



# **EL MENSAJE OCULTO**

**APORTES PARA LA RECEPCIÓN  
CRÍTICA DE MEDIOS**

**JUDITH GONZÁLEZ RIVERO**



# EL MENSAJE OCULTO

*Aportes para la recepción crítica de medios*

Este texto fue presentado como trabajo de ascenso docente para el escalafón Asociado, en la UBV.

Al trabajo le fue otorgado la Mención Publicación

**Área académica:** Independencia Científico-Tecnológica,  
Comunicación y Soberanía

**Judith L. González Rivero**



# ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	8
<b>PARTE I.....</b>	<b>13</b>
<b>REVOLUCIÓN CERCENADA.....</b>	<b>14</b>
1998: Chávez no será primera página.....	15
Una cadena para que se vaya “el dictador”.....	18
Silencio informativo y extravío del gremio.....	20
Noticia como mercancía.....	21
Guerra mediática y polarización.....	23
<b>LOS MEDIOS DEL PODER.....</b>	<b>25</b>
Ideología, cultura y poder mediático.....	29
Guerra y terror mediático.....	35
Entretenimiento y manipulación.....	38
Las Redes: el nuevo medio dominante.....	42
Salir de la colonia.....	45
<b>PARTE II.....</b>	<b>50</b>
<b>DEVELANDO EL MENSAJE OCULTO.....</b>	<b>51</b>
Fundamentos y nuevo orden.....	53
Unesco y leyes.....	59
Revisión del currículo y formación crítica.....	64
Apuntes para decodificar.....	67
<b>APORTES PARA LA FORMACIÓN EN RECEPCIÓN</b>	
<b>CRÍTICA DE MEDIOS.....</b>	<b>74</b>
Esquema.....	76
Estrategias.....	77
<b>REFLEXIONES.....</b>	<b>94</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>98</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>104</b>
<b>A</b>	
<b>CIENCIA PARA LA DECODIFICACIÓN.....</b>	<b>104</b>
<b>B</b>	
<b>GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE PRENSA</b>	
<b>ESCRITA.....</b>	<b>108</b>

C	
GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE REDES SOCIALES.....	109
D	
GUÍA PARA EL ANÁLISIS CRÍTICO DE PROGRAMAS TELEVISIVOS.....	110
E	
GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE CANCIONES.....	112



## PRESENTACIÓN

Con un enfoque crítico, pero convencidos, desde una perspectiva freiriana, de que la palabra verdadera debe conllevar a la acción y reflexión, fue concebido el presente texto.

Cursé estudios de Comunicación Social en la Universidad del Zulia durante la agitada década de los 90. Proveniente de Valera, estado Trujillo, en Los Andes venezolanos. Sin tener aun la mayoría de edad, debí trasladarme a Maracaibo porque en mi entidad natal no se ofrecía esta ni muchas otras carreras profesionales.

En el transcurso de estos estudios fuimos haciendo conciencia con respecto a que el oficio para el cual me formaría, nos facultaba para, siguiendo a Pasquali (2005), ser parte integrante de uno de los más grandes, concentrados e influyentes poderes de la tierra.

Una vez egresada como Licenciada en Comunicación Social, me trasladé al oriente venezolano, para ejercer el periodismo por unos tres lustros, en su gran mayoría en medios privados, específicamente en la fuente política.

Hemos sido testigos de excepción de la aciaga realidad que, salvo honrosas excepciones, se presenta en los esquemas de comunicación hegemónicos.

Aun cuando mi desempeño ha sido en lo local, podemos avalar que las mismas estructuras dominantes a escala planetaria se replican en las empresas más pequeñas, como todo un sistema entramado que responde a los intereses de un modelo imperial.

El presente texto se propone una mirada pragmática a cómo se construye el discurso hegemónico de los medios de difusión, lo que hemos denominado el mensaje oculto, y a su vez aporta herramientas



para la decodificación y recepción crítica de estos contenidos, desde un enfoque descolonizador, que permita capacitar a los nuevos comunicadores para el ejercicio del rol de facilitadores y servidores públicos ante la colectividad, a la luz de un nuevo orden comunicacional, en pro de un mundo diferente.

En este sentido, en la Primera Parte de este texto compartiremos algunas vivencias a partir de nuestro ejercicio periodístico, donde se ofrecen relatos detrás y sobre las noticias, que se plantean desde momentos estelares de nuestra praxis, como reportera de la fuente política, teniendo como epicentro de esta narrativa, la revolución bolivariana, cuyos inicios coinciden con los comienzos de nuestro transitar por este oficio.

Develaremos algunas experiencias relacionadas con la agenda mediática de las corporaciones hegemónicas y su accionar, y cómo el proyecto de transformación social venezolano se muestra como una de las víctimas más fehacientes de las operaciones dirigidas desde los aparatos de control del orden imperante.

Seguidamente, se ofrecerá una aproximación teórica con autores que han desentrañado el *status quo* comunicacional, la falsa neutralidad e ingenuidad de sus contenidos y que han denunciado a estos medios como instrumentos de dominación cuyo origen está vinculado al sostenimiento del sistema capitalista imperante.

Y es que en la medida que ha avanzado la construcción de este proyecto de justicia social, también lo ha hecho la "conjura mediática", denominada así por Britto (2014) y que el ecuatoriano Maldonado (2008) ha calificado de "cofradía mediática sipiana", que dispara sin aviso previo contra cualquier blanco o negro o mestizo que pretenda

cambiar el sistema económico y político imperante, o por lo menos cuestionarlo.

Con el mayor sistema de control global que nunca ha existido en la historia de la humanidad, como dice Serrano (2009) la capacidad de convencer al mundo de que un país o un líder es un enemigo a combatir, es impresionante.

Al mismo tiempo, estamos llamados hoy día a atender la preocupación del venezolano Héctor Mujica, cuando alertó sobre el “atolondramiento colectivo” y un cuasi aplastamiento de la conciencia por los mensajes transmitidos cada vez en mayor cantidad y en velocidad mayor. Y apostando al cambio social con miras a un sistema de justicia social que inicie la historia del hombre, colocaba en los tiempos futuros la esperanza de corregir los errores culturales de la prehistoria capitalista.

Ante este escenario, y en mi actual rol de formadora de comunicadores sociales, creemos con Pasquali (2005) que la responsabilidad moral del comunicador reviste gran envergadura, tanto como la de un protagonista en la obra de creación o destrucción de tejidos sociales, de incitador a la paz o a la guerra, de creador o enterrador de valores y concepciones del mundo.

Desde este enfoque, estamos convencidos, de que la formación crítica para los medios es fundamental, y se plantea como una responsabilidad y un reto a las universidades emergentes, pues se pierde de vista la alienación cultural hacia nuestros pueblos, a través de diferentes estructuras discursivas (mediante los llamados medios tradicionales, sumando ahora la plataforma digital) que buscan

enajenar la mente de la ciudadanía, para el mantenimiento de un sistema imperante que está devastando el planeta.

Por lo tanto, frente a este asedio mediático, se imponen estrategias de resistencia, y de toma de conciencia del rol de los medios en el escenario socio-político y cultural. Es por ello, que en una Segunda Parte de esta obra, se arroja una propuesta para la formación del comunicador en la decodificación crítica del mensaje hegemónico, desde un enfoque descolonizador.

Esta contribución fue concebida como trabajo de ascenso docente para el escalafón de Asociado. Se presenta a partir de soportes teóricos, pedagógicos, filosóficos y jurídicos que la fundamentan, y como producto de un esmerado estudio realizado por la autora desde su praxis como periodista, aunado a la experiencia como docente formadora de comunicadores en la Universidad Bolivariana de Venezuela, y como investigadora del Centro de Estudios de la Comunicación Social y las Tecnologías Libres (Cecsotil) de esta casa de estudios, desde su fundación.

Como comunicadora social, ha sido importante partir de la experiencia, para estudiar, recopilar, interpretar y divulgar un cúmulo de información sobre el manejo de los medios y su efecto en la ciudadanía, con un matiz reflexivo como investigadora, a la luz de la teoría crítica de la comunicación, para luego desde la praxis educativa, asumir un proceso de reflexiones e inquietudes intelectuales con estudiantes y una permanente tarea de socialización de experiencias con otros trabajadores académicos, dinámicas que han permitido arrojar la presente contribución pedagógica.

Lejos de pretenderlo un "manual", lo concebimos como un aporte al campo pedagógico, un punto de partida, para el debate de ideas, en el marco de rebatir los mecanismos de neocoloniaje para el control social, a tono con el estamento jurídico venezolano y en la necesidad de un nuevo orden comunicacional, como el que se direcciona en el Plan de la Patria, como motor de cambio social, que apalanque otro mundo posible.

**La autora**

# **PARTE I**

# REVOLUCIÓN CERCENADA

*El tigre, espantado del fogonazo, vuelve de noche al lugar de la presa. Muere echando llamas por los ojos y con las zarpas al aire. No se le oye venir, sino que viene con zarpas de terciopelo. Cuando la presa despierta, tiene al tigre encima (...)*  
(José Martí, *Nuestra América*. 1891)

Detrás de la noticia hay todo un mundo complejo y poderoso. Los entretelones a los que haremos referencia y que no muchos conocen, tienen que ver con las relaciones de poder y la lucha de clases que los teóricos críticos permanentemente han denunciado.

Transitar por las entrañas de este hiperpoder, ideado para consolidar, defender y reproducir las condiciones materiales de existencia burguesa, nos ha permitido un cúmulo de información que colocaremos a la luz, específicamente sobre eventos en los que se expone parte del panorama de injusticias, vicios y deformaciones develado desde los estudios de la industria cultural (o de la conciencia).

El proyecto de transformación social venezolano se muestra como una de las víctimas más fehacientes de las operaciones dirigidas desde los aparatos de control del orden imperante. Todo lo que se vincule con la revolución ha sido cercenado o acorralado, como la metáfora del insigne Martí, desde la gran mayoría de los medios comerciales a nivel planetario.

