

La migración de nuestras preocupaciones en comunicación política

LEÓN HERNÁNDEZ

El autor intenta abordar la producción de artículos de la revista *Comunicación* en materia de comunicación política, desde una perspectiva histórica, mediante una revisión exhaustiva que permite apreciar cómo los investigadores en el área no pudieron escapar a las preferencias políticas de una parte de la élite intelectual y académica venezolana, durante las décadas de los 70, 80 y 90.

*The author attempts to explore, from a historical perspective, the articles in political communication produced in the journal *Comunicación*, through an exhaustive review that allows to recognize how the researchers could not escape the political preferences of the Venezuelan intellectual and academic elite in the 70s, 80s and 90s.*

INTRODUCCIÓN

De ser un líder con ímpetu violento antes de su presidio, el líder surafricano Nelson Mandela (1918-2013) pasó a consolidar la reconciliación en su país mediante un ejemplo de democracia, pluralismo, respeto y tolerancia; el prócer venezolano Simón Bolívar (1783-1830) de demócrata asumió poderes de dictador, lo cual, de acuerdo con algunas tendencias historiográficas, habría contribuido a la fractura de la Gran Colombia¹, su máspreciado sueño. No solo los líderes varían con el devenir histórico, también las sociedades mutan en sus mentalidades: de la Alemania nazi, con sectores seducidos por la invocación del Tercer Reich del hipnótico Adolfo Hitler (1889-1945), el pueblo germano pasó a estar dividido

en dos Alemanias durante la Guerra Fría; para después, tras la caída del Muro de Berlín en 1989 y un profundo proceso de cambios, gozar de unidad, democracia y prosperidad económica.

El tratar de evidenciar una “migración de preocupaciones” supone explorar en cambios en las mentalidades de los venezolanos, y más específicamente en la de sus investigadores, específicamente se hará referencia al articulado en comunicación política y a las mentalidades de quienes han puesto sus granos en las arenas comunicacionales, por 45 años de exploración teórica y empírica, a través de la revista *Comunicación* del Centro Gumilla.

ESTUDIOS

Se intenta dar un panorama completo que permita al estudiante e investigador una visión holística de lo que fue escrito y producido por los investigadores venezolanos e invitados de otras latitudes en esta publicación, la primera en su especie en el país y de trabajo ininterrumpido.

El referirse a una variación de las prioridades pasa por abstraer los modos de pensar. Se venía de un país sumido en caudillismo castrense y contados ejemplos de gobiernos civiles, aventuras golpistas con un primer ensayo democrático y dictaduras militares hasta 1958; se tuvo después un período de cuarenta años de democracia imperfecta, amiga de libertades económicas, conducida por partidos liderados por civiles durante cuarenta años, que echaron raíces de alternancia política y de actividad mediática privada pujante y a la vez criticada. Se requiere comprender cómo las preocupaciones derivadas de una discusión amplia sobre ideologías, con gobiernos tolerantes a élites intelectuales divididas entre su apoyo o rechazo al *establishment*, migraron a otra gama de prioridades investigativas de forma paulatina a partir de los 90 y cómo varió en un entramado que sostuvo la baraja de un populista, tras un prometido cambio que dio al trasto con la joven democracia alcanzada.

Hipotéticamente, la revisión arrojaría interpretaciones sobre cómo diversos sectores intelectuales que estaban interesados en una democracia de verdadera justicia social, en el derecho a la participación y a políticas comunicacionales que atendieran las necesidades culturales, vieron de cerca –en vivo y directo– los demonios escondidos tras un seductor discurso que mucho ocultaba sobre las violaciones de derechos humanos, propias de experimentos latinoamericanos tendentes en convertir en praxis los preceptos marxistas al modo soviético, con las variaciones que el Caribe implica.

Se quiere, en este estudio, una aproximación histórica, descriptiva en detalle por ser exhaustiva, con una interpretación –una de las muchas posibles– que transmita al lector las prioridades temáticas, teóricas e investigativas de 45 años de la revista *Comunicación*, sus estruendos críticos, sus optimismos y también sus silencios. Se intenta dar un panorama completo que permita al estudiante e investigador una visión holística de lo que fue escrito y producido por los investi-

gadores venezolanos e invitados de otras latitudes en esta publicación, la primera en su especie en el país y de trabajo ininterrumpido.

No se pretende juzgar los cambios en las opiniones de quienes escribieron sobre comunicación política en la revista *Comunicación*. Tampoco, condenar la variabilidad de posturas que en décadas pudiesen tener los investigadores del mundo académico, pero sí describirlas. Estas transformaciones en el foco de las prioridades van permeándose con la experiencia individual de los estudiosos que formulan las nuevas ideas y la manera como asimilan su entorno y hacen mano de valores éticos. El lente humano subjetivo no puede evitarse, aún en la procura de la mayor objetividad querible, apego a la verdad deseable y ética presumible.

Se demostrará como, de acuerdo con el entorno, fueron migrando las preocupaciones de los investigadores en el área de las comunicaciones del país. Corresponderá a las nuevas generaciones de investigadores, de ciudadanos y de políticos, asimilar que la nación que hoy vive momentos de incertidumbre necesita, precisa aprender profundamente de sus errores pasados, de los sesgos que en ocasiones la llevaron a construir análisis sobre la base de parcialidades críticas. Hoy la mirada puede tener un recorrido más amplio sobre la base de lo ocurrido, para connotar evolución, crecimiento y ajuste o cambio en las concatenaciones teóricas de los sesgos sobre determinados fenómenos de época. Pero el esfuerzo de haber analizado por décadas el fenómeno de lo comunicacional en el país y fuera de este no se lo quita nadie a los expertos venezolanos que siguen interesados en dar voz a los oprimidos, silenciados y excluidos. Vigente sigue una mayor posibilidad de participación, democratización y planes comunicacionales coherentes con nuestras necesidades, con nuestros problemas.

METODOLOGÍA

En la primera parte del presente análisis, se hace un recorrido por los primeros noventa números de la revista (de 1975 a 1995), poniendo la lupa en los temas, teorías y conclusiones de la arista política de las comunicaciones, la que se vincula con la formulación de mejoras en las políticas

comunicacionales de los Estados, el poder o efecto de los medios sobre las creencias de las masas, el desempeño comunicacional de los gobiernos, la propaganda política, la censura estatal y la empresaria, la comunicación empleada para imponerse a la masa a través de alguna ideología y la comunicación en su deber ser en naciones del tercer mundo.

Se presenta, en un anexo al final del artículo, una ficha general que esboza cada uno de los textos sobre temas relativos a comunicación política, decantándose en ella el título, autor, tema, objetivo, teorías referidas y conclusiones principales de cada artículo. Para esta primera entrega, se presenta un cuadro contentivo de 157 títulos. Para el período comprendido entre 1975 y 1984, se revisaron 69 artículos; para el período entre 1985 y parte de 1995, otros 87; todos disponibles en la página web de la revista *Comunicación*.

TIEMPOS DE LA CRÍTICA IDEOLÓGICA (1975-1984)

De joven he defendido la revolución Cubana. Tengo una deuda que pagar, haber defendido algo que representa el mal absoluto para la sociedad.

MARIO VARGAS LLOSA²

El contexto necesario para comprender el análisis

En un balance previo en torno al estado del arte en comunicación política realizado en la revista *Comunicación*, Andrés Cañizález (2010) expresaba que en la década de los setenta, investigadores latinoamericanos pasaban bajo un “prisma democratizador” la realización de estudios en la materia, utilizándose entre los adjetivos para referirse a la “comunicación democrática”, los siguientes: *dialógica, participativa, popular, alternativa*³. Cañizález (2010) cita a Beltrán para referir que en 1974, la Unesco había auspiciado una reunión de expertos en materia de políticas comunicacionales, que llegaba a la conclusión de que una Política de Comunicaciones podía ser definida como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un

cuerpo coherente de principios y normas, dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país”⁴.

Este concepto habría sido inspirador para la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina y el Caribe, que se realizó en 1976 en Costa Rica, también bajo el respaldo de la Unesco. El director de Comunicaciones para la Unesco de aquellos años era el comunicólogo y filósofo Antonio Pasquali, quien fue considerado pionero en el manejo de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt en América Latina. En una entrevista ofrecida al autor de este estudio, en agosto de 2018,⁵ el pensador de las comunicaciones recordó obras filípicas contra empresas mediáticas venezolanas, pero advirtiendo que nunca se identificó con tendencia de izquierda o de derecha alguna, aunque fuese acusado por ambos extremos de formar parte del bando contrario.

Latinoamérica no era indiferente a un ambiente caldeado desde el término de la Segunda Guerra Mundial, debido a una de las más importantes condiciones geopolíticas que tuvo lugar a escala mundial: la Guerra Fría. El peso de esta variable colocaba los enfoques ideológicos en la tribuna de la esfera artística, intelectual y académica venezolana, cuestionándose el ímpetu expansionista en el ámbito cultural por parte de las grandes potencias. La industria cultural estadounidense fue vista por algunos como instrumento de dominación cultural, social y político. En la cultura política e intelectual, el manejo de la política externa estadounidense hacia Latinoamérica, que era vista como “patio trasero”, generó impacto en los enfoques y en las mentalidades en naciones del Caribe, entre ellas Venezuela, que saludaba con ambigüedad –resistía a la vez que aplaudía– el crecimiento de la izquierda en naciones de identidad cultural afín, como la cubana.

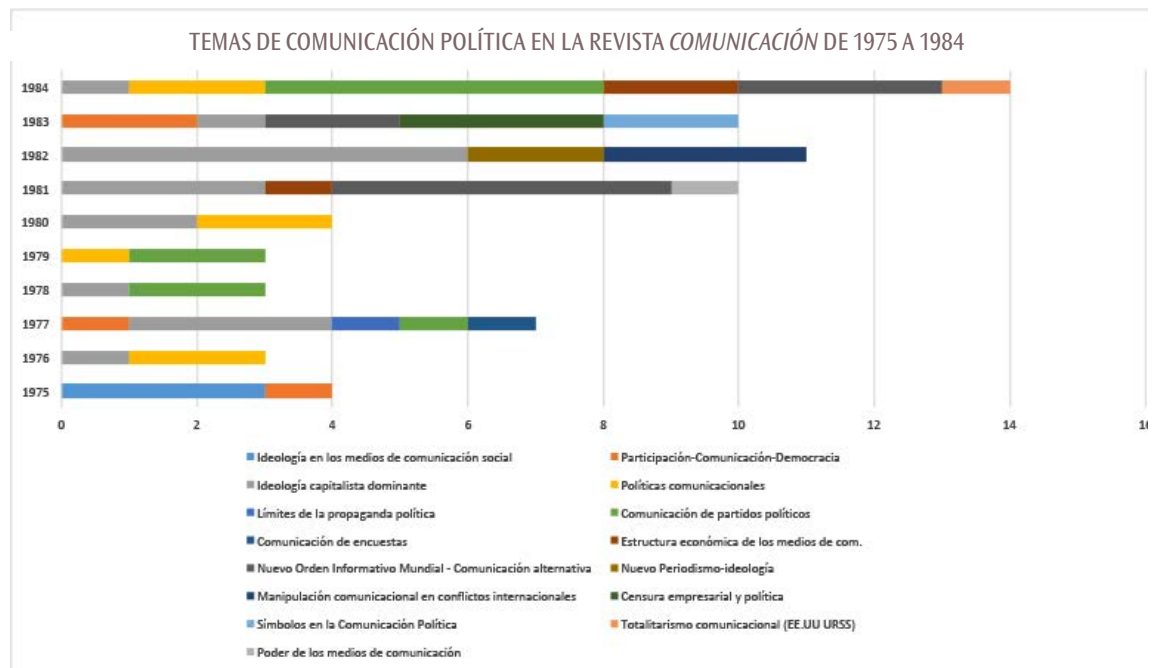
Latinoamérica no era indiferente a un ambiente caldeado desde el término de la Segunda Guerra Mundial, debido a una de las más importantes condiciones geopolíticas que tuvo lugar a escala mundial: la Guerra Fría. El peso de esta variable colocaba los enfoques ideológicos en la tribuna de la esfera artística, intelectual y académica venezolana, cuestionándose el ímpetu expansionista en el ámbito cultural por parte de las grandes potencias.

ESTUDIOS

El contexto para el análisis de esta década de investigación en el campo comunicacional exige citar a historiadores como Alejandro Cardozo Uzcátegui (2014), quien, en el ánimo de comprender lo que él denomina una “lucha en el campo de las ideas”⁶, menciona algunos hechos para contextualizar la postura anti *establishment* de intelectuales que habrían dejado la protesta callejera para entrar en una etapa de distensión en el mundo universitario y de las artes:

No se puede dejar de pensar en las desapariciones durante el período de Leoni –buena parte eran estudiantes–, en el allanamiento de la Universidad Central de Venezuela en el primer período de Caldera –la famosa “Operación Canguro”–, la masacre de Cantaura durante la administración de Herrera Campins, Yumare en el gobierno de Lusinchi, y un obscuro etcétera; no obstante, comparativamente, en la región paralela –Centroamérica, Colombia, Chile, Argentina– era impensable crear áreas de distensión para una intelectualidad inquieta y militante, a modo de enfriamiento y tolerancia.

Temas/Frecuencia	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	Total 1975-1984
Ideología en los medios de comunicación social	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Participación-comunicación-democracia	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	4
Ideología capitalista dominante	0	1	3	1	0	2	3	6	1	1	18
Políticas comunicacionales	0	2	0	0	1	2	0	0	0	2	7
Límites de la propaganda política	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Comunicación de partidos políticos	0	0	1	2	2	0	0	0	0	5	10
Comunicación de encuestas	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Estructura económica de los medios de com.	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	3
Nuevo Orden Informativo Mundial - Comunicación alternativa	0	0	0	0	0	0	5	0	2	3	10
Nuevo Periodismo-ideología	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
Censura empresarial y política	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3
Símbolos en la Comunicación Política	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Totalitarismo comunicacional (EE.UU URSS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Poder de los medios de comunicación	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
											69



Lujo que solo una democracia a la venezolana con una renta petrolera se podía dar: tener una izquierda intelectual en lugar de una izquierda militar. (Carozo, 2014, p. 174-175)

También se precisa entender que esta tolerancia ideológica pasaba por un período de relativa apertura política con el primer gobierno de Rafael Caldera (1916-2009); al menos, así lo sostiene el historiador Otoniel Morales (2014), al afirmar que de la política exterior de Rómulo Betancourt (1908-1981) y Raúl Leoni (1905-1972)—de respaldo a sanciones contra el régimen de La Habana por no ser elegido bajo elecciones democráticas—, el presidente social cristiano pasaría a una doctrina de pluralismo ideológico y solidaridad pluralista, que aunque no normalizó relaciones con Cuba, reconocía diplomáticamente a cualquier gobierno, cualquiera fuera su origen, llegando a concretar aperturas con el bloque socialista liderado por la Unión Soviética. Morales estima que las condiciones del país eran menos riesgosas frente a potenciales ataques de la ultraderecha y la extrema izquierda, por lo que la realidad permitía un debate y discusión con más presencia de todas las tendencias. La Guerra Fría entraría, según este historiador, en una etapa de decadencia, a partir de esta visión pluralista que vino acompañada con una política interna de “pacificación”, con la cual se legalizaron partidos de la izquierda venezolana (MIR y el PCV)⁷.

Surgía a mediados de la década de los sesenta, de congresos, cumbres y eventos de encuentro de pensadores de países del tercer mundo y de naciones no alineadas con la ideología del libre mercado, la idea de un Nuevo Orden Económico Mundial, de un Nuevo Orden Informativo Mundial. Tulio Hernández (1985), al referirse a estos años en su artículo “10 años de Alternativas de Comunicación”, se refirió a la esperanza de democratizar “desde arriba” el funcionamiento de los grandes consorcios de comunicación.

Las luchas tercermundistas por la creación de un Nuevo Orden Informativo Internacional, las acciones de países latinoamericanos por elaborar y poner en práctica Políticas Nacionales de Comunicación que corrigieran los abusos y la impunidad

con la que se manejaban los medios empresariales y gubernamentales y, en el caso venezolano, la realización del proyecto Ratelve (1975), primera gran iniciativa gubernamental para dotarse de un informe integral sobre políticas de Radiodifusión, creaban un escenario donde el optimismo democratizador tenía suficiente cabida, incluso, en los sectores de la investigación universitaria tradicionalmente enfrentados y críticos del funcionamiento de estos aparatos. (Hernández, 1985).

En 1973, apenas dos años antes del inicio de las publicaciones de *Comunicación*, era elegido Carlos Andrés Pérez, quien se plantea un gobierno de amplio gasto público con un alza abrumadora del ingreso petrolero, debido a la crisis petrolera de 1973⁸. Pérez lleva a Venezuela a un nivel de mayor independencia con respecto a Estados Unidos en su política exterior, al normalizar, en 1974, las relaciones con China, Bulgaria y Cuba.⁹ En medio de un espíritu de nacionalización, la presidencia de la República encarga a Juan Liscano la creación del Consejo Nacional de la Cultura (Conac), que luego daría paso a la creación del proyecto Ratelve, para una radio y televisión de servicio público en Venezuela. “El proyecto fue publicado por la librería SUMA. Eso fue lo único que quedó”, recuerda Antonio Pasquali, quien refirió que el diseño del proyecto se hizo con concurso de varios sectores, con la mayor pluralidad posible.¹⁰ Aquella iniciativa, que se quedó en el tintero, permanecerá junto a otras propuestas, en la mente de los investigadores venezolanos de la comunicación, pendientes de la concepción, en aquel entonces y hasta aún ahora, de una política comunicacional estatal para la democracia.

LAS PREOCUPACIONES INICIALES: MENOS CAPITALISMO Y MÁS DEMOCRATIZACIÓN

Para el período comprendido entre 1975 y 1984, se revisaron 69 artículos, disponibles en la página web de la revista *Comunicación*. En ellos se pudieron evidenciar tendencias temáticas y estas se agruparon en quince “preocupaciones”, así siguiendo los focos de interés de los investigadores, periodistas y colaboradores que escribieron en la publicación para el período comprendido entre 1975 y 1984.

ESTUDIOS

TOTALES 1ª DÉCADA

Temas/Frecuencia	Total 1975-1984
Ideología en los medios de comunicación social	3
Participación-comunicación-democracia	4
Ideología capitalista dominante	18
Políticas comunicacionales	7
Límites de la propaganda política	1
Comunicación de partidos políticos	10
Comunicación de encuestas	1
Estructura económica de los medios de com.	3
Nuevo Orden Informativo Mundial - Comunicación alternativa	10
Nuevo Periodismo-ideología	2
Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	3
Censura empresarial y política	3
Símbolos en la Comunicación Política	2
Totalitarismo comunicacional (EE.UU URSS)	1
Poder de los medios de comunicación	1
	69

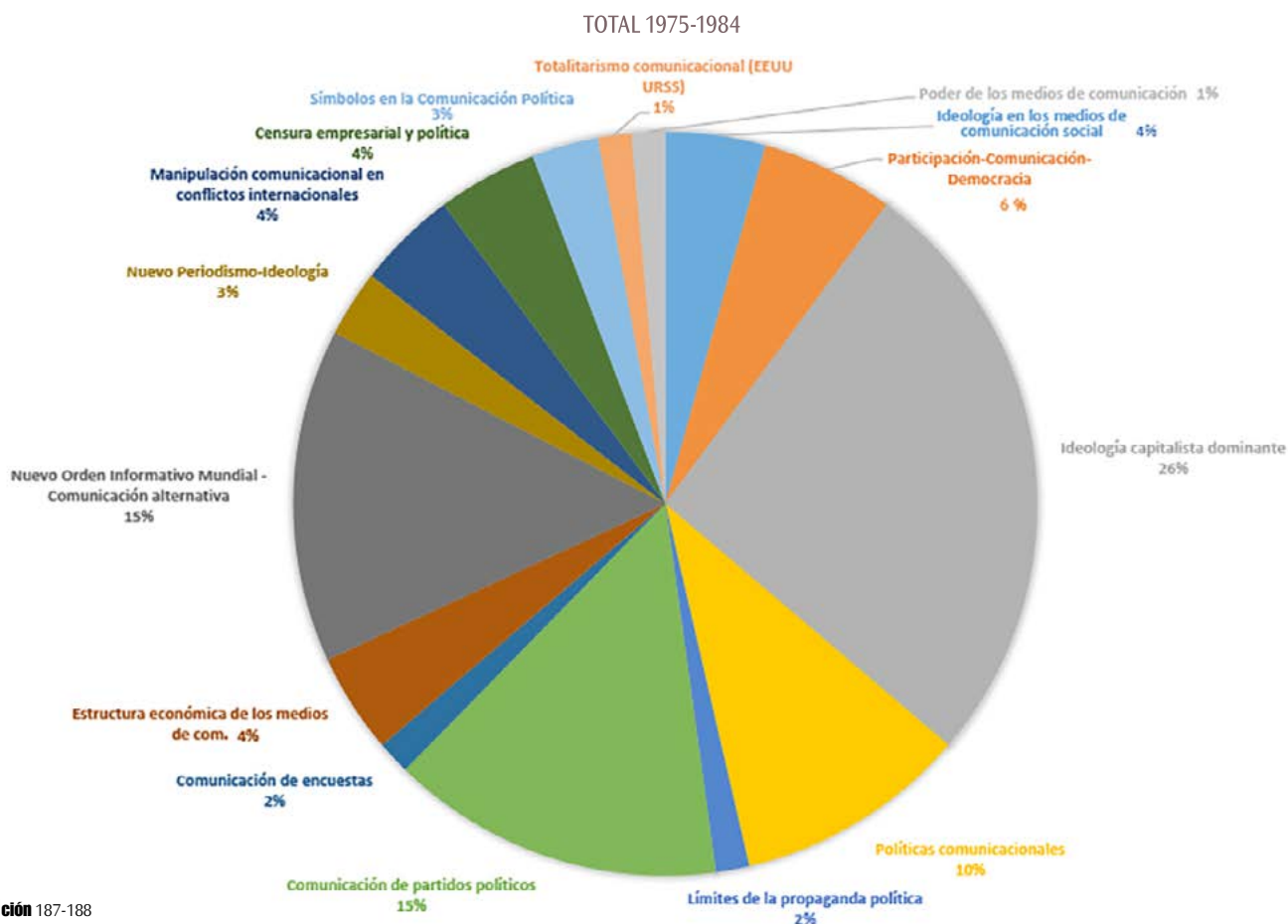
La principal característica es la presencia de la denuncia contra el matiz ideológico en los medios de comunicación, pero la principal ala denunciada es la capitalista. Decantemos, a continuación, las tendencias temáticas presentes y la cantidad y porcentaje que representó cada una de ellas.

Ideología capitalista dominante

Engrosan este grupo de artículos todos los enfocados en criticar el sistema capitalista y sus métodos de dominación. De los 69 artículos, dieciocho tocaban esta temática (26,09 %). Fue la principal tendencia en los artículos de comunicación política de *Comunicación*, durante su primera década.

Nuevo Orden Informativo Mundial-Comunicación Alternativa

Disposiciones y posibilidades abordadas en función de respaldar un Nuevo Orden Informativo Mundial. Diez artículos tomaron esta línea durante el período, para un total de 14,49 %.



Comunicación de partidos políticos

Los ensayos que apuntan a las comunicaciones que surgen desde los partidos en el gobierno, la oposición y sus campañas electorales. Diez artículos tomaron esta preocupación durante el período, para un total de 14,49 %.

Políticas comunicacionales

Los textos dirigidos a sugerir políticas comunicacionales y/o denunciar la carencia de una política comunicacional en Venezuela. Se ubican de cuarto lugar, con siete artículos, 10,14 %. A pesar de que autores que han analizado la obra de la revista *Comunicación* durante este período han expresado que este era el tema principal abordado, su apreciación se basaría en la importancia simbólica del mismo, más que en el aspecto cuantitativo encontrado.

