

Reseñas

REVISTA *COMUNICACION* Nº 85. *Estudios Venezolanos de Comunicación*. Centro Gumilla. Caracas, 1994. pp. 72.

El primer número de 1994 producido por el Equipo Comunicación, de la Revista *COMUNICACION. Estudios Venezolanos de Comunicación*, está dedicado a la temática de la globalización, titulado *Reperto Global*.

"Las profundas transformaciones producidas en la industria del cine y la televisión han convertido a la comunicación audiovisual en una constelación en continuo proceso de expansión de medios y soportes. El cine, como medio de comunicación integral enfrenta una crisis, y la desregulación es el cambio más característico que ha sufrido la televisión. En Europa la desregulación ha significado el debilitamiento de las reglas sobre la producción y la programación, y sobre la cantidad y o calidad de la publicidad." Así lo señala en la sección de investigaciones ESTUDIOS, el autor español Enrique Bustamante, que colobara en esta oportunidad con su artículo "Audiovisual integrado, política global".

Ramón Zallo, en "Los espacios público y privado del sector cultural: un punto de vista desde la economía", analiza la televisión desde la perspectiva económica. "Entre otras teorías cita el monopolio natural de Kopp y el mercantilista de Kofford, a fin de mostrar dos enfoques opuestos en torno a la viabilidad económica de la televisión pública". Otra investigación interesante para apreciar las implicaciones de la globalización es "Puerto Rico: Idioma e Identidad", de Isidro Sepúlveda, en la cual se detalla la política cultural y lingüística de Puerto Rico en su relación con Estados Unidos. "La confrontación entre dos políticas, dos idiomas y dos identidades cobra particular relieve en la etapa de la globalización, cuando los resortes de la identidad pugnan por su autonomía en la escogencia del bloque cultural estadounidense o sudamericano".

En la sección ENTRADA se encuentran un grupo de trabajos actualizados en cuanto a la distribución mundial de los medios e industrias de la comunicación y cifras aproximadas de facturación. Ofrecen una descripción de los emporios comunicacionales en el mundo los artículos: "Los Aztecas, los Cariocas y los Caribes", de Abdel Güerere, panorámica de los amos del valle comunicacional en Latinoamérica. Luego "Los grupos multimedia de

Europa" son presentados por Carlos Correa, y finalmente podremos conocer ¿Quién es quién? en el mundo anglosajón con el trabajo de Francisco Tremonti "La invasión de los nuevos bárbaros".

También en esta misma sección encontramos artículos de otro corte, como el de Marcelino Bisbal "Del ritual quinquenal a la nostalgia de los cambios", donde se evalúa la última campaña electoral desde el punto de vista de las estrategias comunicacionales de los candidatos. Una mirada a las implicaciones y consecuencias del polémico Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos (TLC) la ofrecen los investigadores mexicanos Javier Esteinou Madrid y Margarita Loera Chávez, en su artículo "Libre comercio y cambio comunicativo: el caso de México".

Por último señalamos el trabajo traducido por Jesús María Aguirre, "Los medios: porvenir de la aldea global", del profesor francés Jérôme Bourdon, que abre la revista con la pregunta ¿"En qué medida contribuyen los medios en la actual emergencia al reforzamiento o la desaparición de las identidades culturales"?

REVISTA *ARSTERISCO* Nº 28. Publicación de ARS Publicidad. Caracas, feb.-marzo 1994, 95 pp.

La publicación de *ARS Publicidad* trae esta vez una gama de trabajos breves referidos al *Lenguaje*, visto desde la óptica de las diversas disciplinas humanísticas. Encontramos varios artículos referidos a la relación lenguaje-comunicación social, como el de Mauricio Gómez Leal, "Lenguaje y Videosociedad", en el que observa "la inquietud por la distorsión, depauperación y perversión que viene sufriendo el lenguaje en la más irrefragable fuerza informativa —todavía no formativa— de los impactantes medios de comunicación y por ende en la del poder económico que los mantiene la publicidad".

Raúl Fuentes le dice a los críticos "Muérete que Chao" luego de abordar el lenguaje de la publicidad planteando que para el estudioso de las comunicaciones resulta interesante no tanto la creación publicitaria, sino las reacciones suscitadas en el receptor. Describe la retórica de la publicidad, cómo la fórmula sustituye a la forma y el código visual que caracteriza y ha caracterizado a los mensajes publicitarios. Sobre la publicidad y la información como bases para un proceso de cambio también escribe Fernán Frías, "La paradoja de la integración" en su sección Punto y Aparte.

Marcelino Bisbal reflexiona sobre "El significado social del lenguaje", acudiendo a textos mitológicos de la cultura latinoamericana y a la filosofía. "La comprensión lectora y el proceso de comunicación" de Laura Mendoza

Ríos nos aproxima a la acción de leer, y a la manera en que el lector procesa la información escrita, y al rescate de la potencia comunicativa de la gestualidad.

La literatura, la poesía y la música también tuvieron un espacio en este número, así como el arte en general, abordado en el artículo de Emilio Píriz Pérez "La nueva iconografía", que presenta un recuento por la cultura y el arte, y apunta su importancia trascendental tanto en la investigación como en la utilización de los nuevos lenguajes.

FRANCES, Antonio

Aló Venezuela. Apertura y privatización de las telecomunicaciones

CONATEL, Ediciones IESA. Caracas, 1993.

427 pp.

Esta publicación del Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA) presenta un estudio de las transformaciones que se han venido dando los últimos años en las telecomunicaciones del país, partiendo del caso de la privatización de la CANTV.

El autor señala que "la necesidad de privatizar la CANTV a ojos del gobierno nacional provenía principalmente de su situación de estancamiento y deterioro, producto de toda una década de involución. El Estado, simplemente, no contaba con los recursos para realizar las inversiones requeridas para alcanzar un nivel aceptable de satisfacción de la demanda telefónica, en un plazo razonable. Sin embargo, la verdadera razón para privatizar debía haber sido la magnitud de las oportunidades que el nuevo mundo de las telecomunicaciones ofrecía al país, y las implicaciones del desarrollo de la telemática para el crecimiento de la economía."

La primera parte del libro: "En el umbral del cambio", está estructurada en dos capítulos. El primero muestra los antecedentes de los conflictos de la CANTV, que la llevan finalmente a su privatización, proceso explicado en el capítulo dos, "Culmina la privatización".

En las "Facetas del proceso", la segunda parte del libro, se realiza un análisis más exhaustivo de los cambios ocurridos en la CANTV. Recuenta el "Inicio de las telecomunicaciones en Venezuela (1983-1930)", "La CANTV como empresa del Estado" y la Historia reciente de la CANTV". (Capítulo 3). El capítulo cuatro es escrito por María Eugenia Boza, titulado "La Ola privatizadora", y su contenido se acerca a una propuesta teórica del proceso de privatización.

Lo relacionado con "La demanda de los servicios" en el país, el fenómeno de la "Reestructuración y apertura", la "Telefonía Móvil Celular:

el caso piloto”, el “Marco legal y el contrato de concesión nacional, “Las tarifas telefónicas, y la evaluación de la empresa” son otros aspectos tratados en la parte dos.

Finalmente, *Aló Venezuela* aporta un panorama de futuro o una perspectiva de las telecomunicaciones venezolanas, observando la transición de la CANTV, el desarrollo económico de las telecomunicaciones y su impacto sobre las actividades no económicas. Como estudio de corte administrativo, concluye con un balance de la reestructuración, sus resultados, nuevos modelos de desarrollo y la frase coloquial “El que privatiza de último privatiza mejor”.