En carne propia, quienes hemos sido trabajadores de medios, hemos podido corroborar las frecuentes distorsiones y perversiones que se enfilan desde la lógica capitalista. Hemos observado y denunciado cómo se censuran y manipulan los mensajes referentes a

los sectores que no se alinean a las esferas de poder y lo que es peor, cómo se confabulan, desde estas instancias, estrategias para aniquilar moral y hasta físicamente a tales grupos. Los ejemplos sobran.

Realizando los máximos esfuerzos memorísticos, así como de escudriñamiento de nuestros archivos, y con las imperfecciones de toda producción humana, las siguientes líneas comprenden así una compilación que recorre desde 1998 y la primera década del siglo XXI, eventos significativos de nuestra historia política reciente, que podemos ofrecer como testigos de primera línea, a partir de vivencias en la cobertura de distintas pautas periodísticas, desde el interior del país, de lo que ha sido uno de los procesos de transformación social más importantes del planeta.

Manteniendo como hilo conductor el proceso bolivariano, por su envergadura continental, y cuyos inicios concuerdan con nuestros comienzos en el ejercicio periodístico, como ilustración, mencionaremos algunos episodios, a manera de crónicas, en los que hemos sido testigos desde medios locales de cómo se vulnera el derecho a la información veraz, y cómo la tan invocada libertad de expresión, no pocas veces es apedreada por los mismos sectores poderosos que tanto la pregonan y exigen, por su parte, libertad de prensa.

### **1998: Chávez no será primera página**

Corría 1998. Toda la trama de censura, desinformación, manipulación y hasta satanización, contra el candidato Hugo Chávez, una vez que anunciara por primera vez su candidatura, a la presidencia de la república, no era suficiente.

La amenaza que el nuevo líder representaba para las tradicionales clases dominantes era de tal envergadura, que un prestigioso diario monaguense, hoy extinto, cometió un acto sobre el que no se tenía registro alguno y que dejaba muy en evidencia los signos de la democracia representativa que enarbolaron y hoy siguen añorando estos voceros de los poderes fácticos.

El viernes previo a las elecciones de diciembre de ese año, desde la Dirección de El Diario de Monagas se nos comunicó al personal que el rotativo decidió cerrar sus puertas y no laborar el domingo 6 de diciembre cuando se celebrarían las históricas elecciones nacionales pautadas para ese período. Como argumento para la insólita decisión que dejaba atónitos a sus trabajadores, se alegó -palabras más, palabras menos- que “no estaba garantizada la seguridad del periódico, ante cualquier eventualidad que pudiera ocurrir”.

Pero esto era solo la excusa, lo que en realidad se perseguía desde esta empresa comunicacional era no realizar el despliegue periodístico, y en este sentido evitar titular al día siguiente con el seguro triunfo electoral que se auguraba al candidato a la presidencia.

Un capricho que inflaba el orgullo de la clase política que representaba esa empresa, se impuso sobre las garantías constitucionales. Hugo Chávez Frías, militar proveniente de las clases populares, una figura que no pertenecía al *establishment*, no era merecedor de una primera página de ese rotativo.

Posteriormente, vinieron tiempos muy complejos. Cubrir periodísticamente a Chávez o la obra de su gobierno representaba un reto para la mayoría de quienes laboraban en medios comerciales.



Sobre todo, después de culminados los rigurosos itinerarios propios de la jornada periodística, comenzaba una agenda más intensa, que era a lo interno de las salas de redacción, lograr espacios destacados dentro de la publicación para la pauta del Jefe de Estado o de informaciones afines a la revolución, y velar porque el contenido no fuese mutilado o alterado por los editores de la empresa, en el marco de la responsabilidad de preservar el derecho a la información veraz y en correspondencia con los preceptos éticos de nuestra profesión.

Y es que todo lo que olier a chavismo activaba las alarmas, en niveles máximos, del poder mediático, que no en pocos casos detonó en estrategias de manipulación, invisibilización y confabulación contra el proceso de transformación que encarnaba el nuevo líder.

Tiempo después comprobamos que operaba lo que la estudiosa Olga Dragnic (2001), define como la “lista negra”, que no es más que la lista de personas, instituciones o temas vetados por parte de editores, por razones ideológicas o financieras. Restricciones estas que limitan y dificultan el trabajo periodístico y que por su carácter de clandestinidad, resulta difícil luchar contra ellas y denunciarlas.

Ante estas arremetidas, ya se había hecho una práctica común, desde nuestras dinámicas, lo que algunos jefes de redacción conservadores, habían bautizado como "infiltrados" y que desde nuestra visión particular no era más que tácticas que los periodistas creyentes de la pluralidad, usábamos para la publicación de informaciones de diversas corrientes no afines a la línea editorial del medio, y evadir así las estrategias censoras aplicadas por algunos editores.

La práctica consistente en titulares poco llamativos y contenidos con la carga informativa que aspiraba ser publicada, desde luego, provocaba airadas reacciones de los editores-jefes, quienes, por lo extenuante de la tarea que representaba supervisar todas las fases de producción del medio, frecuentemente se les imposibilitaba la lectura total de todos los textos, antes de ser publicados, y excusándose de toda culpabilidad, daban cuenta ante sus superiores: "Eso fue un infiltrado que me metieron, ya tomaremos medidas". Acto seguido, las alertas y retaliativas se incrementarían.

### **Una cadena para que se vaya “el dictador”**

Consecutivamente, la postura de la mayoría de los medios arreciaría aun más contra el mandatario progresista, y para los convulsos días de abril de 2002, por ejemplo, se escuchaba a través de "prestigiosas" emisoras de Monagas, cómo periodistas, sin escrúpulo alguno y contraviniendo códigos y normativas de nuestro ejercicio, vociferaban a través de esos programas que esa semana previo al Golpe del 11 de abril del 2002, “los chavistas no tendrían derecho a ser entrevistados”.

En líneas generales, de manera sistemática desde estos medios comerciales, se estigmatizó a los integrantes del gobierno y a sus simpatizantes, limitaron la cobertura de los eventos de apoyo al gobierno, actuaron como convocantes de las movilizaciones de la oposición y restringieron al mínimo -y algunos a cero- los espacios para que los defensores de la revolución dieran su punto de vista.

Como parte de esta agenda, la mayoría de propietarios de medios privados en esta entidad del oriente venezolano, personas de clases pudientes y afamados apellidos, que muy poco salían de sus “zonas

de confort”, decidieron el 10 y 11 de abril protestar en la Plaza Bolívar de la ciudad de Maturín, y se unieron en cadena al paro convocado a nivel nacional por los partidos de oposición agrupados en la Coordinadora Democrática, “hasta que el dictador se vaya”. Toda esta confabulación nacional, orquestada desde los sectores empresarial, mediático y cuadros altos de la fuerza armada, como ya es conocido, detonó en el golpe de Estado contra el mandatario.

Durante el 12 de abril, entre confusiones y desinformación, se consumaba un atentado contra la democracia participativa, pero al mismo tiempo se desencadenaba un proceso de levantamiento cívico militar en rechazo al Golpe de Estado, que no tuvo cobertura en los medios que tanto invocan la “libertad de expresión”.

Los periódicos y demás medios monaguenses, en su gran mayoría, prosiguieron con el guion que se dictaba a escala nacional, se imponía el silencio y la complicidad ante los sucesos anticonstitucionales. Negar, mentir y ocultar la realidad de lo que estaba ocurriendo, eran las órdenes del gobierno de facto de los sectores oligárquicos que habían irrumpido contra la Carta Magna, y que el poder comunicacional acataba sin ningún tipo de miramientos.

Por si fuera poco, el 13 de abril, cuando se produjo la restitución del Presidente a través de la unión cívico-militar, en un evento inédito a nivel mundial, estos espacios que dicen ser el “espejo de la sociedad”, replican nuevamente el comportamiento cartelizado asumido deliberadamente por la mayoría de empresas comunicacionales a escala nacional.

En Monagas, el 14 de abril no circuló ningún periódico, alegando que las condiciones de seguridad no estaban garantizadas,

consumándose, unánimemente, el mayor acto de censura del que se tenga registro en la historia de la comunicación venezolana.

### **Silencio informativo y extravío del gremio**

Después de los cruentos días de abril, se gestó el sabotaje petrolero a finales de 2002, y en ese marco se generaron algunos eventos como silencios informativos al que nuevamente se plegaron disciplinadamente los dueños de la mayoría de los medios locales, siguiendo de forma obediente la nueva agenda desestabilizadora ordenada desde instancias imperiales.

Tal fue el caso del 21 de octubre de 2002, donde la gran mayoría de los periódicos a nivel nacional decidieron no circular.

En Monagas, ese día todos los rotativos se unieron a la medida. En contra de nuestra voluntad, no pudimos laborar ese 21 de octubre en el medio en el que trabajábamos. Fue un hecho insólito, en el que nuevamente se atentaba desde los poderes fácticos contra las garantías dispuestas en nuestra Carta Magna.

Otro evento sin precedentes, provino tres días después en El Sol de Maturín, cuyos propietarios para la época ordenaron el despido de sus periodistas, porque no laboraron el Día del Trabajador de las Artes Gráficas.

Históricamente y como un logro gremial, por contratación colectiva, ese día era no laborable dentro de estas empresas, en honor a los trabajadores que hacen posible estas publicaciones. Pero los directivos de todos los rotativos dieron la orden de no autorizar el día libre para así recuperar lo económicamente perdido en días recientes cuando se sumaron al día del silencio informativo, preservando así sus

intereses de élite, a costa de violentar los derechos de la clase trabajadora.

Ahora bien, en esta realidad, toca también analizar a lo interno, en lo gremial, lo cual también se ve salpicado. Y hemos sido testigos de cómo la polarización ha provocado que trabajadores con poca conciencia de clase, haciendo el juego a sus superiores, sean cómplices de la ofensiva de las empresas que los emplean y enfilen ataques contra quienes no siguen los designios de los sectores oligárquicos, solidarizándose con los intereses de las clases dominantes. Evidenciando lo que Earle Herrera (2009) ha denominado "el extravío del gremio".