Participación-comunicación-democracia

Perspectiva de los investigadores para sostener la premisa de que una mayor participación política, a través de una comunicación sin exclusiones, permitiría una democracia más sólida. Hubo cuatro artículos (5,80 %) que pusieron este tema en primer lugar, aunque esta búsqueda se reflejaba también en otros textos, pero en segundo o tercer lugar.

Censura empresarial y política

Se refiere a mecanismos de censura emprendidos por empresas mediáticas con apoyo de instancias políticas. Tres artículos lo abordaron, 4,35 %.

Estructura económica de los medios de comunicación

Los artículos que presentaron evidencia de cómo ha sido la concentración de riquezas y medios de los propietarios de los medios. Tres artículos, 4,35 %.

Ideología de los medios de comunicación social

Los autores se referían a la presencia de componente ideológico en los medios de comunicación, desde el plano objetivo de la argumentación comunicacional, sin aludir al aspecto capitalista. Tres artículos, 4,35 %.

Manipulación comunicacional en conflictos internacionales

Lo relativo al comportamiento editorial de los medios durante hechos de tensión internacional. Tres artículos, 4,35 %.

Nuevo periodismo-ideología

Los artículos que abordaron el estilo narrativo del Nuevo Periodismo, pero ligándolo a una intención ideológica en el tratamiento informativo. Entre los interlocutores de los textos se encontraban periodistas cubanos, defensores del modelo periodístico de su país, sin alusión a restricciones o censura. Dos artículos, 2,90 %.

Símbolos en la comunicación política

Lo vinculado con el manejo de figuras históricas como elementos considerados símbolos en las comunicaciones. Dos artículos, 2,90 %.

Comunicación de encuestas

La publicación de encuestas como mecanismo para generar campaña a favor o en contra de determinado artículo. Un artículo (1,45 %).

Límites de la propaganda política

Se alude principalmente a la importancia de una medida oficial para restringir la propaganda. Un artículo (1,45 %).

Poder de los medios de comunicación

Los textos que tomaron como norte temático referencias al impacto político y social de los medios de comunicación. Un artículo (1,45 %).

Totalitarismo comunicacional

El único artículo que, en referencia a 1984 de George Orwell, cuestionó el poder totalitario en las comunicaciones, haciendo alusión a regímenes socialistas. Un artículo (1,45 %).

LA IDEOLOGÍA CAPITALISTA DOMINANTE: PREOCUPACIÓN INELUDIBLE

En las aulas de clase de las universidades del país, así como en buena parte de la literatura que encontraban los profesionales e investigadores de la Comunicación Social en Venezuela, la politización y la ideologización estaba en boga,

ESTUDIOS

En las aulas de clase de las universidades del país, así como en buena parte de la literatura que encontraban los profesionales e investigadores de la Comunicación Social en Venezuela, la politización y la ideologización estaba en boga, pero particularmente la que cuestionaba el estilo de la política estadounidense

pero particularmente la que cuestionaba el estilo de la política estadounidense, así como la carencia de políticas nacionales destinadas a la comunicación social del país, inspirados por el pensamiento presente en la Unesco para aquellos años y que citábamos al inicio. La Guerra Fría habría salido de las calles y se había alojado en muchos foros y aulas. El espíritu, no obstante, tendría que ver con la mirada crítica al *statu quo* en América Latina y el Caribe.

En uno de los artículos analizados en las fichas, titulado “La Tematización de las Comunicaciones en América Latina”, Carlos Catalán y Guillermo Sunkel (1991) señalan:

Desde sus inicios, hacia fines de los años 50, los estudios de comunicación en América Latina han tenido un alto grado de politización e ideologización [...] La politización de estos estudios también deviene de una concepción

particular sobre del rol del intelectual imperante en América Latina—especialmente en las décadas del 60 y 70—que enfatizaba el compromiso con los procesos de cambio social y la necesidad de poner el conocimiento intelectual al servicio de estos cambios. (Catalán y Sunkel, 1991, p. 9)

Señalan estos autores que en la segunda mitad de los años 70, los textos publicados sobre comunicación, en su mayoría, acogen la perspectiva de los medios de comunicación como aparatos ideológicos, de dominación, cuyo papel consiste en exponer la ideología de la clase dominante para tratar de extenderla a toda la sociedad, haciendo mano de la teoría del filósofo marxista Louis Althusser (1918-1990). En el caso de *Comunicación*, los enfoques teóricos más referenciados en estos primeros diez años de la revista son relativos a la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt (cinco menciones) y otras notas refieren el texto de Antonio Pasquali, *Comunicación de Masas*¹¹(al menos tres). Otras seis hacen referencia a diversos teóricos marxistas que estudian el efecto de la ideología dominante en la comunicación de masas, inclu-

yendo al ensayista y filósofo Ludovico Silva (1937-1988) entre otros.

En este período se evidencia la presencia de reflexiones y comunicados de miembros de la revista, pronunciándose sobre determinadas materias relativas a políticas comunicacionales, con cuestionamientos a la industria cultural y al capitalismo imperante. En el texto titulado “Función ideológica de los medios masivos”, publicado en 1981, se concluye que los medios de comunicación de masas resultan útiles para las clases dominantes porque impiden la participación del pueblo, distorsionan la realidad e impiden su conocimiento crítico, garantizan la imposición ideológica y aseguran el orden económico capitalista. Se argumenta en el texto que los medios de comunicación serían útiles si posibilitan la participación, el conocimiento crítico de la realidad.

A pesar del uso de diversas teorías en la mayoría de los artículos, algunos, un total de catorce (20 %), no refiere teoría alguna, apelando al uso y cuestionamiento de noticias o explicando su postura mediante una decantación lógica reflexiva.

En el lapso, solo uno de los artículos, que emplea la obra *1984* de George Orwell como referencia, hace alusión a los problemas devenidos en las libertades, producto de gobiernos totalitarios de cualquier tendencia, sea izquierdista o de corte capitalista. Se trata del texto de Alí Garrido, titulado “1984 La información totalitaria”, que concluye que el control de la información constituye “un arma empleada tanto por el imperio norteamericano como por el soviético”.¹² Se trata del único que cuestiona al régimen soviético durante el período.

Uno de los textos de la revista en aquellos años replica un escrito del articulista cubano Mario Fernando Martí. En el número 39 de 1982, *Comunicación* hace un recorrido por diversas realidades comunicacionales en diversos países del hemisferio. En su texto, titulado “Política y Guerra: la publicidad comercial en la carrera armamentista”, el cubano cuestiona la sociedad estadounidense, “donde todo se vende”. Escribe:

Como señalara nuestro comandante en jefe en la VI Cumbre de Países no alineados: para nosotros,

los marxistas, la guerra y las armas están indisolublemente asociadas en la historia del sistema de explotación del hombre por el hombre y a la sed insaciable que tal sistema entraña de apoderarse de los recursos naturales de otros pueblos. (Martí, 1982. p. 44)

Es visible la ausencia en materia de comunicación política de textos que aludan a la censura en el régimen cubano. Es preciso acotar que la revisión arroja también ciertas particularidades en el ámbito metodológico, como por ejemplo la inexistencia de entrevistas a propietarios de medios o a editores de empresas mediáticas venezolanas, o incluso a periodistas que desde abajo conformaran equipos de trabajo de los medios venezolanos, cuestionados por seguir las premisas de la ideología dominante. Catalán y Sunkel (1991) observan ciertos sesgos en la investigación latinoamericana que podrían extrapolarse al período analizado.

En los estudios de la corriente crítica, la teoría althusseriana de la ideología sirve para darle una apariencia de cientificidad al estudio de la comunicación. Sin embargo, lo que efectivamente se hace es denunciar un determinado sistema de comunicaciones. En esta denuncia cumple un papel determinado, una cierta versión de la ‘teoría de la dependencia’ que está muy presente en los trabajos de André Gunter Frank, Theotonio Dos Santos y Ruy Mauro Marini. En realidad, esta versión de la ‘teoría’ no es más que una mera ‘aplicación’ de la teoría del imperialismo, ya elaborado dentro del marxismo, a la situación latinoamericana. Aplicación por medio de la cual se busca denunciar el sistema de expansión y de acumulación del capital que se desarrolla a escala mundial. (Catalán y Sunkel, 1991, p. 9)

En el marco de las interpretaciones cabe destacar que buena parte de los textos (5,8 %) estaba dirigido a una exaltación propositiva a favor de democratizar las comunicaciones del país, en contra de lo que se consideraba el poder hegemónico empresarial y una ausencia de regulaciones en el marco de las comunicaciones, descrita en muchos artículos con alusiones a la carencia de políticas equitativas para la asignación de licencias de transmisión y el poco recurso presupues-

tario destinado a una radio y televisión de calidad. Para autores como Cañizález (2014), el norte mismo de toda la actividad latinoamericana de investigación en comunicación giraba en torno a la crítica a los monopolios u oligopolios privados en materia comunicacional.

El informe *Un solo mundo, voces múltiples* de la Comisión McBride, patrocinado por la Unesco y citado en artículos por investigadores como Marcelino Bisbal¹³, establecía la necesidad de un Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación y de que nuevas voces fueran escuchadas. Para democratizar, de acuerdo con el informe que encontraba resistencia de organismos como la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) y la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), era necesario acabar con el monopolio de las grandes agencias, asegurando la circulación de la información en dos sentidos –contraviniendo la doctrina del libre flujo de información– y reconociendo el derecho de los pueblos a la información. “La aspiración a un orden social más justo y mejor y más democrático, fundado en el respeto de los derechos fundamentales, solo puede satisfacerse por medio de la comprensión y la tolerancia, las cuales dependen en gran medida de una comunicación libre, abierta y equilibrada”, (Amadou Mantar M’Bow, director general de la Unesco, citado por Bisbal, 1981 p.42).

En el texto de Bisbal (1981), la Sociedad Interamericana de Prensa aparece como un ente que “apoyó dictaduras” en el hemisferio, más interesada en la libertad de empresa que en la libertad de prensa y que tendría entre sus socios a una mayoría de medios de Estados Unidos. Al representante de Cuba en la discusión sobre el informe, Enrique González Manet, se le describe como defensor del principio de soberanía nacional y no se le menciona como representante de una dictadura.¹⁴

La postura de los investigadores venezolanos guarda relación con lo indicado por Catalán y

Es visible la ausencia en materia de comunicación política de textos que aludan a la censura en el régimen cubano. Es preciso acotar que la revisión arroja también ciertas particularidades en el ámbito metodológico, como por ejemplo la inexistencia de entrevistas a propietarios de medios o a editores de empresas mediáticas venezolanas (...)

ESTUDIOS

Sunkel, (1991), al ver en la carga ideológica de mediados de los 70 un primer intento de elaborar un paradigma de la comunicación dirigido a la situación latinoamericana.

Se consideraba en aquel momento que libre flujo de información era en realidad la libertad de los propietarios de los medios de información a informar de la manera en que mejor lo estimen conveniente. Del cuestionamiento o retórica de la crítica ideológica surgirá la necesidad de un nuevo orden informativo y luego de políticas nacionales de la comunicación para democratizar la comunicación. (Catalán y Sunkel, 1991, págs. 9-10)

El proceso político de 1983 daba paso a que también surgieran con predilección temas asociados a la estructura económica de los medios de comunicación y a la comunicación de partidos políticos, especialmente la registrada en el marco de campañas políticas.

A pesar de que según Catalán y Sunkel (1991), los estudios de comunicación en Latinoamérica se dirigen más hacia la profesionalización y menos a la orientación de determinada ideología o proyecto político, en la revista *Comunicación* se aprecia que continúa, en la primera mitad de los 80, la preocupación ideológica. Cañizález (2014) estima que la década de los 80 marca un “punto de inflexión”:

A lo largo de la década (80) hubo un auge significativo de las expresiones comunicativas de movimientos populares y alternativos, que como ya hemos dicho encontraron en la radio –principalmente– un medio de expresión, pero al mismo tiempo desde la reflexión se transitaba por un camino de incertidumbres; resultaba difícil defender el rol estatal en una región dominada por dictaduras militares y prevaleció en muchos investigadores de la comunicación un aire de pesadumbre por el debilitamiento de la Unesco. (Cañizález, 2014, p. 215)

Los resultados de la revisión exhaustiva arrojan que, no obstante, el espíritu contra la ideología capitalista dominante se mantuvo con fuerza en la selección de temas, aunque con algunas interrupciones, marcándose un debilitamiento después de 1982, disminuyendo su frecuencia hacia 1983. Aquel año, marcado por un golpe global a la economía venezolana, pudo

haber hecho variar la perspectiva de algunos investigadores. No obstante, hacia mediados de la década, aún se percibe el ímpetu asociado a la búsqueda de un Nuevo Orden Informativo Mundial por parte del equipo de *Comunicación*.

El proceso político de 1983 daba paso a que también surgieran con predilección temas asociados a la estructura económica de los medios de comunicación y a la comunicación de partidos políticos, especialmente la registrada en el marco de campañas políticas. El enfoque crítico hacia la propaganda política en medios se levantaba con encuestas por un lado y análisis de contenido por otro, detallando gastos que daban ventajas a los políticos con mayores recursos para campaña y los efectos de la difusión de encuestas, además de análisis sobre lo banal de algunos contenidos políticos del bipartidismo.

La comunicación en Venezuela era unilateral y se realizaba desde oligopolios de medios que habían irrumpido en la escena desde hacía décadas como empresas mediáticas prósperas, aliadas con las élites políticas del bipartidismo democrático que censuró a las tendencias de izquierda y que imponía sus criterios del libre flujo de información, con alianzas de crecimiento de las grandes cadenas de medios internacionales, así como agencias informativas internacionales, consideradas, para aquel entonces por estudiosos y políticos de la izquierda revolucionaria latinoamericana, como neocolonialistas. La exclusión tenía que ver con un hilo informativo que era considerado imperialista, expansionista y colosal para iniciativas con otras narrativas, que no conseguían patrocinio de un Estado interesado en una política comunicacional verdaderamente incluyente de todas las voces. (Hernández, 1985)

La cita anterior proviene del artículo de Tulio Hernández titulado “10 años de ¿alternativas de comunicación?”, publicado en el número 51-52 de la revista *Comunicación* en 1985. Hernández ofreció un balance de lo ocurrido en los primeros diez años de debate sobre temas asociados a la necesidad de un cambio en las comunicaciones del país y a los contenidos de la publicación. Tal vez con la pesadumbre que es referida por Cañizález, debido también a que el empobrecimiento del país había dejado atrás

una oportunidad presupuestaria para transformar el desarrollo de las comunicaciones en Venezuela, Hernández refería que el proyecto Ratelve, impulsado por el comunicólogo y filósofo Antonio Pasquali que promovía un medio de servicio público en el país, *se engavetó*, a juicio de los investigadores, por la élite empresarial mediática de la época. Las experiencias que dejaban ver escaparse la oportunidad de encontrar mecanismos de comunicación alternativa que democratizaran a la sociedad venezolana, encausaba el foco hacia los errores del libre flujo informativo y su libre mercado. El final de los setenta, lleno de debate pero también de actos restrictivos, no lucía esperanzador, a juicio de Tulio Hernández (1985).

El final de la década analizada nos toma por sorpresa en un país donde la opinión disidente es cada vez más restringida; donde los flujos ‘unidireccionales’ de información se han consolidado en vez de diversificarse; donde el optimismo por los beneficios de la planificación y la presencia de ‘la dimensión comunicación y cultura’ en los Planes de la Nación, han cedido el paso al escepticismo y al acto ‘formal’ de enunciar políticas y metas sin que se piense siquiera en la posibilidad de su realización; donde el cierre de emisoras de radio, el encarcelamiento de cineastas, la prohibición de exhibición de películas venezolanas, la censura previa y el impedimento de acceso de los periodistas a cubrir la masacre de Cantaura ejecutada por los ‘organismos de seguridad del Estado’, el uso ventajista de las emisoras gubernamentales en la reciente contienda electoral, el regreso de los canales de televisión a viejas y aberradas formas y temas narrativos de las radionovelas cubanas, la elaboración de expedientes a periodistas por parte de la policía política, por solo nombrar los casos más sonados, se convirtieron en situación ‘normal’ durante los últimos años. (Hernández, 1985).

El mismo año de 1985, Marcelino Bisbal publicó en el número 51-52 de la revista su artículo “El Estado y la comunicación, entre el azar y la necesidad”, según el cual los primeros diez años de *Comunicación* no habrían transcurrido en circunstancias tan adversas como las descritas por Hernández, al menos en lo que a esperanza de cambio se refería. Estimó que en el primer

gobierno de Carlos Andrés Pérez hubo optimismo con la designación del Dr. Guido Grooscors como ministro de Turismo y responsable de una política nacional de comunicaciones. A pesar de que iniciativas como el proyecto Ratelve y el Consejo Nacional de la Comunicación se habían desestimado ya para 1978, Bisbal advertía que se había vivido una década que podría haber sido denominada “de la comunicación”, gracias a las discusiones en torno al tema a escala global. Refiere la instalación, en 1975, de *Ociven*, que luego dará paso a *Venpres*.

El proyecto Ratelve resulta excluido, debido, indica el ex director de la Escuela de Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, a las quejas de Fevap y ANDA, ante el incremento del impuesto sobre la renta que pretendió el gobierno para el medio de servicio público. Bisbal también refiere que había consenso en el hemisferio, así como en la Unesco, sobre la importancia de las políticas nacionales de comunicación. Denunciaba el investigador que la participación no existía, y que no se adelantaba nada innovador en el campo de la comunicación debido a pactos entre medios y élites políticas, pacto en el cual coinciden otros autores, pero que irá rompiéndose a partir de 1983, con el surgimiento de otras variables temáticas, tales como la relativa al poder de los medios, que se explorarán en la década siguiente.

Sobre los pactos entre élites políticas y mediáticas, también coincidían voces que surgían ocasionalmente en la revista, tales como la de Raúl Li Causi, (1985), quien consideraba que había una abierta manipulación de los canales públicos por parte de los gobiernos de turno. “Durante el lapso abril diciembre, Caldera obtuvo el 60 % del tiempo en los noticieros”, indicó, y señalaba que en los primeros veintiséis años de democracia no se habían descentralizado las decisiones generales sobre los medios de comunicación social, lo que se manejaba con la cúpula del gobierno en acuerdo con los medios privados tradicionales.

Denunciaba el investigador que la participación no existía, y que no se adelantaba nada innovador en el campo de la comunicación debido a pactos entre medios y élites políticas, pacto en el cual coinciden otros autores (...)

ESTUDIOS

(...) se percibe un gran volumen de cuestionamientos hacia la política externa y expansionista estadounidense, al impacto de las grandes agencias sobre la información de los países latinoamericanos y muy poca producción intelectual relativa a la censura por parte de regímenes de corte socialista. De la censura en Cuba, por ejemplo, no hubo menciones.

Destaca para esa época la participación de Venezuela en la I Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación para América Latina y el Caribe, en la cual se defendió la libertad de expresión, el derecho de todo ciudadano a estar informado. Encontró Venezuela el reclamo de la SIP y la AIR a su postura, alegando que los medios de comunicación

no son de servicio público, sino que realizan actividades privadas de interés público. También intelectuales, periodistas y partidos de oposición acusaron al gobierno de pretender regular la libertad de expresión y de manifestar con ello tendencias izquierdistas.

En esta década, la Comunicación Alternativa fija las respuestas o sugerencias del equipo redactor de la revista. Ricardo Martínez (1985), lo expresa en estos términos:

La Comunicación Alternativa no es la 'idea fija' del equipo Comunicación, pero es su desarrollo más complejo y el que le identifica. Es también uno de los aportes más significativos de un grupo de investigadores venezolanos a la comprensión de la comunicación en América Latina, aporte esencialmente valioso si se considera la proverbial dificultad para un esfuerzo reflexivo mantenido, organizado, coherente y permanente, vinculado a la docencia y a la realidad nacional. (Martínez, 1985)

Se percibe de la literatura previa sobre la producción investigativa de *Comunicación*, una mirada más profunda a los esfuerzos por planteamientos de políticas comunicacionales y esquemas de comunicación alternativa, que a la importante revisión de la postura ideológica de los análisis presentados. Se destaca, metodológicamente, la ausencia de fuentes asociadas a la industria mediática cuestionada, pero visto desde adentro. También se percibe un gran volumen de cuestionamientos hacia la política externa y expansionista estadounidense, al impacto de las grandes agencias sobre la información de los países latinoamericanos y muy poca producción

intelectual relativa a la censura por parte de regímenes de corte socialista. De la censura en Cuba, por ejemplo, no hubo menciones.

La Venezuela pos *viernes negro*, pos desgaste del *boom* petrolero, con denuncias de corrupción y pobreza creciente, tenía a intelectuales y artistas críticos que aspiraban a medios de comunicación enfocados en elevar el nivel cultural de la industria mediática nacional; que habían visto el Mayo Francés, la lucha por los derechos civiles en Estados Unidos, las consecuencias de las dictaduras de derecha en Argentina, Venezuela, República Dominicana y en la propia Cuba, que habían conocido sobre las consecuencias de intervenciones estadounidenses en naciones como Vietnam. Aquél espíritu "antiimperialista" —que se dejaba seducir por el discurso preparado por Castro con fines de aprobación dentro y fuera de Cuba y que había tomado aulas en protestas universitarias—, tenía guiño a lo ocurrido en Cuba con la Revolución, que pasó a ser parte de la iconografía contracultura intelectual en pasillos de la Universidad Central de Venezuela, también en la Escuela de Comunicación Social de este recinto académico, con algunos guitarristas que emulaban canciones de Silvio Rodríguez y Pablo Milanés en los 70 y 80; así como articulistas, reporteros y redactores que dejaban colar su admiración en notas de prensa y análisis.

DEL 85 AL 95: EL COMIENZO DE CAMBIOS PARADIGMÁTICOS

El período que a continuación se explora en la revista *Comunicación*, implicó la revisión de 87 artículos, dejándose, por la mitad, el año 1995, que se seguirá explorando con el resto de las décadas en una entrega posterior.

Surgen nuevos temas, aunque también, en menor grado, perviven las preocupaciones anteriores, con disminución, aunque marcada continuidad, de la angustia ideológica. En total, se agruparon en dieciocho preocupaciones, que exponemos a continuación:

Políticas comunicacionales

Fue el tema más abordado de manera principal en este período, con veinte apariciones, para un total de 23 %, muy superior a las otras

tendencias. Fue un lapso con justificadas angustias en la materia, en particular se disparó por factores como los criterios arbitrarios en la asignación de frecuencias radiales de la banda FM.

