de los canales televisivos, especialmente Venevisión.

Al regresar de Estados Unidos este autor escribe en *Comunicación* hasta el #N° 37 (marzo1982) y vuelve a escribir para el N° 97 con "Amaneceres de radio: Amaneceres de bala- Memoria y cuento" donde realiza una crónica de su experiencia como locutor acerca del "Caracazo" del 27F y la intentona militar del 4F, con cierto "toque" de humor, crítica o desazón que caracterizan el lenguaje de este comunicador. Tal vez el navegar por tan dispares ideologías con sus contradicciones y comparaciones con la realidad, experiencias como llevar la página de crítica de cine en revista Suma (en el año 1977, estando ausente del país Juan Nuño, quien llevaba esa sección) han sido los responsables de esa forma particular de expresión en la que no se estilan rodeos para decir lo que se quiere, a menos que su intención sea ser muy diplomático.

En torno al tema de RADIO También realizó un artículo: "Notirrumbos: Un enfoque de lo popular en la radio venezolana", donde insiste en diferenciar lo popular de lo "chabacano"

El tema de la MÚSICA se ubica de segundo con 3 repeticiones. En este aspecto se refiere a lo "popular" en la música industrial, considerando que es dificil hacer frente a la influencia rock, cuando únicamente se considera "popular" a uno de nuestros géneros musicales: la música llanera (septiembre1975). Igualmente hace un escrito sobre "Popularidad" la canción rebelde y "rebeldía" de la canción popular.

Con respecto a PRENSA BURGUESA escribe sobre la división del Bloque de prensa venezolano y el juego de intereses con la libertad de expresión. Para el

descriptor TELEVISIÓN destaca: "Lo popular en al televisión venezolana: Joselo como riesgo y alternativa, frente a los enlatados gringos".

En torno a los comics, Rondón señala en su artículo "El mundo del comic (a manera de introducción)" que éstos llevan la ideología de las potencias dominantes hacia los países dependientes.

* José Martínez Terrero

Este jesuita especializado en Economía, con gran interés por la publicidad y Doctor en Comunicación ocupa la novena posición por la producción que ofreciera en *Comunicación* durante el tiempo que fue miembro de su equipo, con 11 trabajos entre estudios y artículos. Las temáticas desarrolladas en sus escritos se encuentran reflejadas en la tabla que presentamos a continuación:

Tabla de temas principales tratados por José Martínez Terrero

Posición (ranking)	Descriptor temático	Frecuencia
ransmi 1	ASPECTO ECONÓMICO	4
авенс 1	PUBLICIDAD	4
mentica 2	LEGISLACIÓN	2

ASPECTO ECONÓMICO y PUBLICIDAD son los temas que, en 4 oportunidades, cada uno de ellos, fue tratado por el jesuita economista José Martínez Terrero. Mientras que LEGISLACIÓN fue el descriptor que se ubicó en el segundo lugar con 2 puntos. Observándose una diferencia del doble entre ambos lugares.

Los temas que el siguen y que fueron tratados una sola vez son: COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, DEPORTE, EMPRESA, IMPERIALISMO, INVESTIGACIÓN, PARTICIPACIÓN, POLÍTICA DE COMUNICACIÓN, RADIO, RADIODIFUSIÓN, RADIOYENTE y TECNOLOGÍA

ASPECTO ECONÓMICO y PUBLICIDAD son los temas que, en 4 oportunidades, cada uno de ellos, fue tratado por el jesuita José Martínez Terrero. Según declaraciones dadas en una entrevista que le realizáramos, aprovechando su visita a Venezuela (actualmente es profesor de la Universidad Gregoriana- (Roma-Italia), su contribución al Equipo Comunicación (aparte de haber sido el director y ecónomo del Centro Jesús María Pellín) fue: "el análisis y la crítica de la ideología y la publicidad (...) la unión de la comunicación a la economía" (Entrevista José Martínez Terrero. Ver anexos). Según José Ignacio Rey, Martínez de Toda Terrero como firma y le gusta que le llamen- era el "alma" del Centro Jesús María Pellín y un excelente relacionista público que, incluso, llevó a las pantallas del canal 8 y Venevisión producciones de ese centro de comunicación. Igualmente es importante señalar la conexión que estableció este sacerdote comunicador con la SERPAL para transmitir a las comunidades programas como "Jurado Nº 13" y la producción de cassettes de música venezolana y religiosa con los que se conseguían recursos para el mencionado centro. Según él, la tercera parte del costo de la Quinta Etey (donde funcionaba este centro) fue aportada por la misma comunidad del Centro Jesús María Pellín.

También escribió el libro *Publicidad en Venezuela* y tuvo participación en la Colección Amarilla: *Pobreza y Comunicación*. El Master en Economía y Educación que realizó en la Loyola University, de Chicago, le suministró las herramientas para esos abordajes. Demás está decir que su formación como padre jesuita y simpatizante de la Teología de la Liberación, ha tenido poderosa influencia en sus escritos. Recientemente obtuvo su título de doctor en Comunicación en la Universidad Gregoriana, con la tesis "Educación para los medios"

Entre los artículos y/o estudios que realizó para *Comunicación*, relacionado con la PUBLICIDAD Y ASPECTO ECONÓMICO se encuentran:

• "Distorsión económica de la publicidad" (N° 3- julio 1975/ pp. 4-15)

La publicidad según se le usa hoy día "incide más directamente en una deformación continua y creciente de los valores y la conciencia del pueblo venezolano", ya que estimular los instintos y manipular el subconsciente para consumir compulsivamente, hace producir bienes y servicios innecesarios, mientras "las grandes masas de la población permanecen en condiciones mínimas de sustento (...) La riqueza de un país reside en su capacidad productiva (...) el costo publicitario es necesario para la producción. Por ello es un freno al desarrollo económico"

• "El Anteproyecto de la Ley de la Publicidad" (N° 6- febrero 1976/pp. 66-70)

Otro descriptor: LEGISLACIÓN

Los anunciantes se oponían al proyecto esgrimiendo que atentaba contra la libertad de expresión y la libre empresa, cuando existían artículos como el 98 que hablaba de la racionalización de la producción y el 99 que establecía la función social de la propiedad con fines de utilidad pública o de interés general.

• "Marco económico-militar de la manipulación informativa"

(N° 39- septiembre 1989/ pp. 5-17)

Otro descriptor: IMPERIALISMO

"Se ha visto cómo la guerra ideológica con la manipulación informativa forma parte de un esquema militar y doctrinal de salvaguardar el predominio injusto de las minorías poderosas sobre las mayorías oprimidas con todos los medios al alcance del hombre. En este esquema están de acuerdo los Estados Unidos, y los gobiernos militares demócratas capitalistas.

La doctrina de la Seguridad nacional, asimilada en América Latina tiene grandes coincidencias con la política externa de los Estados Unidos, y ambas desembocan en una guerra ideológica contra el pueblo. latinoamericano. Los militares de América Latina creyeron ver en los Estados Unidos su aliado incondicional. El conflicto de Las Malvinas ha tenido el triste beneficio de aclararles que para Estados Unidos los intereses de los países de la OTAN están por encima de sus compromisos del TIAR.

• "Impacto del Control de cambio en los medios" (N° 43/ pp.79-83)

Otro descriptor: PRENSA DE PROVINCIA

• "El deporte y las Olimpiadas como negocio publicitario" (N° 63/ pp.44-52) Otro descriptor: DEPORTE

Los temas que siguen y que fueron tratados una sola vez son:

- "La participación en "El Diario Marka" y "Le Monde" (Comunicación # 43- pp. 84-91)

Otros descriptores: PARTICIPACIÓN; EMPRESA

"Investigación para toma de decisiones. Políticas de Comunicación"
 (N° 22- julio 1979- pp.114-125)

Otros descriptores: POLÍTICA DE COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN

Otros descriptores considerados en vista de su conexión con el mundo de la radio, ya que a partir de 1982 fue nombrado director de "Radio Fe y Alegría", fueron: RADIO, RADIODIFUSIÓN, RADIOYENTE y TECNOLOGÍA.

*Carlos Correa

Este investigador ocupa la décima posición entre los autores que más han escrito para la revista *Comunicación*, con 7 trabajos hasta el 100. Para conocer acerca de sus temáticas ofrecemos la tabla que se encuentra a continuación:

Tabla de principales descriptores temáticos tratados por Carlos Correa

Posición (ranking)	Descriptores temáticos	Frecuencia
1	INVESTIGACIÓN	3
2	NOTICIAS RADIOFÓNICAS	2
2	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA	2
2	AUDIENCIA	2
2	ECONOMÍA	2
2	RADIO	2
2	MERCADO	2

INVESTIGACIÓN es el descriptor que se repite tres veces para Carlos Correa quien fuera, anterior a Marcelino Bisbal, director de la revista *Comunicación*. Sin embargo, es importante resaltar que estas investigaciones y otros descriptores que son muy específicos están relacionados con el tema de la RADIO, en vista de que este autor es un hombre que, básicamente, se ha dedicado a este medio, destacándose como director de Radio Fe y Alegría. Los descriptores a los que hacemos referencia se encuentran a continuación: NOTICIAS RADIOFÓNICAS, PRODUCIÓN RADIOFÓNICA, AUDIENCIA y RADIO se repiten en dos oportunidades; mientras que RADIO EDUCATIVA, RADIODIFUSIÓN, RADIOYENTES, RECEPCIÓN ACTIVA y MÚSICA aparecen una sola vez. Sin embargo, casi todos los temas que trata Correa en Comunicación están relacionados con la RADIO. Entre estas publicaciones destacan:

- "La radio en América Latina: Experiencias autónomas" (N° 62- junio 1988).
 RADIO; INTEGRACIÓN CULTURAL; RADIO EDUCATIVA
- "La radio, en tema de investigación" (N° 74- marzo 1991)
 INVESTIGACIÓN; RADIODIFUSIÓN; PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA
- "Noticieros radiofónicos populares: forma y contenido de la participación popular"

NOTICIAS RADIOFÓNICAS; RADIOYENTES; AUDIENCIA

 "Consumo musical: compra de productos musicales y audición musical en las radios" (N° 86- junio 1994)

RADIO; CONSUMO; MÚSICA

En estos escritos de Correa podemos ver la evolución y concepción de pensamiento de un personaje de la radio que va desde una radiodifusión con carácter de servicio público, medio cultural y educativo para la formación de un ciudadano activo dentro del sistema democrático y las experiencias de tipo alternativo hasta el consumo de tipo "cultural" por parte de los usuarios de los medios de comunicación. Tendencia que se destaca hoy día.

A continuación otros temas tratados por Correa:

- "Lectura de los Medios: Reseña de un encuentro" (N° 64- diciembre 1988). CENTRO DE COMUNICACIÓN; LECTURA CRÍTICA; RECEPCIÓN ACTIVA
- "Los costos detrás del voto" (Nº 65-66- junio 1989)

PROPAGANDA POLÍTICA

"Juegos Olímpicos: Comunicación, tecnología y negocio" (N° 80- junio 1992) DEPORTE; TECNOLOGÍA; TELEVISIÓN

- "El consumo desde una perspectiva crítica" (N° 81- febrero 1993)
 INVESTIGACIÓN; CONSUMO; CULTURA; ECONOMÍA; MERCADO
- "Los grupos multimedia en Europa" (N° 84- diciembre 1993)
 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASA; ECONOMÍA; MERCADO

A pesar de que la RADIO es el tema preferido de Correa, podemos notar que eventos importantes como las elecciones presidenciales y la Olimpíadas han llamado su atención, así como el proceso de globalización en lo que afecta a medios de comunicación. Al respecto, podemos observar en los anteriores títulos dos artículos referentes al consumo cultural, una de las últimas tendencias en la investigación comunicacional.

III.2.3. Apertura de la revista Comunicación (Equipo Comunicación)

Un aspecto importante que debe ser considerado dentro del estudio de las tendencias temáticas de la revista *Comunicación*, es el relativo a los descriptores temáticos que contienen los estudios u otros trabajos que se publican en ella a nombre del Equipo Comunicación, en vista de que es este grupo de investigadores quienes conducen esta publicación del Centro Gumilla.

Para conocer los temas que este equipo ha considerado importante reseñar y tener un pronunciamiento, presentamos a continuación una tabla con los temas abordados hasta el N° 100:

Tabla de descriptores temáticos tratados por el Equipo Comunicación

Posición (ranking)	Descriptores temáticos	Frecuencia
1	ASPECTO ECONÓMICO	5
1	CINE	5
1	TECNOLOGÍA	5
2	IDEOLOGÍA	4
2	INDUSTRIA CULTURAL	4
2	MONOPOLIO	4
atado 2	PROPAGANDA POLÍTICA	4
2	PROVINCIA	4
3	CULTURA	3
DEOL-3	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	3
01114	EDUCACIÓN	2
4	CONCENTRACIÓN ECONÓMICA	2
4	ESCUELAS DE PERIODISMO	2
4	INVESTIGACIÓN	2
4	INVEST. SOBRE LA COMUNICACIÓN	2
4	PERIODISTAS	2
4	PRENSA	2

Posición (ranking)	Descriptores temáticos	Frecuencia
4	REVISTAS	2
4	TIRA CÓMICA	2
4	UNIVERSIDAD	2
4	ANÁLISIS DE CONTENIDO	1
5	AUDIOVISUALES	1
5	ECOLOGÍA	1
5	ESTADÍSTICAS	1
5	IMPERIALISMO	1
5	IMPERIALISMO CULTURAL	1
5	INTEGRACIÓN	1
Tro 1125	JOVEN	1
5	LEGISLACIÓN	1
5	PERIODISMO	1
5	PROFESIÓN	1
5	RADIODIFUSIÓN	1

ASPECTO ECONÓMICO, CINE y TECNOLOGÍA fueron los temas que, tratados en los trabajos realizados en conjunto, ocuparon principal atención al equipo de la revista *Comunicación*, cada uno de ellos en 5 oportunidades.

