

TRES EXPERIENCIAS VENEZOLANAS

Preliminar. A solicitud de Chasqui presento algunos comentarios en torno a experiencias de proyectos populares sobre lecturas críticas de los mensajes masivos. Escogí tres proyectos que son institucionales, aun cuando no puedo calificarlos de populares, si no nos entendemos en lo que aceptamos por popular, un concepto multívoco, polémico, politizado e ideológicamente sesgado. Aquí asumo **lo popular** como aquello que es relativo al pueblo, y dejamos **pueblo** y sus definiciones a nuestros amigos lectores. Yo lo asumo en su genérica aceptación del **populus**, como población pequeña o grande, que ocupa un sitio para vivir y/o trabajar. Después cada quien puede agregar lo demás.

Las tres experiencias seleccionadas tienen que ver con la difusión de mensajes, lo que las introduce en un mecanismo de amplio espectro informativo, y esto podría llamarse el ingrediente popular.

a) La Agencia de Noticias de la OPEP (OPECNA/OPEC News Agency):

Cuando el periodista venezolano Gonzalo Plaza fue designado primer director de la OPECNA y ahora ratificado, el fin principal de la nueva organización periodística fue formulado como la difusión de información adecuada que pueda contrarrestar aquellas transmitidas por las transnacionales de la información y que distorsionan el carácter veraz, de oportunidad y credibilidad de las noticias petroleras.

Venezuela ha promovido algunos análisis en torno a la información petrolera y mantenido una postura de alerta frente a la transnacionalización de la información en este campo. En este sentido, se han producido estudios como el de Rosalía Villegas, y seminarios de postgrado, como el dirigido por el profesor Héctor Malavé Mata en Maestría sobre "Diseño y Planificación de Políticas de Comunicación en América Latina".

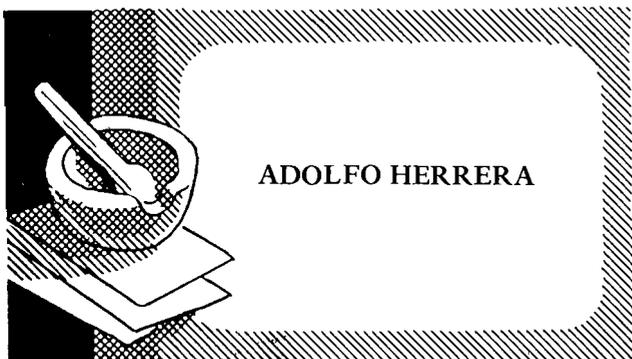
Además, hemos sido objeto de abiertas manipulaciones en este campo. Observemos la primera noticia, y lo que pasó en Venezuela cuando el 10 de septiembre de 1960 se reúnen por la primera vez los países exportadores de petró-

leo, considerado el acontecimiento de mayor trascendencia en la materia, ya que había sido precedida por importantísimas reuniones tales como el Congreso Árabe Petrolero, que concentró en El Cairo a las autoridades más relevantes de la especialidad. Los acontecimientos sucedieron así:

1.- Venezuela a través de su Ministro de Minas e Hidrocarburos, Juan Pablo Pérez Alfonzo, llamado uno de los padres de la OPEP junto al jeque Abdulab El Tariki, Director de Asuntos Petroleros de Arabia Saudita, formulan las bases de la organización, bajo la idea de formar un "Compacto Internacional del Petróleo". La Conferencia se resumió así:

1.1. "Roma AFP. Juan Pablo Pérez Alfonzo, Ministro de Minas de Venezuela, salió hoy del aeródromo de Ciampino en dirección a Bagdad. El Ministro venezolano que durante los días de su permanencia en Roma se entrevistó con Enrico Materi, presidente de la Oficina Italiana de Hidrocarburos, viaja a Irak para asistir a una Conferencia Internacional de Petróleo, que se celebrará el 12 de septiembre en Bagdad".

Esta fue la única información de ese día en Venezuela. Sesenta y siete palabras bastaron para reseñar el hecho más relevante de los últimos años en el mundo del petróleo. Así la OPEP, que primero se llamó Organización de Naciones Exportadoras de Petróleo (ONEP) fue minimizada, distorsionada, banalizada, omitida, agredida, silenciada, fragmentada y la opinión pública nacional e internacional no percibió aquel hecho en sus justas y reales dimensiones. Y desde ese momento, la OPEP so-



lo es difundida a través de la distorsión de la información, que crea el fantasma de la división cada vez que se reúne, y lo que para unos es diferencia de criterios, para las transnacionales de noticias es división de los países miembros.

La OPECNA surge hace unos pocos años para intentar difundir información precisa y veraz en torno a la Organización. Los estudios sobre información internacional en Venezuela, especialmente el del profesor L.A. Gómez, señalan que el 80 por ciento de las noticias internacionales son suministradas y reproducidas al público por agencias norteamericanas, lo que de antemano, sesga el interés de los datos.

OPECNA, lamentablemente no ha podido cumplir con sus objetivos: presentar la otra cara de la información petrolera. Por varias razones, la principal de ellas es el control de los medios latinoamericanos por intereses transnacionales, y la otra, la concepción tradicional de la agencia OPECNA. De esta agencia no sale información alguna si previamente no es aprobada por su secretariado, lo que la transforma en simple divulgadora de documentos oficiales, y le resta la agilidad necesaria del periodismo actual.