Ideología capitalista dominante

A pesar de haber experimentado un descenso, en particular hacia la segunda mitad de los 80, siguió vigente en la primera mitad de los 90, con

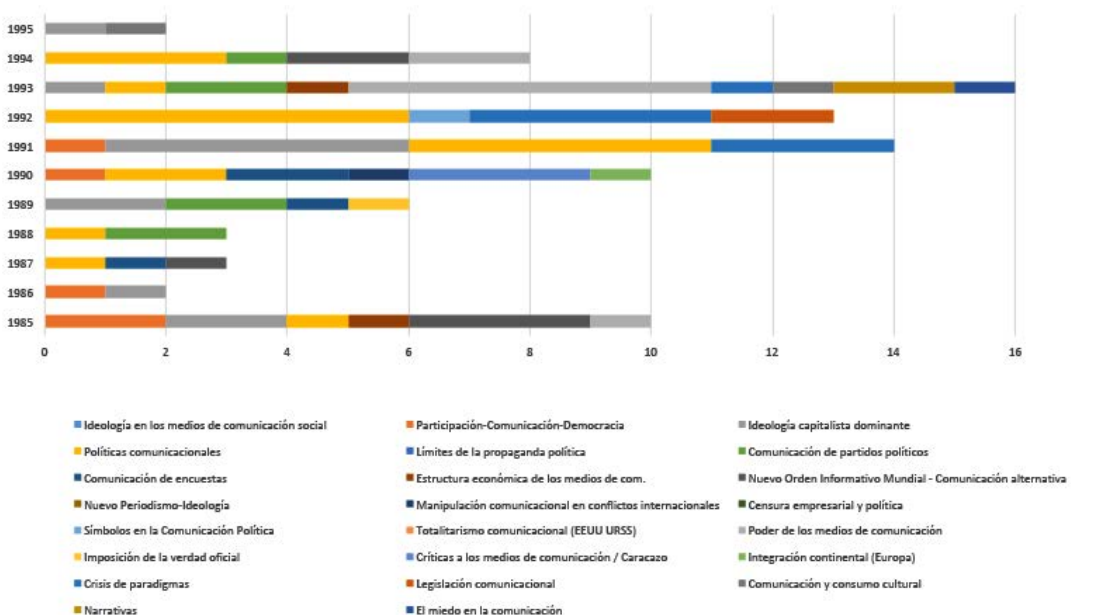
voces como las de José Ignacio Rey, quien fue enfático en cuestionar las teorías del final de la historia, de Francis Fukujama, publicada en 1992. Esta temática fue la principal en doce artículos (14 %).

Poder de los medios de comunicación

Tema nuevo, surgido como variación de una perspectiva. Aunque la idea de un pacto entre

Temas/Frecuencia	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Total 1985-1995
Participación-Comunicación-Democracia	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	5
Ideología capitalista dominante	2	1	0	0	2	0	5	0	1	0	1	12
Políticas comunicacionales	1	0	1	1	0	2	5	6	1	3	0	20
Comunicación de partidos políticos	0	0	0	2	2	0	0	0	2	1	0	7
Comunicación de encuestas	0	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	4
Estructura económica de los medios de com.	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
Nuevo Orden Informativo Mundial - Comunicación alternativa	3	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	6
Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Símbolos en la Comunicación Política	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Poder de los medios de comunicación	1	0	0	0	0	0	0	0	6	2	0	9
Imposición de la verdad oficial	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Críticas a los medios de comunicación / Caracazo	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3
Integración continental (Europa)	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Crisis de paradigmas	0	0	0	0	0	0	3	4	1	0	0	8
Legislación comunicacional	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Comunicación y consumo cultural	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
Narrativas	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
El miedo en la comunicación	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
												87

TEMAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA REVISTA COMUNICACIÓN DE 1985 A 1995



ESTUDIOS

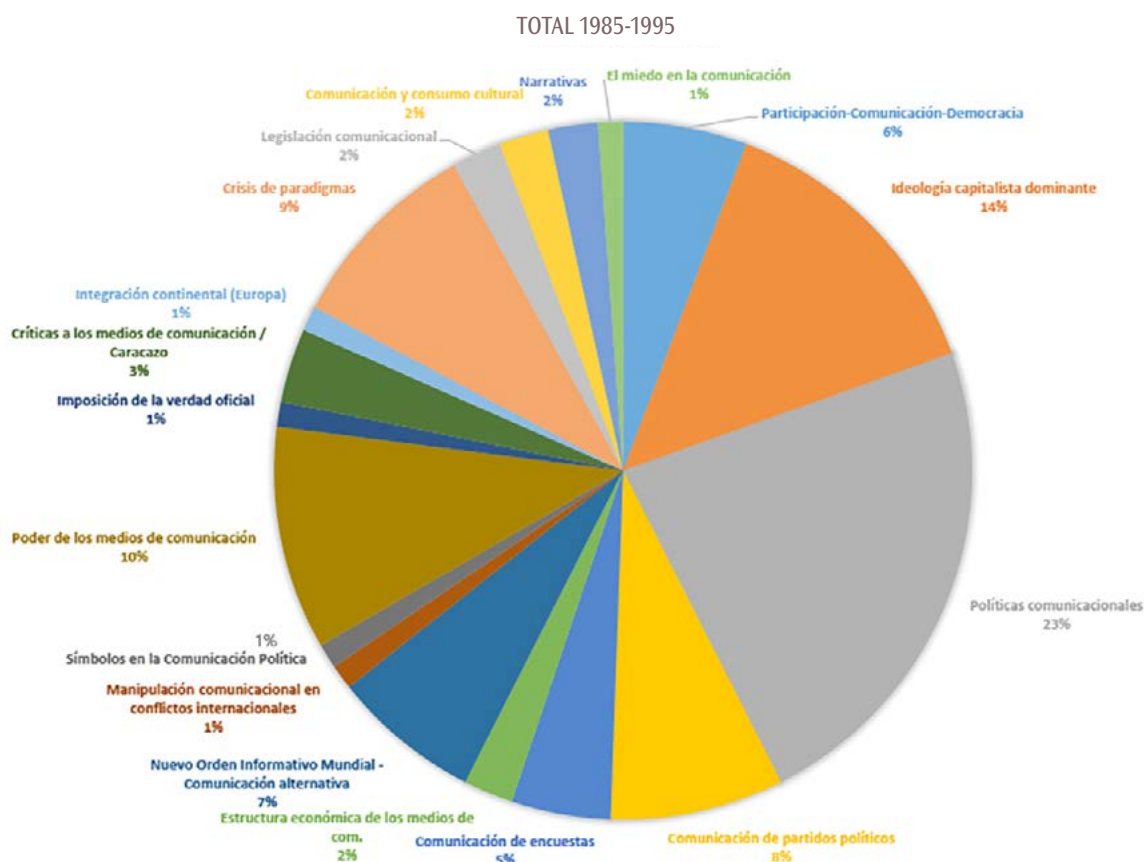
medios privados y gobiernos de turno aún no es desechada, aparece la perspectiva de que los medios de comunicación habrían pasado de aliados a impugnadores de la gestión gubernamental, demostrando su poder en la opinión pública. Nueve artículos tocaron esta temática (10 %).

Crisis de paradigmas

Los autores referían necesidad de modificaciones en la comprensión de los fenómenos comunicacionales. Ocho artículos –9 %– se inclinaron por elevar el volumen temático al respecto. Uno de los autores de estos temas fue Gustavo Hernández, quien, en el número 80 de 1992, bajo el título “¿Hacia dónde va la integración en América Latina?”¹⁵, reflexiona sobre el rumbo de la integración en la región y las perspectivas de democratización de las comunicaciones, después de los cambios en el panorama ideológico de finales de la década de los 80.

TOTALES 2ª DÉCADA

Temas/Frecuencia	Total 1985-1995
Participación-Comunicación-Democracia	5
Ideología capitalista dominante	12
Políticas comunicacionales	20
Comunicación de partidos políticos	7
Comunicación de encuestas	4
Estructura económica de los medios de com.	2
Nuevo Orden Informativo Mundial - Comunicación alternativa	6
Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	1
Símbolos en la Comunicación Política	1
Poder de los medios de comunicación	9
Imposición de la verdad oficial	1
Críticas a los medios de comunicación / Caracazo	3
Integración continental (Europa)	1
Crisis de paradigmas	8
Legislación comunicacional	2
Comunicación y consumo cultural	2
Narrativas	2
El miedo en la comunicación	1
	87



Comunicación de partidos políticos

Siete artículos lo abordaron, para un total de 8 %. En su mayoría cuestionaban el manejo comunicacional de los partidos y se hizo patente la preocupación durante los procesos electorales. Entre los artículos está “Los costos del voto”¹⁶, de Carlos Correa, quien concluye que los partidos políticos no presentan cuentas de campañas y no han cambiado las reglas en torno a la transparencia de su financiamiento para mantener la opacidad en torno a la inversión.

**Nuevo Orden Informativo
Mundial-Comunicación alternativa**

Seis artículos tomaron esta temática durante el período, equivalentes a 7 % de la muestra. La temática presentó tendencia a la baja, con respecto al 14,49 % del período anterior.

Participación-comunicación-democracia

Hubo cinco artículos (6 %) que pusieron este tema en primer lugar, manteniendo una constante con respecto al período anterior.

Comunicación de encuestas

Subió de un artículo (1,45 %) en el período anterior, a cuatro textos, 5 %.

**Críticas a los medios de comunicación
(El Caracazo)**

Se hicieron cuestionamientos al tratamiento informativo hacia lo ocurrido el 27 y 28 de febrero de 1989, observándose las líneas editoriales de diversos medios y sus contrastes.

**Estructura económica de los medios
de comunicación**

Dos artículos, 2,30 %.

**Legislación comunicacional, narrativas
y comunicación y consumo cultural**

Dos artículos, para un 3 % en cada tema. Estos seguirán siendo motivo de análisis en mayor volumen en lo venidero.

**Símbolos en la comunicación política,
manipulación comunicacional en conflictos
internacionales, el miedo en la comunicación,
imposición de la verdad oficial**

Una aparición para cada uno de estos temas (1,15 % cada una). En los símbolos en la comunicación política se abordó el caso del Che Guevara. El uso de símbolos y muy especialmente la imposición de la verdad oficial, en este período relativo al caso de El Amparo, serán preocupaciones en los venideros decenios

El desgaste político del bipartidismo se colaba en las mentalidades de la élite crítica venezolana, esa que desplegaba manchetas, Zapatazos y artículos en revistas especializadas en ciencias sociales y comunicación social e historia. Entonces, por aquellos días de inicios de febrero de 1989, Fidel Castro era invitado de honor de Carlos Andrés Pérez, apenas ganador en diciembre de las elecciones presidenciales en la nación de tierra firme. En un contexto lleno de contradicciones ideológicas y en medio de una Guerra Fría, los intelectuales y artistas alzaron la voz y lo publicaron así:

Nosotros, intelectuales y artistas venezolanos al saludar su visita a nuestro país, queremos expresarle públicamente nuestro respeto hacia lo que usted, como conductor fundamental de la Revolución Cubana, ha logrado en favor de la dignidad de su pueblo y, en consecuencia, de toda América Latina. En esta hora dramática del Continente, sólo la ceguera ideológica puede negar el lugar que ocupa el proceso que usted representa en la historia de la liberación de nuestros pueblos. Hace treinta años vino usted a Venezuela, inmediatamente después de una victoria ejemplar sobre la tiranía, la corrupción y el vasallaje. Entonces fue recibido por nuestro pueblo como sólo se agasaja a un héroe que encarna y simboliza el ideal colectivo. Hoy, desde el seno de ese mismo pueblo, afirmamos que Fidel Castro, en medio de los terribles avatares que ha enfrentado la transformación social por él liderizada (sic) y de los nuevos desafíos que implica su propio avance colectivo, continúa siendo una entrañable

Entre los artículos está “Los costos del voto”, de Carlos Correa, quien concluye que los partidos políticos no presentan cuentas de campañas y no han cambiado las reglas en torno a la transparencia de su financiamiento para mantener la opacidad en torno a la inversión.

ESTUDIOS

referencia en lo hondo de nuestra esperanza, la de construir una América Latina justa, independiente y solidaria.¹⁷

Suscribían el documento 911 intelectuales y artistas venezolanos. Uno de los principales renglones de los firmantes corresponde a la docencia universitaria, con presencia de comunicadores e historiadores. Otro sector importante de firmantes está integrado por los periodistas. La influencia de estos intelectuales y comunicadores haría que las preocupaciones de algunos sobre el tema Castro tuvieran el velo de la simpatía y admiración hacia este personaje legendario en el imaginario latinoamericano y caribeño de residencia contra el imperio estadounidense.

CONCLUSIONES PRELIMINARES

El problema del sesgo evidenciado en las preocupaciones durante estos primeros poco más de veinte años de la revista, no radica en que se pusiera atención y crítica a cuanta violación a derechos comunicacionales se cometieran en medios y élites que habían detentado el poder en Venezuela desde la caída del general Marcos Pérez Jiménez, el 23 de enero de 1958; incluyendo los irregulares tratamientos informativos durante el Caracazo o el caso El Amparo—que se incluyen entre los temas de investigación de la revista *Comunicación*—, ni en las publicaciones sobre manipulaciones mediáticas por parte de Estados Unidos en materia de conflictos internacionales; tampoco en el continuo llamado a una justa Comunicación Alternativa para los pueblos latinoamericanos.

Lo interesante y complejo en el período es el silencio hacia las estructuras de censura vinculadas con el socialismo y la inexistencia de al menos un artículo que de 1975 a 1995 cuestionara el método informativo impuesto en Cuba y en otros regímenes de corte ideológico marxista. El problema no es juzgar, sino entender, comprender e interpretar el mundo de los venezolanos e intelectuales de ese inicio de febrero de 1989, sin la mirada maniquea de buscar un

mea culpa, sino entendiendo el aspecto histórico de sus decisiones, desentrañando las complejidades circunstanciales de sus creencias, para buscar un hilo comunicante con sus alter egos del futuro, nuestro pasado inmediato. En la próxima entrega, se seguirán desencadenando los hallazgos sobre cuál ha sido la búsqueda de los investigadores, sus aciertos, fracasos, esperanzas, en suma, el devenir de sus preocupaciones.

Surge en este período un tema relativo a la “Crisis de paradigmas”. Algunos autores, inspirados en hechos relativos a la caída del Muro de Berlín y a una perspectiva menos ideológica de la interpretación, introducían nuevas visiones. No por casualidad hemos dejado como último artículo en esta primera muestra el de “Comunicación y Cultura: para pensar lo massmediático”, del número 90 de 1995. Tal vez presintiendo los riesgos que corría el sistema democrático en Venezuela, su autor, Marcelino Bisbal, defiende este modelo político por encima de los errores de sus exponentes en el país, indicando que la democracia como tal no tiene la culpa de lo ocurrido en la nación. Ya dejaba atrás el interés de la crítica a ultranza, destacando que era tiempo de una mirada más hacia las preferencias sociales de las mayorías. Al analizar las circunstancias culturales y políticas bajo las cuales surgieron los análisis críticos de la comunicación de masas y dar cuenta de nuevas lecturas que proponen que en lugar de imposición de una comunicación con ideología dominante—siempre atribuida a Estados Unidos—, existe la seducción y el convencimiento de los medios al proveer contenidos culturales socialmente aceptados por las mayorías, Bisbal concluye que “los teóricos de la comunicación ya no podemos seguir hablando de imposición de la comunicación, sino más bien de la seducción de la comunicación, de convencimiento o de utilidad de la comunicación”, y que “para entender la eficacia persuasiva de las acciones hegemónicas, hay que reconocer lo que de ellas existe de servicio a las clases populares”.¹⁸

Esa perspectiva abría luces sobre las preferencias de las audiencias en sociedades abiertas y en el intercambio de beneficios con los medios que culturalmente consumían, más allá de la

Lo interesante y complejo en el período es el silencio hacia las estructuras de censura vinculadas con el socialismo y la inexistencia de al menos un artículo que de 1975 a 1995 cuestionara el método informativo impuesto en Cuba y en otros regímenes de corte ideológico marxista.

concepción crítica de que los receptores eran víctimas de las grandes empresas mediáticas que le transmitían la ideología dominante, para manejar sus creencias a favor del *establishment*.

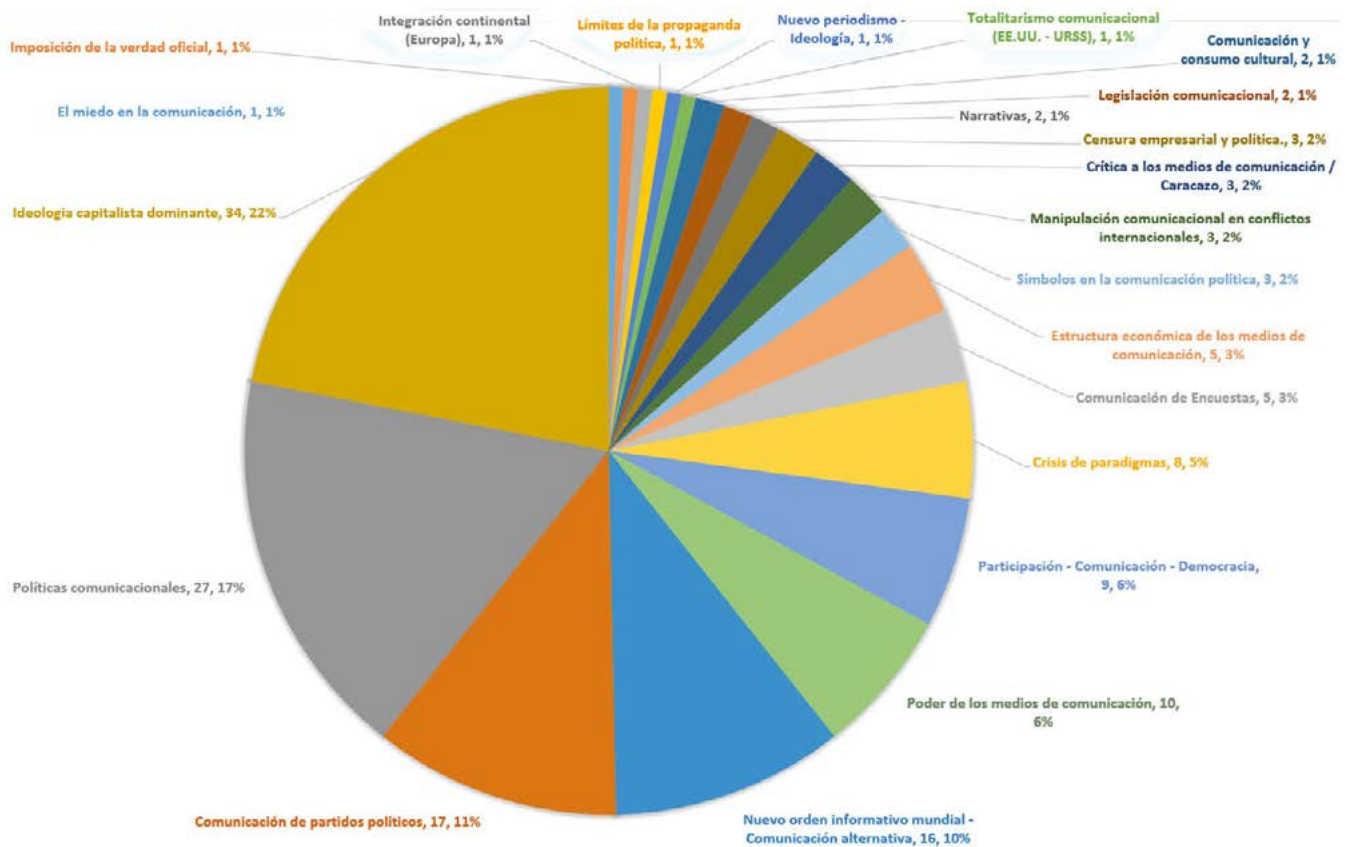
En la mirada obtenida, quedan preguntas en el aire sobre el presente que se irán develando en la continuación de este estudio. Pero no podemos cerrar sin cuestionarnos como periodistas e investigadores. ¿Qué estaremos dejando de ver, de cubrir, de comunicar, por nuestras preferencias políticas, ideológicas? ¿Cuáles son nuestros silencios actuales? Valga el aprendizaje de lo vivido para una verdadera revisión de nuestro quehacer, desde el ámbito deontológico, desde

una perspectiva alerta ante nuestras propias omisiones.

LEÓN HERNÁNDEZ

Periodista, con una maestría en Comunicación Organizacional de la UCAB. Es profesor en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB e investigador del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC) de la misma universidad. Miembro del consejo editorial de la revista *Comunicación*.

TOTAL 1975-1995



ESTUDIOS

Notas

- 1 Para aquel momento histórico del Libertador, se le llamaba simplemente Colombia. El término “Gran Colombia” surgió en instancia posterior a la disolución de aquella República, acuñado por historiadores como José Gil Fortoul (1861-1943), aunque aún se discute quién fue el primero en así llamarla.
- 2 SEOANE, Andrés (2018): “Mario Vargas Llosa: La censura debe venir de la sociedad, no del poder”. [Documento disponible en línea en <https://elcultural.com/Mario-Vargas-Llosa-La-censura-debe-venir-de-la-sociedad-no-del-poder>] El Cultural.
- 3 CAÑIZÁLEZ, A. “Comunicación para la democracia. Una travesía latinoamericana”. En: AGUIRRE, J. y BISBAL, M. *Prácticas y travesías de Comunicación en América Latina*. Centro Gumilla, 2010. Caracas. Esta publicación se realizó con motivo a los 35 años de la revista *Comunicación*.
- 4 Cañizález cita a BELTRÁN, L. “La comunicación y el desarrollo democráticos en Latinoamérica”. En: revista *Comunicación*, estudios venezolanos de Comunicación, N°126. Caracas: Centro Gumilla. 2004. Pp. 79-95.
- 5 Las declaraciones forman parte del documental “Pasquali”, primera audiovisual de la editorial AB Ediciones, de la Universidad Católica Andrés Bello, producido por la Fundación Por Nuestra Tierra y Arga Producciones, bajo la dirección de León Hernández.
- 6 CARDOZO, A. (2014): “La Guerra Fría Cultural en Venezuela”. En: *Venezuela y la Guerra Fría*, comp. Alejandro Cardozo Uzcátegui. Caracas: Editorial Nuevos Aires, Centro Latinoamericano e Estudios de Seguridad.
- 7 MORALES, O. (2014): “Venezuela y los Estados Unidos de América durante la política de Guerra Fría entre 1954-1992”. En: *Venezuela y la Guerra Fría*, comp. Alejandro Cardozo Uzcátegui. Caracas: Editorial Nuevos Aires, Centro Latinoamericano e Estudios de Seguridad.
- 8 “En las postrimerías del año 1973 se profundiza la crisis económica mundial con el embargo petrolero suscrito y llevado adelante por las naciones árabes para presionar e incomodar a Europa, por una parte, y por la otra para presionar a los Estados Unidos por el público y notorio respaldo al Estado de Israel en el conflicto árabe-israelí”. (Ídem 5)
- 9 Ídem.
- 10 Íbidem 3.
- 11 *Comunicación de Masas*, de Antonio Pasquali, fue publicada por vez primera en 1960 y hace alusiones constantes a Theodor Adorno, Max Horkheimer (1895-1973) y Herbert Marcuse (1898-1979), de la Escuela Crítica de Frankfurt.
- 12 GARRIDO, Alí (1984): “1984 La información totalitaria”. En: revista *Comunicación*, N° 44. Caracas: Centro Gumilla.
- 13 BISBAL, M. (1981): “Del flujo libre al informe McBride”. En: revista *Comunicación*, número 30-31. Caracas: Centro Gumilla.
- 14 Ídem 10.
- 15 HERNÁNDEZ, Gustavo (1992): “¿Hacia dónde va la integración en América Latina?”. En: revista *Comunicación*, N°80. Caracas: Centro Gumilla.
- 16 CORREA, Carlos (1989): “Los costos del voto”. En: revista *Comunicación*, N°65-66. Caracas: Centro Gumilla.
- 17 Manifiesto de bienvenida a Fidel Castro, originalmente publicado en el diario *El Nacional*, el 3 de febrero de 1989. [Documento disponible en línea en <http://www.venezuelavetada.com/2011/04/manifiesto-de-bienvenida-fidel-castro.html>] venezuelavetada.com, visita realizada el 27 de junio de 2019.
- 18 BISBAL, Marcelino (1995): “Comunicación y Cultura, pensar lo massmediático”. En: revista *Comunicación* N°90. Caracas: Centro Gumilla.