Para la segunda posición, con 4 puntos en frecuencia, se encuentran: IDEOLOGÍA, INDUSTRIA CULTURAL, MONOPOLIO, PROPAGANDA POLÍTICA Y PROVINCIA. Mientras que en el siguiente lugar se encuentran, se ubican con 3 puntos: CULTURA Y POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

El cuarto peldaño lo comparten, con 2 puntos: EDUCACIÓN, CONCENTRACIÓN ECONÓMICA, ESCUELAS DE PERIODISMO, INVESTIGACIÓN, INVESTIGACIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN, PRENSA, REVISTAS, TIRA CÓMICA y UNIVERSIDAD.

Los temas que el equipo consideró en una oportunidad fueron: ANÁLISIS DE CONTENIDO, AUDIOVISUALES, ECOLOGÍA, ESTADÍSTICAS,

IMPERIALISMO, IMPERIALISMO CULTURAL, INTEGRACIÓN, JOVEN, LEGISLACIÓN, PERIODISMO, PROFESIÓN y RADIODIFUSIÓN.

El ASPECTO ECONÓMICO es considerado en las siguientes ocasiones:

"Estimaciones sobre Costos Totales de la Campaña Electoral 1978"
 (N° 20/ pp. 121-131)

En cada elección se invierte cada vez más los costos de las campañas electorales.

- "Desarrollo de la Cinematografía. Acuerdo de Cartagena" (N° 27/ pp. 63-65)
 Otros descriptores: CINE; INTEGRACIÓN
- "El Fondo Cinematográfico en la Gaceta Nacional: los créditos cinematográficos" (N° 32/ pp. 97-100)

Otro descriptor: CINE

• "El Grupo Cisneros o los Poderes de la Organización" (N° 51-52 / pp. 139-

Otros descriptores: IMPERIALISMO CULTURAL; MONOPOLIO

Con respecto a CINE el Equipo Comunicación se pronunció en los siguientes trabajos:

- "Consideraciones en torno al Cine Nacional" (N°5- febrero 1976/ pp. 4-15)
- "Entrevista a Manuel de Pedro, Creador de la Película Juan Vicente Gómez y su Época" (N° 5- febrero 1976/ pp. 25-30)

Para TECNOLOGÍA:

• "La Industria de lo Audiovisual" (N° 46/ pp. 4-17)

Otros descriptores: INDUSTRIA CULTURAL; AUDIOVISUAL; RECEPCIÓN; TELEVISIÓN

"No nos atrevemos a sostener que lo escrito -lo lingüístico propiamente dicho- esté feneciendo. De lo que sí estamos seguros es que lo audiovisual ha ido adquiriendo definición propia y límites precisos. Hoy, lo audiovisual no solamente sirve para designar la utilización de los medios audio y/o visuales sino que el término involucrar

una serie de tecnologías que engloban múltiples usos del audio y o de lo visual" las nuevas tecnologías y el crecimiento de lo audiovisual "La pregunta es obligada: ¿a quién ha beneficiado la introducción de las nuevas tecnologías audiovisuales? Respuesta obvia, que por tal no merece ser respondida"

• "Nuevas Tecnologías: Prensa e Informática" (N° 49-50/ pp. 123-125)

Otro descriptor: PRENSA

Reseña del Seminario Prensa e Informática, realizado del 29 al 31 de octubre del 84, en Valencia España.

• "Líneas de Acción ante las Nuevas Tecnologías" (N° 46 / pp. 78-81)

Otros descriptores: LEGISLACIÓN; POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

Proponen estudios que prevean el efecto de la implantación de nuevas tecnologías, la creación de un marco legal desde la parte fiscal y protección personal y seguridad física, Formular políticas globales por parte del gobierno para establecer planes de información y comunicación. Los gremios negociarán la introducción de nuevas tecnologías -consulta previa-, darán a conocer los efectos de las nuevas tecnologías, se defenderá el empleo de trabajadores de edad media que tengan cierta dificultad para aprender el manejo de las nuevas tecnologías, acuerdos intersindicales para la redefinición de las labores de los periodistas. Mejoras económicas y horario menores que conlleven las nuevas tecnologías.

Con relación al descriptor IDEOLOGÍA, que se encuentra en el segundo lugar, el equipo publica:

• "Walt Disney y su Influencia ideológica" (N° 9/ pp. 86-97)

Otros descriptores: TIRA CÓMICA; INDUSTRIA CULTURAL

Disney es uno de los pilares fundamentales para la penetración ideológica de Norteamérica, mediante programas infantiles estratégicamente presentados bajo la forma de mera diversión a nivel mundial. Del Mickey de la post-guerra al Pato Donald de Vietnam. Cronología de Disney.

Para MONOPOLIO se encuentran los siguientes escritos:

• "La Concentración de Medios Masivos en Venezuela" (N° 15/ pp. 61-79)

Otro descriptor: CONCENTRACIÓN ECONÓMICA

Todos los medios de comunicación social del país dependen de la inversión publicitaria canalizada, mayoritariamente, por las empresas extranjeras. En consecuencia, la dependencia de los contenido es, respecto de la publicidad, aun mayor que en la metrópoli originaria del sistema.

 "Las Transnacionales de la Comunicación en Números" (N° 18- agosto 1978/ pp.

72-85)

Otros descriptores: IMPERIALISMO; ESTADÍSTICAS; TECNOLOGÍA

Se presentan cuadros de las transnacionales que operan en el mundo, Latinoamérica y Venezuela. Hace referencias a la tecnología de comunicaciones.

En torno a PROVINCIA aparece el siguiente trabajo:

• "Investigaciones en la Provincia sobre Medios Masivos" (N° 14 / pp. 62-78)

Otro descriptor: INVESTIGACIÓN

A pesar de que los Centros y Universidades regionales no contaron con apoyo financiero, los estados Zulia (LUZ) y Lara (FUDECO) se han caracterizado por una importante labor investigativa en el área de comunicación. Menciona los investigadores, obras e ideas de estos centros.

Para el descriptor PROPAGANDA POLÍTICA las publicaciones del equipo son las que siguen:

• "Promesas de los Candidatos de AD y Copei como Armas de Motivación

Electoral" (N° 22/ pp. 4-26)

Otro descriptor: ANÁLISIS DE CONTENIDO

Las ofertas electorales en los diarios El Nacional y Últimas Noticias

"Balance Final de la Campaña Electoral 1978 (Sumario Estadístico)"

 $(N^{\circ} 22/ pp. 53-71)$

Costos y tratamiento en la prensa de la campaña electoral.

Para el tema CULTURA están los siguientes trabajos del equipo:

• "II Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación"

 $(N^{\circ} 2/ pp. 41-46)$

Otro descriptor: INVESTIGACIÓN

• "II Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación"

 $(N^{\circ} 3 / pp. 41-46)$

Otro descriptor: MUJER

Tema del encuentro: "Contenido valorativo de la publicidad comercial en las revistas femeninas"

 "La Política Cultural según tres Candidatos Presidenciales" (N° 20/ pp. 132-141)

Con respecto a POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN:

• "Reestructuración de la TV Estatal" (Nº 74- marzo 1991)

Otros descriptores: TELEVISIÓN

Con respecto al descriptor INVESTIGACIÓN:

• "Un recuerdo sobre Mc Luhan" (N° 33-34- septiembre 1981)

También participaron: Arturo Uslar Pietri, Ignacio Burk; Antonio Pasquali, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Jesús María Aguirre.

Otros descriptores: INVESTIGACIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN

Para los PERIODISTAS el Equipo Comunicación escribe los siguientes trabajos:

- "Diez Propuestas para los Periodistas Latinoamericanos" (N° 43 / pp. 92-93)
- 1- Apoyar los esfuerzos sinceros destinados a la creación de un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación
- 2- Favorecer la multiplicación y diversificación de agencias informativas internacionales, especialmente las propias del Tercer Mundo y sobre todo de América Latina.
- 3- Presionar para que el estado de su país cree un Sistema Nacional de comunicación y una adecuada Política Nacional de Comunicación.

- 4- Los Colegios Nacionales de Periodistas deben facilitar el continuo perfeccionamiento de sus agremiados.
- 5- Los Colegios nacionales deben mantener contacto e influencia con las Escuelas de Comunicación Social para que no se alejen de la realidad gremial y para que formen comunicadores que den respuesta a las necesidades comunicacionales de cada país.
- 6- Ayudar al desarrollo progresivo y paralelo de un genuino "sistema de comunicación alternativa" donde las mayorías populares puedan intercambiar sus propias informaciones y puedan hacer pública la expresión de su propia cultura
- 7- La comunicación alternativa supone el estímulo a la iniciativa de comunicadores populares "no profesionales". El periodista profesional ejerce una misión delegada, reconociendo en derecho que tiene toda persona y grupo social a ser emisor de su propio mensaje y de participar en el proceso de comunicación social.
- 8- Los gremios deben tener su propio órgano de expresión. Igualmente de esforzarse en tener en régimen de propiedad cooperativa sus propios medios de comunicación social.
- 9- La democratización de los medios ajenos de comunicación en los que trabaja profesionalmente. Ello implica participar en la política informativa y , la libre selección y tratamiento de la información editorial, y el libre acceso a las fuentes informativas.
- 10- Denunciar todo lo que atenta contra los ideales bolivarianos de independencia, integración, justicia y libertad.

A través del análisis anterior hemos visto reflejadas las ideas del Equipo Comunicación. Sin embargo, al establecer una comparación entre los temas más tratados por éste y la revista a rasgos generales, podemos notar que no coinciden. Situación que habla de la apertura, pluralidad y no manipulación de una línea editorial que caracteriza al equipo y, por tanto, a la revista *Comunicación*. A continuación reproducimos un cuadro comparativo.

Cuadro comparativo de los primeros 20 descriptores temáticos de la revista *Comunicación* y del Equipo Comunicación

Descriptores revista Comunicación	Descriptores Equipo Comunicación
PODER POLÍTICO	ASPECTO ECONÓMICO
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	CINE
TELEVISIÓN	TECNOLOGÍA
CINE	IDEOLOGÍA
INVESTIGACIÓN	INDUSTRIA CULTURAL
CULTURA	MONOPOLIO
COMUNICACIÓN	PROPAGANDA POLÍTICA
TECNOLOGÍA	PROVINCIA
ANÁLISIS DE CONTENIDO	CULTURA
LEGISLACIÓN	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
PROPAGANDA POLÍTICA	EDUCACIÓN
MEDIO DE COMUNIC. DE MASA	CONCENTRACIÓN ECONÓMICA
ASPECTO ECONÓMICO	ESCUELAS DE PERIODISMO
IDEOLOGÍA	INVESTIGACIÓN
PRENSA	INVEST. SOBRE LA COMUNICACIÓN
RADIO	PERIODISTAS
INDUSTRIA CULTURAL	PRENSA
PUBLICIDAD	REVISTAS
COMUNICACIÓN ALTERNATIVA	TIRA CÓMICA
PERIODISTAS	UNIVERSIDAD

Como se puede observar el peldaño más cercanos para un mismo descriptor es el de CINE: para *Comunicación* está en el cuarto puesto y para el equipo en segundo lugar. Los descriptores que coinciden en los primeros diez lugares son: CULTURA, TECNOLOGÍA, CINE y POLÍTICA DE COMUNICACIÓN. Mientras que los restantes que coinciden en ambas listas, de la posición 11 a la 20 son: IDEOLOGÍA, INVESTIGACIÓN, PERIODISTAS y PRENSA.

Con respecto al éxito de la revista *Comunicación*, Marcelino Bisbal, su actual director y miembro fundador, estima que se debe: "Primero que nada a la voluntad política para seguir adelante. Segundo, a la constante renovación del equipo para proseguir. Tercero, a la constancia del equipo para llevar adelante la revista. Además, ésta ha sido una gran plataforma de divulgación de otras investigaciones y de otro tipo de reflexión que muchas veces está reñida con el tipo de pensamiento de otros miembros del equipo o de todo el equipo y, sin embargo, en ese sentido nosotros siempre hemos sido bien democráticos en publicar esos materiales para generar la reflexión, discusión, comunicación y confrontación. Yo creo que esa apertura ha mantenido la revista y la mantiene, por eso debemos seguir manteniendo esa línea, ya que ha sido el motivo del gran éxito (...) También (...) el ser flexibles, tolerantes y respetar las diferencias. Sin duda alguna la unión es importante, y la revista es una muestra de ello, pero dentro de todo, como ya te dije, hay que respetar las diferencias" (Entrevista a Marcelino Bisbal. Ver anexos)

Igualmente, Bisbal considera que la permanencia de *Comunicación* se debe a que: "Nosotros intentamos retomar en nuestras páginas lo que se está investigando a nivel latinoamericano con peso específico y no por moda. Por eso, en un primer momento se trabajó con industrias culturales, luego con políticas de comunicación y planificación comunicacional, el campo de la investigación y reporteros de agencias internacionales. Más adelante tratamos las alternativas comunicacionales y después las tecnologías de la comunicación. Ahora en los años 90 el contexto venezolano ha venido reflejando el campo de los estudios culturales, la relación comunicacional y sociedad. Esto significa consumo cultural, políticas culturales en relación con políticas de comunicación, perfiles laborales, relación comunicación-educación. Entendida esta última de manera diferente a la de los 70 y 60, no tanto en el uso instrumental de la educación para la comunicación sino una interrelación entre ambas. Luego el campo de la hibridez cultural de la recepción de la estética y otros temas (...) Los cambios en los temas que se manejan se deben al intento de reflejar lo que yo diría el signo de los tiempos" (Ibidem)

