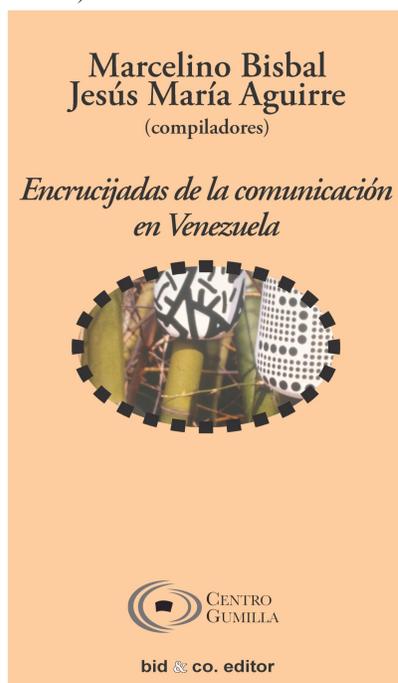


Reseñas

40 años **comunicación**



Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre
(compiladores) (2015).
Encrucijadas de la comunicación en Venezuela.
Venezuela: Centro Gumilla y bid & co. editor

I

Es un libro académico sobre el estado del arte de la Investigación en comunicación en Venezuela, coeditado entre el Centro Gumilla y big & co. editor, en mayo de 2015; cuya compilación de artículos estuvo a cargo de los profesores Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre.

Encrucijada, según el diccionario de la Real Academia Española, connota “lugar donde se cruzan dos o más calles o caminos”. Siendo así, la imagen de la *encrucijada* nos brinda la oportunidad de desarrollar propuestas novedosas en el orden teórico y práctico.

Aguirre y Bisbal expresan, desde las encrucijadas de la comunicación, lo siguiente: “El libro obedece a dos inquietudes precisas: llenar un agujero negro en la visión conjunta de la situación de los medios y redes de comunicación del país, la de ofrecer un instrumento que sirva para labores docentes en el proceso de formación de los comunicadores y gestores de redes”.

II

El arte es protagonista del discurso académico. Sobresale en la cubierta del libro un óvalo bidimensional y un fondo colmado de encrucijadas selváticas. Mirar más allá del óvalo significa explorar *II Kuriri; intervención en el espacio, 2001*, de Víctor Hugo Irazábal, Premio Nacional de Artes Plásticas, en el año 1999.

II Kuriri es relación bucólica, idílica y creativa con la naturaleza. Víctor Hugo declara que el acto creativo “nace de una inquietud interior. Es una insatisfacción que nos impulsa a ir más allá de lo cotidiano, a forzar nuestros límites”. No sólo el artista construye su mundo de vida. El lector también aporta interpretaciones desde sus mediaciones culturales y cognitivas.

II Kuriri trasciende los límites de lo cotidiano. Micrófonos de bambú con puntos verdes de papel, selva, delta, yanomami, Tucupido, Orinoco, chamán, frondosidad.

Que sea o no coincidencia editorial, el libro incorpora el arte y la ciencia en complejidad integral. Artículos de calidad académica y la estética de *Il Kuriri* se fusionan para aventurarnos en las encrucijadas del conocimiento.

III

Siete son las encrucijadas de la comunicación en Venezuela. *Un nuevo régimen comunicativo* diagnostica los medios nacionales, el sistema de propiedad y la inversión publicitaria. Para comprender el nuevo paisaje mediático es necesario examinar cómo se ha configurado el Estado comunicador (Marcelino Bisbal). Existe opacidad en la compra y venta de los medios de comunicación (Emilia Díaz-Struck y cols.). La inversión publicitaria ha reducido su participación en los medios venezolanos por la elevada inflación, control de cambio y políticas de regulación de precios (Francisco A. Pellegrino).

Segunda encrucijada: las investigaciones han centrado su atención en la política comunicacional del presidente Chávez, soslayando otras temáticas importantes (Andrés Cañizález). Urge de políticas de acceso a la información pública para garantizar transparencia, contraloría social y participación ciudadana (Mariengracia Chirinos).

La tercera encrucijada establece una cartografía de los principales estudios sobre consumo cultural en Venezuela. Campo del conocimiento “saturado de ideas provisionales, tecnologías de comunicación, ciudades en permanente construcción, sistemas políticos en crisis, gustos y modos de vivir que duran pocos años”. (Humberto Valdivieso). Importante cuantificar preferencias, exposición y consumos; pero también es necesario indagar las cualidades de apropiación

simbólica de las audiencias: por qué y cómo interactuamos con los medios y mediaciones (Gustavo Hernández Díaz).

La cuarta encrucijada examina con rigurosidad las tendencias conceptuales y rasgos de los medios comunitarios en el país. “No puede hablarse de lo alternativo si se funciona bajo el cepo de fuertes nexos con el propio poder” (Johanna Pérez Daza). También se explica la participación ciudadana en el gobierno venezolano. La comunicación alternativa y comunitaria se distancia abiertamente de prácticas hegemónicas y antidemocráticas (Honegger Molina García).

La quinta encrucijada describe cómo ha sido el recorrido de la *Comunicación organizacional* en su dimensión teórica, formativa y práctica, en estos últimos diez años en Venezuela. Esta línea es una de las más innovadoras pero también una de las menos arraigadas en la investigación académica (Agrivalca Canelón y Sandra Orjuela). La agenda pública de la *Responsabilidad Social Empresarial* requiere de un modelo de gestión de la comunicación basado en el diálogo, la transparencia y la participación de las instituciones (Blas Fernández). La publicidad venezolana ha tenido que encarar el impacto de la crisis económica y de la revolución digital; entendiendo que los profesionales publicitarios deben ser *creativos multidisciplinarios* con habilidades y conocimientos en mercado, arte y tecnología (María Gómez).

La sexta encrucijada observa el perfil del periodista en el contexto de las redes sociales. “Los programas de Periodismo deben atender los cambios que el periodista como —intelectual digital— requiere para poder seguir siendo constructor de sentido común” (Carlos Delgado Flores). Por otra parte, se plantea una sistematización de la producción semiótica en América Latina, lo cual implica

dar cuenta de tendencias y transformaciones metodológicas en este campo del saber (Mariela Matos Smith).

Y la séptima encrucijada, *Mapa y agenda de la investigación en comunicaciones*, considera que es imprescindible establecer sinergia entre usuarios, profesionales e investigadores para comprender y mejorar la realidad comunicacional y humana; que posibiliten el desarrollo de políticas públicas a favor del bien común (Jesús María Aguirre). Consolidar la investigación sobre comunicación e internet supone apreciar estos factores: eventos nacionales, publicaciones, redes de intercambio y estudios empíricos (Iria Puyosa).

Regresando de este viaje por las encrucijadas, cabe señalar tres aspectos. Uno, la investigación en comunicación en Venezuela sigue siendo consecuente con sus líneas tradicionales: régimen de propiedad, políticas públicas, ética y derecho a la información, comunicación política, periodismo, publicidad, semiótica, análisis de audiencias y consumo cultural. Dos, existe interés por los diagnósticos que dan cuenta de la producción académica en el campo de la comunicación. Tres, se abordan líneas desde otras perspectivas: comunicación alternativa y relaciones internacionales; infociudadanía y periodismo ciudadano; teorías de la comunicación organizacional y perfil del periodista en la sociedad de redes.

Gustavo Hernández Díaz