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
1	1975	Lenguaje Ideológico de los Medios de Comunicación Social	Marcelino Bisbal	Definir la industria ideológica en los medios de comunicación social	Ideología en los medios de comunicación social	Crítica (Adorno)	Documental	Se concluye que es importante el análisis del contenido de los mensajes, independientemente de las preferencias de las audiencias
1	1975	Análisis ideológico y semiología crítica	Jesús María Aguirre	Cuestionar la simplificación del concepto ideología y aspirar una definición "metasemiológica"	Ideología en los medios de comunicación social	Semiología Crítica Teoría y Práctica de la Ideología, de Ludovico Silva	Documental	La ideología es vista como contrario a la ciencia. Se refiere a un sistema de subcódigos, en el aspecto lingüístico o semiológico crítico
1	1975	Lectura ideológica de los Medios de Comunicación Social	Marcelino Bisbal	Exponer a los medios de comunicación como portadores de ideología	Ideología en los medios de comunicación social	Conducta, estructura y comunicación de Verón	Documental	En todo mensaje existe un sistema ideológico, que constituye una red de categorías de codificación de lo real. Los análisis de los medios de comunicación deben explorar lo interno de los mensajes, el aspecto ideológico en cuanto a contenido y en cuanto a estructura
3	1975	Publicidad y Democracia	José Ignacio Rey	Demostrar que la restricción de la publicidad no necesariamente conduce a una disminución de la democracia	Participación - Comunicación - Democracia	Enfoque crítico	Argumentación documental	El discurso presidencial de 1975, sobre una disminución de la publicidad, rechazado por medios y anunciantes, no implica una disminución de las libertades democráticas
9	1976	Walt Disney y su influencia ideológica	S/A	Demostrar el contenido propagandístico-colonial de las producciones de Walt Disney	Ideología capitalista dominante	Crítica	Heurística-histórica	Walt Disney ha tenido contenidos propagandistas y sus contenidos se expanden con fines de dominación
10 y 11	1976	"Un fénix demasiado frecuente": Investigación y política comunicacional. Crítica a la ponencia presentada por FUDECO	Roldán Esteva-Grillet, Alvaro Barros-Lemet	Cuestionar la desconexión del Gobierno Nacional y su Quinto Proyecto de la Nación, con ideas centrales para un plan de comunicaciones proveniente del sector de investigación en comunicación social. Se cuestiona que no se aborden temas como la dependencia de los medios privados de la inversión estatal, la penetración cultural de las grandes metrópolis y la existencia de líneas ideológicas de las políticas del Estado, en detrimento de otras	Políticas comunicacionales	Comunicación y Cultura de Masas de Antonio Pasquali El Estado y los medios de comunicación en Venezuela de Oswaldo Capriles	Documental	La investigación tiene un papel determinante en la futura formulación de políticas de Estado en materia de Comunicación Social. Las carencias o defectos de la comunicación masiva en Venezuela no pasan por porcentajes de recepción de información, sino por porcentajes de posesión o entrelazamiento de intereses emisores
10 y 11	1976	Investigación y Planificación en la Comunicación Social	Fausto Izcaray (FUDECO)	Demostrar la importancia de la investigación previa en la planificación de políticas en el sector comunicacional y de la investigación durante y después de la aplicación de dichas políticas, para corroborar su eficiencia	Políticas comunicacionales	Investigaciones de los efectos de la comunicación (Laswel) Proyecto Ratelva	Documental	Es preciso llevar a cabo al menos cuatro tipos de investigaciones; 1.- estructural, 2.- de las audiencias, 3.- de los efectos 4.- evaluativas, para llevar adelante políticas de comunicación en el país
10 y 11	1977	Paul F. Lazarsfeld y el Pueblo Elige	J.F. Azurmendi	Describir el desarrollo de la teoría sociológica de Paul Lazarsfeld sobre el predominio de las creencias preexistentes de los ciudadanos, frente a la propaganda política	Límites de la propaganda política	Efectos limitados de la comunicación	Documental	Las creencias preexistentes y la influencia del entorno tienen más incidencia que la propaganda en ambientes electorales
16	1977	Campañas electorales y partidos de masas	Jesús María Aguirre	Demostrar la transformación de los partidos políticos, su desmasificación	Comunicación de partidos políticos	Comunicación de masas	Documental	Los partidos políticos se transforman en estructuras más apartadas de la masa votante, y emplean mecanismos más tecnificados de propaganda y comunicación política, a través de los medios de comunicación de masas

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
16	1977	El derecho a la comunicación política	José Ignacio Rey	Crítica al capitalismo: demostrar que no puede haber una verdadera democracia capitalista (No hay verdadera democracia sin justicia social). La democracia debe ser participativa	Participación - Comunicación - Democracia	Teoría crítica	Argumentación editorial	La comunicación política en el sistema capitalista se reduce a un bombardeo propagandístico que poco deja derecho a una verdadera comunicación política, en el sentido de derecho a opinar y participar
16	1977	El uso ideológico de las encuestas	Alfredo Chacón	Demostrar que las encuestas en el entorno pre electoral venezolano son una técnica proyectiva para favorecer la ideología dominante	Ideología capitalista dominante	Argumentación	Documental/ Observación	En Venezuela las encuestas, hechas por encargo, tienen una naturaleza capitalista. "Hacen parte del orden establecido y su correspondiente poder ideológico"
16	1977	Las Encuestas de Opinión: El gran elector	Alejandro Alfonzo	Demostrar que las encuestas pueden servir para manipular al elector a favor de una u otra tendencia	Ideología capitalista dominante	Michael Wether. The manipulation of public opinion in America. New York 1973. Karl Lowenstein "Propuesta para regular la Investigación de Opinión Pública". Revista española de Opinión Pública, Madrid 1972	Documental	Las encuestas presentan las tendencias "más fuertes" y limitan la capacidad de reflexionar del elector, apuntándole los batallones a jugar. El miedo es un combustible poderoso para la movilización de masas, la difusión de rumores, la falsa información. Y el miedo como arma política muchas veces está presente en las estrategias de partidos políticos y grupos de presión, que se valen de encuestas como instrumentos
16	1977	¿Cuándo una encuesta política es confiable?	Pablo Velasco Moreno	Demostrar que bajo condiciones científicas, las encuestas en el área política son confiables	Comunicación de encuestas		Documental	Las encuestas son instrumentos de medición de tendencias de opinión pública, que cuentan con credibilidad cuando cumplen parámetros metodológicos científicos. No es común que los periodistas venezolanos validen estos parámetros, dando por ciertos estudios que pueden tener vicios. El entorno electoral venezolano es inmaduro y refleja inconsistencias
16	1977	Crónica de Algunas Encuestas Electorales	Jesús María Aguirre	Demostrar el carácter mercantil de las encuestas- Demostrar la poca credibilidad de encuestas por encargo: las encuestas por encargo de partidos políticos en el gobierno, siempre dan la ventaja al candidato del partido de gobierno. Encuestas como Gallup, de un grupo internacional, causan polémica, por lo independiente de los resultados, pero son empleados sus datos a antojo de los políticos de turno	Ideología capitalista dominante	N/A	Documental	Los resultados de las encuestas se usan como parte de maniobras propagandísticas. Se emplea el efecto Bandwagon a través de encuestas amañadas, para que la gente vote como lo hace la supuesta mayoría. Ejemplo es el caso de la firma Hauser Asociados que daba ganador a Luisinchi contra Piñerúa en las elecciones internas de AD en 16 estados, cuando en realidad Piñerúa se impuso en 22 Estados. Partidos como COPEI ocultan las encuestas contrarias y solo publican las favorables. Queda relegada la función pedagógica política que pudiera efectuarse a través de los resultados de las encuestas
19 y 20	1978	Encuadramiento electoral de las empresas privadas de comunicación	Marcelino Bisbal	Demostrar el encuadramiento de medios privados de comunicación con los diversos partidos políticos venezolanos	Ideología capitalista dominante	N/A	Documental	La mentada "neutralidad" y "objetividad" de los medios de comunicación social es una falacia reducida a los ámbitos académicos de las Escuelas de Comunicación Social. La libertad de expresión es libertad de empresa para el empresario. La ideología de los medios de comunicación no ha desaparecido, como los dueños de los medios pretenden hacernos creer

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
19 y 20 <small>Tomó el artículo de la revista SUMMA, de 1973</small>	1978	Las elecciones, campaña donde las armas disparan a la conciencia	Jesús Sanoja Hernández	Mostrar que el aparato comunicacional mantuvo atraso, censura y polarización en los 60	Comunicación de partidos políticos	Heurística (relato histórico)	Documental	En el Seminario de Periodistas Norteamericano, celebrado en 1960, se concluye la urgencia de expulsar a los comunistas y sus aliados. Los medios de comunicación, en su mayoría detentados por la oligarquía económica, por el estatus, expurgaron a trabajadores "sospechosos". A la izquierda le quedó la vía armada y la clandestinidad de medios como "Pueblo y revolución". De esta prensa se habla de "información objetiva" acerca de los asaltos y la insurrección guerrillera, pero sin mostrarse mayor evidencia en torno a la objetividad de estos números. En el 68 ocurre la batalla de los medios, a través de dispositivo publicitario para la propaganda. En el 73 se recurre al mitin. Adecos apelan a la "romería blanca". El PCV a la práctica mural
19 y 20	1978	Análisis motivacional de la propaganda política	Oscar Rincón	Analizar la motivación e impacto de la propaganda política a través de los medios de comunicación, específicamente de las campañas electorales	Comunicación de partidos políticos	N/A	Análisis exhaustivo de las cuñas transmitidas por televisión comercial, RCTV y Venevisión, tomando en cuenta categorías de análisis cuantitativo y cualitativo. Análisis de los anuncios de prensa publicados en los diarios El Nacional, Últimas Noticias, El Universal, 2001 y El Mundo	La publicidad de AD fue mayor cuantitativamente, pero más dispersa. Copei, con Luis Herrera, enfocó sus anuncios, con menos cantidad, a horarios clave (nocturno), apeló a mención a errores de pasadas gestiones y una visión de cambio, salió más fotografiado solo y usó más primeros planos
22	1979	Promesas de los candidatos de AD y Copei como armas de motivación electoral	No se indica	Desarrollar un análisis comparativo de las campañas electorales de Luis Piñerúa Ordaz y Luis Herrera Campins	Comunicación de partidos políticos	N/A	Análisis de contenidos de informaciones emitidas por El Nacional y Últimas Noticias, entre abril y julio de 1978	Mientras Campins desarrollaba sus ideas y promesas de manera amplia, Piñerúa Ordaz era parco, conciso y con poco verbo en su discurso, tendía a frases cortas. Piñerúa tiende a describir cualidades en su defensa, planteando lo que no es; Campins emplea más su imagen proyectiva. Campins apela a promesas magnas, tales como un segundo puente sobre el Orinoco, el desvío de su cauce hacia el norte, una nueva autopista Caracas-La Guaira. Las promesas de ambos están más dirigidas a la región centro occidental del país

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
22	1979	Investigación para la toma de decisiones en políticas de comunicación	José Martínez Terrero	Presentar los resultados de la reunión de expertos en el área comunicacional en Panamá, encuentro que tuvo lugar del 4 al 8 de diciembre de 1978, por invitación del Director General de la UNESCO, seguimiento de los acuerdos de la Conferencia de Costa Rica, en 1976, la primera en el mundo sobre políticas de comunicación	Políticas comunicacionales	Comunicación como factor de mantenimiento o ruptura de sistemas de dominación, necesidad de implementar políticas comunicacionales en favor de los pueblos. Necesidad de un nuevo orden informativo, como parte del nuevo orden económico mundial	No aplica	La conferencia de Costa Rica se ha reflejado más a nivel de discursos y declaraciones que a nivel de realizaciones concretas. Se anunciaron leyes que después no se promulgaron por presiones de grupos de poder. A veces se nacionalizaron programas televisivos, pero se permitió que descendiera su calidad. "Otras veces, las recomendaciones de Costa Rica se han usado para legitimar el capitalismo monopólico del Estado y ciertos criterios surgidos de la Seguridad Nacional. Con la excusa de incluir la Política Nacional de Comunicación dentro de la Planificación del Desarrollo, se ha desplazado el concepto de "libertad con responsabilidad" al de "libertad vigilada". Grandes trasnacionales de prensa trataron de desacreditar a la UNESCO, silenciándola o tergiversando informaciones
22	1979	Evaluación de las Estrategias Publicitarias a la luz de los resultados electorales del 3 de diciembre de 1978	Oscar Rincones	Desarrollar factores de tipo histórico sobre las estrategias publicitarias que pudieron haber tenido significación en los resultados electorales de 1978	Comunicación de partidos políticos	No se indican	Análisis de la propaganda	La polarización está presente en la cultura política venezolana desde el inicio de su democracia, con tendencia hacia el cambio hacia el contrario, en las urnas electorales. Es un elemento estructural del sistema político venezolano. Se aprecia una actitud internalizada de rechazo a la figura de gobierno. Existe una diferenciación de la figura presidencial en el caso de Pérez 1 y Caldera 1, de su gobierno, en estudios de opinión se aprecia apego al presidente y no al gobierno. La estrategia de COPEI ha tenido tres etapas: DENUNCIA, SOLUCIONES y PERFIL. La de AD: más racional
25 y 26	1980	Medios de Comunicación y Política en el Uruguay	Roque Faraone y colaboradores	Demostrar las campañas ideológicas de las clases dominantes	Ideología capitalista dominante	N/A	Documental	A partir de 1969, existen fuerzas sociales y económicas que emprenden una lucha ideológica para mantener los valores del statu quo, apelando a la exacerbación del nacionalismo. En los últimos años, Uruguay ha soportado una escalada ideológica de la derecha, con campañas tales como "Adelante Uruguay" y "la campaña del terror", contra el Frente Amplio, según la cual el comunismo era nefasto, haciendo alusión a la política exterior de Rusia (la invasión a Checoslovaquia)

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
28-29	1980	Comunicación ideológica y formación crítica de la conciencia de clase	Jesús María Aguirre	Ordenar y clarificar la problemática de la comunicación ideológica, especialmente vinculada con los medios masivos, que constituyen la fuente de reproducción ideológica más prodigiosa para bloquear la formación crítica de la conciencia de clase	Ideología capitalista dominante	Teoría de la mediación	Documental, filosófico	La mediación ideológica actúa como un metalenguaje que regula la reproducción de modelos de significación a través de las construcciones lógicas y coerciones (prohibiciones, miedos, imposiciones). Si la ideología constituye la efectivización simbólica de la clase dominante que justifica el orden de opresión, la formación crítica de la conciencia de clase implica el proceso inverso por el que el conjunto de las clases subalternas e instrumentales decodifican tales códigos ideológicos y desmontan las relaciones sociales que los producen. Toda semántica del interés general, común, nacional, democrático encubre una justificación ideológica de la sobreposición del interés particular de los propietarios, anunciantes y empresarios, que conforman la urdimbre de la clase dominante. La formación crítica de la conciencia de clases es un proceso solidario de las demás transformaciones, es decir, de la propiedad privada de los medios a la propiedad social y del poder tecnócrata o burocrático al poder autogestionado
28-29	1980	Políticas de Comunicación y Planificación	Héctor Mujica	Definir la planificación de la Comunicación Social y el establecimiento y fijación de políticas comunicacionales, como una invención- utopía del tercer mundo, de estados no alineados que quieren "porque en ello se les va la vida misma", rescatar su propia identidad nacional y cultural y reflejarla a través de los medios de comunicación social	Políticas comunicacionales	Nuevo Orden Internacional	Documental descriptiva	Los medios de masa influyen en la base de la sociedad, su comportamiento, su conducta, en la formación de estereotipos y el comportamiento electoral. La Aldea Global es al parecer un solo escenario, una emisora única, televisora única y único diario que todos leemos y oímos, impuesto por quienes detentan el poder de informar. La formidable industria cultural norteamericana está capacitada para bombardear con sus mensajes en distintas lenguas y a costos sin competencia a todos los países del tercer mundo. Los países no alineados logran significativos avances en el <i>pool</i> de agencias informativas
28-29	1980	Una alternativa para la televisión venezolana	Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (Comunicado). Oswaldo Capriles, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey	Pronunciarse sobre la promulgación del decreto 620 y resolución 500 sobre la implantación de la televisión a color	Políticas comunicacionales	N/A	N/A	La comunicación social es un problema político. El Estado es sujeto de indeclinables deberes y derechos en ese campo. La democracia es eminentemente comunicacional, participativa. El monopolio es un atentado contra la verdadera democracia. La concentración monopólica u oligopólica de la propiedad de los grandes medios de comunicación social es en consecuencia una forma de dictadura. El artículo 97 de la Constitución Nacional (1961) establece que solo podrán otorgarse concesiones por tiempo limitado para servicios de interés público. La libertad de expresión no debe ser confundida con la libertad de empresa ni con la libertad de trabajo. El proyecto RATELVE de 1974 ha sido inexplicablemente diferido por los gobiernos nacionales. El Estado no cuenta con una política comunicacional. Es preciso consolidar un régimen mixto auténtico en radio y televisión

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
30	1981	La integración informativa de Latinoamérica	Jesús María Aguirre	Analizar las posibilidades de integración comunicacional de América Latina	Ideología capitalista dominante	El pensamiento bolivariano, la integración de América Latina	Documental	Los esfuerzos de integración no siempre son exitosos, pero se han ido sumando la creación de la ALALC en 1960 y el SELA, entre otros. La presencia avasallante de Estados Unidos en la OEA ha convertido al organismo en un instrumento dócil a sus intereses hemisféricos y una plataforma de influencia geopolítica
30-31	1981	Los propietarios de la Libertad prensada	Francisco Tremonti	Develar la corrupción en algunos propietarios de medios de comunicación en Venezuela	Estructura económica de los medios de comunicación	No aplica	Cronología periodística	El 29 de septiembre de 1981, se realizó un allanamiento por parte de la PTJ, a siete residencias, propiedades de dueños de medios de comunicación, entre ellos Diego Arria, vinculados con un hecho de corrupción (peculado) Estaban fuera del país. Se hizo una campaña de prensa sobre un supuesto abuso de poder. Así llegó a oídos de la comunidad internacional y provocó un pronunciamiento de la Sociedad Interamericana de Prensa
30-31	1981	Contenidos temáticos de la Alasei	Tomado de documento preparado por la UNESCO	Establecer líneas temáticas para Alasei, proyecto de agencia informativa regional	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	No aplica	Documental	Los temas prioritarios para llenar un vacío comunicacional en la región son a) desarrollo, b) integración regional y c) afirmación de la identidad cultural. Entre las premisas se propone: producir contenidos que reflejen los esfuerzos hacia un desarrollo integral, el conocimiento mutuo de las naciones, mejoramiento de la percepción de los problemas y procesos sociales
30-31	1981	Un Hearst Capitalista	Jesús María Aguirre	Demostrar la expansión latinoamericana del Bloque de Armas, empresa que expandía la visión capitalista de sus contenidos de manera firme, cuando apenas comenzaba el debate sobre integración informativa latinoamericana	Poder de los medios de comunicación	Comunicación de masas	Arqueo informativo	Siguiendo la dinámica de la expansión capitalista, las publicaciones venezolanas se han ido integrando sobre todo en dos pilares, el Bloque de Armas y la Cadena Capriles y su potencia en el mercado le ha otorgado influencia en el ámbito político. El conflicto Capriles-De Armas pone de manifiesto los males radicales de unos medios mercantilizados
30-31	1981	Del flujo libre al informe Mc-Bride	Marcelino Bisbal	Valorar los resultados del informe de la Comisión McBride "Un solo mundo, voces múltiples"	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación	Análisis de resultados del informe McBride	Es necesario democratizar la comunicación internacional, quebrando el monopolio de las grandes agencias, asegurando la circulación de la información en dos sentidos, vertical y horizontal. Reconocer el derecho de los pueblos a la información. El derecho de comunicar. "La aspiración a un orden social más justo y mejor y más democrático, fundado en el respeto de los derechos fundamentales, solo puede satisfacerse por medio de la comprensión y la tolerancia, las cuales dependen en gran medida de una comunicación libre, abierta y equilibrada", (Amadou Mantar M'Bow, Director General de la UNESCO)

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
33-34	1981	Acción de sistemas informativos nacionales (ASIN)	Bertha Brito	Presentar resultados de la II reunión de ASIN	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Declaración General de la II reunión de ASIN	Documental-reflexivo	La ASIN es una expresión de la lucha de los pueblos del tercer mundo y en especial de los de América Latina, por desarrollar una política de información y comunicación tanto a nivel nacional como internacional. De las agencias participantes, VENPRESS, la venezolana, aportó mayor volumen de información 45%. ASIN tiende a satisfacer los objetivos de su creación. No obstante, no constituye todavía un sistema perfecto de información, en cuanto a los fines para los cuales fue creado, pero representa una alternativa de información, frente al sistema transnacional de información
33-34	1981	Tecnología, Comunicación y Democracia	José Ignacio Rey	Reflexionar sobre porqué el avance tecnológico no se traduce en mejoras en la participación democrática	Ideología capitalista dominante	Ideología, dominación de las masas	Reflexión documentada	No se puede afirmar que el progreso tecnológico se ha traducido en progreso social. Existen presupuestos ideológicos que han acompañado al surgimiento y expansión de esas nuevas tecnologías. Ninguna tecnología es ideológicamente neutra y responde a una estructura social y cognoscitiva. El desarrollo de la microelectrónica y la computación aplicadas al campo industrial, es al mismo tiempo una esperanza y una amenaza. Desempleo, control y normalización de toda la vida social por parte del todopoderoso ordenador y de quienes lo manejan- La acción tiende a modificar los reflejos del cuerpo social, mediante la aplicación de la técnica de los perfiles sociales. Se trata de que cada ciudadano calque sus actitudes sobre la base de una misma trama normativa. La naturaleza, la estructura y los valores de la enseñanza escolar serán profundamente transformados por las máquinas de autoenseñanza. La democratización de la cultura en general no será probablemente sino la banalización de una cultura clasificatoria y fragmentada. Banalización que ya estamos padeciendo a través de los grandes medios de comunicación de masas. El resultado, una mayor verticalidad en los complejos productivos y de socialización. Detrimiento del pluralismo y de la libre expresión cultural genuina, incapacitación progresiva de más y más personas para participar en la toma de decisiones sobre problemas que afectan a las respectivas colectividades. El capitalismo convirtió la información en mercancía. Deshumanización del proceso comunicacional. Es preciso medios alternativos, no para que se opongan al avance tecnológico, sino a la racionalidad opresora que los explica. Medios que respondan a las necesidades informativas reales, no las inducidas, con horizontalidad como perspectiva, medios que garanticen la posibilidad de ir construyendo una verdadera democracia

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
35-36	1981	Función Ideológica de los medios masivos y búsqueda de alternativas	Equipo de la revista Comunicación	Ofrecer un decálogo sobre la función ideológica de los medios masivos y búsqueda de alternativas	Ideología capitalista dominante	Teoría Crítica	Presentación de supuestos convenidos desde la teoría crítica en torno a la ideología en los medios de comunicación de masas	Los medios de comunicación de masas resultan útiles para las clases dominantes porque impiden la participación del pueblo, distorsionan la realidad e impiden su conocimiento crítico, se imponen como necesarios, garantizan la imposición ideológica, aseguran el orden económico capitalista. Los medios de comunicación serían útiles en manos del pueblo si posibilitan la participación, el conocimiento crítico de la realidad. Es preciso desarrollar la percepción crítica a nivel popular
35-36	1981	El concepto de la comunicación alternativa	VECTOR Centro de Estudios Económicos y Sociales	Establecer un concepto de comunicación alternativa para América Latina	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Democracia y comunicación	Reflexión conceptual	En América Latina, el concepto de comunicación alternativa se refiere a experiencias contestatarias al monopolio informativo, establecido por regímenes dictatoriales. Ha habido tres momentos: experiencias marginales de organizaciones sociales, con producción de mensajes a niveles artesanales; el proyecto comunicacional, con la elaboración de un proyecto capaz de ser asumido por "las fuerzas revolucionarias, con todas las limitaciones que supone el sistema de dominación imperante"; la comunicación democrática: la democratización de las comunicaciones, un modelo de comunicaciones democrático alternativo. Esto requiere la construcción de un Estado democrático que no excluya las comunicaciones del control de la soberanía popular, el desarrollo de un proceso de democratización económico y social, el establecimiento de un equilibrio interno en el sistema de comunicaciones, tal que las fuerzas sociales tengan igualdad de oportunidades de acceso, financiamiento y perfeccionamiento técnico-profesional, en función de su representatividad, el establecimiento de un equilibrio externo