Otros miembros o exmiembros del equipo también nos hablan de su apreciación

sobre Comunicación:

- Aguirre: "Comunicación ofrece una cultura comunicacional de base sobre cómo está el país y sus medios masivos. Además se ha convertido en la gran "mina" que permite realizar sus trabajos a los estudiantes de Comunicación "la revista es imprescindible para entrar a cualquier tema de comunicación, ya que allí encontrarás la información básica" (Entrevista a Jesús María Aguirre. Ver anexos)
- César Miguel Rondón: "Comunicación es una de las publicaciones latinoamericanas fundamentales para el área comunicacional, es una revista madura".
 (Entrevista a César Miguel Rondón. Ver anexos)
- Gustavo Hernández: "La revista *Comunicación* es referencia obligada sobre comunicación en Venezuela. También es una excelente opción para estudiantes por su variedad "y en vista del costos de libros". De hecho mi tesis, al menos la parte teórica, está basada en gran parte en artículos de Rey y Aguirre en la revista, pues éstos son densos. Lo cual permite a los estudiantes tener noción, al menos general, de un tópico en cuestión" (Entrevista a Gustavo Hernández. Ver anexos)

Un aspecto común en todos los autores entrevistados, fue su referencia a la amistad, respeto, tolerancia y participación que siempre ha existido en el Equipo Comunicación. Lo cual se ve reflejado en la línea editorial de la revista. A continuación sus opiniones:

• César Miguel Rondón: "El punto de encuentro en cada uno de los autores que participan o han participado en el Equipo Comunicación es la amistad. Nos hicimos amigos porque nos respetábamos y por la gran apertura de la revista, incluso he visto artículos feroces en mi contra. Esa es una democracia absoluta, allí reina un gran espíritu de tolerancia sin el que la amistad y la permanencia de la revista fueran posibles hoy día (...) Las decisiones siempre eran unánimes, por consenso (...) Participar en *Comunicación* influyó absolutamente en mi vida en el aspecto profesional en el orden moral, ético y ciudadano. Aprendí rudimentos de cierta ciudadanía. Para mí el Centro Pellín, anterior editor de Comunicación, era un centro de reflexión teórica y política para entender al país... -se queda pensativo- Fue tan o más determinante que la formación académica. Tan es así que de mis cinco hijos el

mayor se llama César Ignacio en memoria del San Ignacio de Loyola, fundador de la Compañía de Jesús, y fue bautizado en la Parroquia Universitaria por el jesuita José Ignacio Rey, miembro fundador de la revista". (Entrevista a César Miguel Rondón. Ver anexos)

- Marcelino Bisbal: "El compartir con personas del equipo, la imprenta, gente de la Universidad en reuniones que tuvieron que ver con la revista o en otras han sido muy significativas, ya que fueron más allá de lo comunicacional, teniendo también que ver con la relación social, la cotidianidad. Yo diría que la amistad es lo que motiva. Mi relación ha sido muy intensa con José Ignacio Rey, mi hijo se llama Marcelo Ignacio y es por Rey; igualmente mi relación con Aguirre ha sido y es importante a nivel profesional y también a nivel personal (han realizado libros y estudios en conjunto) (...) El equipo desde un principio ha existido un relación muy horizontal" (Entrevista a Marcelino Bisbal. Ver anexos).
- Francisco Tremonti: "Recuerdo con cariño las reuniones que teníamos en Navidad con todos los colaboradores y las personas de la imprenta cuando aun estaban en el Centro Pellín. Esto era algo muy cercano" (Entrevista a Francisco Tremonti. Ver anexos).
- José Martínez Terrero: "Fue muy importante la relación humana de los miembros; nos respetábamos y divertíamos juntos" (Entrevista a José Martínez Terrero. Ver anexos).
- José Ignacio Rey: "Las reuniones de la revista eran almuerzos y que se entabló una relación amistosa entre los miembros" (Entrevista a José Ignacio Rey. Ver anexos)

El estilo que hoy día tiene la revista *Comunicación* surgió debido a una "crisis" que tuvieron -confiesa Aguirre- ya que si planteaban las cosas a nivel muy investigativo se harían ilegibles, pero a su vez, si se manejaban en función de los estudiantes y la diseminación "no seríamos considerados como una revista científica: De hecho eso nos pasó con el Conicit, que puso cierta resistencia porque quería investigación, pero si seguíamos así no lograríamos vender ni un número al target que tenemos. Así que logramos la fórmula actual que es un híbrido con estudios,

artículos, ensayos, entrevistas. De manera que no perdimos la ayuda del Conicit y más tarde conseguimos la ayuda del Conac y de la Fundación Polar' (Entrevista a Jesús María Aguirre. Ver anexos)

CAPÍTULO IV: Conclusiones para entender una revista

- 1- El éxito y la permanencia de la revista *Comunicación* desde su fundación, hace 25 años, aparte del trabajo y la mística del equipo que la conduce, se debe a su línea editorial abierta, plural, democrática en la que hay cabida a distintas ideologías, tendencias investigativas y personalidades del mundo de la comunicación con las que, incluso, el Equipo Comunicación —o algunos de sus miembros—no esté de acuerdo, pero que se publican con el objeto de contrastar para generar reflexiones que permitan un conocimiento y una opinión lo mayormente cercano a la realidad.
- 2- El estar atentos al acontecer nacional, latinoamericano y mundial en los ámbitos político- militar- económico- tecnológico y social, así como a las tendencias investigativas en el área de la comunicación y todo lo que tenga que ver con ella, es también un punto que explica el motivo de la continuidad de esta publicación del Centro Gumilla.
- 3- Los temas mayormente tratados en la revista Comunicación son: PODER POLÍTICO con 68 puntos, POLÍTICA DE COMUNICACIÓN con 65 de puntaje, TELEVISIÓN con 62 puntos, CINE con 60 repeticiones, INVESTIGACIÓN con 56, CULTURA con 48 puntos, COMUNICACIÓN con 38, TECNOLOGÍA con 37 de puntuación; y ANÁLISIS DE CONTENIDO, LEGISLACIÓN y PROPAGANDA POLÍTICA con 35 puntos.
- 4- Para el Equipo Comunicación los principales descriptores temáticos son: ASPECTO ECONÓMICO, CINE y TECNOLOGÍA con 5 puntos para el primer lugar; IDEOLOGÍA, INDUSTRIA CULTURAL, MONOPOLIO, PROPAGANDA POLÍTICA y PROVINCIA con 4 puntos en el segundo lugar; con 3 puntos CULTURA y POLÍTICA DE COMUNICACIÓN en tercer lugar.
- 5- Los autores que más han escrito para la revista son o han sido miembros del Equipo Comunicación: Jesús María Aguirre está en el primer lugar con 58 trabajos, Marcelico Bisbal en el segundo puesto con 47 apariciones en *Comunicación*; José Ignacio Rey en la tercera posición con 30 artículos; Francisco Tremonti en el cuarto peldaño con 17 producciones; mientras que Berta Brito y Sebastián de la Nuez ocupan la quinta y sexta posición, respectivamente, ambos con 15 escritos. Gustavo Hernández con 13 puntos, César Miguel Rondón

- con 12 trabajos, José Martínez Terrero con 11 producciones y Carlos Correa con 7 puntos, ocupan las siguientes posiciones.
- 6- Los principales temas de Jesús María Aguirre son: INVESTIGACIÓN con 9 puntos para el primer lugar; IDEOLOGÍA y POLÍTICA DE COMUNICACIÓN con 7 repeticiones en el segundo; ANÁLISIS DE CONTENIDO de tercero con 6 puntos de frecuencia; y CINE, CULTURA, ENCUESTA, PROPAGANDA POLÍTICA y RELIGIÓN en la cuarta posición con 5 puntos.
- 7- Para Marcelino Bisbal sus temas más importantes son: en el primer lugar PRENSA con 8 puntos de frecuencia, SEMIOLOGÍA para el segundo puesto con 6 de puntaje. INVESTIGACIÓN y PUBLICIDAD en la tercera posición con 5 frecuencias; y TELEVISIÓN y RADIO con 4 puntos para el cuarto lugar.
- 8- José Ignacio Rey presenta los siguientes descriptores temáticos como los principales: POLÍTICA DE COMUNICACIÓN con 6 puntos de frecuencia en el primer lugar; COMUNICACIÓN ALTERNATIVA y ÉTICA en el segundo puesto con 5 puntos; INVESTIGACIÓN en la tercera posición con 4 puntos; y PUBLICIDAD de cuarto, con 3 puntos.
- 9- Para Francisco Tremonti los temas relevantes son: TELEVISIÓN con 5 puntos par el primer peldaño; CINE en segundo lugar con 4 puntos; TECNOLOGÍA en la tercera posición con 3 puntos de frecuencia; y PROGRAMA DE TV, ASPECTO ECONÓMICO, CULTURA, MERCADO, LIBERTAD DE PRENSA y MÚSICA en el cuarto puesto con 2 puntos cada uno.
- 10- Berta Brito escribió 15 trabajos con 30 descriptores, de los cuales POLÍTICA, POLÍTICA DE COMUNICACIÓN y PARTICIPACIÓN ocupan el primer lugar con 2 puntos cada uno. Los restantes 27 descriptores sólo aparecen una vez.
- 11- El CINE es el principal tema para Sebastián de la Nuez con 6 puntos de frecuencia; MÚSICA y HUMORISMO ocupan la segunda posición con 3 puntos; mientras que CENSURA y PUBLICIDAD se encuentran en tercer lugar con 2 puntos.
- 12-Para Gustavo Hernández CINE, TELEVISIÓN y LEGISLACIÓN son los más destacados descriptores con un puntaje de 3; mientras que POLÍTICA,

- POLÍTICA DE COMUNICACIÓN, PÚBLICO, RADIODIFUSIÓN, RADIO y ÉTICA comparten el segundo lugar, acumulando 2 puntos cada uno.
- 13-César Miguel Rondón tiene a RADIO, con 5 puntos, en el primer lugar; MÚSICA en la segunda posición con 3 puntos; y con 2 puntos para el tercer peldaño CLASE SOCIAL, CULTURA POPULAR, PRENSA BURGUESA, PROPAGANDA POLÍTICA, TELEVISIÓN y TIRA CÓMICA.
- 14- ASPECTO ECONÓMICO y PUBLICIDAD son los temas que más ocuparon a José Martínez Terrero en *Comunicación*, con 4 puntos para cada uno de ellos. Existen otros 12 descriptores que apenas se mencionan una vez.
- 15-Para Carlos Correa INVESTIGACIÓN es el descriptor con mayor frecuencia, con 3 puntos, aunque los descriptores RADIO, PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA, NOTICIAS RADIOFÓNICAS, AUDIENCIA, ECONOMÍA y MERCADO ocupan el segundo lugar con 2 puntos cada uno.

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE, Jesús María

De la Práctica Periodística a la Investigación Comunicacional

Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, 1996

AGUIRRE, Jesús María

Evaluación de la Investigación de la Comunicación en las Universidades Venezolanas -Ponencia expuesta en el IV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, en Recife-Brasil el 12/09/98

AGUIRRE, Jesús María; BISBAL, Marcelino

La Ideología como mensaje y masaje

Caracas, Monte Ávila Editores, 1981.

BARRIOS, Leoncio

Auge y caída de la Investigación de la Comunicación en Venezuela

Revista Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación Nº 51-52

Caracas, Centro Gumilla, 1985

pp. 24-31

BARRIOS, Doris y BOZA, Natalia

Tendencias de la Investigación sobre Comunicología y medio impreso en Venezuela-

Tesis de Grado-

Caracas, UCAB, 1994

BISBAL, Marcelino

Comunicación. Crónica de sus 20 años.

Revista SIC Nº 474

Caracas, Centro Gumilla, 1995

pp 157-160.

CAPRILES, Oswaldo

Conferencia en la revista Comunicación en su 15º Aniversario

Revista Comunicación Nº 70

Caracas, Centro Gumilla, 1990.

Informe Sobre Medios de Comunicación Social - preparado para la Reunión de Provincias de la Asistencia de la Congregación Jesuita-Caracas, julio de 1978,

PASQUALI, Nicodemo

Conferencia de la Revista Comunicación en su 15° Aniversario -intervención-Revista Comunicación N° 70

Caracas, Centro Gumilla, junio 1990.

Revistas Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación.

Números desde el 1 al 100.

Caracas, Centro Gumilla

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA

Técnicas de Documentación e Investigación I- Sexta Edición

Caracas. Grupo Editor Internarte. 1984.

ANEXOS: (Entrevistas)

Entrevista a Jesús María Aguirre

Llega en 1962 con un grupo de jesuitas en formación que decidieron venir a Venezuela, entre ellos estaba el cineasta Manuel de Pedro. Durante el período de prueba (probación) estuvo en un hospital de Carora y en Canoabo estado Carabobo.

Realizó sus estudios humanísticos cursando Letras en la Católica y luego culminó la parte filosófica en el Centro de Filosofía San Gregorio de la Universidad Católica de Quito- Ecuador, donde compartió con jóvenes jesuitas de Centroamérica, Colombia, Bolivia y el mismo Ecuador. Durante sus estudios formaron un grupo musical que grabó discos e incluso llegó a presentarse en televisión (Aguirre canta, ha compuesto algunas canciones y toca la guitarra clásica)

"Cuando iba un cantante de Venezuela como Alfredo Sadel, mi amigo Miguel Matos (cantante) y yo nos presentábamos en la televisión para saludar a la gente que conocíamos de los medios" cuenta el sociólogo y comunicador J.M. Aguirre.