En esta onda, durante los días de abril, también desde algunos espacios radiales del estado, se escuchaba cómo colegas arremetían contra la directiva del Colegio de Periodistas en Monagas, puesto que a diferencia de la cúpula nacional, fue ésta una de las tres seccionales de este gremio cuyas directivas no se prestaron para apoyar las acciones insurreccionales y alzaron su voz contra el Golpe de Estado que se gestaba. “Ahora vamos por ustedes, los sacaremos de los pelos del Colegio”, eran las amenazas que se escuchaban, al mejor estilo del “¡Ni un paso atrás...Fuera, vete ya!” de la Coordinadora Democrática, Pedro Carmona y su combo. Que no se concretaron, afortunadamente, gracias a lo breve del gobierno de facto.

### **Noticia como mercancía**

En el ámbito social, abundan evidencias de como la prensa (en su mayoría) relega a los sectores populares, quienes solo son noticia si son protagonistas de una desgracia o un evento negativo, una franca distorsión característica del periodismo industrial, en el que las

noticias se usan como un valor de cambio. Es la venta del periódico a costa de la desgracia de los pobres.

Coincidimos plenamente con Mujica (2010), en que con la transformación del periodismo en industria, no solo se impuso el silencio a los pobres, vulnerándose el derecho a la comunicación de las mayorías, sino que quedó atrás la misión de ser apostolado para convertirse en vendedor de un producto comercial.

Nos afiliamos a la denuncia del estudioso venezolano, con respecto a que con la industrialización de la comunicación, como todo en un sistema capitalista, la noticia es concebida como una mercancía para los empresarios de este ramo. Y la noticia policial una de las de más venta. Es el medio de los medios. Y ante la obcecación de los editores por la cobertura de sucesos que en no pocos casos atentan contra la dignidad humana, Mujica compara a estos empresarios con vampiros. A este tipo de editores “lo único que le interesa es la sangre” (p.147), la de los pobres, reclamaba.

Nuestra postura hacia una profesión que se debe a un pueblo, que tiene la verdad como norma irrenunciable, y orientada a la defensa de nuestra soberanía y la Carta Magna, como lo rezan nuestros preceptos deontológicos, naturalmente siempre ha chocado drásticamente con la clase que busca mantener el *status quo*, motivando frecuentes desencuentros con las jefaturas y directivos de esos espacios, y no en pocas ocasiones derivando en renuncias y despidos contra quienes reclamábamos el adcentamiento del periodismo y la comunicación en la entidad.

Aun cuando la mayoría de los medios privados en los que nos tocó laborar, han estado alineados a grupos poderosos, por otra parte,

podemos decir orgullosamente que hemos sido guardianes para que el producto de nuestro ejercicio -que se debe al pueblo, como lo indica nuestro Código de Ética- sea respetado.

Lograr así el reconocimiento hacia nuestro trabajo, un respeto que se obtiene en la medida en que se practican y se hacen valer los principios éticos y morales de nuestro sublime oficio, era parte de la lucha profesional.

### **Guerra mediática y polarización**

Ahora bien, en contraste con estos espacios, están los medios públicos, que ante los evidenciados desequilibrios y distorsiones, con fortalezas y debilidades, han tenido que dar la batalla en el plano de las ideas.

Ya en tiempos de revolución, tuvimos la oportunidad de participar como corresponsal de la agencia de noticias del Estado (hoy AVN), corroborando realidades, esta vez desde el flanco institucional, en el contexto de una cada vez más brutal guerra mediática contra el proyecto de transformación social venezolano.

No ha sido solo una Guerra de Cuarta Generación, ha sido fuego a discreción durante todos estos años, “no hay precedentes en la historia, de tantos medios de derecha nacionales e internacionales aliados para destruir un país”, denunciaba el venezolano Sergio Arria (2013).

En aras de hacer contrapeso al desequilibrio informativo, y a partir de la premisa bolivariana de usar la comunicación como artillería del pensamiento, se impulsa desde el Estado el sistema de medios públicos, así como se apalancan espacios comunitarios y alternativos, los cuales, con sus venturas y desventuras, han estado

permanentemente en resistencia, ante la feroz arremetida mediática contra la revolución bolivariana.

Ante este asedio mediático que sufre la patria, la gestión comunicacional del Estado ha sido estelar en el escenario social y político venezolano. Por consiguiente, la lucha que se le continúa planteando contra toda una maquinaria de manipulación expresada en los diferentes medios nacionales e internacionales, es colosal.

Creemos con Galeano (1997) que la embestida avasallante de esta incomunicación que nos deseduca no hace más que destacar la dimensión del desafío que estamos enfrentando. En lucha desigual, más que nunca necesaria, y apeados de esperanza.



## LOS MEDIOS DEL PODER

*Los dueños de la información en el tiempo de la informática llaman comunicación al monólogo del poder. La universal libertad de expresión consiste en que los suburbios del mundo tienen el derecho a obedecer las órdenes que el centro emite y el derecho a hacer suyos los valores que el centro impone (Galeano, Comunicación desigual. 1997)*

Para ampliar la comprensión sobre lo que hay detrás de los contenidos mediáticos, proponemos hacer una aproximación teórica con estudiosos críticos que asocian el origen y desarrollo de la comunicación de masas al sostenimiento y expansión del orden imperante.

Partimos de la premisa Gramsciana de que los medios de comunicación hegemónicos (que incluye ahora los nuevos formatos tecnológicos) se mantienen como una de las principales instituciones para conservar la superioridad de la clase dominante y del sistema capitalista.

El capitalismo no es sólo un sistema de producción de mercancías, es además un sistema que produce cultura, valores éticos, morales y estéticos ideados para consolidar, defender y reproducir las condiciones materiales de existencia burguesa. Donde los *mass media* cumplen un papel estelar.

Este planteamiento lo explica muy bien el argentino Colussi (2018), quien argumenta que la producción cultural actual (la comunicación, la información), en vez de ser liberadora de la humanidad, dentro de los parámetros con que viene desplegándose en forma creciente no sólo es un fabuloso negocio monopolizado sino que se ha transformado en una poderosa arma de control social,

uniformando sociedades e imponiendo un discurso único, favorable obviamente a los cada vez más reconcentrados grupos de poder.

Más adelante alerta el estudioso que los medios masivos de comunicación pasaron a ser, por lejos, la principal arma ideológico-cultural del sistema, “desplazando a las religiones, a la escuela, a la familia, incluso” (s.n.).

Por tanto, de acuerdo con el autor argentino, “cada vez más, somos lo que los medios quieren que seamos”.

Eco (1984) lo aborda con la siguiente contundencia, los *mass media* se presentan como el instrumento educativo tendente a producir modelos humanos heterodirigidos. “Llevando más a fondo el examen, aparece una típica ‘superestructura de un régimen capitalista’, empleada con fines de control y de planificación coaccionada de las conciencias” (p. 50).

Estimamos, pues, que la información pública y la comunicación social -que Gramsci (1981) denomina la superestructura cultural- han pasado a ser con el capitalismo, y más aún en estos años de triunfo neoliberal, quizá el más poderoso medio de sujeción de las poblaciones por parte de las élites, tanto o más que los ejércitos, los misiles o las cámaras de tortura.

Ya en sus cuadernos desde la cárcel (1933), el pensador italiano advirtió que la hegemonía burguesa no es solo política, también se construye y se recrea en la vida cotidiana. A través de ella se interiorizan los valores de la cultura dominante y se construye un sujeto domesticado.

Por ende, el capitalismo es algo más que una formación económica, además de un orden plutocrático, es todo un orden sociocultural.

Estamos sometidos, como lo indica Serrano (2009), al mayor sistema de control global que ha existido nunca en la historia de la humanidad. Se trata de una gigantesca y poderosa estructura que domina la información que se difunde, los valores que se propugnan y los liderazgos que se promueven. Esa estructura la conforman medios de comunicación, productoras de cine, mercado del ocio y toda una industria que ya ha conseguido convertir el planeta en un mismo zoco donde toda esa operación ideológica ininterrumpida se encuentra idéntica y simultáneamente en cualquier lugar.

Romano (2012), al respecto, resalta que los medios hacen muchas cosas y desempeñan muchas funciones, pero su papel principal, su irreductible responsabilidad, estriba en recrear continuamente un punto de vista que apoya el sistema y el poder de la clase económica dominante.

Para este autor español, la función primordial de la industria de la comunicación, de la conciencia, el entretenimiento o como quiera que se la denomine, en la sociedad capitalista estriba en formar mentalidades sumisas al sistema, desorganizar y desmoralizar a los sometidos.

Neutraliza a los dominados, por un lado, y consolida, por otro, la solidaridad con la clase dominante y sus intereses. Los modelos de conducta que presentan se basan en el éxito personal, el individualismo, el aislamiento y la fragmentación social. Lo colectivo no conduce a ninguna parte (p.139).

La libertad y el conocimiento son secuestrados, denuncia Romano,

mediante esta especie de dominio cultural, que mantiene a muchos esclavizados y a unos pocos en el poder.

La función de los llamados medios de masas no es producir una ciudadanía crítica e informada, autodeterminada, sino el tipo de gente que vota a un Bush o un Aznar (o a un Trumpon o Bolsonaro, hoy día). Los medios hacen muchas cosas y desempeñan muchas funciones, pero su papel principal, su irreductible responsabilidad, estriba en recrear continuamente un punto de vista que apoya el sistema y el poder de la clase económica dominante. (p.59)

Otra realidad a resaltar es que en la industria del engaño, como lo define Romano, igual que en el resto de industrias capitalistas, la exagerada concentración de los medios de producción y distribución de sus productos, parece la norma, y cada vez es mayor. Hoy se ha llegado a que unas diez megacorporaciones detentan en sus manos la inmensa mayoría de los medios de comunicación, agudizando los desequilibrios en esta materia.