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
35-36	1981	La comunicación popular en tres tesis de licenciatura	Tesis de grado "Aproximación al periodismo comunal", (Maritza Caglionone y Liliam Bermúdez); "Prensa Complicidad y Conflicto", de María Fernanda Fuentes, Ingrid Prieto e Inés Rodríguez; y "Una experiencia de comunicación alternativa en Altagracia de la Montaña", presentada por Mauricio Hernández	Presentar distintas indagaciones sobre la comunicación popular. Averiguar el comportamiento de tres tipos de prensa frente a un conflicto laboral concreto	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Teoría Crítica, Prensa alternativa	1. Estudio exploratorio, con fase descriptiva comparativa y fase valorativa comparativa. 2. Exponer las posturas sobre un conflicto laboral por tres tipos de prensa, la "gran prensa" de corte ideológico mercantilista; prensa de organizaciones sindicales y partidistas de izquierda y "prensa alternativa", materiales surgidos durante el conflicto por organizaciones sociales diversas (incluía a partidos de izquierda y entes sindicales)	Los movimientos sociales urbanos (acciones organizadas en un sector social asentado en las contradicciones objetivas del desarrollo urbano) surgen en diversos tipos de unidades territoriales (barrios marginales, populares, interclasistas, urbanizaciones). El periodismo comunal se caracteriza por contenidos locales, de señalamiento o denuncia, con poca o nula profesionalidad. Intenta aliviar el vacío de medios de comunicación comerciales para divulgar asuntos de interés para áreas locales urbanas. La opinión es el principal género en el periodismo comunal. --- Los grandes medios de comunicación no informan globalmente sobre los acontecimientos del mundo laboral o subinforman, porque no están al servicio de las grandes mayorías sociales. Otro tipo de prensa, sí promete ser un sistema alternativo de comunicación popular
37	1982	Polémica Eleazar Díaz Rangel / Periodistas cubanos	Eleazar Díaz Rangel y otros	Debate sobre el Nuevo Periodismo (interpretativo)	Nuevo periodismo - Ideología	Nuevo Periodismo	Dialéctica	Diversas posturas sobre el nuevo periodismo, de personas afectas a cuestionar el capitalismo en el periodismo. Rangel lo ve como técnica que puede servir a intereses populares, otros como modelo ideológico mismo en el estilo de exposición de elementos periodísticos
37	1982	Nuevo periodismo: la empresa perdona momentos de locura	Sebastián de la Nuez	Indicar que el nuevo periodismo, debido a la dificultad de mantener la profundidad estilística requerida, no es rentable en una empresa capitalista	Nuevo periodismo - Ideología	Nuevo Periodismo. Tom Wolfe	Reflexión documentada	El periodismo de los primeros días del Diario de Caracas, era válido, atractivo, pero no fue rentable y por eso se desistió de la experiencia
39	1982	Guatemala: la historia de la sinrazón	Gustavo Oliveros	Demostrar el poco interés y parcialización de las agencias informativas en el golpe de Estado ocurrido en Guatemala	Ideología capitalista dominante	¿Crítica?	Revisión exhaustiva de cables sobre el caso	El primer cable sobre el golpe de Estado ocurrido en Guatemala arriba al país casi dos meses después de efectuarse el incidente y presentaba una narración "parcializada" a favor de la junta de gobierno
39	1982	Geopolítica de las agencias informativas transnacionales	Marcelino Bisbal	Intentar establecer la necesidad imperialista de las grandes naciones industrializadas-asiento de las más importantes agencias informativas transnacionales —de ampliar no solo su influencia económica-política y social, sino la de lograr el mayor grado de adhesión a todo un sistema estructural de vida	Ideología capitalista dominante	Geopolítica según R. Kjekken	Documental	Las agencias de noticias de las naciones industrializadas fungen como elemento expansionista de la visión de estas naciones, y cumplen una función de transnacionalizar la comunicación de los países colonias

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
39	1982	Caso Jamaica	Fred Landis	Demostrar que la guerra psicológica en medios de Chile y Jamaica es una forma de propaganda extrema para desorientar a la población y desorganizar a la población y que en ella incurrió la CIA en Chile	Ideología capitalista dominante	Análisis del lenguaje, guerra psicológica en los medios	Análisis de Contenido	la CIA participó en la difusión de noticias falsas y diseño de una campaña por medios impresos en contra del presidente Salvador Allende. El equipo editor de El Mercurio recibió fondos de la CIA, difundió contenidos bajo el esquema de la guerra psicológica contra el gobierno de Salvador Allende y después del golpe ocupó cargos en el sector económico del gobierno de Pinochet
39	1982	Imagen de Venezuela en la Prensa de Guyana	Beatriz Cáceres	Detectar la imagen de Venezuela en la prensa de Guyana, durante períodos de agudización del conflicto. Se parte de la hipótesis de que la prensa de Guyana ha manipulado la imagen de Venezuela, como parte de la estrategia guyanesa para encarar el problema limítrofe	Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	Estudios sobre imagen-espejo de Bronfenbrenn (1961) distorsiones (manipulación del emisor de acuerdo con su tendencia socio-política) en imágenes recíprocas de dos grupos en conflicto	Análisis de contenidos, basados en los caracteres semánticos de los textos. La técnica de selección de adjetivos, la escala semántica diferencial	La mayoría de los textos consideran a los venezolanos como belicosos, abusadores, intolerantes. Además, indican que tienden a no considerar bienvenidos a los guyaneses, como si lo hicieran con europeos. Además se tiende a ver a Venezuela como un país grande y rico, en comparación con una Guyana pequeña y pobre. Pero hacia 1981, previo a la visita de Burnham a Venezuela, con la apertura de negociaciones Sur-Sur, las menciones a Venezuela varían, hacia un paralelismo y no antagonismo, a ver a ambas naciones como interesadas en la autodeterminación de los pueblos y hacia un nuevo orden económico mundial, con una Venezuela más negociadora e interesada por la paz. Pero luego de la visita de Burnham, con la terminación, por parte de Venezuela, del tratado de Puerto España, la discursiva cambia hacia ver a Venezuela como una nación arrogante y agresiva, a ver falsedad e hipocresía en el reclamo y a atribuirle rapacidad. Se describe a Venezuela como colonizadora y esclavista, expansionista
39	1982	La Manipulación Informativa en el Diferendo sobre el Golfo de Venezuela	Bertha Brito	Demostrar que los principales diarios de Venezuela manipularon los acontecimientos de manera poco responsable y con propensión a propiciar un enfrentamiento armado.	Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	No se indican	Análisis de contenido (semántico)	Los principales diarios de Venezuela manipularon los acontecimientos de manera poco responsable y con propensión a propiciar un enfrentamiento armado. En los diarios de Colombia se dio paso a diplomacia, cultura política y capacidad de negociación

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
39	1982	Nicaragua: un caso de desestabilización informativa	Fred Landis	Mostrar la intervención de la CIA en contra de las naciones con presencia de socialismo en la década en curso: Nicaragua, Chile, Jamaica y Granada	Ideología capitalista dominante	Manuales de Guerra Psicológica del Ejército de Estados Unidos	Documental	Se afirma que la CIA cuenta con más de 200 periódicos en el mundo, asesorados por la Oficina de Orientación de Propaganda Internacional, con el fin de evitar la expansión del comunismo. Lo primero que hace es promover que un directivo de uno de los diarios en cuestión integre la Sociedad Interamericana de Prensa. Luego la SIP coloca al país en cuestión en la lista de las naciones que amenazan la libertad de prensa. El estilo de la primera plana cambia. Los periódicos de la CIA culpan a los gobiernos socialistas de todos los males. "Colapso económico en Cuba, en Nicaragua, en Polonia". Se suspende la ayuda económica, se suspenden los créditos. Se usa propaganda subliminal (exposición de fotos con titulares de otros artículos). Apela también a la desinformación (información falsa), propaganda "negra". En caso de tratarse de amigos, la imagen que proyecta el medio de la CIA es para estabilizar el gobierno, en caso contrario, para desestabilizarlo
39	1982	El complejo militar industrial cultural y la nueva formación de dominación imperialista	Héctor Mujica	Exponer formas de dominación comunicacional en América Latina	Ideología capitalista dominante	Crítica al capitalismo. "El capitalismo mundial reorganiza su dominio"	Documental-reflexiva. El autor emplea la palabra "yanqui"	En los momentos del genocidio salvadoreño, de los intentos de Reagan contra la Nicaragua sandinista, contra la Granada Libre, contra la Cuba socialista y todo intento de liberación nacional en el subcontinente latinoamericano, y cuando la situación en el medio oriente y en el cuerno de África, cuando Namibia y Angola sufren la agresión racista –fiel aliado del imperialismo de África del Sur- y cuando Libia es amenazada por los gobiernos de Sudán y Egipto y cuando, finalmente, la paz del mundo esté amenazada, debemos unirnos todas las fuerzas progresistas y amantes de la paz
39	1982	Las Malvinas y la razón de Argentina	Oscar Marcano	Mostrar que la propaganda patrioterista substituyó la veracidad de los hechos durante la guerra de las Malvinas y del triunfalismo inicial, que censuró a medios y ocultó derrotas, el pueblo se sorprendió finalmente con la pérdida de la isla	Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	Propaganda, guerra psicológica	Análisis de contenido	Hubo distorsión en el tratamiento informativo en torno a la Guerra de las Malvinas
39	1982	Política y Guerra: la publicidad comercial en la carrera armamentista	Mario Fernández Martí	Analizar la publicidad comercial en función de la carrera armamentista	Ideología capitalista dominante	Crítica al capitalismo. ---- Marxista: El autor cita a su "comandante en jefe en la VI Cumbre de Países no alineados: para nosotros, los marxistas, la guerra y las armas están indisolublemente asociadas en la historia del sistema de explotación del hombre por el hombre"	Revisión de publicidad en revistas especializadas en materia bélica y de defensa	La publicidad también sirve al capitalismo, para vender armas. Lo hace a través de revistas especializadas de defensa y numerosas empresas las producen

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
40	1983	Política, censura y democracia	José Ignacio Rey	Arrojar luces sobre los términos y encontrar una forma viable que conduzca al país a una democracia sin censuras	Participación - Comunicación - Democracia	Democracia y comunicación	Reflexión conceptual	La ausencia de control social sobre la emisión privada de mensajes, lejos de ser su fundamento, ha pasado a ser un impedimento para la democracia. Cuando se habla de censura, se piensa en Estado censurador y se olvida que la censura, en sistemas capitalistas, la vienen a hacer los dueños de los medios de comunicación de masas. Un Estado moderno debe hacer un efectivo control social de los medios de comunicación de masas. Al Estado le corresponde ser dueño de una Política Nacional de Comunicación Social, que permita asegurar la participación democrática de la población, no así que se convierta en censurador. No se trata de ahogar la iniciativa privada en la comunicación, se trata de fomentarla y ampliarla. Esto evitaría la censura que ostentan hoy los medios privados en Venezuela
40	1983	25 años de censura y democracia en Venezuela	Berta Brito y Marcelino Bisbal	Exponer los atentados contra la libertad de expresión durante los primeros 25 años de democracia	Censura empresarial y política	Democracia y comunicación	Línea de tiempo histórica	En 25 años de democracia, no hubo libertad de expresión plena. La persecución en los sesenta y setenta de medios de corriente marxista-comunista, se hace evidente. También, en inicios de los 80, se practicaron hechos de censura contra ataques a la moral. Los autores enumeran, gobierno por gobierno, las acciones del gobierno contra medios de oposición de corte izquierdista, periodistas, medios grandes como RCTV y El Nacional, en una cronología que también incluye hechos relacionados con la censura "empresarial" contra la tendencia pro castrista
40	1983	María Eugenia Díaz y la libertad de expresión	Gilberto Alcalá	Exponer el derecho a la reserva de la fuente periodística en el caso de María Eugenia Díaz	Censura empresarial y política	Democracia y comunicación	Reflexión-documental	El caso sobre lo publicado por María Eugenia Díaz en el Diario de Caracas en torno a la pérdida de la lucha diplomática con Guyana, marcó jurisprudencia sobre el secreto profesional de los periodistas venezolanos
40	1983	Las restricciones a las informaciones sobre guerrillas en Venezuela	Clarita Medina	Denunciar la censura contra las publicaciones sobre guerrillas, consideradas propaganda de guerra. (Caso Venezuela Gráfica)	Censura empresarial y política	Democracia y comunicación	Cronología del caso. Exploratoria periodística	El caso revistió un modelo de censura contra una corriente política considerada subversiva para el régimen democrático, lo cual reviste una contradicción con los principios democráticos vigentes

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
41-42	1983	Bolívar tiene todavía qué hacer en América	Marcelino Bisbal	Presentar ideas integracionistas de América, entre ellas la de Bolívar, justificando su aplicabilidad en el presente	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Ideas y pactos de integración de América Latina, políticas del Pacto Andino, documentos de Simón Bolívar	Documental	La comunicación no debería apartarse de las políticas de integración. A pesar de los avances, el comportamiento de los medios de comunicación regionales en la materia parece contrario a los intereses de esos acuerdos, dando prioridad a lo que reflejan las agencias informativas de Estados Unidos y Europa sobre lo que ocurre en otras naciones del subcontinente. La mayoría de los medios latinoamericanos se manejan bajo el criterio <i>laissez faire</i> , libre mercado, confunden intencionalmente la libertad de expresión con la libertad de empresa; el sector privado está en franca ventaja del oficial; tienen concentración territorial (del centro a la periferia); hay carencia o ausencia de políticas nacionales de comunicación, carencia de programas de educación y de comunicación para el desarrollo
41-42	1983	El mito de Bolívar y su función política	Jesús María Aguirre y Berta Brito	Demostrar el uso ideológico de la figura de Bolívar en la comunicación política venezolana, tanto de dictadores como de demócratas	Símbolos en la comunicación política	El Culto a Bolívar, de Germán Carrera Damas	Documental-histórica-interpretativa	Bolívar es un arquetipo que define la realidad histórica venezolana. "Con Bolívar o contra Venezuela". Símbolo primordial del padre de la Patria en la psique venezolana. Bolívar es un mito viviente en el que tienen que articularse las ideologías políticas modernas. Se han construido modelos míticos bolivarianos en los medios masivos de comunicación. Se reconocen tres fisionomías para Bolívar: la liberal (libre pensador, masón, mantuano liberal, universal), la social-cristiana (moral, líder republicano, católico, humanista, panamericano) y la marxista (agnóstico, revolucionario, antiimperialista, revolucionario, reformador social)
41-42	1983	"Bolívar y la Comunicación: actualidad del enunciado bolivariano"	Yolanda Osuna	Demostrar que los enunciados bolivarianos son susceptibles de renovación continua, por las interpretaciones que podamos hacer de él	Símbolos en la comunicación política	Translingüística	Análisis lingüístico del discurso	El discurso de Bolívar está cargado de estructuras emotivas, incitaciones a actuar y permite darle continuidad ideológica en el presente
41-42	1983	La Ideología Bolivariana	Carlos Blanco	La imagen de Bolívar es utilizada como un Dios para dominar al pueblo que lo produjo	Ideología capitalista dominante	Ideología, dominación de las masas	Documental-reflexiva	Se exalta a Bolívar, durante el bicentenario de su nacimiento, como parte de la treta ideológica de mantenerlo exaltado en la burocracia, pero alejando a la masa de lo crítico de su pensamiento y su ideario libertario. Su pensamiento debe levantarse contra la explotación interna y el poder imperial
43	1983	La información como derecho humano fundamental	Jorge A. Richards	Reflexionar sobre porqué el Nuevo Orden Informativo Internacional significa democratizar las comunicaciones en los países del tercer mundo	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Comunicación y Democracia	Documental-reflexiva	Establecer el Nuevo Orden Informativo Mundial debe ser asumido como tarea prioritaria en los países del tercer mundo. En los países de Latinoamérica se hace común la penetración de la CIA, métodos coercitivos de censura y cierre de medios opositores. Si queremos democratizar las comunicaciones, urge también democratizar las sociedades

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
43	1983	Las políticas de participación en el municipio Sucre y la participación	Mirtha Hernández y María Eugenia Hirmas	Demostrar cómo la ausencia de receptividad del Concejo Municipal del Municipio Sucre al reclamo de los vecinos organizados, demuestra la poca posibilidad de participación ciudadana en la democracia vigente	Participación - Comunicación - Democracia	Políticas de participación	Cronología de hechos, observación participante	Los mecanismos de participación son esencialmente mecanismos de comunicación. La comunicación puede ser un instrumento de democratización del poder, y puede llegar a serlo desde el Concejo Municipal, el brazo más cercano para el pueblo. La estructura de participación del Concejo Municipal del Municipio Sucre es una vía muerta que no conduce a ninguna parte
44	1984	La campaña electoral en slogans: el reflejo del caos	Sebastián de la Nuez	Demostrar que las campañas presidenciales de Rafael Caldera y Jaime Lusinchi fueron de las más vacías en la historia del país	Comunicación de partidos políticos	Publicidad electoral, campañas electorales, propaganda política, estrategia comunicacional	Exposición cronológica y análisis	Una campaña de contraataque, como la del Mí, contra el Sí, es fallible, porque reconoce el éxito de la primera y sirve de recordatorio de esta. El primer slogan de Jaime Lusinchi fue "Jaime es como tú" (igual al de Chávez). La campaña pasaría por una batalla de slogans que pasarían por "Caldera gana", "Los Gobiernos copeyanos son pavosos", en páginas y páginas de medios que saturaron al electorado, fue una publicidad que contribuyó al caos general
44	1984	Recomendaciones al nuevo gobierno sobre comunicación y cultura	Enrique Abreu Sojo, Iván Abreu Sojo	Brindar, con premisas del método Delphi, recomendaciones en materia comunicacional y cultural al nuevo gobierno	Políticas comunicacionales	No aplica	Encuesta DELPHI a sectores involucrados	Se sugiere mayor respeto a la libertad de expresión (todos los sectores) mayor acceso y participación en los procesos comunicacionales (intelectuales, artistas y científicos) garantizar la propiedad privada de los medios (empresarios), creación del consejo nacional de la comunicación. Se generaron contradicciones entre los estratos encuestados, empresarios pedían mantener la garantía de propiedad, otros no coincidieron en esa materia
44	1984	Los Amos de la prensa en Venezuela	Ángela Hernández, Lulú Aimara Giménez	Analizar la estructura económica de los medios de comunicación de masas en Venezuela	Estructura económica de los medios de comunicación	Industria cultural, ideología capitalista	Revisión de información obtenida durante la gestión de los autores en el Ministerio de Información y Turismo, sobre la estructura económica de los medios	La concentración de los medios, en su forma monopólica y oligopólica, representa no solo un gran poder económico, sino también ideológico y político. Esto se traduce en ausencia de contrapropaganda, pues los medios están cerrados a quienes se oponen a la ideología en el poder. Los propietarios de los grandes medios de comunicación, que pertenecen en su mayoría a las élites dominantes, se oponen a transformaciones socioeconómicas profundas contrarias a sus intereses. Oswaldo Capriles, en Venezuela, ve a los medios como servicios privados, no públicos. La actividad publicitaria es el principal motor de los procesos de difusión masiva. Los medios en Venezuela tienden a agruparse en grupos de presión político capitalista
44	1984	El Castellano Electoral	Iraset Páez Urdaneta	Analizar el discurso político venezolano	Comunicación de partidos políticos	Teoría del discurso	Análisis del discurso en campaña electoral. Interpretación semántica	El discurso electoral no es un discurso ideológico, es un discursos semi-subversivo que proviene de slogans apriorísticos. En campaña electoral, el discurso es emocional más que racional. Los partidos se plantean la obtención del poder, no la educación de la masa

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
45	1984	Granada, el Señor Presidente y la imagen videogénica	Oscar Marcano	Mostrar que los mecanismos de control de las megacorporaciones de información pretenden confundir al televidente con suposiciones que se agrupan en la llamada opinión pública, que no es más que el producto del sistema de información que lo manipula	Ideología capitalista dominante	Manipulación de la opinión pública	Reflexión documentada, opinión periodística sobre el tratamiento informático al tema de la invasión norteamericana a Granada	La información sobre el caso Granada fue manipulada a favor de la invasión realizada por Estados Unidos en ese país
45	1984	Balace de una gestión, apertura y límites	Berta Brito y Marcelino Bisbal	Establecer un balace de las políticas comunicacionales aplicadas por el Gobierno de Luis Herrera Campins	Políticas comunicacionales	Recomendaciones de la Conferencia Intergubernamental de la UNESCO para América Latina y El Caribe, celebrada en Costa Rica en 1976	Revisión exhaustiva de promesas del Plan de la Nación "Mi Compromiso con Venezuela" de Luis Herrera Campins y de medidas llevadas a término	El plan no se cumplió y las promesas de una política nacional de comunicaciones quedaron reducidas a un cúmulo de acciones aisladas, que incluyeron la inclusión del color en la televisión venezolana, la prohibición de publicidad para cigarrillos, obligación de transmitir el himno nacional, la creación del fondo de fomento para el cine, entre otras. A pesar de haber iniciado su gobierno diciendo que en el país había más libertad de empresa que de expresión, no hubo medida alguna en la materia y por el contrario al final del período hubo un proyecto legislativo para regular las intromisiones de los medios en la vida privada
45	1984	Incidencia del factor religioso en la campaña electoral	José Ignacio Rey	Estudiar el papel que jugó el factor religioso en la reciente campaña electoral	Comunicación de partidos políticos	No aplica	Documental exploratorio: se compilaron materiales escritos en la prensa (60 textos)	Los partidos políticos incluyeron en sus campañas actividades con diversos sectores religiosos venezolanos, especialmente con el mundo católico, tratando de influir en la mente del electorado. Los voceros del clero no asumieron posturas radicales en contra de ofertas electorales de la izquierda y guardaron cierta neutralidad con los candidatos de los principales partidos, no obstante, sin tomar postura sobre los males que afronta la sociedad en general, lo cual es un signo de beneplácito hacia la continuidad del <i>statu quo</i>
45	1984	Los amos de la radio y la TV	Ángela Hernández, Lulú Aimara Giménez	Analizar la estructura económica de los medios de comunicación de masas en Venezuela	Estructura económica de los medios de comunicación	Estructura económica de los medios, Janowitz y Schulze. Industria cultural, ideología capitalista. Estudios socio-económicos sobre la dominación norteamericana en la comunicación internacional de Herbert Shiller	Revisión de información obtenida durante la gestión de los autores en el Ministerio de Información y Turismo, sobre la estructura económica de los medios	La ausencia de información sobre las empresas de medios en registros mercantiles es muy alta, lo cual dificulta el control estatal. Se observa una alta concentración de propiedad en medios de prensa y televisivos; no así en medios radiales. La acumulación de capital está basado en la compra venta de inmuebles (Phelps – Cisneros) y el embotellamiento de bebidas refrescantes (Cisneros). Las empresas de medios mantienen estrecha relación con empresas de publicidad. Se detectó presencia de capital extranjero en empresas de prensa y TV