Posteriormente, la etapa de magisterio y práctica profesional la cumplió en los Teques donde dio latín y griego a los jesuitas recién ingresados, entre ellos el actual Provincial de los jesuitas en Venezuela, Arturo Sosa; Ignacio Purroy, ex-directivo del Banco Central de Venezuela y Leonardo Carvajal recientemente ex-viceministro de la Familia y expresidente del Consejo Nacional de Educación. Igualmente al famoso astrólogo que fue detenido por "predecir" la "muerte" del entonces Presidente de la República, Rafael Caldera, José Bernardo Gómez (estos tres últimos obviamente no siguieron la carrera jesuita)

Al año pasó al Instituto Técnico Jesús Obrero, donde se desempeñó como profesor guía y manager de otro conjunto de música, daba clases de literatura, relaciones industriales y comienza por las noches a estudiar Comunicación Social en la UCAB. Allí tuvo como compañeros a Antonio Olivieri, Luis Vezga Godoy, Sandra Mondolfi, Amador Merino, entre otros.

Después de aprobar el tercer año decidió seguir sus estudios de Teología, para que cuando concluyera Comunicación no tuviera que hacer Teología y regresar desconectado del acontecer nacional. Así que Fue a Bilbao -España y, a parte, estudiaba en las noches Ciencias Sociales, cursos relacionados con la Comunicación y, además, abrió las cátedras de Teoría y Sociología de la Comunicación para la naciente carrera de Comunicación en el Instituto de Ciencias Sociales.

Su interés por la comunicación le hizo aprovechar sus vacaciones para recorrer varios países de Europa y enterarse mejor de las corrientes de investigación en Comunicación.

Luego en el 72 descubrió la Teología de la Liberación y se fue con el padre Trigo a Lima-Perú, para terminar sus estudios teológicos en el contexto latinoamericano. Especialmente en la historia de la Iglesia latinoamericana y cursos de Teología de la Liberación con Gustavo Gutiérrez (uno de los principales líderes de esta tendencia). En ese momento el Presidente de Perú era Velasco, quien realizó una serie de

transformaciones de corte socialista e inicia una reestructuración muy importante de los medios de ese país. Aguirre sigue con interés este proceso y aprovecha para realizar varios cursos de Semiótica, Comunicación y Desarrollo Social en la Universidad de Lima.

También preparaba unos programas religiosos con compromiso social para Radio América, basados en la Teología de la Liberación "Hacerse cristiano es comprometerse con la gente. No meterse en una especie de campana de cristal para aislarse y, de cierta manera, encontrar satisfacción y consolación, pues el compromiso cristiano significa dedicarse al prójimo y evidentemente cuando uno habla del prójimo más allá de las relaciones interpersonales, está la preocupación por la dimensión social de los problemas de la comunidad. Entonces, es ver cuál es la dirección...el compromiso de la solidaridad con los pobres y con los grupos emergentes"

A la par que finalizaba sus estudios de Teología en Perú, en diciembre del 73 estaba inscrito para cursar el cuarto año de Comunicación en la UCAB para el período 73-74, es decir, que estaba arriesgando un trimestre. Pero corrió con suerte, ya que el 73 fue año electoral y se perdió casi un mes de clase, por lo que le permitieron ingresar en enero del 74. La razón de su apuro era la reforma de pensum que había, la cual alargaba la carrera a cinco años. Entre los compañeros que consiguió ese año estaban Alfredo Keller y Rosana Ordoñez, entre otros.

Los miembros del Centro Pellín le escribieron cuando estaba en Perú para que se integrara al equipo y así lo hizo a su regreso. Marcelino Bisbal, César Miguel Rondón y Sebastián de la Nuez escriben en el boletín Comunicación y terminan sus estudios. La tesis de grado de Aguirre trataba sobre semiología crítica de cine y la de Bisbal sobre la comunicación y América Latina, las cuales sirvieron de embrión para el libro "La Ideología como mensaje y masaje" que Monte Avila Editores publicó en el año 80.

De los miembros del Pellín, quienes contaban con mayor formación en Comunicación, eran Bisbal y Aguirre "de ahí que fue obvio que en el primer boletín fuera del prólogo que sacó Rey, lo escribiéramos los dos..."

MR: Hablando de Rey ¿quién era el que hacía las presentaciones?

JMA: Lo que ocurría era lo siguiente: él era profesor de Marcelino y los otros estudiantes así que tenía un gran ascendiente, a pesar de que el coordinador del centro era Martínez Terrero (...); podríamos decir que él tuvo la mentoría ideológica-política en una primer etapa.

Aguirre cuenta que entre las cosas que tenía el Centro se encontraban una unidad de producción audiovisual, un centro de documentación y la biblioteca, y el boletín cuya coordinación llevaba Rey.

"En una primera etapa por cierto pudor y solidaridad no se firmaba con nombre, aunque también era un poco de vergüenza de pichones...Pasquali ya era una figura internacional. Ten en cuenta que ya había publicado el libro "Comunicación y Cultura de Masas" hacía 10 años. Incluso Rey era conocido, pero nosotros éramos unos recién graduados que comenzábamos a hacer nuestros pininos, a pesar de nuestros estudios previos y formación en comunicación: Marcelino con agronomía y la revista Suma, César Miguel con filosofía y economía, y yo con Sociología y lo que

había hecho en radio, etcétera. Imagínate, de paso éramos de la Católica con la fama de sifrinos... y comenzamos a hacernos notar con ese boletín"

El boletín -da a conocer Aguirre- comenzó a hacerse con una máquina de escribir de bolita IBM, luego se imprimía, compaginábamos y engrapábamos en Catia "hacíamos todo el proceso: desde escribir, la confección total y la distribución"

La experiencia vivida en Perú acerca de la reforma de los medios de comunicación hacía mucho peso, ya que el equipo buscaba influir para que los medios estuvieran mejor distribuidos sin proceso de monopolización privado y, por supuesto, tampoco estatal como en Cuba. Pero tampoco una fórmula pura de privatización y mercadeo de los medios. Buscábamos fórmulas mixtas en las que el gobierno debe empujar proyectos. "Velasco creó proyectos de este tipo, por supuesto que no llegaron a implementarse, debido a su renuncia y por el clima de guerra fría que vivían otros gobiernos en Latinoamérica, a raíz de la caída de Allende, en Chile, y que fue como una especie de reacción en cadena"

El primer número en que se cambia formato es el 25 "aunque todavía escribían con máquina de bolita, pero era mejor el sistema de impresión"

Rey, Marcelino y Aguirre daban el Seminario de Sociología de la Comunicación en la Escuela de Ciencias Sociales de la UCAB. Desde el año 74 Aguirre también pertenecía al Consejo de Redacción de la Revista SIC.

Virginia Aponte (la directora de Teatro de la UCAB) fue la primera seglar que entró a trabajar con ellos al Centro en el año 75. Para el 76 ya Aguirre es nombrado su director, Martínez sigue llevando la coordinación de las actividades y Rey la revista.

Distribuyeron algunos programas importados para el canal 8 y otras televisoras y los programas de radio "Jurado 13", el "Padre Vicente" y de preparación prematrimonial. La parte de coordinación de audiovisuales la llevaba Martínez y la parte técnica Tremonti. Epifanio Labrador era el asesor de servicios de comunicación del Episcopado e Ibáñez era el director de la Escuela de Comunicación de la UCAB.

Por su parte Marcelino pasó a coordinar la Unidad de Análisis de Medios del Ministerio de Información y Turismo -más tarde MTC- durante el primer gobierno de Pérez "fue la época del Proyecto Ratelve". También Bisbal entra por concurso como docente a la UCV.

Mientras que Aguirre entra como profesor en la Escuela de Comunicación de la UCAB en el año 83, en sustitución de Caroline B.B. Oteyza quien iba a trabajar para la Gallup en las elecciones de ese año, Aguirre participa en la reforma de pensum y elabora el programa de Sociología de la Comunicación, cátedra en la que se mantiene hasta el presente y desde el año 87 lleva la Coordinación de Trabajos de Grado de esa Escuela. En el 83 dejó la coordinación del Centro Pellín, puesto que lo nombraron secretario del área de formación de los jesuitas de América Latina Septentrional, y en su lugar quedó Francisco Tremonti.

Martínez continuó con los proyectos de Serpal (los programas de radio) hasta que fue nombrado director de Radio Fe y Alegría "ahí viene la famosa crisis del año 86, ya que por requerimientos institucionales hubo un

proceso centrífugo...donde teníamos muchas ocupaciones y quedó Tremonti un poco solo con la producción y los servicios del Centro y allí fue cuando se tomó en la Compañía la decisión de la reestructuración...y nos trasladamos a la parte superior de este local (el Centro de Valores). SIC todavía no estaba aquí, estaba en Santa Mónica. La orden fue que nos fusionáramos y nos pidieron sacrificar toda el área de radio y producción audiovisual, quedándonos prácticamente solo con la revista. Luego esto quedó con el nombre de Centro Gumilla, con dos consejos de redacción y un centro de documentación- biblioteca y trató de reunificar los servicios de distribución. Todos estuvimos en desacuerdo, pero tuvimos que acatar esas órdenes militarmente, yo quedé encargado de hacer el reclamo, pero esa petición no fue atendida... Claro tuvo sus ventajas.

"Yo siempre sentí -prosigue Aguirre- que el Gumilla era un Centro de reflexión teórica y de estudios, pero a su vez experimental y de producción, es decir, que lo que usted dice hay que llevarlo a la práctica. Nosotros ayudamos a los grupos de acción popular a sacar el boletín Informa que lleva más de 10 años. Con estudiantes muy capaces nosotros hacíamos producción experimental nueva. Pensando serenamente veo que ese cambio ha obligado a focalizar más nuestra labor investigativa y docente; hay más concentración de esfuerzo (...) cada uno encauzó sus energía por donde podía. Yo tuve el chance de promover en las tesis de grado propuestas, sugerencias como el de las bases de datos que uno no estaba en condiciones de realizar, incluso proyectos de evangelización o producciones que han hecho quienes fueron estudiantes de uno ya como profesionales

MR: A pesar de que la revista Comunicación es especializada y tiene un lenguaje que no llega a todo el mundo ¿hasta qué punto sería bueno emplear un lenguaje más llano para formar al público de los medios y que de esta manera pida los cambios necesarios para lograr una mayor participación y democratización de los medios o tal vez crear una publicación diferente al que la mayoría tenga acceso?

JMA: Como tú lo has dicho estamos claros en que se trata de una revista de público especializado. Ahora distinguimos entre la alta investigación y lo que se llama diseminación. Para el público general masivo, estaban las producciones audiovisuales que tenían su folletico de apoyo sobre crítica de los medios o la revista Protesta dedicada a la lectura crítica de prensa, cine, radio, televisión y comiquitas. Esas eran ediciones de 10 mil ejemplares que se sacaban en combinación con otros grupos y editoriales como la Editorial San Pablo. Ahora para el target especializado de investigadores, comunicadores profesionales y estudiantes veíamos la revista Comunicación.

En este particular señala Aguirre que tuvieron una crisis, ya que si planteaban las cosas a nivel muy investigativo se harían ilegibles, pero a su vez si se manejaban en función de los estudiantes y la diseminación no serían considerados como una revista científica. "De hecho eso nos pasó con el Conicit, que puso cierta resistencia porque quería investigación, pero si seguíamos así no lograríamos vender ni un número al target que tenemos. Así que logramos la fórmula actual que es un híbrido con estudios, artículos,

ensayos, entrevistas. De manera que no perdimos la ayuda del Conicit y más tarde conseguimos la ayuda del Conac y de la Fundación Polar"

Comunicación ofrece una cultura comunicacional de base sobre cómo está el país y sus medios masivos. Además se ha convertido en la gran "mina" que permite realizar sus trabajos a los estudiantes de Comunicación "la revista es imprescindible para entrar a cualquier tema de comunicación, ya que allí encontrarás la información básica"

MR: ¿Cómo hace para ser tan neutral, tan objetivo en sus escritos, incluso cuándo hace una entrevista al creador de la película Manuel que causó un revuelo en la jerarquía eclesiástica, siendo usted mismo cura? ¿Cómo logra integrar el ser religioso y comunicador?

JMA: Lo religioso inspira y motiva la forma de ser comunicador. Tiendo a ser puente entre posiciones distantes.

MR: A pesar de eso sólo en dos oportunidades usted ha tenido una posición muy firme y bastante dura: una donde critica fuertemente a McLuhan y la otra en el estudio que hizo sobre el caso de El Amparo...

JMA: En ese momento de transformaciones me pareció nefasto que McLuhan colocara la atención netamente en lo tecnológico; y con respecto a El Amparo había que desenmascarar cómo se maneja el poder de la información...fue una manipulación tan descarada, oye, como si nosotros fuéramos tontos, como si no nos diéramos cuenta de todo cuanto estaba ocurriendo.

Profundizando en la Teología de la Liberación Aguirre considera: "El que yo me preocupe de que tú tengas hambre es un problema de espiritualidad. ¿Cómo puedo ser cristiano y sacerdote, creíble en el clima injusto que me muevo? A mi entender la religión no es opio, es buscar ser voz de los que no tienen voz, es propulsar procesos de concientización social.

En el mundo ateo de pragmatismo profesional y académico no ha tenido más remedio que entrar en la comprensión del otro "yo siempre he tenido que andar en los caminos de los no creyentes"

Finalizando la entrevista Aguirre consideró importante resaltar el papel que ha tenido la mujer dentro de la historia de la revista Comunicación: Berta Brito, Maritza Guaderrama, Rosamelia Gil, Elsa Pilatos, Marta Aguirre han sido la mirada femenina de un grupo, inicialmente masculino.