OPECNA tiende al fracaso si no le dan un vuelco a su política editorial y a su específica manera de trabajar la noticia petrolera. Si no se crean las mesas de redacción por continente, que contextualice y agilice la realidad noticiosa. Observamos como el proyecto se derrumba, con una OPEP en plena efervescencia de las contradicciones internas, cuando más la necesita.

b) La mujer y los Medios, el reto de una participación más creativa: El Ministerio de Estado para la Participación de la Mujer, cuya titular fue la Dra. Mercedes Pulido de Briceño, hoy subsecretaria general de la ONU para Asuntos de la Mujer, planteó una serie de premisas que posteriormente fuesen incluidas en un proyecto especial para promover un cambio de actitud en las mujeres venezolanas.

Planteó en sus documentos que los medios de difusión masiva reforzaban los siguientes estereotipos femeninos tradicionales, como resultado de una serie de investigaciones: a) labores y responsabilidades exclusivamente hogareñas; b) intereses centrados en el arreglo personal y la atracción al sexo masculino; c) promoción de rasgos físicos tales como esbeltez, cutis aterciopelado, miembros finos; d) rasgos de personalidad tales como dependencia afectiva en

alto grado, bajos niveles de autoestima y autoafirmación, y escaso control emocional, entre otros; e) el conflicto amoroso hombre-mujer como elemento casi exclusivo de la vida.

Planteaba la Ministra Mercedes Pulido que "el hecho de que los medios justifiquen valores y refuercen las labores hogareñas de la mujer, no puede considerarse, "per se", negativo, ya que no se puede pretender restarle importancia psicológica, social ni económica a las tareas familiares". Más bien, decía la Ministra, lo cuestionable se vincula con el hecho de: a) no presentar una gestión participativa, compartida por los miembros de la familia, en el ejercicio de las actividades hogareñas, que abarcan desde la limpieza de la casa hasta la completa crianza de los hijos y la relación de pareja. b) no presenta a la mujer desempeñando, como en realidad lo hace, roles extra-hogar como fuerza laboral. c) no presenta modelos femeninos que enseñen a manejar optimamente la doble jornada que lleva a cabo la mujer en la casa y fuera de ella. d) muchos medios, la mayoría, abusan de la posición consumidora de la mujer, favorecen su "evasión" a los problemas cotidianos y existenciales, y no le ofrecen alternativas válidas, entre ellas, la posibilidad de no aceptar pasivamente los contenidos que transmiten los mensajes emitidos por los medios. e) y algunos medios, promueven un falso aire de liberación femenina.

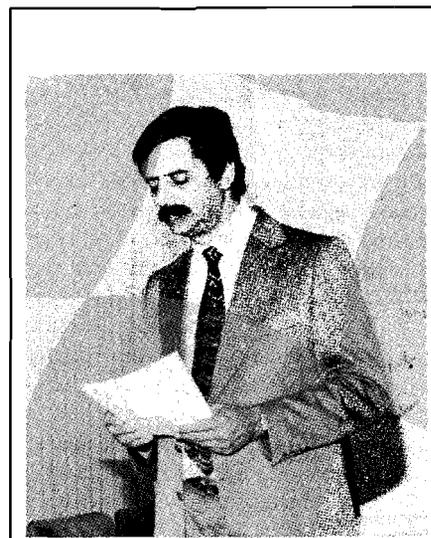
El despacho citado encabezó la discusión y la reformulación del Código Civil, especialmente aquellos artículos referidos a la mujer. Luego de aprobados por el Congreso Nacional desarrolló una campaña de microprogramas radiales y de "comics" dirigidos a la población en general y a la mujer en particular, abarcando temas tales como: plano legal (deberes y derechos matrimoniales, familiares, laborales, penales); plano familiar (roles de familia, educación de los hijos, responsabilidad) Organización de Consumidores; área laboral y casos de mujeres destacadas por algún aporte social significativo.

El programa se inició, pero no tuvo continuidad en el tiempo ni fue evaluado. Cuando ocurrió el cambio de administración en 1984, desaparecieron el Ministerio y el Programa.

c.) Los Clubes de Prensa: El profesor Jesús Rosas Marceno, de la Escuela de Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, promovió los clubes de prensa, que ya están incluidos en los pensa ordinarios de la educación primaria.

El profesor JRM practicó con éxito la actividad de estos clubes en diversas zonas del país, especialmente en las zonas populares de Caracas. El fin de estos clubes es desarrollar en los alumnos un espíritu crítico en la lectura de los mensajes de los medios, pero además ha promovido el uso de investigaciones por parte de los niños, con resultados francamente dignos de reseñar. Los niños han aprendido a manejar categorías a través de la lectura, a formular opiniones críticas en torno a las informaciones de los medios masivos y quizás lo más interesante, se ha promovido el desarrollo de un pensamiento lógico a través de la investigación de la lectura crítica de los medios.

Además, los niños han comenzado a considerar y practicar órganos alternativos que plantean informaciones comentadas, críticas o simplemente distintas a las recibidas por los medios masivos.



ADOLFO HERRERA E. Jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación Escuela de Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela Profesor de Teoría de la Imagen y de Teoría de la Comunicación, ECS/UCV. Periodista de la Revista Semanal "MOMENTO". Docente del Postgrado en "Diseño y Planificación de Políticas de Comunicación en América Latina" /Facultad de Humanidades y Educación/UCV.