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
45	1984	Semiótica de una campaña electoral	Luis Britto García	Analizar el contenido de las campañas electorales de AD y COPEI	Comunicación de partidos políticos	Ninguna	Reflexión	Las campañas del bipartidismo solo reconocen a dos partidos y se basan en hacer frente al enemigo. Mientras la de AD se asentaba en la esperanza mágica, la de COPEI se centró en el temor. El MAS presenta a un Petkoff con un trabajador diciendo que en años han hecho nada por ellos y poniendo una fábrica a andar, lo que le da cierta autodeterminación. Las campañas aluden a la gratificación inmediata, al derroche y a la manipulación, todas carentes de raciocinio
46	1984	La democratización de los datos y el nuevo orden internacional de la información y de la comunicación	José Antonio Viera - Gallo	Reflexionar sobre el desarrollo de la datos en el panorama comunicacional global	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	No indica	Documental reflexivo	El manejo de datos supondrá nuevos retos para introducir la posibilidad de intercambio de información y comunicación entre los países del tercer mundo
46	1984	El tercer mundo y la informática	Michel Delapierre y Jean Benoit Zimmermann	Presentar un balance de la informática y la informatización en el tercer mundo	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Nuevo Orden Informativo Mundial	Documental	Los usos de la informática deben ser bien pensados antes de su introducción en los países del tercer mundo. La recomendación es que comiencen a establecerse programas adaptados a las necesidades de los países del tercer mundo, con algunos que hayan sido aplicados en similares condiciones en otros países en vías en desarrollo y en países desarrollados, pero evitando la introducción de necesidades impuestas o modelos que transfieran intenciones de dominación cultural o informática
46	1984	1984 La información totalitaria	Alí Garrido	Análisis de la obra de George Orwell "1984"	Totalitarismo comunicacional	Novela 1984 de George Orwell. Distopía de un estado totalitario socialista	Reseña y análisis conceptual del texto	El control de la información constituye, hoy por hoy, un arma empleada tanto por el imperio norteamericano como por el soviético
46	1984	Estrategias y políticas para la informática	N/A	Demostrar, conforme a los principios de la Declaración de México sobre la Informática, el Desarrollo y la Paz, que la informática debe ser abordada como política por los Estados, en procura de dar participación en la misma a los más desfavorecidos en las sociedades	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	N/A	Exposición de motivos de la Declaración de México sobre la Informática, el Desarrollo y la Paz	Se deben formular políticas en materia de informática y designar autoridades únicas en materia de informática, para asegurar el desarrollo y la participación de los más desfavorecidos
47	1984	De lo polémico a lo contraactual: análisis semióticos de las transformaciones del discurso de Jaime Lusinchi	María Teresa Espar	Análisis del discurso de Lusinchi durante y después de la campaña electoral	Comunicación de partidos políticos	Escuela Semiótica de Paris (Greimas); Análisis del discurso del poder (Eric Landowski)	Análisis del discurso con metodologías de escuelas antes citadas	La pugnacidad del Lusinchi candidato, cambió luego de la prueba glorificante de su elección y de hablar de COPEI en términos de gente frustrada, con malas intenciones, testaruda; pasó a construir un discurso de unidad, de encuentro de todos los partidos para el que sería su gobierno ya como presidente electo. De conflicto humano a virtualidad instantánea de armonía
49-50	1985	Las tecnologías de la información y la confección del Estado ampliado	Javier Estenou Madrid	Describir cómo los brazos de la estructura social y económica de los medios se expandirán ideológicamente con las nuevas tecnologías de la información	Estructura económica de los medios de comunicación	La comprensión de los medios como extensiones del hombre. McLuhan	Documental reflexiva	Los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías se han convertido en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen la hegemonía que reproduce ideológicamente al sistema

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
49-50	1985	Comunicación Social y Problemas Globales de la Humanidad	S/A	Exponer resultados del décimo cuarto Congreso Mundial de la Asociación Internacional para la Investigación de Medios de Comunicación	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Nuevo Orden Informativo Mundial	Cobertura periodística del Congreso	Se plantea la creación de un nuevo orden informativo, como parte del proceso de descolonización y democratización de la información. "La información se ha transformado en uno de los problemas globales de la humanidad". Se sugiere que los países del tercer mundo sean ayudados en el establecimiento de sistemas nacionales de medios
49-50	1985	La frecuencia modulada, su reglamentación y la emisora cultural de Caracas	Marcelino Bisbal	Reflexionar analíticamente sobre la introducción de la Frecuencia Modulada al país, en momento es que ya contamos con un Reglamento para esta banda de frecuencia (Gaceta Oficial del 9 de noviembre de 1984)	Políticas comunicacionales	Proyecto RATELVE	Documental	Pasaron 36 años de la creación de la Frecuencia Modulada, para que la tuviéramos en el país en 1975, la Emisora Cultural de Caracas, 97,7 FM. Según el proyecto RATELVE, la programación del sistema es supervisada por el Ejecutivo y sus metas deben atender las metas del desarrollo. La Emisora Cultural de Caracas acumula ya 10 años de dignidad radiofónica. La AM ha permanecido ajena a los objetivos de desarrollo y a las necesidades culturales del pueblo venezolano. ¿Qué pasará con la FM, se seguirá la recomendación de reservar esta frecuencia al sector público?
51-52	1985	Grupo Cisneros o los Poderes de la Organización	Equipo de la revista Comunicación	Denunciar abuso en el cual habría incurrido la organización Cisneros al obligar la salida del país de los autores del libro "Narcotráfico S.A."	Poder de los medios de comunicación	Ninguna	Exposición periodística	La organización Diego Cisneros creció exponencialmente en sus negocios en el país y ocupa un poder que trasciende lo mediático para tocar lo político y lo judicial, con lo que incluso propició la salida del país de tres periodistas que la vincularon, sin pruebas, en presuntas actividades de narcotráfico
51-52	1985	Subversivos o Integrados: lo alternativo en perspectiva latinoamericana	José Ignacio Rey	Definir la comunicación alternativa en el entorno latinoamericano	Ideología capitalista dominante	Nuevo Orden Informativo Mundial, Ideología. Teoría crítica de la comunicación, Antonio Pasquali	Documental-reflexiva	La información alternativa no es mera contrainformación. Se trata desde la comunicación, de subvertir todo el orden político, social, tecnológico, simbólico, moral. El modelo de medios vigente no es solo reproductor de las relaciones de dominación, es productor privilegiado de las mismas. "Postulamos, simplemente, que la comunicación humana sea posible"
51-52	1985	10 años de ¿alternativas de comunicación?	Tulio Hernández	Revisar cómo transcurrieron, durante 10 años, los intentos por democratizar la comunicación a través de la comunicación alternativa	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Nuevo Orden Informativo Mundial	Documental-reflexiva	El cierre de emisoras de radio, el encarcelamiento de cineastas, la prohibición de exhibición de películas venezolanas, la censura previa y el impedimento de acceso de los periodistas a cubrir la masacre de Cantaura ejecutada por los "organismos de seguridad del Estado", el uso ventajista de las emisoras gubernamentales en la reciente contienda electoral, el regreso de los canales de televisión a viejas y aberradas formas y temas narrativos de las radionovelas cubanas, la elaboración de expedientes a periodistas por parte de la policía política, por solo nombrar los casos más sonados, se convirtieron en situación "normal" durante los últimos años

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
51-52	1985	El pensamiento sobre comunicación alternativa en Comunicación	Ricardo Martínez	Revisar las tendencias en los artículos relacionados con comunicación alternativa en la revista comunicación	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Comunicación Alternativa	Documental-revisión artículos de la revista Comunicación	La Comunicación Alternativa no es la "idea fija" del equipo Comunicación, pero es su desarrollo más complejo y el que le identifica. Es también uno de los aportes más significativos de un grupo de investigadores venezolanos a la comprensión de la comunicación en América Latina, aporte esencialmente valioso si se le considera la proverbial dificultad para un esfuerzo reflexivo mantenido, organizado, coherente y permanente, vinculado a la docencia y a la realidad nacional
51-52	1985	El Estado y la Comunicación, Entre el azar y la necesidad	Marcelino Bisbal	Demostrar que pese a los avances en el debate en torno a la importancia de una política nacional de comunicación, para 1985 se estaba en el mismo lugar que en 1975, pues no se había avanzado en lo concreto	Participación - Comunicación - Democracia	Participación en la comunicación, comunicación alternativa, crítica	Cronología exhaustiva	En el primer Gobierno de Carlos Andrés Pérez hubo optimismo con la designación del Dr. Guido Groscors como ministro de Turismo y responsable de una política nacional de comunicaciones. En 1974, se establece el proyecto Ratelive y posteriormente se establece la comisión preparatoria del CONAC. El proyecto Ratelive se engaveta, debido a las quejas de FEVAP y ANDA, ante el incremento del impuesto sobre la renta que pretendió el gobierno para el medio de servicio público. Se instala en el 75 OCIVEN, que luego dará paso a VENPRES. En 1978 se anuncia la creación del Consejo Nacional de Comunicación, pero esto nunca llega a efectuarse. Había consenso en el hemisferio, así como en la UNESCO, de la importancia de las políticas nacionales de comunicación. El fenómeno de la comunicación de masas en Venezuela es oligopólica.
51-52	1985	Política comunicacional, radiodifusión y grupos privados no tradicionales	Raúl Li Causi	Demostrar que el aparataje comunicacional del país ha dependido exclusivamente de los gobiernos de turno en pacto con los propietarios de los medios tradicionales en el país	Ideología capitalista dominante	Participación en la comunicación, comunicación alternativa, crítica	Documental	El sector privado tradicional también gerencia el sector político en Venezuela. Los medios privados son los principales promotores de la ideología autocrática, no democrática y dominante. El aparato no será democratizado, debido a los beneficios de los cuales gozan las élites de los medios. Las decisiones sobre el otorgamiento y vencimiento de concesiones solo las toman tres personas: el presidente de la República, el Ministro de Transporte y Comunicaciones y el Ministro de Turismo. Del Estado actual no puede esperarse ninguna política comunicacional democrática

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
51-52	1985	Consejo Nacional de la Comunicación Social: una propuesta	Luis Vezga Godoy	Presentar una propuesta de conformación de un Consejo Nacional de la Comunicación Social	Participación - Comunicación - Democracia	Resultados de la Conferencia Intergubernamental de San José de Costa Rica	Argumentación de propuesta	Como expresión de la inquietud de la formulación de políticas nacionales de comunicación, entendidas estas como un cuerpo integrado de disposiciones, objetivos y programas conducentes a un desarrollo de las comunicaciones de un país, atendiendo los intereses de los diversos sectores sociales, se propone la creación de un Consejo Nacional de la Comunicación, que debe estar compuesto por representantes de todos los entes que conforman el fenómeno comunicacional de la nación. Debe estar integrado por representantes del sector público, de las empresas privadas de medios, del sector cultural, del sector académico y de investigación, el sector laboral y el de la comunidad organizada. Se recomienda que en Venezuela se le dé curso legal, vía decreto del poder Ejecutivo, y que sirva de asesor y organismo consultivo, no decisor
57	1986	La comunicación vía satélite bajo la óptica latinoamericana	Marcelino Bisbal	Analizar los pros y contras de la introducción de la tecnología satelital en latinoamérica	Ideología capitalista dominante	Neville Jayaweera, comunicación vía satélite: una perspectiva para el tercer mundo	Documental	La comunicación vía satélite puede implicar nuevos y más sofisticados sistemas de dominación cultural en países latinoamericanos, y la mayor restricción en su propia producción cultural
57	1986	La contribución democrática de la televisión	Diego Portales	Proponer un enfoque económico cultural que permita establecer respuestas para la ampliación del aporte de la televisión a la democracia	Participación - Comunicación - Democracia	Industria cultural, ideología capitalista	Documental histórico	El enfoque económico cultural complementa el de políticas comunicacionales, porque pone nuevas variables a cubrir, para poder dar un carácter más democrático a la TV. Por eso es preciso comprender las dimensiones del fenómeno cultural televisivo, afianzando estudios y estrategias de penetración en la sociedad
58	1987	Sobre libertad de expresión, papel periódico y política de comunicación	Aura Torrealba, Fidel Eduardo Orozco	Analizar las posibilidades de defender el derecho a la libertad de expresión a través del establecimiento de una política nacional de comunicación	Políticas comunicacionales	Antecedentes conceptuales de políticas nacionales de comunicación	Documental	La libertad de expresión parece haberse deteriorado desde 1978 hasta 1987, con periodistas agredidos y encarcelados en Venezuela. El Canal 8 además, se ha convertido en "un descartado instrumento de información del partido oficial". Según José Vicente Rangel, viene escalando acciones contra los medios para sembrar el miedo en nuestra sociedad. La ausencia de una Política Nacional de Comunicaciones es lo que conspira contra el derecho a la libertad de expresión de los ciudadanos
59-60	1987	Declaración de Lima: Iglesia, publicidad y NOMIC	Comunicado	Presentar reflexiones de la reunión realizada en Lima en 1983, sobre el papel de la publicidad y la importancia de un Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Nuevo Orden Informativo Mundial, Ideología. Teoría crítica de la comunicación	No aplica	Se cuestiona el uso mercantilista de los medios de comunicación, debido a la estructura económica monopólica y a la predilección de la publicidad como fin último, que desplaza al educativo. Se proponen recomendaciones para la democratización de la comunicación

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
59-60	1987	La encuesta electoral en Venezuela	Feres Gatrif y Pasquale Nicodemo	Demostrar que los sondeos de opinión pública y los electorales son de utilidad cuando realmente emplean técnicas de verificación científica	Comunicación de encuestas	Metodología, medición de opinión pública mediante diversos instrumentos	Expositivo	Las encuestas son instrumentos de medición de tendencias de opinión pública, que cuentan con credibilidad cuando cumplen parámetros metodológicos científicos. Los resultados recientes de una encuesta electoral de los comicios presidenciales, acertaron los porcentajes, porque siguieron criterios de validación metodológicas
61	1988	La galaxia sin ley: mitos y realidades de la desregulación comunicacional	Jesús María Aguirre	Demostrar los problemas asociados a la desregulación en el marco de las telecomunicaciones en Venezuela	Políticas comunicacionales	Desregulación en democracias	Historia comparada, análisis deontológico	La desregulación, llamada "liberalización" en Venezuela, conlleva a una privatización comercial de los servicios y una pérdida del control central del Estado, que en el caso más crítico del tercer modelo puede implicar una pérdida de la soberanía
62	1988	La máscara del poder. Consignas electorales: el grado cero de la ideología	Luis Britto García	Demostrar que durante medio siglo, las campañas electorales en Venezuela han girado alrededor de unas 20 consignas que lucen vacías de contenido ideológico	Comunicación de partidos políticos	Análisis de contenidos de campañas	Documental-histórica-interpretativa	Los slogans de las campañas electorales presidenciales en Venezuela han sido parte de la banalización de la política en el país. Con su carencia de contenido, desvirtúan la ideología de las tendencias y ofrecen contenido vacío a los electores. Se observa la presencia predominante del personalismo del candidato en la propaganda
63	1988	La máscara del poder (II)	Luis Britto García	Describir el populismo en Venezuela, como mecanismo de disminución de conflictos entre clases	Comunicación de partidos políticos	Análisis del discurso político	Estadística exhaustiva. Análisis de palabras en discursos populistas	No hay ideología, sino dádiva. No hay partido, sino providencia, o por mejor decir, caudillo.
65-66	1989	El Amparo: la subversión discursiva de la verdad	Jesús María Aguirre	Demostrar el interés gubernamental de ocultar la verdad de lo ocurrido en el caso de El Amparo, mediante uso de medios, presiones a periodistas, persecución judicial y daño a la reputación de las víctimas, por parte del gobierno de Jaime Lusinchi	Imposición de la verdad oficial	Texto y contexto, Teun Van Dijk	Análisis de contenido de prensa sobre el caso El Amparo	La construcción de la realidad del caso El Amparo en la opinión pública, se vio manipulada por el interés del gobierno que bajo la presunción de que contradecir la versión oficial ponía en riesgo el sistema democrático, impuso la versión oficial sobre los hechos. Los oficiales fueron liberados, bajo la sospecha de que los pescadores tenían antecedentes y habrían disparado contra los militares
65-66	1989	La Campaña electoral en medios audiovisuales	Luis Britto García	Describir los contenidos de las campañas electorales en la pantalla chica venezolana	Comunicación de partidos políticos	El mensaje político del debate, Friedrich Welsch	Análisis de contenido de las campañas políticas audiovisuales de Carlos Andrés Pérez y Eduardo Fernández	Las campañas políticas del bipartidismo carecen de contenido ideológico y en ellas abunda el personalismo, el triunfalismo, la visión del pueblo como ser pasivo a la espera del caudillo, la desideologización de los contenidos y la presencia de slogans. Abundan las promesas de dádivas, y el descrédito del contrario
65-66	1989	Revolución democrática o reificación. Un estudio del caso de la cobertura a Nicaragua por un programa televisivo estadounidense	Leonardo Salazar y Claudia Salazar	Hacer un análisis desde la perspectiva de la comunicación democrática de Habermas, sobre el tratamiento dado por un espacio televisivo estadounidense sobre la invasión de Nicaragua a Honduras	Ideología capitalista dominante	Comunicación democrática de Habermas	Muestra estadística de programación	La televisión estadounidense restringe el acceso público a la discusión política y no permite la comunicación democrática, por las asimetrías de oportunidades para representar todas las posiciones, favoreciendo la postura del ejecutivo estadounidense

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
65-66	1989	Métodos de tergiversación	Michael Parenti	Exponer técnicas de tergiversación de las noticias	Ideología capitalista dominante	Técnicas de propaganda e ideología. Cita a Chomski, Kopsking y Holsworth	Análisis	Los medios emplean técnicas de propaganda para informar, tales como la selectividad, el tratamiento desbalanceado, el encuadre (el modo en que son presentados, el empaque, el vocabulario), el embellecimiento auxiliar (el vocabulario de los titulares),
65-66	1989	Los Costos del Voto	Carlos Correa	Exponer los intrínsecos de gastos y prebendas asociados a las campañas electorales presidenciales	Comunicación de partidos políticos	Ninguna	Reflexiva argumental	Los partidos políticos no presentan cuentas de campañas y no han cambiado las reglas en torno a la transparencia de su financiamiento para mantener la opacidad en torno a la inversión, basada en prebendas y negociaciones. Los costos de los mítines en Venezuela hacen cada vez más perentorio el uso de los medios masivos de comunicación social. Los costos de las campañas van en aumento, según tendencias de los últimos periodos. El 20% de abstención habla del descontento
65-66	1989	Proceso a las encuestas	Anibal Romero	Exponer las inconsistencias en los resultados de las encuestas electorales en el proceso CAP-Eduardo Fernández	Comunicación de encuestas	Ninguna	Documental	En las recientes elecciones, las empresas encuestadoras, en su mayoría fallaron en determinar la diferencia de votos entre Pérez y Fernández, los diferentes porcentajes en torno a la tarjeta pequeña y su distribución y el nivel de abstención. La única encuesta que acertó los resultados fue Data-Analysis. Los votantes venezolanos fueron sometidos a un uso descartado de las encuestas como instrumento de manipulación electoral, señala el autor
70	1990	Versiones políticas del "sacudón" en los diarios capitalinos	Ángel Álvarez	Realizar una reconstrucción y crítica de cuatro versiones de prensa sobre los sucesos del 27 de febrero	Crítica a los medios de comunicación / Caracazo	Ideología capitalista dominante-Agenda setting	Análisis de contenido	Los sucesos del Caracazo fueron interpretados desde perspectivas distintas por los principales diarios del país. Unos se inclinaron por indicar que habían sido personas del pueblo, otros, infiltrados que organizaron los desórdenes y otro, el Diario de Caracas, encapuchados. También interpretaron de diversa manera a los destinatarios de las protestas: unos dijeron que era contra los transportistas especuladores (El Universal, El Mundo, 2001, Últimas Noticias), otros contra el Gobierno (El Nacional El Mundo, Últimas Noticias) y otros contra el régimen político (El Diario de Caracacas). Ningún diario atribuyó a los hechos a la población común con fines de protestas contra el régimen político, postura llamada revolucionaria por el autor del artículo: todas las posturas se mantuvieron dentro de las posturas conservadoras del orden político-económico vigente

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
70	1990	Encuesta de opinión sobre el papel de los medios de comunicación en el estallido de febrero de 1989	Jesús María Aguirre	Describir los resultados sobre una encuesta de opinión pública en torno a los sucesos de febrero de 1989	Crítica a los medios de comunicación / Caracazo	No aplica	Encuesta de opinión pública, realizada por la cátedra de Sociología Política a cargo de Jesús María Aguirre, entre abril y mayo de 1989.	El medio de información más confiable para el momento fue la TV (45,97%). También fue el medio más utilizado durante los hechos (58,29%) y durante la suspensión de garantías (58,53%), siempre seguido por la prensa. 43,84% de las personas vieron que la TV fue promotora de los saqueos, la que más fue percibida como tal, aunque la mayoría, en cierto mayo o menor grado, vieron que los medios no fueron promotores de saqueos. El 68,01 % que no hay necesidad de limitar la libertad de expresión de los medios debido a este caso
70	1990	Panamá sin medios	Gustavo Hernández	Presentar distintas perspectivas sobre el papel que desempeñaron los medios masivos en relación con el caso de Panamá y Manuel Antonio Noriega	Manipulación comunicacional en conflictos internacionales	No aplica	Entrevistas	El tratamiento informativo que los canales de televisión 2 y 4 dieron al caso de Panamá, favorecía la postura de Estados Unidos. El canal 8 fue menos parcializado, al permitir una entrevista a Manuel Noriega que permitió transmitir su punto de vista. Los principales diarios no cuestionaron a rajatabla la invasión a Panamá, como si lo hicieron sectores de América Latina
70	1990	Nicaragua. Las encuestas: ¿por qué fallaron?	Envío (encuestadora)	Demostrar que las encuestas fueron una pieza importante en la campaña electoral de la UNO y sobre todo del FSLN	Comunicación de encuestas	Ninguna	Análisis de encuestas	Las encuestas en Nicaragua fallaron durante los comicios en los que perdieron el Frente Sandinista de Liberación. Las encuestadoras argumentaron que los encuestados tuvieron miedo a represalias del gobierno sandinista si indicaban sus reales posiciones. También se explica el cambio en presiones y en actitud cultural de desconfianza ante la autoridades, en el momento de responder la encuesta
70	1990	El 27 de febrero en la prensa nacional	Caroline Bosc de Oteyza	Presentar un resumen de los hallazgos más importantes de una investigación de la prensa publicada entre el 27 de febrero y el 12 de marzo	Crítica a los medios de comunicación / Caracazo	Ninguna	Análisis de contenido de 6 periódicos nacionales y 10 periódicos de provincia, un total de 145 periódicos	En los 15 días del estudio, 32% de la superficie redaccional de los periódicos nacionales estuvo dedicada a los sucesos del 27 de febrero, en el caso del interior, el porcentaje fue de 21%. Los periódicos dieron mucha más importancia a la cobertura de los hechos que a su análisis. El Diario de Caracas, El Carabobeño y El Siglo fueron los diarios que más se destacaron como tribuna para la opinión. La prensa presentó una imagen global de la FAN altamente positiva, a excepción de el diario El Nacional
70	1990	Encuestas tercermundistas, predictibilidad en período de transición: caso Nicaragua	Pasquale Nicodemo	Analizar, desde el ángulo metodológico, porque algunas encuestadores podrían incurrir, voluntariamente o accidentalmente, en errores que puedan alejarlas de las tendencias a observar	Comunicación de encuestas	Métodos de investigación social	Documental, análisis	Los resultados de las encuestas se pueden manipular, alterando los métodos de investigación para obtener la data, como por ejemplo incluir en la medición a personas no aptas para el voto, inducir al entrevistado a la respuesta a una pregunta mediante la redacción de la interrogante, la forma de selección de la muestra, o la falta de supervisión al momento del llenado de la encuesta. Con muestras técnicamente seleccionadas es posible anticipar los resultados