Entrevista con Marcelino Bisbal

Maracay- hasta cuarto año cuando las Universidades estuvieron convulsionadas y ocurrió la renovación académica de la Máxima Casa de Estudios. Entonces, se vino a Caracas y empezó a ejercer su carrera mientras estudiaba Comunicación Social en las noches "siempre sentí atracción por la Comunicación, más por el mundo periodístico que como planteamiento teórico. Mi idea era completar la comunicación con el extensionismo o difusionismo agrícola, pero finalmente me atrapó el mundo de la comunicación y allí seguí"

Al preguntar a Bisbal qué personas han influido en su formación, tanto a nivel

profesional como personal, respondió sin mucho pensar que

Eduardo Blanco, quien fue uno de sus profesores de Bachillerato y también en Comunicación. Igualmente José Ignacio Rey su profesor de Ética, compañero y amigo en el equipo de la revista Comunicación. "Del contacto -añade - con Jesús María Aguirre -también miembro de Comunicación- aprendí la tolerancia y a ser un poco más flexible. Estas tres personas son claves en mi proceso de formación e investigación"

La reunión con personas del equipo, la imprenta, gente de la Universidad en reuniones que tuvieron que ver con la revista o en otras han sido muy significativas para este comunicador, ya que según sus propias palabras "fueron más allá de lo comunicacional, teniendo también que ver con la relación social, la cotidianidad. Yo diría que la amistad es lo que motiva. Mi relación ha sido muy intensa con José Ignacio Rey, mi hijo se llama Marcelo Ignacio y es por Rey; igualmente mi relación con Aguirre ha sido y es importante a nivel profesional y también a nivel personal (han realizado libros y estudios en conjunto)"

MR:¿Por qué decide ser comunicólogo?

MB: Estudiando Comunicación comencé a trabajar en la Oficina Central de Información que más tarde se llamó Ministerio de Información y Turismo, durante la gestión de Diego Arria. Allí me atrapó ese mundo y empecé a tener contacto con Rey, Aguirre, César Miguel Rondón y Sebastián de la Nuez.

MR: ¿De su actividad académica qué considera lo más importante?

MB: De mi trayectoria académica lo más relevante ha sido ser fundador y mantenerme en la revista Comunicación. Eso me ha dejado muchísimo y lo sigo valorando; lo que soy lo debo realmente a la revista y al equipo. En segundo lugar entrar por concurso a una Escuela de Comunicación de una Universidad pública y haber descubierto que no siempre las ideas de uno por venir de otra Universidad son absolutamente respetadas; también cuando has hecho tienda aparte en el mundo de la investigación y fuera de esa Universidad, en este caso, el Centro Gumilla.

MR: ¿Cuáles son los principales cambios que ha vivido la revista?

MB: El primer gran cambio estructural en la organización del equipo se da cuando desaparece el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín y pasamos a formar parte del Centro Gumilla, convirtiéndonos en un órgano anexo al trabajo que se venía haciendo en el Gumilla en el campo de las ciencias sociales y de la ciencias políticas. Tornándose también en un centro divulgador de la comunicación social.

El otro cambio se da cuando la revista asume una estructura formal de redacción,

ya que la revista en sus inicios se conformó con un grupo de personas amigas que compartían una serie de ideas en común sobre el mundo de la comunicación y la propia vida. La revista se manejaba como si fuera un equipo de fútbol o de amigos que se reúnen todas las semanas para discutir una temática común. El paso hacia el Centro Gumilla hace que nosotros asumamos una estructura de redacción mucho más formal donde hay un director, un asistente a la redacción y un equipo de redacción.

El tercero gran cambio sucede cuando un laico asume la dirección de la revista. La dirección la tuvo José Ignacio Rey desde el primer momento, aunque no era algo formalmente decretado pero que funcionaba en la práctica y el equipo lo asumía como tal. Luego toma el cargo Carlos Correa con la aparición del nuevo formato, el cual se adopta por razones de diseño atractivo y fácil lectura. Después de Carlos y hasta los momentos yo soy el director.

MR: ¿A qué considera que se debe el éxito de la revista Comunicación?

MB: A que nosotros intentamos retomar en nuestras páginas lo que se está investigando a nivel latinoamericano con peso específico y no por moda. Por eso en un primer momento se trabajó con industrias culturales, luego con políticas de comunicación y planificación comunicacional, el campo de la investigación y reporteros de agencias internacionales. Más adelante tratamos las alternativas comunicacionales y después las tecnologías de la comunicación.

Ahora en los años 90 el contexto venezolano ha venido reflejando el campo de los estudios culturales, la relación comunicacional y sociedad. Esto significa consumo cultural, políticas culturales en relación con políticas de comunicación, perfiles laborales, relación comunicación-educación. Entendida esta última de manera diferente a la de los 70 y 60, no tanto en el uso instrumental de la educación para la comunicación sino una interrelación entre ambas. Luego el campo de la hibridez cultural de la recepción de la estética, etc.

MR: ¿Cuál ha sido la influencia de la revista Comunicación en Venezuela y en Latinoamérica?

MB: La influencia de la revista a nivel de investigación en el país se refleja a tres niveles:

1- Estar atento a lo que se está investigando a nivel de comunicación en América Latina: . Si la mayor problemática tiene que ver con recepción, consumo cultural, estudios culturales, relación comunicación y cultura nosotros lo estamos reflejando, inclusive con los nuevos espacios en el centro comercial, la ciudad.

2- Influencia en los estudios de comunicación social del país: muchos miembros de la revista son docentes en las Escuelas de Comunicación Social y muchas tesis de grado están inspiradas por la propia revista, pues es un material de lectura muy interesante que incide en la formación del nuevo comunicador social.

3- Intentamos estar atentos en lo que sucede en el contexto particular del país, de lo coyuntural. Sobre todo en los ámbitos educativo, político y relacionados con la comunicación, en función de los profesionales de los medios.

MR: ¿Cómo ve el futuro de la revista?

MB: Es optimista, halagador. El haber arribado a los 100 números y casi a los 25 años nos impulsa para seguir adelante. No sabemos si seguiremos con el mismo formato, si tendremos otro electrónico o funcionaremos con ambos. La revista va hacia adelante estando atenta a estos tres niveles.

El hecho de que nos inviten a eventos en el extranjero y de que la revista cada

vez más se vea afuera y de que esté insertada en centros de base datos de comunicación de otros países hace que ésta tenga un nivel de incidencia importante.

MR:¿La revista es líder a nivel latinoamericano?

MB: Yo diría más bien que a nivel nacional.

MR: A parte de los ingredientes del éxito de la revista que ya mencionó ¿a qué cree que se debe la permanencia de la misma y, más importante aun, la de algunos miembros del

equipo?

MB: Primero que nada a la voluntad política para seguir adelante. Segundo, a la constante renovación del equipo para proseguir. Tercero, a la constancia del equipo para llevar adelante la revista. Además, la revista ha sido una gran plataforma de divulgación de otras investigaciones y de otro tipo de reflexión que muchas veces está reñida con el tipo de pensamiento de otros miembros del equipo o de todo el equipo y, sin embargo, en ese sentido nosotros siempre hemos sido bien democráticos en publicar esos materiales para generar la reflexión, discusión, comunicación y confrontación. Yo creo que esa apertura ha mantenido la revista y la mantiene, por eso debemos seguir manteniendo esa línea, ya que ha sido el gran éxito de la revista.

MR: ¿Fue la época de los ochenta una década perdida en materia de comunicación?

MB: En el contexto venezolano yo diría que sí aunque Marques de Melo intenta demostrar que para América Latina sí lo fue a nivel económico, pero no lo fue a nivel comunicacional. Eso es una opinión muy particular. Venezuela finalizando la década de los sesenta y gran parte de los setenta fue un país pionero con temáticas como políticas de comunicación, planificación de la comunicación (de allí nació el Proyecto Ratelve), reporteros y agencias de noticias con la información internacional abordado por Eleazar Díaz Rangel.

Según Bisbal la baja producción en Comunicología en los años ochenta es productos del desánimo generado por el fracaso del Proyecto Ratelve (que nunca logró instrumentarse), al igual que el incumplimiento de lo que se había prometido en el Quinto y el Sexto Plan de la Nación. También contribuyó a este descenso la desintegración de algunos equipos como los de la LUZ y la fragmentación del ININCO en la UCV "lo que dispersó la fuerza investigativa de la década de los sesenta y setenta, hasta que finalizando los ochenta se vuelve a retomar. Por eso decimos que la década de los ochenta fue un fracaso"

Ratelve fue una propuesta realizada por un grupo de intelectuales liderizado por Pasquali, en base al artículo 4 de la Ley del Consejo Nacional de la Cultura donde se plantea que la radio y la televisión son medios de consumo masivo y que por lo tanto deben estar al servicio público. "Esto quiere decir que el Estado debe tener alguna injerencia... Este Proyecto para una Radio Televisión de Servicio Público (Ratelve) está siendo nuevamente retomada y aupada con bastante fuerza por Pasquali, Elizabeth Safar y Oswaldo Capriles"

MR: Si los comunicólogos venezolanos fuesen más unidos ¿usted considera que hubiesen obtenido mayores logros? ¿o es que acaso existen roces entre los

investigadores y diferentes equipos?

Yo creo que eso existe en todos los ámbitos de la vida, claro en unos más que en otros. Yo no me atrevería a decir que aquí hay más roces o más celos que en el ámbito de la sociología. Existen y yo creo que es normal. Pero repito, yo creo que el gran éxito del equipo y de la revista ha sido el ser flexibles, tolerantes y respetar las diferencias. Sin duda alguna la unión es importante, y la revista es una muestra de ello, pero dentro de

todo, como ya te dije, hay que respetar las diferencias.

MR: Retomando la revista, aunque ya hablamos de los temas ¿cómo ha sido la evolución temática de Comunicación?

MB: Los cambios en los temas que se manejan se deben al intento de reflejar lo que yo diría el signo de los tiempos. Las temáticas que preferimos actualmente tiene que ver con la relación comunicación y cultura, es decir , todo lo que tiene que ver con los consumos culturales, el uso del tiempo libre y la hibridez cultural como antes te comenté.

Bisbal está interesado en este último tema porque considera que es una muy buena manera de caracterizar la estructura cultural en una sociedad de corte capitalista como la nuestra. "El tema para mí no está referido sólo a los medios, ya que se han abierto otros espacios nuevos de carácter más mediático y que forman parte de la industria cultural actual. Enfocar el tema no sólo desde el punto de vista de la escuela de Frankfurt, tal como lo esbozaron Adorno y Holkheimer, sino también desde otras vertientes nuevas que tienen que ver con el campo del arte, de la cultura, del libro que serían las influencias de un pensador cercano a Frankfurt como lo fue Walter Benjamín y luego los aportes novedosos de los últimos años como Jesús Martín Barbero y Canclini porque ese tema para mi sigue estando presente"

Otro tema importante para Marcelino Bisbal en los últimos tiempos tiene que ver con los públicos, el campo del llamado consumo cultural, la recepción de los públicos y la televisión. De hecho su tesis doctoral trata sobre la formación de imaginarios sociales por parte de la televisión y cómo ésta influye en el público y en su vida cotidiana. Es decir, la relación público, vida cotidiana e imaginario social "Estos tres temas están intimamente relacionados, porque la televisión forma parte de la industria cultural, el consumo cultural venga de donde venga forma parte del modo cómo está la estructura comunicacional que forma parte de la industria cultural. En pocas palabras sería la relación entre comunicación y cultura"

"La revista -considera este comunicólogo- siempre ha reflejado las inquietudes investigadoras del equipo. En la fundación la temática era muy uniforme, en estos tiempos es mucho más diversa: Rey desarrolla la ética comunicacional y las políticas de comunicación; Aguirre, últimamente, los perfiles laborales de los comunicadores sociales; Gustavo Hernández trata la relación televisión educativa y el campo de la recepción"

"Hoy la revista es mucho más rica que en tiempos atrás, el campo de la comunicación se ha abierto muchísimo, no está tan cerrado como se pensó en años atrás. Aunque continúa reflejando los intereses comunicacionales del equipo que son coincidentes un poco con los de Latinoamérica" concluye Marcelino Bisbal.

Nació en la ciudad industrial marítima de Bilbao, al norte de España, siendo el segundo de cinco hermanos (tres varones y dos hembras) De niño le tocó vivir los efectos inmediatos de la Guerra Civil Española y "mucho más de lejos" la Segunda Guerra Mundial. Esto fue determinante ya que Rey vivía en el país Vasco, el cual fue derrotado en la guerra civil en la que Franco se alzó con el poder hasta principios de los setenta "esa situación de angustia, de incertidumbre que viven las zonas que adversan a los triunfadores, ese ¿qué pasara?...los niños captan más de lo que los adultos creen"

Estudió la primaria en una escuela municipal y el bachillerato en un colegio de jesuita en Bilbao. Después de dudar entre ser religioso y médico, se decidió por lo primero "la vocación jesuita tiene algo de médico pues ambas buscan ayudar a los demás, aunque la misión nuestra es aliviar los dolores y angustias del espíritu"

Los quince años de carrera jesuita los realizó en diferentes lugares: letras (humanidades) en España, Filosofía en Alemania, Teología nuevamente en España y el postgrado de Teología Espiritual en Italia. Según sus propias palabras la estadía en el país germano fue muy importante pues vio otras maneras de entender la vida y la función sacerdotal.