Es así, como la aldea global que soñó Marshall MacLuhan (1968), en línea con los postulados de la comunicación para la integración, pasó a ser un orden hegemónico, una metrópoli mundial, pues como sostiene Aharonian (2007), lo cual refrendamos, los medios de difusión de noticias se convirtieron en una red anglohablante difusora de los llamados valores occidentales y cristianos (del hemisferio Norte), o sea, del pensamiento único.

Desde está lógica, lo que impera hoy en el mundo, aunque con focos de resistencia, es una voraz dictadura mediática, contundente arma en la guerra psicológica de los sectores dominantes, por el control de nuestras mentes, para el sostenimiento

del sistema imperante.

Estimamos que el pensamiento único y la enajenación cultural que se impone desde las esferas hegemónicas, provoca una ciudadanía mal informada o lo que es peor desinformada o engañada, buscando con ello desmovilizar y paralizar a la población, y que seamos, pensemos y actuemos en función de lo que los medios quieren.

Emerge, entonces, la necesidad de un pensamiento alternativo que desde el campo de la batalla de las ideas propicie salidas y transformación, que trascienda el orden que al decir de Britto García (2005) impone la pauperización planetaria. La conciencia crítica y el accionar organizado frente a este panorama es la respuesta.

### **Ideología, cultura y poder mediático**

El carácter enajenante de los dispositivos hegemónicos de la comunicación, fue muy bien teorizado por Horkheimer y Adorno (1988) y desde sus estudios referentes a la Industria cultural, argumentan que el cine, la radio, la televisión, las artes gráficas (y hoy día podemos agregar los nuevos formatos digitales), forman un sistema compacto, no tienen necesidad de preocuparse del arte; son solo negocios, y este atributo se concibe como ideología para legitimar las fealdades que se producen intencionalmente.

Con este mismo enfoque, surgen los aportes de Ludovico Silva (1977), quien aborda la teoría de plusvalía ideológica, la cual se traduce como esa esclavitud inconsciente al sistema, esa explotación de la conciencia.

Con base marxista, este autor venezolano devela cómo lo que Teodoro Adorno denominó la Industria Cultural -y que éste

la resemantiza como Industria Ideológica o de la conciencia-, logra crear todas las lealtades hacia la política capitalista, una industria que tiende al control masivo de las conciencias, mediante procedimientos tecnológicos de difusión de ideas.

Impregnado por el pensamiento marxista, el autor hace relevantes contribuciones a las categorías ideología y cultura, que estima como inseparables, a las cuales nos afiliamos.

Define el investigador venezolano la ideología como una región específica de la superestructura social, compuesta por un sistema de valores, creencias y representaciones, que tienen lugar en todas las sociedades en cuya base material exista la explotación, y que está destinada, por el mismo sistema, a preservar, justificar y ocultar idealmente, -en las cabezas mismas de los explotados- la explotación que tiene lugar en la estructura material de la sociedad. Es decir, la falsa conciencia.

Apunta que el lugar social de la ideología está, hoy, en los medios de comunicación que con sofisticadas técnicas de guerra subliminal (*subliminal warfare*) se apoderan de lo que Freud llama el Preconsciente de la psique humana. En los niños que han nacido con la televisión, las representaciones ideológicas, esencialmente comerciales, pueden asumir el carácter de la representación inconsciente: pero en la mayoría de los casos se trata de un condicionamiento de la Preconsciencia que a través de los mensajes comerciales y pseudoculturales se convierte en la más leal defensora inconsciente del sistema de la explotación.

Asimismo, explica sobre el fenómeno de la alienación cultural, la cual -asegura- es doble. Por una parte, la cultura

entendida como “arte y ciencia” se le presenta (al ciudadano corriente) como objeto poderoso y distante al que él no tiene acceso; por otra parte, no reconoce como cultura, sino tal vez como “diversión”, el cúmulo de mensajes que recibe todos los días a través de la televisión. En este proceso, explica, el ciudadano común ignora, en suma, la relación que existe entre cultura e ideología; no sabe que la mayor parte de la cultura que se suministra a través de los medios es cultura ideológica, ideología cultural. No sabe, por tanto, cuál es el papel, en este juego de tensiones sociales, que podrían desempeñar el arte y la ciencia como cultura.

Al mismo tiempo, desentraña Silva categorías como guerra cultural ideológica, así como envilecimiento cultural, procesos que se tejen desde los grandes medios de difusión por el control de la *psiquis* de los ciudadanos, premisa que consideramos hoy día es traspolable a los nuevos formatos. El objetivo, lograr que la ciudadanía acepte y mantenga el actual sistema destructor del planeta, tal como lo alerta en las siguientes líneas:

La explotación subliminal que efectúa la televisión, al mismo tiempo que hipnotiza la conciencia, dinamiza la inconciencia, la manipula directamente mediante técnicas perfeccionadas; estas técnicas, elaboradas por científicos norteamericanos, se aplican en el subdesarrollo y sirven para imprimir en la inconciencia de las gentes una peculiar cultura: la cultura de la dependencia, la cultura subdesarrollada. Como esta cultura servirá a su vez para apoyar idealmente la depredación imperialista de carácter económico, político y militar, entonces es preciso definirla como cultura ideológica, como guerra cultural ideológica. (p.209)

El estudioso, asimismo, conmina a que se use la cultura y el arte

en contrasentido a como lo emplea la clase dominante, es decir para trascender el modelo opresor, en este sentido arroja el siguiente planteamiento:

El arte y la ciencia, así como también la tecnología, podrían convertirse en lo contrario de lo que son hoy: podrían dejar de ser manifestaciones ideológicas para transformarse en la crítica del sistema social. El arte y la ciencia no tienen por qué pertenecer siempre a la región engañosa de la ideología, no tienen por qué actuar siempre como justificadores del sistema. (p.209)

Desde este llamado expuesto por Silva, pueden convertirse en los enemigos del sistema, el arte como denuncia y la ciencia como teoría crítica. Y la tecnología podría servir como base material para el desarrollo de las capacidades humanas, en vez de ser lo que hoy es: un producto del hombre que se vuelve contra el hombre, un producto alienado.

En esta misma línea discursiva, es importante citar al filósofo italiano, Umberto Eco (1984) quien expone un profundo análisis sobre los símbolos y signos que se transmiten a través de los *mass media*, destacando que existe toda una ideología de la felicidad y del consumo que actúa sobre la base de una abstracción, a través de la homogeneización de los usuarios .

De acuerdo con este enfoque, la sensibilidad de dichas masas ha sido forjada, dirigida y provocada por la acción de una sociedad industrial basada en la producción y el consumo obligatorio y acelerado, donde la industria cultural ha hecho su trabajo, construyendo todo un simbolismo del prestigio y el *status*.

Y en este sentido su propuesta de liberación, apunta a la creación de conciencia crítica que le permita al ser humano no liberarse de los



medios, sino en relación a los medios.

No se ha planteado el problema de cómo volver a la naturaleza, sino que se ha preguntado en qué circunstancia la relación del hombre con el ciclo productivo reduce el hombre al sistema, y hasta qué punto es preciso elaborar una nueva imagen del hombre en relación al sistema de condicionamientos; un hombre no liberado de la máquina pero libre en relación a la máquina. (p.21).

Desde esta misma perspectiva Freire, citado en el célebre *Informe Macbride* (1981), analizó lo referente a la invasión cultural que proviene a través de los *mass media*, catalogándola como un fenómeno que está al servicio de los fines de conquista y mantenimiento de la opresión.

Lo cual implica siempre una visión estrecha de la realidad, una percepción estática de las cosas y la imposición a otro de una concepción del mundo. Implica la “superioridad” del invasor y la “inferioridad del “invadido”, al mismo tiempo que la imposición de valores por aquel que posee a este y tiene miedo de perderle” (p.285).

Con base en la pedagogía del oprimido, el estudioso brasileño advierte también sobre lo referente a la alienación cultural. Partiendo de estos planteamientos, la imposición o imitación de una cultura extranjera puede conllevar a la desaparición de la cultura propia y si no se tiene plena conciencia sobre esta situación, se concreta el cometido hegemónico de formar a ciudadanos como presas fáciles del dominio que permita mantener el *status quo*.

Sobre esta temática, nos unimos a las alertas que en el presente siglo esboza Britto García (2005), quien ha catalogado de Cuarta guerra mundial, la cultural. Argumenta que la Primera Guerra mundial se peleó esencialmente en el espacio terrestre, la Segunda se

extendió al espacio naval y aéreo, la Tercera Guerra Mundial se decidió en el ámbito económico, la Cuarta, se libra, además en la dimensión cultural. La cultura es cuestión estratégica.

Actualmente una sola cultura, la de siete países hegemónicos o más bien la de uno de ellos, es presentada masivamente por todos los medios de comunicación planetarios como único paradigma, modelo único que define lo positivo y lo negativo, lo justo y lo injusto, lo tolerable y lo intolerable. Estados Unidos produce el 97,1% de su propia programación televisiva; América Latina importa la mayor parte de la programación de la pantalla chica. Dentro de esa cultura hegemónica que vende al planeta su propio punto de vista, el resto del mundo no es representado, o representado sólo como objeto de irrisión, lástima o subordinación (sn).

Expone el catedrático venezolano, que los países desarrollados son gigantescas industrias culturales que producen creencias, ideología, mitos, sentido, desinformación, dominación. La economía global avanza mediante la ofensiva de una cultura globalizada. Ambas proponen como único paradigma el aplicado por las siete naciones más desarrolladas del planeta: ambas imponen al resto de la humanidad sufragar sus costos; ambas excluyen al resto de la humanidad de sus beneficios.

“La cultura globalizada postula el mercado como única meta, único paradigma, única medida, único credo, única cultura, único valor”, apunta.

Tras este contexto, vaticinamos con Britto que el destino del género humano se decidirá en la opción entre una cultura del mercado y una cultura humanística, es decir, creada por y para la humanidad. Vale decir: entre la cultura y la ausencia de ella.