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
71-72	1990	La integración del mercado común europeo y la transformación de los medios de comunicación	Javier Estenou Madrid	Analizar las transformaciones económicas, ideológicas, comunicacionales y culturales que acompañarán la unificación de Europa	Integración continental (Europa)	Libre flujo comunicacional, nuevo orden mundial de la información	Documental, análisis	Europa se prepara a ser mercado único, con medidas para liberalizar los mercados, integrar la moneda y proteger a su producción. Planea una política de comunicaciones plasmada en su "libro verde", que propone un mercado libre de servicios y productos industriales de telecomunicaciones y derivados audiovisuales. Se han integrado los medios, pero reduciéndose aún más en cadenas, y dejando por fuera posibilidades de comunicación alternativa. Ha habido canibalismo de empresas de medios, desregulación legislativa para dar paso al libre mercado, arrinconamiento de la identidad y cultura nacional para la nueva narrativa europea. Mantiene Europa una importación considerable de productos culturales de Estados Unidos. El verdadero régimen de comunicación que se está estableciendo en la región no es el de una mayor ampliación del diálogo, sino el de la expansión cultural transnacional en base a las nuevas necesidades de acumulación
71-72	1990	Comunicación Audiovisual y desarrollo latinoamericano	José Márquez de Melo	Analizar la caída de expectativas de desarrollo social con la expansión de los medios de comunicación en Latinoamérica	Estructura económica de los medios de comunicación	"Modernización refleja" de Ribeiro, 1978	Documental-reflexiva	La expansión de los medios de comunicación en América Latina no afectó de modo directo la transformación de las estructuras sociales y económicas. Las élites dirigentes se orientan más hacia cambios en la fachada de la edificación social. La integración latinoamericana solo será posible en la medida que sea respaldada por la opinión pública de cada país
71-72	1990	Los investigadores y la privatización de la CANTV	José Ignacio Rey	Cuestionar la privatización de la CANTV, haciendo alusión a documentos firmado por investigadores de la comunicación en el país, entre ellos Antonio Pasquali, Carlos Azpúrua, Oscar Lucién, Arturo Sosa Abascal, Jose Antonio Mayobre, José Ignacio Rey, entre otros.	Políticas comunicacionales	Ninguna	Documental-reflexiva	La privatización de CANTV ha estado acompañada de una campaña para "ablandar" a la opinión pública sobre el paso a manos particulares de la institución telefónica, haciendo alusión a los malos servicios prestados, pero obviando las reales ventajas del hecho. La privatización violentaría la Constitución, leyes y reglamentos vigentes. Cita el documento que a la luz de la mala experiencia obtenida en materia de comunicaciones privatizadas, tales como "la temprana y masiva entrega de la televisión a concesionarios privados" con lo que se tiene una televisión "detestable en términos de salud mental", no se debe privatizar la telefónica. Denuncian un problema de soberanía y que la CANTV no es solo teléfonos, también es télex, computación, correo electrónico, televisión satelital, etc.
71-72	1990	Por una TV democrática	Gustavo Hernández	Cuestionar los usos dados a la televisión y en especial la violencia televisiva	Participación - Comunicación - Democracia	No aplica	Compilación de opiniones en prensa sobre el tema de los problemas que afronta la televisión venezolana	La solución al problema de la TV en Venezuela no estriba en amonestar la televisión, sino en un cambio social que propicie la formación moral y cívica. Es preciso seguir exigiendo un óptimo servicio de TV

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
71-72	1990	No a la privatización de la CANTV	Documentos	Rechazar el plan gubernamental para privatizar la CANTV	Políticas comunicacionales	No aplica	Comunicado de investigadores	Investigadores venezolanos de la comunicación califican la campaña para la privatización de la CANTV como un lavado de cerebros, que explota la crisis financiera e institucional de los últimos años
73	1991	Participación ciudadana y medios de comunicación	Tulio Hernández	Cuestionar la posibilidad de participación democrática en los medios venezolanos	Participación - Comunicación - Democracia	Comunicación y Cultura de Masas de Antonio Pasquali	Documental reflexiva	El Estado ha abandonado su responsabilidad de establecer un servicio público en el sistema de radiodifusión masiva. La participación es una de las consignas que mayor respetabilidad ha adquirido en la incierta y confusa cultura política nacional. Es uno de los más deseados mecanismos de salvación y profundización de la democracia. La falta de participación en la comunicación, en países como Venezuela, no proviene esencialmente del Uso autoritario del poder, sino del carácter económico dominante en el Sistema de Medios
73	1991	Medios, nuevos espacios, actores y sociedad civil	Juan Barreto	Cuestionar la democracia capitalista, desde la perspectiva de Habermas	Ideología capitalista dominante	"Problemas de legitimación en el capitalismo tardío", de Habermas, "Economía y Sociedad", Max Weber; "El Éxtasis del socialismo", Baudrillard	Teorización	La democracia occidental es un sondeo de medios. "Hombres actuados y reproducidos, es la conclusión"
74	1991	El boom de las FM, Análisis del proceso de toma de decisiones	Belinda Calderón y Carmen Yolanda Moreno	Análisis de la toma de decisión gubernamental para la apertura comercial de la banda de frecuencia modulada	Políticas comunicacionales	Lazarsfeld y Merton	Entrevistas a personas involucradas en el proceso de decisiones	La no entrega de concesiones para la actividad de la FM en Venezuela pudo deberse a cierto conservadurismo en las élites políticas o a que el proceso de concesiones fue congelado por desacuerdos en la dirigencia bipartidista. La decisión también se vio afectada por la crisis económica. El reglamento de Radiodifusión otorgó el poder de atribuirlos al presidente de la República, lo cual es discrecional. La entrega de concesiones de la FM se constituyó en un vehículo para complacer a grupos económicos y pagar los respaldos de la campaña electoral que se avecinaba, un método para controlar a los medios en función de mantener al partido de gobierno en el poder

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
74	1991	La radio en Venezuela: ¿hacia una estructura de concentración distinta?	Marcelino Bisbal	Demostrar la continuidad de la concentración de los medios venezolanos en manos privadas	Políticas comunicacionales	Ninguna	Documental	Desde los inicios de la radio en Venezuela, el Estado ha sido complaciente de permisos para la explotación de la comunicación. El sector privado comercial en la radio venezolana predomina con 97%, en AM, según listado del Ministerio del Transporte y Comunicaciones. 87% se afilian a un circuito. En cuanto a la concesión de las emisoras FM, los grupos favorecidos fueron 1 BC, la Organización Diego Cisneros, algunos supuestos independientes que están ligados de alguna manera al gobierno de aquel entonces y otros radiodifusores de la banda AM. La realidad contradujo la intención oficial de democratizar la propiedad de los medios. ¿Será cierta la idea de que el negocio de los medios es una especialidad empresarial como cualquier otra? Habrá que reflexionar sobre ello, porque "la mercancía" que circula es a la vez social y cultural
74	1991	La voz de Venezuela: cronología de la indolencia	Bertha Brito	Presentar una "cronología de la indolencia" en torno a la radiodifusión estatal y concretamente el proyecto "La Voz de Venezuela"	Políticas comunicacionales	Nuevo orden de información y comunicación	Cronología	Los intentos por activar la llamada La Voz de Venezuela se remontan al V Plan de la Nación de CAP, y la definición del Sistema Nacional de Comunicación Social que se pretendió, política que quedaría en manos del Ministro de Información y Turismo, Diego Arria. Luego, Luis Herrera Campins anuncia que se adelantan los planes de las edificaciones para este medio, que se esperaba fuera parte del "Nuevo Orden Informativo y de Comunicación" de Venezuela. Lusinchi asume el poder y crea en 1988 la OCI y ordena la recuperación de los transmisores deteriorados en Paraguaná, comprados en la administración de CAP. Se trata de un transmisor que había sido colocado en Punta Tumatey, uno de los dos, se pudo recuperar. Se concluye que pasará mucho tiempo antes de que se pueda escuchar las emisiones de "La Voz de Venezuela", y el Estado venezolano sigue desasistido en materia de radio
74	1991	El proceso de reestructuración de las telecomunicaciones	Jesús María Aguirre	Demostrar que la propuesta del Programa de Reestructuración del Sector Telecomunicaciones, propuesto por el FIV, implica un amplio proceso de desregulación y privatización de empresas públicas	Políticas comunicacionales	"Ante la Privatización y Desnacionalización de las Telecomunicaciones en Venezuela" (Colección Rectorado, Caracas, Enero 1991)	Documental	Una vez iniciadas las operaciones de privatización, la discusión legal ha pasado a un segundo término para dar lugar a las recomendaciones ante fracasos como el de México o Argentina. El contexto de sospecha que se respira en el país, debido a la debacle moral imperante, exige contar con el apoyo público a lo largo del proceso y asegurarse de que haya transparencia en los procedimientos. Una buena ley en términos de consenso y claridad puede facilitar una reestructuración beneficiosa para el país

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
75	1991	El recurso a la ética en una época de cambios	José Ignacio Rey	Questionar que el capitalismo haya alcanzado el fin de la historia, después de la caída del Muro de Berlín	Ideología capitalista dominante	Weber	Análisis	No ha llegado ni el fin de la historia, ni un nuevo orden mundial. La agobiante moda privatizadora y neoliberal se inscribe en la propaganda del triunfo del capitalismo occidental. La acumulación del capital con las nuevas tecnologías supera niveles históricos de concentración en pocas naciones. La ideología que decreta la muerte de las ideologías, tiende a ahogar toda capacidad de ensoñación o de propuestas alternativas. Un auténtico discurso ético desde los países del Sur no pueden dejar por fuera la dimensión política y debe tener un carácter utópico. América Latina sigue necesitando con urgencia comunicación alternativa
75	1991	Habermas y la ambivalencia de la TV en el capitalismo avanzado	Leonardo Salazar	Resumir la teoría social y de comunicación de Jürgen Habermas, para interpretar la institución de la televisión	Ideología capitalista dominante	Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas	Análisis teórico	Según Habermas el aprendizaje social ocurre a dos niveles del conocimiento, el instrumental, que deviene de la interacción con la naturaleza y el comunicativo, de la interacción entre los humanos (acción comunicativa). El desarrollo tecnológico no ha estado acompañado por un desarrollo de la conciencia moral y se han establecido mecanismos de dominación del hombre por el hombre. Esta dominación da forma a relaciones de producción y éstas solo pueden ser reemplazadas cuando la referencia institucional es suplantada. Solo entonces se puede poner el conocimiento acumulado al servicio de soluciones al problema social. Habermas reconstruye una Situación Ideal del Habla, bajo la cual es posible evaluar la comunicación. Lo que se dice es inteligible, es moral, es correcto y es veraz. Esto tiene como contexto relaciones simétricas de poder, oportunidades similares para la participación. Se puede esperar que las democracias y sus instituciones tengan la capacidad de proveer situaciones que se acerquen a aquellas requeridas en el ideal de Habermas, por ende, la TV puede servir como forum donde las condiciones en las cuales la SIH se posibilita. No obstante, en lo real la tecnificación ha tomado roles ideológicos y la penetración legitima un injustificable sistema económico y de dominación. La TV es empleada para producir discursos manipulatorios, contradictorios o parciales

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
75	1991	Empobrecimiento a través de la comunicación: la lucha continúa	Herbert L. Shiller	Presentar críticas a la nueva estrategia en el campo de la comunicación adoptada por la UNESCO en la vigésimo quinta Asamblea General de 1989	Ideología capitalista dominante	Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación	Documental reflexivo	La UNESCO se propuso asegurar el libre flujo de información a escalas nacional e internacional, tomando como prioridad la libertad de expresión. La UNESCO incurre en amnesia al indicar que una de las razones del cambio es la recomendación de comunicadores profesionales, cuando en realidad fueron los propietarios de medios, asociaciones comerciales y gobiernos los que objetaron la idea del nuevo orden de información y comunicación. Propone la UNESCO educación para profesionales y usuarios en torno a una perspectiva crítica sobre los medios, pero cabe preguntarse quién acometerá la tarea de educar a la audiencia sobre expuesta a los medios de comunicación
75	1991	El control de las fuentes audiovisuales en la propaganda bélica	Eduardo Giordano	Criticar la propaganda emitida por Estados Unidos en la información relacionada con el conflicto del Golfo Pérsico	Ideología capitalista dominante	Ninguna	Reflexivo	La cobertura de la guerra del golfo pérsico fue una farsa que permitió al Pentágono imponer su verdad a través de un canal privado, con el recurso de la inmediatez de la imagen. Durante las primeras semanas de guerra se produjo mucha información falsa. El bombardeo propagandístico se desarrolla en dos niveles: la saturación informativa y el show business de la industria cultural
76	1991	La tematización de las comunicaciones en América Latina	Carlos Catalán, Guillermo Sunkel	Presentar tendencias actuales del análisis de la comunicación en América Latina, a la luz de las transformaciones de los sistemas comunicativos de la década de los 80	Crisis de Paradigmas	La constitución de lo popular en la cultura de masas de Martín Barbero	Documental	Desde sus inicios, hacia fines de los años 50, "los estudios de comunicación en América Latina han tenido un alto grado de politización e ideologización (...) La politización de estos estudios también deviene de una concepción particular sobre del rol del intelectual imperante en América Latina – especialmente en las décadas del 60 y 70- que enfatizaba el compromiso con los procesos de cambio social y la necesidad de poner el conocimiento intelectual al servicio de estos cambios". En la década de los 60 predomina la influencia norteamericana (el funcionalismo) con orientación hacia los efectos de la comunicación; en la segunda mitad de los 60 aparece el modelo de la corriente crítica, con preminencia del estructuralismo marxista y versiones de la teoría de la dependencia aplicados a estudios de comunicación; el tercer momento es el de las políticas nacionales de comunicación, que comienza a desarrollarse a mediados de los setenta y marca el primer intento de elaborar un paradigma de la comunicación a partir de la realidad latinoamericana. El argumento principal es la democratización de la información. El cuarto momento está vinculado con el análisis de las políticas culturales
76	1991	Los desafíos de la investigación frente a las prácticas en el universo de las comunicaciones	Elizabeth Safar Ganahl	Hacer una reflexión crítica sobre los estudios de comunicación	Crisis de paradigmas	Balance de los estudios en comunicación realizados en el país	Reflexiva argumental	Es importante rescatar el debate sobre la comunicación y el desarrollo en el contexto actual, tomando en cuenta la experiencia pasada. El tema de las políticas de comunicación sigue siendo vigente aún cuando no en la misma dimensión de lo que fue en la década de los 70. Abordarlo significa repensar la función del Estado a la luz de la necesidad de fortalecer la sociedad civil. La noción de servicio público tiene una razón de ser en la sociedad venezolana y en este sentido creo que es necesario defender la existencia de medios difusivos de este tipo, especialmente radio y televisión

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
76	1991	Queremos una ley de cine, queremos una gran radiotelevisión de servicio público (a los usuarios, al Gobierno, al Congreso)	Documento de la revista Comunicación	Reclamar por participación en la formulación de políticas nacionales de comunicación y cultura	Políticas comunicacionales	No aplica	No aplica	La Motion Picture Association of America ha saboteado nuestros intentos de dotar al país de una ley de cine. La política de privatización de nuestra radiotelevisión, ha dado pobres resultados que no van de la mano de metas para el desarrollo del país. Los venezolanos hemos pedido desde hace decenios medidas en pro de la complementariedad. Las multinacionales y sus cooperadores locales continúan impidiendo el desarrollo del cine nacional. En lugar de desmantelamiento, exigimos la ampliación y mantenimiento de verdaderos servicios públicos de radio televisión. La mística del servicio y la ausencia de lucro obtendrían el milagro de la calidad
76	1991	Investigación comunicacional en Venezuela, diagnóstico y prioridades	Equipo de la revista Comunicación	Presentar ideas y tendencias sobre el diagnóstico y prioridades en la investigación en comunicación social en Venezuela	Crisis de paradigmas	Balace de los estudios en comunicación realizados en el país	Opiniones de expertos en el área	Tulio Hernández: durante mucho tiempo privó la investigación de fondo sociopolítico, macro, que estudiaba los grandes procesos de comunicación; ahora cada vez más se va a tender a la investigación de hechos aislados. El impacto de la crisis de los modelos sociopolíticos que orientaron la investigación ha dejado una laguna. Pasquale Nicodemo: la investigación se realiza en entes privados de corte publicitario, para ciertos estudios cuyos resultados son confidenciales. Marcelino Bisbal: la investigación en lo académico sigue repitiendo los mismos esquemas enfocados en la teoría crítica, pues no dan cuenta de la realidad cultural comunicacional y en algunos casos algunos han dicho que ha perdido el método; mientras que en el ámbito privado se han tenido que realizar renovaciones metodológicas para abordar nuevas perspectivas corporativas, comerciales. José Ignacio Rey: si bien es cierto que algunas metodologías y enfoques pudieran parecer trasnochados, la ausencia de lucro en las investigaciones del sector académico garantizan su independencia. No debemos olvidar que desde la revista Comunicación, se ha hecho enfoque a favor de los más desfavorecidos y excluidos de la sociedad y que apuntar a políticas nacionales de comunicación sigue siendo necesario

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
77-78	1992	Bases para una política de servicio público en Venezolana de Televisión	Alejandro Alfonzo (resumen de Juan Manuel Matos)	Presentar un resumen del proyecto VEN-90-012, Plan Maestro de VTV, coordinado por José Antonio Mayobre	Políticas comunicacionales	Documental	Revisión de diagnóstico y propuestas por parte de equipo de expertos	Se propone establecer y consolidar a VTV como una auténtica empresa de radiodifusión de servicio público, contribuir al fortalecimiento técnico de VTV, mediante un plan de desarrollo de infraestructura física y de equipos, mantener una transmisión de alta calidad técnica, acorde con parámetros internacionales; extender a todos los núcleos de población del país la difusión de las señales de VTV, con los canales asignados y mediante sus dos canales; aumentar cualitativa y cuantitativamente la programación endógena mediante la producción, co-producción y/o adquisición de material televisivo e insertarlos dentro de una oferta de espacios estable, planificada y diversificada en función de tantos públicos como sea posible, incluyendo audiencias minoritarias; asegurar el mejoramiento de la producción propia por medio de investigaciones previas y evaluación ulterior en términos de aceptación y presencia del mensaje en la audiencia; dar prioridad dentro del plan de programación, a la producción de espacios informativos y de opinión y al género documental, ello con la finalidad de coadyuvar a una mejor percepción de los problemas y procesos sociales; brindar posibilidades de acceso activo al medio televisivo a agrupaciones representativas de los estratos menos favorecidos de la población
77-78	1992	TVN 5: ¿El cierre como alternativa?	Andrés Velásquez Pérez	Cuestionar el cierre, después de 39 años de funciones, de TVN 5, a la luz de una necesaria televisión de servicio público para Venezuela	Políticas comunicacionales	Políticas de participación	Reflexiva argumental	La TVN 5 estaba condenada a ser la cenicienta de Venezolana de Televisión. Una televisión de Servicio Público podría funcionar con el concurso de los diversos sectores sociales que puedan estar involucrados en su sostenimiento y mantenimiento, con una infraestructura que permita el Estado. El cierre de este canal representaría una oportunidad para iniciar este servicio público televisivo, con la participación del entramado social
77-78	1992	Los derechos del usuario y la comunicación	José Ignacio Rey	Cuestionar la calidad de la programación televisiva de los medios privados de comunicación y la inexistencia de un servicio público de televisión	Políticas comunicacionales	Derechos de los usuarios	Reflexiva argumental	En Venezuela, solo las emisoras privadas se encargan de la televisión, que es pública, pero su mala calidad denigra de los derechos de los usuarios a un servicio público de calidad. Es de preguntarse cuál es la responsabilidad de los dueños de los medios en la actual crisis de valores del país. Los usuarios son los que terminan pagando una mala televisión, atiborrada de publicidad, pues son los que compran los productos que se publicitan en ella. 97,9 % de los televidentes opina que la televisión necesita un cambio, 48,7% estima que la televisión es mala, según sondeo de la primera Asociación Nacional de Televidentes de Venezuela

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
77-78	1992	Las comunicaciones públicas y la democracia. La cesión del canal 5 a intereses privados es una insania. El canal 8 y Radio Nacional de Venezuela siguen sin recursos. La Ley de Cine sigue engavetada	Comité por una Radio Televisión de Servicio Público	Cuestionar la carencia de una política nacional de comunicaciones acorde con las necesidades del país, a la luz de lo ocurrido el 4 de febrero de 1992	Políticas comunicacionales	No aplica	No aplica	El 4 F mostró que no disponemos de una radio y televisión realmente públicas, desgubernamentalizadas e idóneas, con un papel capital a desempeñar, y que el poder de informar y comunicar no se está ejerciendo soberana y democráticamente. Ese poder sigue en manos de grupos privados que lucran con las radiofrecuencias de todos los venezolanos en connivencia con quienes han dirigido equivocadamente los destinos de la nación. (...) El 4-F puso pues sobre el tapete el gran tema de las comunicaciones sociales, largamente silenciado por los intereses de quienes juegan al chantaje y temor con el sector político y gobernante del país. También a partir del 4-F unánimemente se reconoce la necesidad de redistribuir democráticamente el poder de informar y comunicar. La democracia solo puede sobrevivir en la medida en que se asegure efectivamente la participación de todos los ciudadanos en los procesos de comunicación, para que las opiniones fluyan libres y plurales entre quienes deben ser sujetos, y no simple objeto de decisiones. Tras meses de reclamo sobre la Ley del Cine, no ha habido respuesta. El Gobierno Nacional, en torno a la situación de los canales 5 y 8, solo ha dado un maquillaje al canal 8, manteniendo su enanismo presupuestario. El Comité se opone a la privatización del Canal 5 ni la Radio Nacional de Venezuela. Propone desgubernamentalizar los servicios estatales de radio y televisión, democratizar la asignación de frecuencias de radio y televisión, erradicar los oligopolios existentes, fomentar y consolidar la industria audiovisual, especialmente la cinematográfica
77-78	1992	Documento que el Comité por una Radio Televisión de Servicio Público somete a consideración del consejo consultivo de la Presidencia de la República	Comité por una Radio Televisión	Presentar en la revista el documento contentivo del diagnóstico y propuestas para el consejo consultivo de la Presidencia de la República, en materia de Radio y Televisión de Servicio Público	Políticas comunicacionales	No aplica	No aplica	El Comité sugiere ejecutar el proyecto Orinoco, para el autoabastecimiento de Papel. Democratizar y descomercializar la asignación de frecuencias, otorgándose las sin cortapisas a partidos políticos, asociaciones, universidades, entre otros. Eliminar la Oficina Central de Información, más parecida a un centro de propaganda, y crear la figura del portavoz de la Presidencia y del consejo de Ministros. Fortalecer VENTPRES. Erradicar oligopolios mediáticos, vía legal. Modernizar los Servicios Públicos de Radio y Televisión
80	1992	Mercado, Estado, Sociedad Civil en los tiempos de libre comercio	Rafael Rocangliolo	Reflexionar sobre si Latinoamérica será capaz de producir contenidos competitivos en tiempos de libre comercio	Crisis de Paradigmas	Semiótica de Armand Mattelard	Documental reflexiva	Mattelard decía que ante la consigna "más mercado, menos Estado", debíamos responder "más sociedad civil". Las sociedades civiles tendrán que alcanzar su nuevo lugar en los mercados, procurando que la libertad rija para todas las voces