Al finalizar sus estudios pidió servir en Latinoamérica "veía más necesidad, que todo estaba por hacerse. Europa creía que ya estaba encaminada" Por residir en la zona vasca le correspondía Centroamérica o Venezuela, así fue que en octubre de 1967 llegó a nuestro país cuando Raúl Leoni ejercía la presidencia. "Me alegro mucho de haber tomado esa decisión. Me siento latinoamericano"

Se instaló en la residencia de los padres jesuitas de la UCAB y lo asignaron al Centro de Estudios Religiosos que luego se transformó en el "Instituto de Estudios Teológicos" y quedó al frente de éste. Al mismo tiempo comenzó a dictar "Filosofía Social y Política" en la Escuela de Ciencias Sociales y más tarde "Fenomenología Sociorreligiosa" en la Escuela de Comunicación Social. Ésta última trataba de la influencia que tuvo y tiene la religión en los pueblos latinoamericanos y Rey le daba un enfoque cristiano desde la óptica de la Teología de la Liberación (opción preferencial por los más pobres, donde la Fe religiosa inspira movimientos que luchan por la justicia social)

"Modestamente participé en esa ideología...eso trajo problemas en octubre 1972, fecha clave, pues tuve alguna influencia, creo, en el movimiento estudiantil de la Católica, ya que hacía pública mis ideas...esto causó impacto en la Católica que siempre ha sido muy conservadora y en donde sus estudiantes eran de clases medias acomodadas y algunos de la alta sociedad...estos planteamientos nuevos aquí chocaron. No era nuestra intención provocar ningún trauma, pero más bien el trauma se dio por la reacción de los sectores conservadores...simplemente queríamos un orden mejor al establecido"

MR: ¿Qué pedían?

JIR: Que la Católica fuera una Universidad no un colegio, es decir, que hubiera mayor libertad de expresión, sin temor al debate de ideas, ideologías contrastadas, pluralidad...aunque si bien es cierto a partir de 1972 se abrió un poco más. También pedíamos una mayor representatividad de estudiantes y profesores en el Consejo Universitario, de Facultad y de Escuela. Esto también se logró parcialmente. Otra cosa que pedíamos era una mayor vinculación de la UCAB con el país nacional, mostrar que estábamos al servicio del país"

MR: ¿Es a esto cuando se refiere cuando dice que no puede haber Universidad sin debate y que existen ciertas Escuelas de Comunicación que no pasan de ser simples Escuelas Técnicas Superiores?

JIR: Hace una mueca y levanta las manos y los hombros.

Explica Rey que el resultado de todo aquello fue la expulsión de cinco docentes: los jesuitas José Baquedano, José Ignacio Arrieta y el propio Rey; y los profesores José Antonio Cova y Clemy Machado de Acevedo "La verdad es que no entiendo lo de Baquedano y Arrieta, pero lo más grave fue la expulsión de prácticamente toda la cabeza estudiantil. Incluso hubo huelga de hambre de los alumnos que pedían la reincorporación de sus compañeros y, en consecuencia, un acuerdo político que permitió esto un año después.

Es importante resaltar que apenas se dejaba atrás la década de los sesenta que trajo un gran cambio a nivel mundial, pues se dieron las rebeliones juveniles, el rock y los Beatles, los hippies norteamericanos. La invasión de Checoslovaquia por parte de la Unión Soviética y la de Estados Unidos a Vietnam. En Latinoamérica se dio el movimiento guerrillero, el triunfo de la Revolución Cubana y los triunfos izquierdista en varios países: Allende en Chile, Perón en Argentina, Velasco en Perú, Torres en Bolivia "Yo llegué a Venezuela en esa época (1967)"

Retomando el tema, el quedarse un año sin dar clases y el también quedar fuera del "Instituto de Estudios Teológicos", hizo buscar a Rey nuevos horizontes "Como son las cosas, Dios los cría y ellos se juntan...me encontré con otro jesuita que andaba buscando qué hacer: Martínez Terrero y también Epifanio Labrador...y decidimos formar una comunidad jesuita en noviembre de 1972 y crear un centro que intentaba convertirse en especializado en Comunicación Social"

Así surge el Centro Jesús María Pellín, el cual dos años después comienza a editar, el para entonces llamado, boletín Comunicación "Como efecto de esta crisis nace la revista Comunicación" manifestó el padre J.I. Rey.

Los superiores dieron la aprobación para que se creara otra comunidad y alquilaron la parte alta de la Quinta Etey, ubicada en la avenida Monte Elena de El Paraíso (detrás del San José de Tarbes). Así se iniciaron las actividades como un centro de comunicación popular o de base donde "se ayudaba a la gente más pobre para que se formara, tomara conciencia de por qué son pobres, viven donde viven y por qué están ahí. Darles información para que fueran agentes de su propia liberación y se organizaran...siguiendo la línea del brasilero Pablo Freire" Este centro también distribuyó la teleserie norteamericana "Enigma" al canal 5 y reprodujeron y distribuyeron

los programas radiales del uruguayo Mario Kaplún (quien más tarde vivió varios años en Venezuela y está recientemente fallecido)

José Ignacio Rey recuerda que Martínez Terrero sacó una "especie" de revista donde daba bases teóricas para utilizar mejor los medios "Martínez era el alma del Pellín porque él es la persona que se mueve, vende, un excelente comunicador, publicista...siempre tuvo la preocupación de publicar" Entonces, era importante que esa primera "especie de revista" diera paso a una revista más académica que se pudiera distribuir en las Universidades

MR: ¿Por qué en un principio se le llamó boletín si lo que querían era una revista?

JIR: Bueno, habría que ver los primeros números...tú ¿los has visto? Eran engrapados y pasados a máquina. Hubiese sido una petulancia.

Cuenta Rey que las reuniones de la revista eran almuerzos y que se entabló una relación amistosa entre los miembros. Luego de formarse la comunidad se unieron al centro los jesuitas Francisco Tremonti y más tarde Jesús María Aguirre, también los estudiantes, para aquel entonces, Marcelino Bisbal, Sebastián de la Nuez y César Miguel Rondón.

JIR: Al principio no se firmaba nada, eso fue culpa mía...

MR: Me han dicho Sebastián de la Nuez y César Miguel Rondón que usted era algo así como el líder que mantenía el espíritu de grupo.

JIR: Pues...yo era un poco el animador de ese espíritu de grupo.

MR: ¿Quién escribe los editoriales o como ustedes le llaman, presentación?

JIR: El primero fue mío y uno que otro, leíste Enfoque Global... Hay otros que ha escrito Aguirre.

MR: Creo que los suyos son más editorial, usted opina, expone sus ideas, son menos presentación.

Posteriormente fueron pidiendo colaboración a otras personas, entre éstas Eleazar Díaz Rangel y Héctor Mujica "como éramos cristianos modernos, los ateos y comunistas nos veían como amigos ya que buscábamos el cambio social"

Hasta octubre del 73 también se dedica, desde el Centro Pellín, a dar cursos de Espiritualidad y Teología. En esta fecha vuelve a sus cátedras de la UCAB, más sigue desvinculado del Instituto de Teología. Transcurren seis años hasta que en 1979 los superiores jesuitas deciden cerrar la comunidad del Centro Pellín. Sin embargo no dejan en el aire el boletín Comunicación que había mantenido su continuidad. Es así como éste pasa a formar parte del Centro Gumilla, editor de la revista SIC, en el que hoy día se mantiene.

"Todos nos resistíamos porque pensábamos que perderíamos independencia editorial...por un lado la revista progresó, se puso más bonita, pero perdió la esencia de los primeros tiempos. Yo me identifico más con la revista hasta ese momento, aunque ha pasado a ser una buena revista...sin embargo el equipo de redacción no debate lo suficiente, se ha despolitizado...yo en ese sentido soy el aguafiestas"

Al disolverse la comunidad pasa a vivir a la Parroquia Universitaria de la UCV "muy importante fue mi ida a esta Parroquia porque me puso en

vinculación estrecha con el mundo de la UCV...me abrió a un mundo plural, de la cultura, de la calle, cerca del debate político e ideológico. Era un ambiente totalmente distinto al de la UCAB que reforzó mi mundo liberal y me acercó a personas interesantes"

El padre Rey vivió 19 años en esa comunidad eliminada el año pasado y desde octubre del 98 retornó a la residencia de los padres de la Católica, donde viviera cuando recién llegó "la razón es que ésta es la única residencia de jesuitas universitarios. Además, continuo con mis actividades de siempre"

El gran hobbie de Rey es el cine, aunque confiesa que el cine "gringo norteamericano" le aburre. Ha estado muy vinculado a la sala de Arte y Ensayo Margot Benacerraf y a la Cinemateca Nacional. También fue el cura que bendijo al Cine Prensa en su reciente reapertura.

Recuerda la película "El Nacimiento de una esperanza" que transmitiera para aquella época Venevisión y que realizó el Centro Pellín. Era una versión criolla de la familia de Belén, donde unos jóvenes recién casados del interior deciden probar suerte y venirse a vivir en Caracas. Acá llegan a vivir a un cerro y tienen un bebé en su rancho "espera, espera, creo que te puedo decir cómo se llama la que hacía la Virgen... Mary Emma Bastidas... -la hija del famoso periodista ya fallecido Arístides Bastidas, quien trabajara por años en *El Nacional*-"

Entrevista con Francisco Tremonti

Francisco Tremonti realizó estudios de Information Mapping (una metodología que consiste en colocar la mayor información en el menor espacio posible) en la Columbia University.

Al preguntarle acerca de los orígenes de la revista Comunicación respondió lo siguiente: "Surge como un equipo interdisciplinario en el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín. Nace como una necesidad de expresar opinión de comunicación de comunicadores para comunicadores. Desde el primer momento no se quiso una revista religiosa sino abierta a todo comunicador. Al principio fue producida en una máquina de escribir y reproducida con multilit. Luego se abrió a otras firmas y temáticas acerca de los medios de comunicación social del país"

Recuerda que las reuniones del equipo eran para reflexión y discusión en grupo "cuando la revista creció surgieron las figuras de editor y director. Normalmente todas las decisiones las ha tomado y toma el equipo. Es un trabajo conjunto más que de individualidades y todo el mundo trabaja ad honorem. Nunca se le ha pagado a nadie" enfatiza el padre Tremonti.

En cuanto a la forma de trabajar del equipo revela que los números se preparan discutiendo la temática que se tratará, posibles artículos y candidatos a escribirlos. "Esto se hace con un año de antelación, aunque la definición de los artículos se hace un trimestre anterior. Antes de que salga un número ya estamos discutiendo el número siguiente"

MR: ¿A qué cree que se debe que en el equipo permanezcan casi todos los miembros fundadores de la revista?

FT: A que nos gusta la comunicación y comunicarnos, así que todo lo discutimos en equipo y suavizamos muchas cosas. Esto es lo que le ha dado permanencia al equipo de Comunicación: que podemos discutir en equipo. Ahora si bien es cierto que la revista depende económicamente, sobre todo, de la Compañía de Jesús, sobrevive por la mística con que se trabaja. Igualmente porque la apertura le ha ofrecido altura y le ha permitido ir solidificándose como un órgano abierto a otros investigadores. Incluso desde la Universidad Laval de Canadá nos preguntaron cómo producíamos tanto.

Para Tremonti el momento más importante para la revista fue cuando se abrió a otros investigadores para traer "sangre nueva", para renovarse.

MR: ¿Cómo fue ese proceso de apertura?

FT: Toda comunicación y relación humana implica un proceso de reacomodamiento. A veces hay que empujar para poder entrar.

Al principio de los ochenta se "abre" el equipo pues nosotros no podíamos solos, necesitábamos más gente. El perfil buscaba unos comunicadores sociales que les gustara la investigación y que fueran constantes y responsables para poder entrar al equipo. Esto fue un proceso en el que la dinámica de la situación de la revista nos iba llevando"

Tremonti recuerda con cariño las reuniones que tenían en Navidad con todos los colaboradores y las personas de la imprenta cuando aun estaban en el Centro Pellín "era algo muy cercano"

Los temas que más le han gustado son la propiedad de los medios de comunicación social y lo referente a la juventud y dice con satisfacción y orgullo que la revista Comunicación es la que tiene mayor difusión de su tipo en Venezuela y que no solamente abarca la investigación.

MR: ¿Ustedes pensaban llegar casi a los 25 años?

FT: No, pero queríamos que llegara...mientras exista el equipo la revista va a continuar. Si se desvía el equipo no sé qué pasará.

Otro momento crucial para la revista fue cuando se eliminó el Centro Pellín "no se quería eliminar la revista, pero sí minimizarla. Hoy el Gumilla tiene a "Comunicación" como uno de sus grandes logros. La revista es algo muy querido porque nos ha costado trabajo. Ahora estamos recibiendo financiamiento, a parte del Gumilla (o de la Compañía de Jesús) de la Fundación Polar

Según las propias palabras de Tremonti los temas que ha investigado son los referentes a los medios (tv, radio) con implicaciones en la sociología de la comunicación, educación y estereotipos del venezolano "mi formación es más de audiovisual que de prensa"

En cuanto a la temática que mayormente ha manejado Rey, contesta que la Ética de la Comunicación. Mientras añade que Bisbal ha realizado investigación de amplio espectro y que Gustavo Hernández se ha dedicado más al cine, la televisión y la sociología de la comunicación.

Entrevista con Sebastián de La Nuez

Sebastián de la Nuez Aránaga es el menor de cinco hermanos, nacidos en Las Palmas-Islas Canarias (España). Llegó a los siete años de edad a Venezuela y cursó sus e studios primarios y medios en el colegio Leal y el Liceo Cultura, respectivamente. Estudió Comunicación debido a su inclinación hacia la escritura de prensa.

Habla inglés y le interesan la ética, el lenguaje y la creatividad de la comunicación. Actualmente está realizando un doctorado en la Universidad de La Laguna, denominado

"Comunicación para el siglo 2000"

Entró al Equipo Comunicación en 1978 cuando estaban Aguirre, Bisbal, Rey y José Félix Azurmendi (actualmente director de Radio Euzkadi en España) siendo aun estudiante. Anteriormente había ingresado al Departamento de Análisis de Opinión Pública del Ministerio de Información y Turismo y fue allí donde conoció a Marcelino Bisbal, quien lo conectó con la revista Comunicación. Desde el año 92 dejó de pertenece al equipo, sin embargo, ha realizado varios escritos. Escribió para El Diario de Caracas y El Nacional, tuvo dos experiencias al frente de programas de radio y trabajó en el área publicitaria.