Sobre este campo, también es necesario comprender que la enajenación cultural no solo se produce con la inserción e imposición

de manifestaciones extranjeras en desmedro de la identidad nacional, sino además como lo alerta el columnista venezolano Liscano (1992) con la promoción del escándalo, la chabacanería, el amarillismo, la crueldad, la morbosidad, la pornografía, el consumismo, y otros antivalores, que Pasquali (1998) llama “contenidos basura” y Mujica (2010) “mensajes embrutecedores”, contribuyendo así a profundizar la problemática educativa y socio-cultural de las naciones.

Tras la revisión de los aportes de estos autores, compartimos que el espectador debe, pues, en el marco de una interpretación crítica de los medios, comprender que la industria de los medios de comunicación es cultura e ideología (guerra cultural ideológica) y que si es usada en un sentido inverso al actual, (contracultura), desde una nueva hegemonía o contrahegemonía como invocó Gramsci, podría servir de vehículo para la superación y emancipación de los seres humanos. Pero debe entender también que, en su uso actual, esa “industria cultural” es una industria ideológica que sólo busca, para aumentar sus beneficios materiales, explotar las más recónditas necesidades humanas, incluso creándolas a la fuerza, para que éstas se vuelquen ávidas sobre los productos mercantiles de la explotación material, conllevando a reproducir las relaciones sociales del sistema imperante y las injusticias que estas implican.

De ahí, en suma, la necesidad de generación de conciencia crítica, movilización y organización para resistir, usando el arte, la ciencia y la tecnología para generar contrahegemonía, en aras de trascender el orden opresor en pro de otro mundo posible.

### **Guerra y terror mediático**

Queda claro que el motivo central de la gestación del actual

imperio mediático, su desarrollo y su colosal acción, ha sido ideológico-político, y sobre todo económico. Y en ese plano se emprenden guerras no convencionales o multiformes, que pueden hasta ser más mortales y aportar más dividendos que eventos bélicos convencionales.

Sobre el particular, el periodista ecuatoriano Maldonado, A. (2008) advierte que desde la Revolución Soviética -que históricamente sigue existiendo- hasta los episodios y movimientos sociales de nuestro tiempo, el sistema imperante ha utilizado y utiliza los medios de comunicación y de desinformación para una estrategia de defensa-ataque-defensa-ataque de lo que realmente importa: la vigencia sin condiciones ni ataduras del neoliberalismo más salvaje y la pretensión de considerarlo irremplazable, eterno, indestructible.

“Es un auténtico terrorismo mediático que se ha impuesto en nuestras sociedades disparando imágenes, palabras y significados, que son más letales que misilazos, bombazos y cañonazos”, (p.40), alerta el estudioso.

Esta ofensiva mediática, soportada por los pueblos de Latinoamérica y por todos los del tercer mundo, no solo apunta a manipular y desinformar, advierte en esta misma línea el periodista argentino Aznárez C. (2009), sino que en muchos casos “generan una abierta desestabilización, y apuestan decididamente a la guerra contra los movimientos populares y los procesos revolucionarios” (p.1).

Sobre esta temática, Romano, V. (2012) también interviene, haciendo valiosos aportes, y en tal sentido anota que en la lucha actual entre los pocos que se esfuerzan por preservar su dominio y los muchos que lo hacen por emanciparse de él, la batalla de las ideas

forma parte integral de la efectuada con las armas de la violencia física. Es lo que se ha venido en llamar también “guerra de la información”, o “guerra mediática”, dice.

En el frente externo de batalla se utilizan tanques, aviones, armas químicas, etc., para derrotar al enemigo, ocupar y conquistar su territorio, expone. En el frente interno se aplican toda una serie de armas psicológicas para la conquista y sumisión de las mentes.

En este sentido, basta examinar una primera página de un medio impreso o escuchar los titulares de algún noticiario de TV o radio comercial reciente, y muchos contenidos en las redes sociales, para evidenciar como despiadadamente se ha arremetido en los últimos tiempos el discurso de las élites dominantes en contra de cualquier proyecto de emancipación social.

Alarmismo, descontextualización de la información, tergiversación y manipulación de datos, exageración de problemas sociales, estigmatización de los grupos y movimientos sociales que apoyan algún gobierno o proyecto contrario al orden capitalista, invisibilización de sus logros, enaltecimiento a los sectores opositores, incitación al conflicto y la violencia, apología sobre acciones inconstitucionales, promoción y justificación del bloqueo imperial, matrices de opinión sobre los responsables de estas medidas injerencistas, son algunas de las características que resaltan en los contenidos divulgados, buscando con esto generar climas de pánico, desasosiego, desesperanza y fatalismo en la población.

Esto no es nuevo, solo que en el caso venezolano, por ejemplo, se atiza, por la amenaza que representa para las élites burguesas la decisión soberana del pueblo venezolano de construir su propio

destino y transitar hacia un modelo socialista. De este tipo de discurso también se sirven instancias como la iglesia, la educación convencional (en todos sus niveles), editoriales de libros, la industria de discografía y videojuegos, y todo lo relativo al ocio, cuyo fin es el control social para el mantenimiento del orden establecido.

Bien lo denunciaba el periodista español Pascual Serrano (2012), al señalar que la revolución venezolana ha demostrado, como pocos fenómenos internacionales, “el deterioro y el patetismo” al que pueden llegar los medios de comunicación.

Y lo que es peor, el abandono que sufren los ciudadanos por parte de empresas informativas y poderes públicos que impiden su derecho a recibir información veraz ... La revolución venezolana ha sido el proceso político del que más se ha (des) informado de forma diametralmente opuesta a lo que sucede” (s/n).

En consonancia con los grandes teóricos de la guerra, queda claro que los estrategas modernos utilizan la información para bombardear permanentemente las conciencias con noticias falsas y otros contenidos, a fin de atacar lo que consideran proyectos enemigos, y facilitar la posterior conquista material. En este sentido, los ciudadanos deben convertirse en usuarios alertas y realizar esfuerzos mentales que sirvan de escudo ante tal avalancha mediática.

### **Entretenimiento y manipulación**

Especial tratamiento merecen los espacios que son destinados para la distracción, pues aunque no lo parezca, y sea poco o nada perceptible, es donde más se aprovecha para penetrar en las mentes,

en su mayoría, pasivas de los receptores.

A través de sus mensajes se emplean estrategias de alienación, casi imperceptibles, para modelar conductas a favor de los intereses de las clases dominantes, en la misma medida que profundizan la opresión de los pueblos.

Entretener significa compensar durante un rato las debilidades y carencias emotivas y sentimentales. El entretenimiento apela a los déficits emocionales que todos tenemos de vez en cuando. De eso vive esta industria. Pero el objetivo último del entretenimiento ofrecido mayoritariamente por los medios actuales no es el postulado ético de la coexistencia de los pueblos y de las etnias, sino el de ganar dinero con programas que explotan los instintos más primitivos (sexo y violencia), advierte por su parte, Romano (1997).

Quien se distrae diariamente con el asesinato, la muerte, el fraude, la violencia bruta, aprende que el derecho del más fuerte, el egoísmo individualista, predomina sobre los derechos humanos, la solidaridad y la cooperación, y aprende también que la mejor manera de responder a las opiniones es partiéndole la cara a quien las expresa. La simplicidad y singularidad de los puños en vez de la complejidad y diversidad de las opiniones, de la fuerza de los argumentos racionales, forma mirones cínicos y no ciudadanos democráticos, con conciencia crítica y sentimientos solidarios (p.148).

Expone el investigador español, que el entretenimiento y la diversión de las grandes masas de la población, la organización interesada de su tiempo libre, se ha convertido en una de las industrias más lucrativas y prósperas de nuestros días, a través de una gran diversidad de productos, aprovechando las fuerzas productivas más modernas y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Compartimos con el autor que esta explotación interesada de las necesidades humanas de entretenimiento, asueto y relajación cumple también una función importante: distraer a las grandes masas de la realidad, lo cual debe entenderse también en el marco de la manipulación ideológica y la formación de la mentalidad sumisa. Al mismo tiempo, partiendo de la perspectiva de Romano, alertamos que está muy arraigado el mito de que la diversión y el asueto son neutrales, carecen de puntos de vista interesados y existen al margen de los demás procesos sociales. Cuando en realidad, es todo lo contrario.

Sobre el particular, son también relevantes los aportes del investigador español Luis Nieto (2012). Para este autor, muchos medios no pretenden informar sino distraer y al respecto expone:

Después de una larga jornada de trabajo uno vuelve a casa y no quiere preocupaciones o cuestiones que le lleven a indagar en los porqués de las cosas, uno quiere evadirse y para ello se consume sin reflexionar como una píldora que relaja. Pero esa píldora emite mensajes que predisponen nuestra forma de actuar y pensar. La comunicación tiene como fin influir y/o manipular y eso la convierte en un arma poderosa. Siempre pretende persuadir al receptor para que acepte la visión de las cosas que ella propaga (s.n).

En este tipo de reacción pasiva, el espectador está *relaxed*, como advierte Cantril y Allport, citados por Eco (1984:354), no se halla en un estado de ánimo polémico, sino que acepta sin reservas aquello que le es ofrecido. En este estado de ánimo relajado, se establece un particularísimo tipo de transacción, por la que se tiende a atribuir al mensaje el significado que inconscientemente se desea. Más que de hipnosis, puede hablarse de autohipnosis o de proyección. Como observa Cantril, "la predisposición del público dirige el modo en que



la transmisión es comprendida" (p.354).

Las transnacionales del entretenimiento, como Hollywood, usan sus contenidos filmicos para, según alertan los teóricos repasados, preparar al receptor de tal forma que la decodificación del mensaje sea a favor de sus intereses.

Es así como a través de sus formatos se inoculan comportamientos, percepciones, sentimientos determinados, estilos de vida, valores, estereotipos, símbolos, mitos, que van a influir en la creación de falsas conciencias en la sociedad.