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
80	1992	Los procesos de comunicación latinoamericanos en los tiempos de libre mercado	Javier Estenou Madrid	Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación, dentro de la dinámica de cambio modernizador que vive América Latina	Crisis de paradigmas	Ideología capitalista dominante, leyes de oferta y demanda	Documental reflexiva	Se ha desarrollado la idea de que es necesario que las naciones latinoamericanas se modernicen para poder competir en el mercado mundial. Se pasó de proyectos proteccionistas a las leyes del mercado. Es imperioso, ante los tratados de libre comercio, reflexionar sobre el papel de la cultura y los medios de comunicación para sostener nuestras identidades. De lo contrario, el alma de nuestros pueblos quedará sepultada por espejos parasitarios de la modernidad en esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional. Se requieren contrapesos planificadores, para que la comunicación no quede aplastada y haya verdadera participación democrática
80	1992	Países privatizadores vs. países reestructuradores	Martha Fuentes, Gisela Gil, Carlos González	Presentar fallas en el diseño de la reestructuración y privatización de las telecomunicaciones en Venezuela	Políticas comunicacionales	"La comunicación cercenada", Antonio Pasquali	Documental, estudio de casos	El cuestionamiento a las fallas en el diseño de la reestructuración y privatización de las telecomunicaciones en Venezuela no equivale a una defensa a ultranza de modelos económicos estatistas, ni un rechazo absoluto de la gestión privada en servicios fundamentales, pues así como existen buenos ejemplos de países con telefónicas públicas de alta rentabilidad y eficiencia, reconocemos también que abundan los casos de naciones con servicios telefónicos de avanzada en manos de particulares. La pregunta de fondo, no obstante, en torno al dilema servicio público- actividad productiva de las telecomunicaciones se remite más bien a saber si, en las actuales condiciones de desarrollo del país, todavía distantes en un equilibrio entre sus variables económicas y sociales, el mejor modelo de Estado sería, precisamente, el de menos Estado. En la situación presente de crecimiento del sector, aún incapaz de garantizar a la mitad de la población venezolana el acceso igualitario a la telefonía básica, consideramos todavía inconveniente delegar la responsabilidad de una expansión democrática del servicio en operadores cuyos objetivos de lucro privan por sobre los intereses nacionales en la materia
80	1992	Cinco documentales sobre el Che: mito o realidad	Emperatriz Arreaza Camero	Revisar la vida y obra del Che Guevara y contrastar su trayectoria con la construcción del mito en cinco documentales realizados entre 1967 y 1982	Símbolos en la comunicación política	Los intelectuales orgánicos de Gramsci	Documental reflexiva	La influencia del Che dentro de la revolución Cubana ha sido, sin duda, su definición del hombre nuevo que va a crear con su esfuerzo, ejemplo y trabajo. Un hombre sin egoísmo, guiado por su conciencia, al servicio de la sociedad, la cual está siempre primero que el mismo. Son las cualidades del guerrillero-campesino "simplicidad, camaradería, lealtad, trabajo duro, tenacidad, coraje, solidaridad y sacrificio" las que se le atribuyeron posteriormente al Che en documentales sobre su vida, en los discursos de Fidel, en las consignas de los Jóvenes. Es el ideal del joven revolucionario. Otro aporte será la preeminencia de los valores morales sobre los intereses materiales, para incrementar la productividad económica, y reducir el ausentismo laboral. Como ha pasado en otros momentos de la historia, la bala que lo silencia es la bala que lo convierte en mito, símbolo de la utopía inalcanzable. Los documentales pretendían servir de recursos para despertar la conciencia revolucionaria. El documental cubano, entendido como propaganda, demostró el uso creativo de la demostración, y el ejemplo en la enseñanza de los principios revolucionarios y el argumento dialéctico para movilizar a los pueblos

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
80	1992	¿Hacia dónde va la integración en América Latina?	Gustavo Hernández	Reflexionar sobre el rumbo de la integración latinoamericana y las perspectivas de democratización de las comunicaciones, después de los cambios en el panorama ideológico mundial de finales de la década de los 80	Crisis de paradigmas	Noam Chomsky, "la democracia en un mundo cambiante"	Documental-reflexiva	En América Latina se vive una pseudo democracia, debido a que los hechos de corrupción han minado la sociedad. El imperio estadounidense tiene todas las de ganar en el continente, ya que con la desaparición del bloque soviético, que mantenía la estabilidad militar en el mundo bipolar, se plantea un nuevo orden signado por el predominio; casi en exclusiva, de la ideología capitalista bajo el amparo del poderío militar estadounidense
80	1992	Libertad de expresión y poder de información democrático	Hermann Escarrá	Reflexiones sobre la reforma del Artículo 66 de la Constitución Nacional debatida en el Congreso de la República	Legislación comunicacional	Opinión pública, Jürgen Habermas	Reflexiva argumental	La opinión pública es el campo en el que se puede establecer un diálogo entre los más diversos actores sociales que permita la toma de decisiones sobre asuntos de interés general con la amplia participación de los miembros de la sociedad y los responsables del Estado y gobierno. La garantía constitucional de la libertad de expresión busca establecer ese espacio necesario para una auténtica democracia. La libertad de expresión no es un asunto de libre mercado ni puede ejercerse de acuerdo a la racionalidad privada que guía las actuaciones individuales. La libertad de expresión se ubica en la dimensión de la racionalidad pública, de la constitución misma de la sociedad. Por tanto, la sociedad no puede renunciar al derecho a normar los flujos de información y el papel de los medios de comunicación con la finalidad de que se cumpla su objetivo principal: la gestión democrática en los asuntos de interés general. La redacción del artículo debe modelar el papel democratizador de la comunicación en el Estado, fortalecer la libertad de expresión y el ejercicio de la participación política
80	1992	Constitución: Artículo 66	Antonio Pasquali	Criticar la pretendida reforma del artículo 66 de la Constitución Nacional, adelantada por el Congreso de la República	Legislación comunicacional	Declaración General de la II reunión de ASIN	Reflexiva argumental	El Artículo 66 vigente es excesivamente lagunosos para los tiempos modernos, y por ser casi una copia al carbón del Art. 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, resulta etéreo y de difícil concreción en la Venezuela real de hoy. Una Venezuela, pongamos por ejemplo, en que la casi totalidad de los impotentes televidentes nada pueden, por desamparo constitucional, contra dos o tres concesionarios de frecuencias televisivas que llevan treinta años echando impunemente basura (o "putrefacción", como se dijo recientemente, y fue bien dicho) en el alma de nuestros niños. El reformador actual se limita intercalar, en el listado de derechos: "o por cualesquiera otras formas de expresión", y añadir al Artículo: "Se garantiza el derecho de información veraz y oportuna, dentro de los principios consagrados en esta Constitución". La reforma debería emplear el término comunicar, más amplio que informar, y decir que se tiene derecho a una comunicación libre y plural, que comporta deberes y responsabilidades especiales

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
81	1993	Comunicación y Consumo en tiempos neoconservadores	Néstor García Canclini	Confrontar los principales modelos teóricos con que diversas ciencias sociales analizan el consumo cultural, preguntarnos cómo combinar esos modelos para estudiar las estructuras particulares de comunicación, consumo y recepción de los bienes culturales en la actual crisis latinoamericana	Comunicación y consumo cultural	Pierre Bordieu, Mary Douglas y Michel de Certeau	Documental argumentativa	El diferencial de consumo cultural entre los grupos minoritarios privilegiados, con consumo de redes y medios privados, y las mayorías con acceso restringido, supone uno de los mayores desafíos para América Latina
81	1993	La cultura mediatizada	Olga Dragnic	Desmitificar el concepto de cultura en los medios de comunicación social, que articulan contenidos culturales, basados en el concepto de arte de las élites. Definir el periodismo como productor de cultura	Ideología capitalista dominante	Simplificación, homogeneización en los medios de comunicación, de Walter Benjamin.	Documental argumentativa	El predominio de la cultura de élite determina el carácter de la clase dominante, no solo en cuanto poseedora de los medios de producción, y el consecuente disfrute del poder político, sino como el estrato más ilustrado de la población
82	1993	Las representaciones sociales y su configuración narrativa	Jesús María Aguirre	Revelar las operaciones por las que el cientista cuenta las aventuras de sus personajes, llámense autores, sujetos o fuerzas sociales, interviniendo en posición de tercera persona, bajo la mirada de otros científicos espectadores	Narrativas	Configuración narrativa de Paul Ricoeur	Deconstrucción discursiva y crítica narrativa	No puede haber comprensión de la realidad, y menos explicación o pretensión de la verdad, sin la autoafirmación de un sujeto que se determina y se compromete en su acto expresivo; ni tampoco intervención social y consiguientemente praxis social, donde no se explicitan el deseo del ser y el esfuerzo por existir que nos constituyen
82	1993	Jesús Martín Barbero: De la filosofía a la comunicación	Luis Javier Mier Vega	Entrevista sobre los aportes de Jesús Martín Barbero a los enfoques teóricos en materia de Comunicación Social	Crisis de paradigmas	Rompimiento con el término vulgarización y con la perspectiva de la ideología dominante desde el emisor	Entrevista	Repensar las comunicaciones desde las prácticas sociales, permite ver el fenómeno desde una óptica que rompe con la idea de la comunicación vista como el proceso de dominación desde la emisión de los medios. Resulta imposible comprender la dominación, si solo pensamos desde los emisores y no desde los receptores
82	1993	Comunicación y ciudad: entre medios y miedos	Jesús Martín Barbero	Demostrar que los miedos han entrado a formar parte constitutiva de los nuevos procesos de comunicación	El miedo en la comunicación	Tecnoestructura de Jurgen Habermas	Documental argumentativa	Los miedos son claves en los nuevos modos de habitar y de comunicar, son expresión de una angustia más honda, de una angustia cultural. En Colombia, los medios viven de los miedos
83	1993	El poder comunicacional: supuestos y requerimientos	Ernesto Mayz Vallenilla	Demostrar el poder de la tecnificación de los medios, especialmente, de la televisión, que ha supeditado a grupos de presión, tales como partidos, sindicatos, etc., a sus usos. Y los medios dependen de los intereses de los grupos económicos	El poder de los medios de comunicación	La aldea global, Marshall McLuhan	Reflexión crítica	El Estado no puede administrar, controlar y dirigir todos los poderes, pues sería totalitario. Pero sí, como democrático y pluralista, debería colocar límites a los medios de comunicación, a sus poderes, a través de una instancia estatal que norme o arbitre los medios. Se propone la creación de un Consejo Superior de Comunicaciones y de una instancia pública: el Poder Comunicacional
83	1993	La opinión pública en Venezuela: ¿de súbdito a caudillo?	Marta Colomina	Evidenciar que los medios de comunicación pasaron de ser condescendientes con la élite política del país, a ser impugnadores, a la luz de lo ocurrido con la destitución del presidente de la República, Carlos Andrés Pérez	El poder de los medios de comunicación	Ninguna	Reflexión crítica	El creciente deterioro en la calidad de vida del venezolano común, en contraste con el aumento de riqueza de la élite política tildada de corrupta; así como el periodismo de denuncia, son factores que han elevado el carácter beligerante de los medios de comunicación. El liderazgo político tradicional, encarnado en AD y Copei, está en decadencia

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
83	1993	La TV y el desplazamiento de la información	Miguel Ángel Briceño	Reflexionar sobre los efectos de la TV en los individuos, a la luz de teorías sobre el fenómeno	El poder de los medios de comunicación	Teoría de mantenimiento y ampliación de pautas sociales a través de los medios (Robert Merton, Paul Lazarsfeld). La comprensión de los medios según Marshall McLuhan. Alvin Toffler, la Tercera Ola. La Industria Cultural de la escuela crítica de Frankfurt	Reflexión crítica	Una participación asociacional activa en la sociedad, que implique la producción de información y su intercambio, es lo único que posibilitaría la participación activa del individuo socializado, en el medio comunicacional y convertiría a este último, en simple medio. El medio amplifica lo existente en la sociedad, por tanto, si no se centra previamente con la existencia de asociaciones entre los hombres, o al menos, con las potencialidades para hacerlo, es poco probable que el medio las cree con su acción
83	1993	Dos factores del creciente gasto electoral y un esbozo de proposiciones en contra	Humberto Njaim	Evidenciar el aumento de gasto en propaganda electoral	Comunicación de partidos políticos	Teoría de la sociedad de masas	Recolección de datos empíricos (gastos en publicidad y propaganda de 1956 a 1980)	Quienes gozan de los recursos para pagar gastos millonarios de propaganda electoral, tienen una ventaja abrumadora respecto a quienes no lo puedan costear. Construir un líder nacional requiere un gran financiamiento para hacerlo masivo. Se propone un modelo distinto de elección, indirecta desde la decisión de órganos de elección popular intermedios, además de medios bajo el control de la sociedad civil, con representación minoritaria del Estado, de verdadero servicio público
83	1993	El sistema de mercadotecnia electoral	Pasquale Nicodemo	Visualizar la manera como la mercadotecnia surge como fenómeno en el ámbito electoral venezolano	Comunicación de partidos políticos	Marketing, mercadotecnia electoral	Documental	Sistema de Mercadotecnia Electoral, Sistema de Información Electoral, Sistema de Calidad Total
83	1993	Televisión y Cultura Política	Rafael Roda	Explorar enfoques innovadores de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas	El poder de los medios de comunicación	Teoría de los efectos de los medios de comunicación, Laswell, Gerbner, Casey	Documental	El enfoque que presta Gerbner a la teoría de los efectos de los medios de comunicación en las masas, es novedosa, por cuanto supone que los medios, a pesar de no cambiar las posturas de la opinión pública, sí puede contribuir a mantener opiniones o ideologías pre existentes, así como marcar la agenda de temas
83	1993	El proceso electoral en la perspectiva de Manuel Caballero: la revolución comunicacional de las elecciones	Carlos Ocanto	Explorar en las opiniones del periodista e historiador Manuel Caballero sobre el papel de los medios en la campaña electoral presidencial de 1993	El poder de los medios de comunicación	No refieren	Entrevista	El gran partido es la TV, un partido fascista, unidireccional. Es el uso de la TV lo que encareció las campañas electorales. Los medios de comunicación y particularmente la televisión serán decisivos en la contienda electoral, para la cual se perfila bien Caldera, gracias, en parte a su postura con respecto a Chávez. Las encuestas en Venezuela presentan fallas metodológicas y algunas no son de fiar

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
84	1993	La radiodifusión en Venezuela para 1993	Gustavo Hernández	Presentar un diagnóstico de la radiodifusión en Venezuela durante el primer semestre de 1993	Políticas comunicacionales	No refieren	Análisis estadístico, recopilación de datos	En Venezuela se encuentran en el país 195 estaciones de amplitud modulada, de las cuales 194 pertenecen al sector privado. 39 emisoras privadas de FM se encuentran en proceso de preparación para salir al aire. En el espectro televisivo, existen 17 estaciones, de las cuales solo dos pertenecen al sector público. Existen violaciones flagrantes a decretos sobre reglamentos de las operaciones del sector de radiodifusión, al evidenciarse la tenencia oligopólica de varias frecuencias, por parte, por ejemplo de Orlando Castro. También existen violaciones a los temas para adultos exhibidos en franjas horarias no permitidas. Se menciona la poca producción nacional, la tendencia al consumismo con la publicidad y el afán de lucro
84	1993	Las nuevas plantas de TV en Venezuela	Flor Fabiola Zerpa	Validar la apertura del espectro televisivo, con la llegada de proyectos a escala regional y nuevos esquemas de televisión paga	Estructura económica de los medios de comunicación	No refiere	Documental	Durante dos décadas, dos televisoras privadas y dos estatales dominaron el espectro radioeléctrico. A partir de 1990, cambios en las leyes y entrega de concesiones, otros agentes ampliarán el pergamino oferente, comenzando por canales de frecuencias UHF y VHF en el interior y en Caracas, así como los de televisión paga, aprobados desde 1989
84	1993	Las representaciones sociales y su configuración narrativa. Segunda parte: las configuraciones del acontecer social	Jesús María Aguirre	Evaluar los distintos discursos y representaciones colectivas, hechando mano de diversas teorías	Narrativas	Crítica regresiva de Paul Ricoeur, nuevos lineamientos sociológicos de Anthony Giddens, Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas, Sistemas Sociales de Niklas Luhmann	Documental	Los sistemas sociales se descomponen en acciones y obtienen por medio de esta reducción las bases para establecer relaciones con otros procesos comunicativos (Luhmann, 1991). La acción se constituye solamente en dos contextos diferentes: como información o como acción de la notificación. La ideología sirve para la legitimación de lo que es y en términos de relaciones institucionales de poder, legitima la autoridad presente
84	1993	¿Construir es inventar? Los medios, la comunicación, las políticas involuntarias	Silvia Hopenhayn	Presentar apreciaciones de Eliseo Verón, Doctor de Estado en lingüística	Poder de los medios de comunicación	Poder de los medios de comunicación. Efectos limitados de la comunicación	Entrevista	La relación de los medios y la sociedad es totalmente circular. Los medios no reflejan a la sociedad ni la sociedad refleja a los medios. Los medios trabajan a partir de contenidos culturales que circulan y evolucionan en el seno de la sociedad (y al trabajarlos los transforman) y la sociedad retransforma la materia que los medios difunden en la sociedad. Los medios funcionan según la lógica económica del mercado de los discursos. La sociedad civil es la que puede permitimos transformar y preservar la democracia en crisis de los años noventa
85	1994	Los medios: porvenir de la aldea global	Jérôme Bourdon	Evaluar el poder de los medios de comunicación, a la luz de sus efectos no muy esclarecidos en el aspecto identitario de las sociedades	Poder de los medios de comunicación	La aldea global, Marshall McLuhan. La cultura de masas, de Edgar Morin	Documental	La identidad no es jamás totalmente reconocible. Los medios de comunicación no refuerzan la identidad colectiva. Es falso que los medios de comunicación hayan sido, por sí solos, poderosos agentes de transformación de la sociedad

ESTUDIOS

ANEXO. FICHA GENERAL

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
85	1994	Del ritual quinquenal a la nostalgia de los cambios	Marcelino Bisbal	Reconocer en el proceso electoral de 1993 un cambio en los resultados de la inversión en propaganda política, y es que la ciudadanía muestra cansancio en torno a la democracia bipartidista y dio la confianza a Caldera, a pesar del menor gasto en publicidad televisiva con respecto a contendores como el propio Álvarez Paz	Comunicación de partidos políticos	El proceso de democratización en Chile, Norbert Lechner	Documental, análisis	El gasto en publicidad televisiva jugó en contra en el proceso electoral de 1993. Un Rafael Caldera, que supo capitalizar los efectos del 4-F, se alzó en una contienda electoral que deja ver que el venezolano está hastiado de la democracia bipartidista y que podría cometer malas decisiones, debido a la poca confianza en el sistema democrático
85	1994	Audiovisual integrado: política global	Enrique Bustamante	Demostrar que se hace urgente la aplicación de políticas internacionales de comunicación, que regulen la actividad televisiva	Políticas comunicacionales	No cita	Documental	La desregulación de la televisión ha sido lo común en los últimos 10 o 15 años. Las políticas de regulación audiovisual deben ser internacionales o regionales, o no tendrán cabida.
85	1994	Un diálogo con William H. Melody acerca de Harold Innis	Tapio Varis	Aproximar las ideas de Harold Innis al lector, a través de una entrevista con uno de sus estudiosos, William Melody	Poder de los medios de comunicación	"Imperio y comunicación", "El sesgo de la comunicación", Harold Innis. "La Aldea Global" de Marshall McLuhan	Entrevista	Innis volcó su atención como historiador en desentrañar el papel de la comunicación en el desarrollo económico y social de las naciones. Es válida la conclusión de Innis, en torno a que las universidades deberían dedicar más tiempo a estudiar lo vivo que a analizar lo ya difunto, en alusión al conservadurismo de las academias. Las universidades tendrán que reflexionar sobre sus métodos de investigación si piensan contribuir a superar situaciones actuales
86	1994	Comunicación alternativa en Venezuela: apuntes para una agenda	José Ignacio Rey	Desmentir que, en medio de una supuesta crisis por el "fin de las ideologías", haya perdido vigencia la búsqueda y denuncia por una comunicación alternativa para los sectores socialmente excluidos de las industrias culturales, aún dominadas por una ideología dominante	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	Industria cultural, ideología capitalista	Reflexiva argumental	La comunicación alternativa mantiene plena vigencia, como concepción de un sistema de comunicación paralelo, participativo y autóctono. Así como la propuesta de una radio y televisión de servicio público, desgubernamentalizado, moderno, bien gerenciado, que garantice la recuperación de la autoestima nacional afectada por la crisis en un debate sin exclusiones. Este servicio es una necesidad de vida o muerte en el presente. Sin medios de comunicación verdaderamente democráticos no podrá nacer una sociedad civil
88	1994	El futuro de nuestra televisión	José Ignacio Rey	Defender la importancia de regular la actividad televisiva	Políticas comunicacionales	El papel de la comunicación en las democracias. George Gerbner	Documental	El papel del Estado es irrenunciable en las comunicaciones, es imposible una democracia sin leyes y no normar en la materia, es una excusa para la impunidad. La libertad de expresión es un derecho de todos. La entrega de frecuencia debe ser diáfana, no tener premisas de clientelismo ni discrecionalidad
88	1994	Caldera y sus políticas comunicacionales: el riesgo de no satisfacer las expectativas generadas	Ada Locurto, Mercedes Acosta	Presentar el contraste entre lo prometido por Rafael Caldera como candidato y lo realmente ejecutado, en el ámbito de la crisis presupuestaria	Políticas comunicacionales	No presenta	Reflexiva argumental	Rafael Caldera no ha podido cumplir el objetivo propuesto de fomentar un ciudadano crítico y creativo con una transformación que permitiera democratizar la cultura y las comunicaciones, y sus problemas presupuestarios parecen dar al traste con las expectativas en la materia

ANEXO. FICHA GENERAL

ESTUDIOS

Nº	Año	Título	Autor	Objetivo	Tema	Teorías esenciales	Diseño de investigación	Conclusiones
88	1994	Chiapas: los nuevos protagonistas y sus estrategias comunicativas	Guillermo Orozco Gómez	Describir las estrategias comunicacionales del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en México	Nuevo orden informativo mundial / Comunicación alternativa	No presenta	Reflexiva argumental	El Ejército Zapatista de Liberación Nacional, la sociedad civil y la prensa escrita han formado un frente de opinión pública en México, capaz de contrarrestar la comunicación de los grandes medios. El comandante Marcos ha llevado una estrategia de comunicados erigiéndose como figura del acontecer nacional. La prensa escrita ha cubierto el conflicto con detalle, en ocasiones, "con heroísmo". La censura oficial ha intentado obligar a que se le dé un tratamiento de alzados a los miembros de la insurgencia. Televisa ha sido considerado contrainsurgente
90	1995	La Comunicación Alternativa y el discurso de la sociedad civil	José Ignacio Rey	Describir la semantización de lo irreal, como la penetración de la publicidad en nueva ideología adaptada al mercadeo, empleada para disfrazar el supuesto fin de las ideologías	Ideología capitalista dominante	"Ilusiones necesarias, el control del pensamiento en las sociedades democráticas", de Noam Chomsky	Reflexiva argumental	El discurso a favor de la sociedad civil es empleado para atacar al Estado y coincidentalmente para defender el neoliberalismo y las privatizaciones. La comunicación alternativa debería asumirse hoy como educación ciudadana. La globalización comunicacional no va precisamente en contra de la concentración de poder ni a favor de la democratización de los medios
90	1995	Comunicación y cultura: para pensar lo massmediático	Marcelino Bisbal	Análizar las circunstancias culturales y políticas bajo las cuales surgieron los análisis críticos de la comunicación de masas y dar cuenta de nuevas lecturas que proponen que en lugar de imposición de una comunicación con ideología dominante, existe la seducción y el convencimiento de los medios al proveer contenidos culturales socialmente aceptados por las mayorías	Comunicación y consumo cultural	Industria cultural, "El arte en la época de su reproducción mecánica", Walter Benjamin, "Comunicación y Cultura de Masas", Antonio Pasquali; "Comunicación y culturas populares en latinoamérica", Néstor García Canclini	Documental	Los teóricos de la comunicación ya no podemos seguir hablando de imposición de la comunicación, sino más bien de la seducción de la comunicación, de convencimiento o de utilidad de la comunicación. Para entender la eficacia persuasiva de las acciones hegemónicas, hay que reconocer, según la expresión de Godelier, lo que de ellas existe de servicio a las clases populares