Hoy día se desempeña como gerente de comunicaciones de Venezuela Competitiva, organización que une los esfuerzos del país para gestionar y cohesionar

empresas en general.

MR: ¿Cuáles son los temas que más ha manejado para la revista?

SN: Los temas que más he tratado son los análisis de programas de televisión, tendencias en la programación, nuevo periodismo, evolución crítica del cine en Venezuela, registro de revistas sobre cine, tendencias en publicaciones y propaganda en procesos electorales y la telenovela.

Mis temas como todo lo que he hecho en mi vida son muy variados. MR: ¿Qué puede decir acerca de su experiencia en Comunicación?

SN: Fue la del aprendiz que viene de afuera a aprender de gente con gran experiencia. Por ejemplo cómo veían la comunicación alternativa, el NOMIC -Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación -, el Proyecto Ratelve, la manipulación de los medios y la injerencia de sus dueños en los mismos. Estos fueron los temas que se trataron en un principio y que nos unió como equipo, luego cada uno fue evolucionando y tomó su propio camino dentro de las áreas de investigación de la comunicación que le interesaban, influyendo, por supuesto, en la temática y la línea investigativa de la revista. Narra de la Nuez que hubo un momento en que comenzaron a preguntarse por qué esos mensajes masivos tenían tanta aceptación y poder dentro del público, dejando de ver la problemática de los medios sólo desde el punto de vista monopólico e imperialista "Este cambio de perspectiva ocurrió en los ochenta"

Hablando de esta década de la Nuez considera que ésta fue una etapa de retroceso para Latinoamérica en lo social-económico-político y en la comunicación. A pesar de que se caracterizó por un boom en la tecnología de comunicación: la televisión por cable y satélite, "aunque a las nuevas tecnologías tienen acceso quienes tienen mayores recursos

económicos"

"Ahora en los noventa -prosigue de la Nuez- cuando se piensa sobre la comunicación se hace de una manera desprejuiciada, sin gríngolas ideológicas, aunque existen pocas referencias sobre el particular. El ININCO es prácticamente algo inexistente, el análisis

de comunicación: la televisión por cable y satélite, "aunque a las nuevas tecnologías tienen acceso quienes tienen mayores recursos económicos"

"Ahora en los noventa -prosigue de la Nuez- cuando se piensa sobre la comunicación se hace de una manera desprejuiciada, sin gríngolas ideológicas, aunque existen pocas referencias sobre el particular. El ININCO es prácticamente algo inexistente, el análisis a la televisión desapareció. La única referencia que existe es Comunicación y lo hace de una manera limitada porque sus principales figuras pertenecen al mundo religioso y están sujetos a sus actividades académicas. Es decir, que no se destina gente exclusivamente a eso. Además, no veo que haya discusión o crítica sobre radio y televisión.

MR: ¿Quiere decir que debemos retomar una postura crítica hacia los medios?

SN: No, no me refiero a que volvamos a eso, pero hay poca producción sobre los medios masivos. Así que me temo que en Venezuela el mundo de la Comunicología seguirá siendo un gheto, con poca trascendencia hacia los medios masivos.

MR: A pesar de esto ¿a qué considera que se debe la permanencia de Comunicación?

SN: El éxito de la revista "Comunicación" tiene que ver con la constancia de la Fe jesuítica de sus líderes. Fe inquebrantable que se necesita para que estos temas se aborden, analicen y sus ideas se sedimenten en los jóvenes inquietos en quienes deja huellas.

Para ilustrar esto último se refiere a Aliana González, periodista que trabajó en el diario El Nacional y que hoy labora en una organización de derechos humanos.

"El éxito de Comunicación -continúa- se debe a la gran pluralidad que impera, lo cual es símbolo de gente inteligente. Todo lo que provenga de diferentes ópticas es bueno. No tienen el concepto cerrado de otras instituciones que se pagan y se dan el vuelto y se halaban entre ellos mismos...el ININCO es un ejemplo de eso"

MR: ¿Cómo ve a los principales miembros de la revista y el manejo de sus temáticas?

SN: REY es particularmente inquieto por el impacto social que producen los medios masivos y, por lo tanto, es muy crítico con respecto al entramado económico del aparato comunicativo masivo. El es como una especie de voz de la conciencia que hace que no perdamos de vista, a pesar de los cambios tecnológicos y derribo de prejuicios que no nos permitían ver otras cosas. Es la voz que nunca olvida que los medios de comunicación social son un servicio que se desarrolla en nombre de las grandes comunidades y que nada tiene que ver con el prototipo de usuario olvidado y silencioso.

Aguirre es la percepción realista del desarrollo de la Comunicación a mediano y largo plazo. Por eso está asimilado completamente a las nuevas tecnologías. Es la mayor fuente de datos en materia de comunicación en general y en materia de ubicación de trabajos -considera de la Nuez-.

Bisbal...-comenta- últimamente está identificado por el tema del consumo cultural. Intelectual de formación socialista que ha evolucionado

hacia una percepción no política de los fenómeno comunicacionales. Se centra ahora más a las tendencias de los públicos en cuanto a su consumo cultural, antes que al origen que distribuye productos culturales. Tiene un conocimiento interesante de la cultura del venezolano y ha realizado trabajos conjuntos con Aguirre y con Pasquale Nicodemo.

Algo muy bueno del equipo es que desde un principio siempre ha existido un relación muy horizontal -finaliza el entrevistado-.

Entrevista a Gustavo Hernández

Gustavo Hernández es licenciado en arte, mención cine y con especial conocimiento de la semiología. Según él mismo ha recibido influencia de los profesores Alfredo Rofé y Oscar Moraña (de la Escuela de Arte de la UCV) "reforzado con las conversaciones que hemos tenido y tenemos Aguirre y yo sobre ese tema (la semiología)". Tiene siete años trabajando en el ININCO (Instituto Nacional de Investigaciones de la Comunicación de la UCV)

Llegó a la revista Comunicación en la década de los ochenta (no recuerda bien si en el año 87 ó 88). "Me atendió Aguirre (cariñosamente llamado "chusma") a quien le presenté el artículo "UFO o nada" un estudio semiótico inspirado en Roland Barthes. A partir de ese entonces tuve un período de espera para poder participar en el equipo"

MR: ¿Qué lo llevó a querer colaborar para la revista?

GH: Me acerqué porque me gusta escribir, manifestar mis pensamientos y porque era lector de la revista. Aguirre me trató muy bien, me mostró la biblioteca, las revistas y nos hicimos amigos. Luego me llamó a mi casa e hice el primer artículo llamado El Cine en Venezuela, donde hablaba de su situación para ese momento. En ese entonces participaban Marcelino, Tremonti, Rey y después entró Carlos Correa. Allí comencé a foguearme con esos veteranos y seguí estudiando, indagando las experiencias de Europa y Latinoamérica en Comunicología"

Desde ahí comenzó a manejar la semiología del cine, su industria y el aspecto económico. Paralelamente se fue introduciendo en el campo de la televisión "fui guionista de TV y cronista de cine en el Nuevo País cuando se fundó (23 de enero)... La crítica del cine es algo muy denso desde el punto de vista teórico, así que yo prefiero llamarme cronista de cine (escribió allí como 70 artículos). Igualmente Gustavo Hernández se considera un investigador que comunica la educación con la comunicación.

Antes de ser "cronista" de cine trabajó en la Cinemateca Nacional (cuando aun no era fundación), donde se desempeñó como programador "Aunque mi primer trabajo como asalariado fue con Aguirre quien me conectó con SET Video (sistema experimental de televisión), unos sacerdotes que trabajan en pro de la sociedad siguiendo como línea una comunicación alternativa y la Teología de la Liberación. Luego vino la Cinemateca Nacional y después, gracias a Elizabeth Safar, se me permitió ingresar como personal contratado en el ININCO en el campo de la televisión y radiodifusión" En ese instituto lo primero que realizó fueron análisis morfológicos o de contenido de programación televisiva.

Su historia de cómo ingresó al ININCO y al mismo Equipo Comunicación habla mucho de su gran interés por la Comunicación e iniciativa, así como de su espíritu emprendedor. "En el año 81 visité el ININCO, ella -Elizabeth Safar- hacía análisis de programación televisiva del canal ocho. Entonces le dije "¿te puedo ayudar?" Ella me dijo que sí y terminó contratándome. Luego con un concurso de oposición, donde

participó gente muy prestigiosa y siendo el único que no era comunicador, entré como investigador en el ININCO"

Allí ha desarrollado el tema del área de la radiotelevisión en los sistemas de difusión masiva. Su tesis "Cómo enseñar a los niños a ver cine", la cual le mereció una mención honorífica, le ayudó a obtener este cargo. La información recopilada en ésta se transformó en la obra "Cómo ver televisión"...

En los albergues de la Fundación del Niño realizó la investigación "Cómo crear conciencia crítica en torno al medio televisivo" para enseñar a los niños a detectar la violencia física y verbal que transmiten los medios de comunicación (trabajó con niños entre 12 y 14 años de edad), en los años 1994 y 1995.

A mediados de octubre de 1998 bautizó el libro "Teleniños o Televiolencia" en la UCV. "Ésta - asegura- es una línea de investigación distinta, ya que la importancia se le ha dado a los emisores y a la estructura económica de los medios en los mensajes y programación de la televisión. Busca determinar cómo afectan a la audiencia. También está la parte de cómo el usuario manipula, se resiste, negocia o comparte los mensajes que ve en tv. Se ha creído que el usuario es pasivo que no participa"

"El término medios de comunicación social -añade Hernández- no equivale a decir medios de difusión masiva, ya que esto último es realmente lo que son quienes dicen ser lo primero"

MR: ¿Cómo ha sido su experiencia con los niños en el ámbito de la Comunicación?

GH: Cuando se realiza un seguimiento a un programa de niños, no hay que llegar como el experto. Yo soy un activista, pero a la vez un teórico que está en el campo del conocimiento del usuario. Este conocimiento se logra con métodos cualitativos que son participativos (historias de vida) y menos invasivos que las encuestas para conocer al niño.

MR: Según su opinión ¿los medios influyen en la sociedad?

GH: Los medios sí afectan a la sociedad positiva o negativamente, crean y generan opinión pública. Afecta a los niños y los precipita a pensar en situaciones que no son acordes a su edad, promueven la precocidad, los incita a pensar en modelos de vida agresivos, sexuales, consumistas. Los medios afectan sobre todo a aquellas personas que se someten intensamente a los medios, lo que Mentón y Lazarsfeld llaman disfunción narcotizante.

"La Televisión - continua Hernández- cine, radio, centros de video son agentes cooperantes que refuerzan la violencia. Esto funciona aun más donde la televisión es punto de fuga de la familia, la gran enciclopedia de la vida, aquella ventana al mundo de una realidad reconstruida en base a una ideología mercantilista que se maneja, a través de la publicidad"

"No es que a la gente le guste la violencia -agrega- sino que no tiene alternativa programática, lo habitúan a ver la violencia. La formación que se procura en la familia y en la escuela la destruyen estos programas con la desmoralización. Este es un problema cultural, un lenguaje universal que viaja por todas partes y se vende bien; sobre todo con la globalización, a través de la tecnología de la comunicación, donde la sexualidad es presentada desde una perspectiva banal. Así mismo el modo como se

destaca el primer aniversario de la muerte de Lady Di y prácticamente pasa inadvertido el también primer aniversario de la muerte de la Madre Teresa de Calcuta, hechos que ocurrieron con escasos días de diferencia. Es preocupante sobre todo cuando se trata de una mujer que fue Premio Nobel de la Paz y que internacionalmente ha sido considerada como una santa, un auténtico modelo de vida, sin dejar a un lado los valores de Lady Di, que por supuesto los tuvo y todos sabemos que los tuvo. La cuestión es la forma de dimensionar los hechos"

MR: Cuando se refiere a los efectos hace principal hincapié en los niños ¿Quiere decir que la influencia es mayor en los niños?

GH: Los niños son más influenciables, pero a corto y mediano plazo los niños crecen y los resultados se observan en la sociedad, ya que el efecto más perverso de la violencia es que se habitúa a éstos a ver la violencia como algo natural, cotidiano, llevándolos a perder la sensibilidad humana y a ser permisivos, ajenos al dolor humano ¡El dolor se ve como algo espectacular!. Lo peor del caso es que los niños tienden a imitar. Además de la precocidad sexual y la violencia, se afecta el lenguaje del niño pues se hace corto, sin coherencia, estilo guión de comedia.

La recomendación producto de los estudios que se han hecho al respecto -comenta Gustavo Hernández- es que los padres deben orientarse para que fomenten el diálogo en el hogar y realizar otro tipo de entretenimientos, ya que a parte de los efectos ya mencionados, en los hogares donde se destina parte importante del tiempo a ver la televisión se va perdiendo el diálogo familiar. También desde un punto de vista ecológico global todos los medios de comunicación (radio, cine, vallas publicitarias, video games, revistas) tienen incidencia en el mantenimiento del equilibrio natural, tanto por la emisión de ondas, ruido, contaminación visual y los efectos en el hombre.

MR: Entonces, ¿ la solución para solventar esta situación está en el hogar?

GH: Del mismo modo como es imprescindible para que el niño tenga éxito en los estudios, que el trabajo realizado en la escuela sea seguido en la casa, en la familia debe comenzar todo proyecto comunicacional para que tomemos las riendas del mundo de la comunicación. De lo contrario seguiremos siendo unos usuarios olvidados, no educados, sin dejar a un lado el diálogo en el hogar y otros actos que edifiquen la moral familiar y social...y esa es mi misión hasta que me muera: consolidar la democracia en Venezuela, a través de la educación y de la comunicación"

Según su experiencia a nivel mundial, desde el punto de vista teórico, estamos bien parados en torno a la Educación y Comunicación "aunque somos pocos los que trabajamos este tópico, somos unos activistas"

MR: ¿Qué opinión le merece Comunicación?