A través de películas y series televisivas, por ejemplo, se enaltece a los países imperiales y se denigra y desmerita a las naciones más pequeñas, y sobre todo si se trata de pueblos soberanos que han decidido construir su propio destino. Así como, se exaltan los valores de la lógica mercantil, signados por el individualismo, la violencia, la opulencia, el consumismo, el culto a lo material sobre el ser, en contraposición de los valores de la solidaridad, la cooperación y la paz.

Lo complejo es que esto no se nos presenta en un lenguaje directo, el tipo de alienación de hoy supera las precedentes, ésta resulta hoy mucho más sutil y peligrosa, a través de vías subliminales, y para ello se valen de envoltorios llamativos, que distraen nuestra atención hacia lo espectacular, superficial y banal, mientras que nuestros cerebros son trabajados por la ideología dominante.

Bien lo indica la venezolana Lourdes Molero (2003), el discurso es como un iceberg, en el cual los individuos sólo perciben un 5% (lo que está superficialmente), pero el 95% del mensaje queda oculto a través de las diferentes operaciones semiológicas efectuadas por

el emisor y que el receptor pasivo no percibe.

A través de Hollywood, Estados Unidos expande su imperialismo cultural por el mundo. Esta es una transnacional oligopólica compuesta de empresas productoras de películas y series de entretenimiento, como Universal, Fox, Warner Bros, Walt Disney Studio, Paramount Pictures, Columbia Pictures, etc. Según la revista Time, la recreación es el principal producto estadounidense de exportación, lo cual logra, en un gran porcentaje, a través de esta industria del entretenimiento.

### **Las Redes: el nuevo medio dominante**

Es importante abordar lo que autores han calificado como la cuarta y quinta gran revolución de las comunicaciones: la internet y con ella las redes sociales (la primera la palabra, la segunda la escritura, la tercera la imprenta).

Partimos de que estos nuevos formatos, vienen a convivir con los viejos medios, como un ecosistema entramado, de instrumentos para la hegemonía global. O como lo ha denominado Ramonet (2021), estamos ante un proceso de "darwinismo mediático", donde los nuevos medios obligan a los anteriores a tener que adaptarse a los cambios de la humanidad, pero no forzosamente desaparecen.

El desarrollo tecnológico y las nuevas formas y orientaciones que asume la comunicación, tal como lo apunta Burch y otros (2004) no son, pues, un resultado "natural" e ineluctable del curso de la historia, sino de requerimientos sociales, económicos, políticos e ideológicos muy determinados. Esto se entiende, cuando indagamos a nivel global quiénes manejan estas herramientas, y se arroja que unos diez mastodontes -denominados conglomerados multimedia- controlan

desde la radio y la televisión, hasta la internet, la música, el cine, los videojuegos, etc.; es decir, casi todo el engranaje de la industria cultural y de la información, apunta el autor. Todas ellas tienen sede en los países ricos: Estados Unidos, naciones de Europa y Japón.

Ahora bien, dado sus características de penetración y alcance, Ramonet (2022), por su parte, profundiza con respecto a que las redes representan un sistema específico e inédito que sobrepasa en audiencia y que en términos cuantitativos, se han convertido en los verdaderos medios dominantes, quien al mismo tiempo augura un futuro cada vez más dependiente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Analiza el periodista y estudioso español que lejos de la aspiración a que fuesen grandes plataformas democratizadoras para acceder a una información de mejor calidad, se ha demostrado con los últimos conflictos internacionales, cómo han amplificado el discurso coral uniforme (y en uniforme) de los medios tradicionales.

Todo eso les llega ahora en sus teléfonos, en sus tabletas, en sus computadoras de bolsillo... Ya no solo son los periodistas sino nuestras amistades nuestros familiares, nuestros mejores amigos quienes contribuyen también, mediante sus mensajes en las redes, a amplificar esa incesante coral de discurso único... Se trata de una nueva dimensión emocional, un nuevo frente de la batalla comunicacional (s.n.)

Con otro agravante que alerta Ramonet, como lo es que lo que domina a las redes es el pensamiento mágico. La verdad es cada vez más emocional y no real. Las redes están hechas para emitir y no para recibir.

La diferencia con los medios de difusión masiva es que no alcanzan el nivel de retroalimentación de las redes sociales.

Éstas ponderan el diálogo constante, tienen una relación más fuerte con los receptores. Son sistemas de comunicación que convierten fenómenos marginales en centrales. En este entorno comienzan a actuar fenómenos como la postverdad y las "fake news". La posesión de una gran cantidad de información pasa de erigirse como generadora de pensamiento crítico a productora de desconocimiento (s.n.).

En este contexto el catedrático español expone que hay una crisis de la verdad y la información y que, al mismo tiempo la desinformación se ha vuelto difícil de identificar. Las fuentes oficiales de información han perdido credibilidad, y se otorga el mismo nivel de confianza a un *meme* que a un noticiero de televisión o a una agencia de noticias, por lo cual no es aberrante, como ya se ha visto, que las teorías conspirativas encuentren mayor audiencia en el seno de grupos sociales muy impactados por la crisis. Advierte que la tecnología ayuda. Porque mucha gente aprovecha el anonimato que ofrece internet para defender –amparados por la seguridad de un seudónimo– posiciones agresivas, irrespetuosas o extremistas.

La objetividad de la información (si alguna vez existió) ha desaparecido, las manipulaciones se han multiplicado, las intoxicaciones proliferan como otra pandemia, la desinformación domina, la guerra de los relatos se extiende (s.n.).

Nunca se habían “construido” con tanta sofisticación falsas noticias, narrativas delirantes, “informaciones emocionales”, complotismos, argumenta. Para colmo, muchas encuestas demuestran que los ciudadanos prefieren y creen más las noticias falsas que las verdaderas, porque las primeras se corresponden mejor con lo que pensamos. Los estudios neurobiológicos confirman que nos adherimos más a lo que creemos que a lo que va en contra de nuestras

creencias, apunta.

Las fábricas de *fake news* construyen todos los días miles de conspiracionistas que defienden teorías insólitas con el mayor desparpajo, de acuerdo con los análisis del investigador español.

Por ende, para que el usuario pueda hacer una interpretación reflexiva de los contenidos que circulan por estos nuevos formatos, debe estar advertido de que a partir de este manejo que han tenido las redes, se ha venido desplegando en el mundo lo que Ramonet ha calificado como la cultura de la mentira y un nuevo sistema desinformativo.

Consideramos que para contrarrestar estas distorsiones estamos llamados a la resistencia como ciudadanía en aras de establecer una crítica al sistema mediático y su funcionamiento, (que abarca las viejas y nuevas formas) y entendiendo sus conexiones con un sistema imperante que ha multiplicado las milenarias injusticias y desigualdades.

Y aunque cueste creerlo, como indica Serrano (2009), la buena noticia es que el tiempo corre en contra de este gigante, porque cada día que pasa también hay comunidades que van avanzando en su incredulidad y desconfianza hacia ese sistema ideológico que nos persigue, al tiempo que se van desarrollando propuestas alternativas e iniciativas para enfrentarlo. La clave es entonces aprovechar esta luz, y apalancar la unión, la toma de conciencia y la acción.

### **Salir de la colonia**

A manera de colofón de este segmento, es importante dilucidar -vinculado al tema del manejo de los medios-, la categoría neocolonialismo, definida como nueva forma de dominio imperial,

que emerge con fuerza a partir del siglo XX.

Aguirre J., Bisbal M., De la Nuez S. y otros (1981), explican que la Segunda Guerra Mundial señala el principio del fin del colonialismo, con ello se produce la expansión de los Estados Unidos y el comienzo de una etapa política a nivel mundial que se ha dado en llamar neocolonialismo, la misma alcanzaría dimensiones extraordinarias como consecuencia de la liquidación de los imperios británicos y francés fundamentalmente.

Dominio que se ha venido fundamentando a través de sus poderosas fuerzas económicas, políticas, militares, mediáticas, culturales (y religiosas).

El autor francés Edgar Morín, citado por los estudiosos venezolanos (1981), describe todos estos procesos con las siguientes palabras:

A principios del siglo XX la potencia industrial ha extendido su soberanía sobre el globo. Se acaban la colonización del África y la dominación del Asia. Pero he aquí que comienza, en las barracas de feria y los escenarios populares, la segunda industrialización: aquella que se dirige, ya no a las cosas, sino a las imágenes y a los sueños. La segunda colonización, ya no horizontal, sino vertical esta vez, penetra en la gran reserva que es el alma humana. Surgían unos Estados Unidos con una posición dominante en todos los aspectos. Estos iban desde lo político hasta lo económico y empezaban a darse cuenta de que el componente cultural era de gran utilidad para la gran expansión “planetaria” que iniciarían (p.29).

Es así como Estados Unidos, se presenta como la nueva potencia colonial, y tal como lo desentraña Vladimir Acosta (2021), la peor de todas, la más poderosa, criminal, explotadora, violenta e invasora, pero también la más hábil, hipócrita y mentirosa.

En un tratado sobre el neocolonialismo en Nuestra América, abordado en su obra *Salir de la colonia*, cuya frase tomamos prestada para intitular este apartado, el autor venezolano devela cómo la tenaza imperial estadounidense, en complicidad con las oligarquías criollas, ha logrado desde entonces ejercer contra nuestros países el peor de los colonialismos, basado en el poder económico, militar y mediático que exhibe y en la infinita y cínica capacidad que tiene de disimular y de mentir.

Refrendamos, con Acosta, que sobre lo económico, lo sociopolítico y lo militar, y sin desdeñar en absoluto la enorme importancia de estos planos interrelacionados para mantenernos sujetos a su aplastante hegemonía, es una colonización que por sobre todo se nos impone en el plano cultural y que por obra de sus poderosos medios de comunicación y por la forma incesante y absorbente en que éstos nos desinforman, nos mienten, nos manipulan, nos controlan y nos embrutece, ha terminado por convertir a muchos de nuestros países casi sin que nos demos cuenta en auténticas colonias culturales.

“Destruyen nuestras culturas, se adueñan de nuestras vidas cotidianas, y nos convierten en asimiladores pasivos de todos sus contravalores” (p.163), alerta.