GH: La revista *Comunicación* es referencia obligada sobre comunicación en Venezuela. También es una excelente opción para estudiantes por su variedad "y en vista del costos de libros". De hecho mi tesis, al menos la parte teórica, está basada en gran parte en artículos de Rey y Aguirre en la revista, pues éstos son densos. Lo cual permite a los estudiantes tener noción, al menos general, de un tópico en cuestión.

MR: Y acerca del Equipo Comunicación...

GH: Somos unos soldados y apóstoles de la comunicación en Venezuela, personas abnegadas porque nadie cobra. Tenemos un genuino interés por la comunicación en nuestro país, ya que si no hay comunicación no hay democracia. Nuestro espíritu es de servicio público, concepto jesuítico que proviene de una congregación con una gran disciplina.

MR: ¿Cómo ve el futuro de la revista?

GH: A lo mejor la crisis económica por el encarecimiento de los costos nos hará tambalear. Probablemente la revista será una mezcla de papel y lo virtual que necesariamente tendremos que sacar.

Entrevista a César Miguel Rondón:

Nació el 18/11/53 en Ciudad de México debido al exilio de sus padres, quienes fueron miembros fundadores del partido Acción Democrática (sin embargo se retiraron en 1961). Es el mayor de seis hermanos. Estudio en el colegio Santiago de León de Caracas, donde recibió influencia del profesor Rafael Vegas, quien más tarde fuera ministro de Educación e implantara el método de Aprender a Pensar. El bachillerato lo realizó en el Liceo Gustavo Herrera. Luego estudió filosofía en la UCV sin llegar a culminar. Allí hizo amistad con Juan Nuño quien lo encargó de la página de crítica de cine de la revista Suma, mientras estuvo un tiempo fuera del país. En ese entonces decidió estudiar Comunicación Social en la UCAB.

Fue en Suma donde conoció a Marcelino Bisbal, el secretario de redacción de esa publicación, y también miembro de la revista Comunicación quien le presentó a José Ignacio Rey. "En ese entonces Aguirre aún no se había ordenado como sacerdote", recuerda. Entró al Equipo Comunicación, el cual se reunía los miércoles mientras sus miembros almorzaban en la comunidad del Centro Pellín. El encuentro era como una especie de conclusión teórica y se repartían el trabajo. Participó activamente en ese equipo al tiempo que trabajó en Radio Popular, entre los años 77 y 78. Este último año fue expulsado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB (ya había aprobado la carrera y tenía pendiente la tesis). Entonces se marchó a New York, desde donde siguió colaborando para Comunicación. En esa ciudad fue corresponsal para El Universal, el Grupo De Armas, escribió películas como "Nuestra Vida", donde participó Rubén Blades; y también escribió "El Libro de La Salsa".

Al regresar de Estados Unidos (su esposa había terminado su post grado) se encontró con Ibsen Martínez quien le contó que estaba en Venevisión. "Al día siguiente me pidió que lo acompañara al canal y salí con un contrato para escribir dramáticos" En esa planta televisiva y en RCTV llegó à producir, dirigir, incluso a puestos gerenciales y ejecutivos. Hoy día tiene la productora Opayoma que, entre otros, produce el programa "Flash", de Gilberto Correa para Televén. También mantiene el programa radial de información y opinión en las mañanas e igualmente es locutor para productos conocidos como las Tiendas Graffiti y es el traductor de programas especiales internacionales como los Premios Oscar, entre otros, en Venevisión.

MR: A pesar de que estuvo dos años como miembro formal del Equipo de la Revista Comunicación, usted está ubicado como el séptimo autor que más ha publicado en ésta. Parece haber sido un período muy intenso ¿cómo influyó en usted haber participado en Comunicación?

CMR: Absolutamente... ha influido absolutamente en mi vida y aspecto profesional en el orden moral, ético y ciudadano. Aprendí rudimentos de cierta ciudadanía. Para mi el Centro Pellín, anterior editor de Comunicación, era un centro de reflexión teórica y política para entender al país... -se queda pensativo- Fue tan o más determinante que la formación académica. Tan es así que de mis cinco hijos el mayor se llama César

Ignacio en memoria del San Ignacio de Loyola, fundador de la Compañía de Jesús, y fue bautizado en la Parroquia Universitaria por el jesuita José Ignacio Rey, miembro fundador de la revista.

MR: En las entrevistas que he realizado a los principales autores de la revista, la amistad parece ser un denominador común...

CMR: El punto de encuentro en cada uno de los autores que participan o han participado en el Equipo Comunicación es la amistad. Nos hicimos amigos porque nos respetábamos y por la gran apertura de la revista, incluso he visto artículos feroces en mi contra. Esa es una democracia absoluta, allí reina un gran espíritu de tolerancia sin el que la amistad y la permanencia de la revista fueran posibles hoy día.

Cuenta Rondón que desde que entró siempre se estaba hablando del último número y en las reuniones para hacer los editoriales siempre había un toque de humor para descubrir que había otro número. "Las decisiones siempre eran unánimes, por consenso"

MR: ¿Cómo ve la evolución de la revista y de sus miembros?

CMR: Comunicación es una de las publicaciones latinoamericanas fundamentales para el área comunicacional, es una revista madura. Con respecto a los autores Rey en sus inicios era más radical, ese era el signo de los tiempos del país. Hoy es más tolerante, benévolo, moderado.

Entrevista a José Martínez de Toda Terrero

Cuando se funda el Centro Jesús María Pellín (1971-1972) era profesor en la UCAB y en la UCV en las Escuelas de Derecho, Estudios Políticos y Comunicación.

Francisco Tremonti, al conocer su interés por la manera cómo se relacionaban la economía, cultura e ideología le propuso que se uniera a un grupo de jesuitas (Ignacio Ibáñez, y Epifanio Labrador) que querían fundar un centro de comunicación para que lo coordinara, ya que la comunicación era un área nueva e importante para Venezuela. Para ese entonces acababa de realizar un master en la Universidad de Madison- Wisconsin y el provincial lo asignó para que llevara la parte de Economía de las Revista SIC (temas de desarrollo económico, agricultura y Teología del Desarrollo, entre otros)

La idea era fundar un grupo interdisciplinario. Rey se unió al grupo y contactaron al barrio "Brisas del Paraíso" - en la Cota 905- que tenía necesidades e interés por la Comunicación Popular. Para escoger el nombre del Centro buscaron el nombre de un venezolano, no jesuita, el Obispo de las Siete Palabras y uno de los directores insignes del diario La Religión -el decano de la prensa nacional- Jesús María Pellín. Igualmente encontraron un sitio cercano a la UCAB, la revista SIC y con rápido acceso a la autopista, detrás del San José de Tarbes en el Paraíso.

Al principio se entregaban los cassettes "Jurado # 13" (el jurado 13 era el oyente) de reflexión y concientización popular. Los cuales producía el Servicio Radiofónico para América Latina - Serpal, con sede en Alemania (para ese entonces- y cuyo principio era el de ver, juzgar y actuar. Esta fue la primera actividad de tipo popular y contacto con la base. Entonces, la dirección de Serpal le propuso que fuera su coordinador para Venezuela y se comenzaron a reproducir y vender los cassettes a precio de costo "por lo que la gente venía a comprarlos". También se hizo una diapoteca de 10 mil dispositivas. Para el año 74 Aguirre ingresa al equipo.

Nació el deseo de publicar un boletín de tipo monográfico y ya Martínez Terrero había escrito para varias revistas internacionales, así que se dio el primer paso: la publicación # 1 "Ideología de la Comunicación". Para el entonces alumno Bisbal escribió algunos de los textos "aunque aun no era graduado, Rey y yo le propusimos formar parte del equipo, pues sabíamos que se identificaba con los planteamientos"

"Al principio -prosigue Martínez de Toda- la influencia de Rey fue grande: estableció criterios que todos aceptamos. En esos inicios no se firmaban artículos para indicar ideas de grupo, luego sólo se colocaban las iniciales del autor. Igualmente los temas tratados eran absolutamente venezolanos, sin embargo, desde Inglaterra se sugirió que tradujéramos ciertos estudios al español. Después Bisbal, que trabajaba en el Ministerio de Información y Turismo, trajo a Sebastián de La Nuez. Luego llegó César Miguel Rondón...Fue muy importante la relación humana de los miembros; nos respetábamos y divertíamos juntos" comenta.

Rondón escribió el guión de una película basada en la historia de Belén "El Nacimiento de una Esperanza", la cual se logró pasar por Venevisión. Esto emocionó al equipo y se quiso pasar un programa sobre la Paz en el que Soledad Bravo cantaba el tema introductorio, pero fue rechazado en el canal 8 y desde allí se corrió la voz hacia los otros canales debido a la fama de comunista que tenía esta cantante. "Aquí vimos la dificultad de comunicarnos a través de medios comerciales, así que pensamos que la revista era lo que nos daría la libertad de expresarnos sin ningún tipo de censura" También se realizaron 10 números de Cuadernos de Comunicación de Base en el Centro Pellín.

Hace años el Padre Pedro Arrupe quedó impresionado por la escuela de directores de cine para la difusión del comunismo en Rusia. "¿Por qué la Iglesia Católica o los jesuitas no tenemos algo parecido? comentó Arrupe a Esteban Bamberger, la máxima autoridad jesuita también llamada el "Papa negro", y al enterarse de ya existía un centro de comunicación creado por jesuitas en Venezuela decidió que éste fuera el lugar del primer encuentro de comunicadores jesuitas y crear un centro a nivel mundial" cuenta Martínez de Toda.

De la reunión que se efectuó en Caracas se crearon los siguientes centros:

- 1- El Centro de Investigaciones de Comunicación y Cultura, ya que era necesario hacer estudios y reflexionar acerca de las comunicaciones y su papel en el mundo. Este centro nació en 1976 y fue dirigido por Roberth A. White en Londres.
- 2- Igualmente se creó un Centro de Enseñanza para la Comunicación en la Universidad Gregoriana, en el que se forman profesionales comunicadores en teoría y práctica para la Iglesia.
 - 3- Se formó Jescom- Jesuitas Comunicadores.

La contribución de Martínez al centro fue el análisis y la crítica de la ideología y la publicidad "la unión de la comunicación a la economía". Escribió el libro "Publicidad en Venezuela", editado por Vadell, y posteriormente, "Comunicación Grupal Liberadora", obra que está traducida al inglés y portugués. Igualmente tuvo participación en la Colección Amarilla: Pobreza y Comunicación. Su Master en Economía y Educación en la Loyola University, de Chicago, le suministró las herramientas para esos abordajes.

Martínez de Toda Terrero permaneció en el Equipo Comunicación hasta 1982, cuando lo nombraron director de "Radio Fe y Alegría" aunque siguió colaborando. Sin embargo, por razones de tiempo, se fue alejando de la revista y decidió dejar las clases de la UCV, ya que también llevaba la radio de Maracaibo.

En unas vacaciones que tuvo en la Radio, Roberth White lo invitó a dar cursos de Comunicación Grupal en la Gregoriana y al finalizarlos le propuso que se quedara con ellos. Para ese entonces el Centro de Investigaciones fue trasladado de Londres a Missouri y nuevamente recibió la propuesta de irse a la Gregoriana. Así que pidieron el cambio a los superiores y lo aceptaron.

En esa Universidad realizó el doctorado en Comunicación y para su Tesis doctoral escogió el tema Educación para los Medios "para obligarme a profundizar más en el problema de la educación del sujeto como receptor y comunicador"

Actualmente da clases de: Publicidad, Producción de Radio, Comunicación de Grupos de Jóvenes Pastorales y de Sociedad Civil, Estudios Eclesiásticos de Comunicación y Pastoral de Comunicación.

Existen varias revistas de comunicación latinas: Chasqui, Día - logos, Comunicación y Cultura (México), entre otras.(Bogotá), Signo y Pensamiento. Comunicación es una de las de mayor trayectoria. El éxito de esta revista es la gran apertura de temas donde existe cabida a las tendencias más recientes: "Marcelino y Aguirre son bandera de las teorías más recientes de estudios culturales de recepción a nivel mundial. En la revista lo novedoso se presenta con profundidad. También hay amplitud de temas y firmas. Existe unión en el equipo y es un trabajo voluntario, ad honorem. Tanto así que en un principio la revista se publicaba con el sueldo de los jesuitas...lo que ganábamos en la Universidad. Otro punto importante en el éxito de la revista es su distribución: Aguirre tiene buenos contactos con Universidades, librerías y libreros"

El Centro grabó unos cassettes con cancioneros "Colección Nacional Venezolana" y "Cantos de Juventud" -música religiosa-. Con los recursos que recibió con la venta de éstos, más las donaciones y sueldos de los padres comenzó a imprimirse la revista y a financiar las actividades del centro. Incluso 2/3 del costo de la Quinta Etey -donde funcionaba el Centro Pellín- fueron colocados con estos fondos, la otra tercera parte la puso la congregación jesuita.

Con respecto al cierre del Centro Pellín, Martínez responde: "Lo desaparecieron". Considera que el primer paso fue cerrar la comunidad de San José de Tarbes y mandar a cada miembro a comunidades distintas. La orden fue que el Pellín se trasladara y se uniera al Gumilla.

Con respecto a las particularidades de los más destacados miembros del equipo, Martínez considera que Rey representa el enfoque crítico; Tremonti es el estadístico; Marcelino y Aguirre tienen un enfoque abierto a nuevas teorías de comunicación, son muy documentados y bien fundamentados teóricamente. Finalmente que Gustavo Hernández es el investigador de la educación para los medios, sobre todo en lo referente al tema de la violencia.