De acuerdo con su análisis, por obra de su descomunal poder mediático, este imperio nos va desorganizando y colonizando culturalmente día tras día y noche tras noche en la medida en que nos impone su perversa y violenta cultura.

Por esa vía los Estados Unidos nos muestran a diario su incomparable excepcionalidad, que los hace superiores, únicos,

elegidos de Dios, y dignos de ser imitados. Por un lado, nos ocultan su miseria y sus crímenes, y por el otro, nos imponen su lenguaje, su música, sus modas, sus histerias, su embellecido macartismo político y religioso, su insaciable violencia, y su acendrado e irreductible racismo, denuncia el autor.

Se trata, y lo repito, de la nueva colonización, de la más poderosa de todas, la que va dirigida, como ellos suelen decir, a apoderarse de las mentes y los corazones de quienes usan esos medios. Colonización en la que sus iglesias y sus sectas religiosas, todas evangélicas y esencialmente calvinistas, cada vez más difundidas y poderosas en nuestros países, vienen desempeñando un papel fundamental. (p.219).

No unimos a las alertas del investigador venezolano con respecto a que sin enfrentarse a este proceso colonizador que está en todas partes y no descansa un segundo, y sin vencerlo o reducirlo, no habrá forma de salir de esta nueva colonia que se alimenta de la vieja, de la que nos ha mantenido sometidos por siglos, y que la potencia sin cesar utilizando para ello todo su descomunal poder mediático.

Entendiendo que cualquier cambio de fondo de nuestras sociedades, hacia un mundo mejor, pasa por la descolonización de nuestros países y nuestras mentes; es parte esencial de esa lucha antiimperialista, anticapitalista y socialista, y si no es integrada como objetivo prioritario a esa lucha, las posibilidades de éxitos reales y duraderos de transformación serán nulas.

Proponemos así, que anclado a la comunicación debe potenciarse el pensamiento decolonial, que al decir de Becerra (2022), implica un modo de ver, pensar, interpretar y actuar diferente sobre y en torno a las circunstancias de nuestros pueblos, desde otros referentes, distintos a los de la supremacía eurocéntrica y occidental, más



cónsonos con los procesos históricos de nuestras sociedades y sus deseos de independencia y soberanía.

En función, de lo repasado en este segmento, estimamos que debe seguir mundializándose el ejercicio organizado de contracultura y contrapoder, por parte de los sujetos políticos frente a los medios de comunicación que permitan la reflexión crítica y el desmontaje de los mecanismos de neocolonización imperial y en demanda de una transformación en el orden social y comunicacional. Para esta respuesta creemos es esencial la formación crítica de esos actores que motorice la toma de conciencia y el accionar, desde un enfoque descolonizador, propuesta que ahondaremos en los próximos apartados.

## **PARTE II**

## DEVELANDO EL MENSAJE OCULTO

*Aquel dicho que se esgrimía casi como un axioma: “si lo dijo la prensa es verdad”, ya no es tan verdad. Peor todavía, para muchos, “si lo dijeron los medios, hay que investigarlo” (Earle Herrera, El que se robó el periodismo que lo devuelva. 2009)*

Así como en el campo pedagógico, el modelo hegemónico se vale del currículo oculto para estimular sumisión y lealtad al sistema, desde la esfera cultural y comunicacional, lo hace con los mensajes subyacentes, para los mismos fines.

Adorno (1953) y seguidamente Silva (1977) analizaron y teorizaron muy bien la categoría de “mensaje oculto”, con un enfoque psicológico profundo. Desde la perspectiva de estos estudiosos, el significado polimorfo (mensaje abierto y mensaje oculto) ha sido usurpado por la industria cultural en la medida en que lo que transmite se organiza con el objeto de dominar el ánimo de los espectadores, en diversos niveles psicológicos a la vez.

A decir verdad el mensaje oculto puede ser más importante que el mensaje explícito, ya que el primero eludirá los controles de la conciencia, no se lo ‘verá al través’, no será esquivado por la resistencia a las ventas y, en cambio, es posible que se hunda en la mente del espectador (1977: p. s.n).

*MacLuhan* lo alertaba con la famosa fórmula “el medio es el mensaje”, para indicar así que los medios no transmiten ideologías, son ellos mismos ideologías.

Para rebatir este fenómeno, estimamos que no queda otro remedio que practicar la nietzscheana "psicología del desenmascaramiento", como conminaba Silva (1977). Nietzsche reelaboró una hermenéutica de la sospecha. Su propósito específico era descubrir los principios

disimulados detrás de lo que las personas, así como las instituciones sociales, dicen y hacen, permitiendo así la distinción entre la superficie y la “realidad”.

También es oportuna la propuesta de Umberto Eco (1984), quien teorizó sobre las guerrillas comunicacionales, y con respecto a los efectos del mensaje plantea que va a depender de la lectura que se da de él. Expone el autor que en el mundo de la electricidad “hay todavía lugar para la guerrilla: las perspectivas de recepción se diferencian, no se da el asalto a la televisión, sino a la primera butaca ante cada televisor” (p.400).

Desde este enfoque planteado por el filósofo italiano, el mensaje se convierte en aquello en que lo convierte el receptor, quien puede adaptarlo a sus propios códigos de recepción, y conforme a su conciencia crítica pueden diferir de los del emisor y de los del teórico de la comunicación.

Eco (1987:p.06) argumenta que para algunos sectores el controlar el poder de los *mass media* amerita controlar dos momentos de la cadena de la comunicación: la fuente y el canal, lo cual no niega que pueda dar excelentes resultados a quien se proponga el éxito político y económico, pero teme que ofrezca resultados muy magros a quien espere devolver a los seres humanos una cierta libertad frente al fenómeno total de la comunicación. Por esta razón propone aplicar a la estrategia, una solución de guerrilla.

Es preciso ocupar, en cualquier lugar del mundo, la primera silla ante cada aparato de televisión (y, naturalmente, la silla del líder de grupo ante cada pantalla cinematográfica, cada transistor, cada página de periódico) (...) La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación sino en el lugar a donde llega. Si he hablado de guerrilla es porque nos espera un destino

paradójico y difícil, a nosotros, estudiosos y técnicos de la comunicación: precisamente en el momento en que los sistemas de comunicación prevén una sola fuente industrializada y un solo mensaje, que llegaría a una audiencia dispersa por todo el mundo, nosotros deberemos ser capaces de imaginar unos sistemas de comunicación complementarios que nos permitan llegar a cada grupo humano en particular, a cada miembro en particular, de la audiencia universal, para discutir el mensaje en su punto de llegada, a la luz de los códigos de llegada, confrontándolos con los códigos de partida. (p.06-07)

A su juicio, partidos políticos, organizaciones educativas y otras agrupaciones pueden lograr que una audiencia determinada discuta sobre el mensaje que recibe, lo cual podría volver del revés el significado de tal mensaje. O bien, demostrar que ese mensaje puede ser interpretado de diferentes modos.

Asegura el estudioso, que con esta esta estrategia está proponiendo una acción para incitar a la audiencia a que controle el mensaje y sus múltiples posibilidades de interpretación.

En este contexto, y a partir de estos referentes toma fuerza la educación crítica para los medios, y por ende esta acción se le plantea como una responsabilidad y un reto a las universidades emergentes, pues han sido décadas de manipulaciones y “lavados cerebrales”, en muchos casos hasta imperceptibles, hacia nuestros pueblos, a través de diferentes estructuras discursivas para el mantenimiento de la prehistoria capitalista, tomando el concepto de Mujica.

### **Fundamentos y nuevo orden**

Como base para el presente aporte, será usado de forma transversal el informe *Un solo mundo, voces múltiples* mejor conocido como Informe *MacBride* (1981: p.299) impulsado desde la Unesco, que

marcó las líneas para un nuevo orden mundial de la comunicación, archivado hace 4 décadas por presiones imperiales, y uniéndonos a distintas voces contrahegemónicas, que postulan su relanzamiento en el actual contexto, lo estimamos de gran pertinencia.

Asimismo, esta contribución tiene en cuenta la formación del comunicador social, y los retos de estos profesionales, en el marco de ese nuevo orden, a la luz de instituciones universitarias, cuyo rol es fundamental, en los procesos de transformación social de los pueblos.

Como es sabido, desde la Revolución Bolivariana se ha impulsado la creación de instituciones como la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV), que surge en 2003 con el encargo de asumir la formación de profesionales de nuevo tipo y apalancar el nuevo proyecto emancipatorio.

Según se declara en su Documento Rector (2003: p.14), esta institución tiene entre sus objetivos, formar nuevos ciudadanos y ciudadanas con claros sentidos de justicia, solidaridad, libertad, independencia, participación responsable, y reconocimiento de la diferencia, es decir, con claros sentidos ético-políticos de su condición y ejercicio como ciudadanos y ciudadanas.

Al tiempo que expresa que esta universidad emergente debe responder a una alta pertinencia social, es decir, vinculada con las necesidades de desarrollo económico, social, cultural, político y educativo, que plantean tanto la transición que vive Venezuela como las expectativas de la comunidad en general, asociadas a la efectiva realización de los principios

constitucionales de justicia social, libertad, solidaridad y democracia participativa. La legitimación del conocimiento y la enseñanza universitaria se debe y se busca explícitamente en la vinculación de la UBV con la sociedad venezolana y en el diagnóstico de su realidad social, económica, política y cultural. “La UBV es para el país”, resalta (p.14).

Entre las bases conceptuales (p.33), en la que se sustenta la UBV, está el Ejercicio del pensamiento crítico, indicando que esta asume el pensamiento libre, la duda fructífera, la voz problematizadora y el debate como condiciones para comprender y saber posicionarse ante los fenómenos que definen la compleja situación histórica del presente, ante los problemas éticos de los modelos de desarrollo, del conocimiento, de la política, la cultura democrática, la economía, la comunicación, la educación, la universidad. En tal sentido, se propone la constitución de sujetos críticos, social y políticamente activos.

Especial importancia tiene el Programa de Formación Grado (PFG) en Comunicación Social de esta nueva universidad, en cuanto a la realidad que se busca transformar, pues allí se forma un importante contingente de ciudadanos y ciudadanas, como parte del nuevo talento de la república, desde un enfoque crítico, teniendo la encomienda de incidir en la transformación de la comunicación, desde modelos emancipadores hacia el cambio social.

Dentro de los encargos que se asignan al PFG en Comunicación Social, se rescata el espíritu del informe

*MacBride*. Entre tales misiones, como lo indica su documento conceptual, se encuentra: garantizar una sólida formación teórica y un sentido crítico que permita evaluar y reflexionar en torno al papel de los medios de comunicación masiva y su impacto en la vida social; las formas de producción de saberes y conocimientos; las modalidades de transmisión de información; los patrones de sociabilidad; la definición de lo público; el ejercicio de la política; los modelos de vida; las pautas de consumo; y los modelos éticos y estéticos en las sociedades contemporáneas; incorporando siempre perspectivas que integren criterios de pertinencia, responsabilidad social y ética profesional (2005: p.23).

Este programa académico, a su vez conmina (2005: p.8) a conformar nuevos esquemas comunicacionales que impulsen la participación y la justicia social como valores indiscutibles en la gestación de la nueva República. Por tanto, la formación del nuevo comunicador social debe estar orientada a afrontar el reto de crear un nuevo esquema comunicacional, imbricado en la nueva concepción de República, así como al fortalecimiento de la nueva estructura del Estado venezolano. Que responda principalmente a las necesidades comunicacionales de las mayorías y no a los intereses de pocos.

Asumiendo, por tanto, una ética de responsabilidad, pertinencia e inserción social del conocimiento y del desempeño profesional con el objetivo de contribuir con el desarrollo sustentable del país.

La relevancia de este PFG para la república, se justifica en



lo estratégico del área que estudia, pues no hay cambio importante en la vida social actual, ni proyección de transformación a futuro que no esté determinada, de manera directa o indirecta, por la comunicación social y los dispositivos tecnológicos de información y comunicación, tal como lo indica su documento.

En este contexto, y a los fines de esta investigación estimamos como elemental el desarrollo y formación de nuestros estudiantes como actores protagónicos de cambios sociales, culturales, económicos y políticos, proceso en el cual es indiscutible el rol del docente, como potenciador del estudiante como sujeto histórico de transformación.

De este modo, compartimos que para cumplir con esta encomienda social, debe asumirse la Pedagogía Crítica de Paulo Freire (1970), en la que se concibe al docente como un orientador, facilitador de la independencia del pensamiento y acción, director del proceso y concienciador, formador de una conciencia crítica con método participativo y donde los estudiantes puedan valorar sus orígenes, respetando la diversidad de culturas hacia la creación de un mundo multipolar.

Desde esta perspectiva filosófica revolucionaria, se asume al estudiante como sujeto activo, participativo y protagónico, transformador de lo social, que se forma en conciencia crítica.

Por ende, a partir del enfoque freiriano, los educadores revolucionarios debemos deslastrarnos de falsas neutralidades y asumir abiertamente en nuestra praxis docente, una postura

política en contra del sistema opresor, que impone la pauperización planetaria.

En tal sentido, el autor hace una distinción interesante con respecto a los fines de la pedagogía conservadora y la progresista:

En cuanto en una práctica educativa conservadora se busca, al enseñar los contenidos, ocultar la razón de ser de un sinnúmero de problemas sociales; en una práctica educativa progresista, se procura, al enseñar los contenidos, desocultar la razón de ser de aquellos problemas. Mientras la primera procura acomodar, adaptar a los educandos al mundo dado, la segunda busca inquietar a los educandos desafiándolos para que perciban que el mundo es un mundo dándose y que, por eso mismo, puede ser cambiado, transformado, reinventado (Freire,1995, Pedagogía de la ciudad).

Desde el pensamiento freiriano no se conciben las verdades acabadas, inmodificables, sino susceptibles de perfeccionar, de discutir y cuestionar. Se requiere más una pedagogía de la pregunta y no una de la respuesta.

A partir de estas consideraciones, fue concebida la presente propuesta de formación del nuevo comunicador social, que apunta a la educación crítica con respecto a los mensajes mediáticos; que permitan capacitar a estos servidores para el ejercicio del rol de facilitadores y servidores públicos ante la colectividad, en pro de otro mundo posible y a la luz de un nuevo orden.

## **Unesco y leyes**

El fomento y la formación del espíritu crítico constituyen un aspecto primordial de la democratización de la comunicación, tal como se invocaba en el célebre informe de la Unesco (1981: p.299), pues permiten a un usuario crítico, tener conciencia de la realidad, decidir e intervenir sobre el proceso comunicacional.

El informe *MacBride* (1981: p.299) convocaba al espíritu crítico y de discernimiento, como una responsabilidad esencial que deben asumir conjuntamente los educadores y los responsables de la comunicación.

La crítica puede expresarse mediante unos grupos de presión organizados o mediante el repudio espontáneo del “menú” que ofrecen los medios de comunicación de masas, invoca el texto.

Es preciso -señala el documento- que el individuo sea capaz de distinguir entre lo verdadero y lo falso, separar la opinión y los hechos, tener en cuenta la subjetividad del informador, y distinguir entre lo que es efímero, insignificante, y lo que es duradero, sólido y serio.

Con esta condición también, los lectores, oyentes y espectadores podrán sentir con respecto a los mensajes que les lleguen, una duda constructiva sobre los contenidos y poder clasificar los de mayor provecho, indica el Informe.

En este documento (1981: p.57), se señala como innegable el impacto educativo de los medios de información y comunicación, en general, incluso cuando el contenido del mensaje no es de carácter netamente educativo. En vista de la acción educativa y socializadora (o por el contrario antieducativa o antisocial) que puede ejercer los

dispositivos de información, la comunicación debe ser tratada como un bien social y responder a las necesidades de desarrollo de la sociedad, exhortaba el texto, cuyos contenidos mantienen extraordinaria vigencia.

Se hace hincapié, en este mismo sentido, en que dada la importancia creciente de la comunicación en la sociedad, debe formularse una responsabilidad nueva para el sistema de educación, a saber, la de enseñar el modo adecuado de usar la comunicación, “que sirva para denunciar a la vez los peligros de un pseudo saber audiovisual y la ilusión del poder informático”.

Al tiempo, que expresa:

Se demanda una educación más crítica, que pueda liberar al individuo de la fascinación, hacerlo más cauto y más exigente y capaz de elegir más selectivamente entre los diferentes productos de la comunicación. Es ya evidente que la evolución hacia una mayor calidad de los contenidos mediáticos, depende en gran parte de este tipo de educación (p.62).

La comisión *MacBride* estimaba que en la medida en que se avanzara en esta estrategia que comprende involucrar a instituciones educativas, formales y no formales, se estaría abonando a la participación de la ciudadanía en el proceso de la comunicación y con ello al “corazón mismo de esa gran utopía , en la cual cada uno podría llegar a ser, simultáneamente productor y receptor de información” (p.62).

Este informe sentó la bases para que en 1982 se produjera la Declaración de Grunwald, Alemania, en la que, por primera vez, en el marco de un Simposio internacional, la Unesco se pronunció de forma inequívoca sobre la necesidad de la inserción de la educación en medios en el sistema escolar.

Seguidamente, la Unesco estableció parámetros en Toulouse, Francia (1990); Viena, Austria (1999); y Sevilla, España (2002), demarcándose que la educación en medios trata sobre la enseñanza y el aprendizaje «Con» y «sobre» los medios, más que «a través» de los medios. (Sevilla, 2002).

Desde estos documentos, se conmina a que la educación en medios debe: Garantizar que las personas identifiquen el origen de las fuentes de los textos, sus intereses políticos, sociales y comerciales y/o culturales, así como sus contextos; analicen y reaccionen de forma crítica y creen sus propios medios de comunicación; interpreten los mensajes y los valores ofrecidos por los medios; obtengan y soliciten el acceso a los medios de comunicación tanto para la recepción como para la producción: y, por último, escojan los medios de comunicación apropiados para que los jóvenes puedan comunicar sus propios mensajes o historias y llegar a sus propias audiencias (Viena, 1999).

Asimismo, la educación en medios concierne a todos los medios de comunicación y comprende los textos y los gráficos, el sonido, fotogramas e imágenes animadas transmitidas por cualquier tipo de tecnología (Viena, 1999).

Se plantea que el alcance sea desde educación inicial hasta universitaria y de adultos e implica tanto el análisis crítico como la producción creativa (Sevilla, 2002).

A partir de estos lineamientos de la Unesco, se entiende que los espectadores de los medios son también productores del significado. La meta educativa ahora es empoderar al espectador para procesar los mensajes de los medios de comunicación y para producir los

significados que personal y socialmente sean relevantes (Declaración de Toulouse, 1990).

Desde la Declaración de Grunwald, la educación en medios ha estado presente en muchos programas y actividades internacionales en Europa, América del Norte y Latinoamérica, gran parte con una larga y exitosa trayectoria. Sin embargo, son pocas las respuestas globales y sistémicas que se han dado al respecto.

En el caso venezolano, en el plano jurídico, hay nuevas normativas legales que orientan hacia el tema de la recepción crítica del mensaje, como la Ley Orgánica de Educación (2009). Este instrumento, en su artículo 6, sobre las competencias del Estado docente, señala que el Estado promueve, integra y facilita la participación social, de las familias, la escuela, las organizaciones sociales y comunitarias en la defensa de los derechos y en el cumplimiento de los deberes comunicacionales para la educación integral de los ciudadanos y las ciudadanas, en la interpretación crítica y responsable de los mensajes de los medios de comunicación social públicos y privados, universalizando y democratizando su acceso.

Por su parte, en el Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación para el período 2019-2025, el tema de la comunicación es direccionado con contundencia y de forma transversal en diversas metas de este documento legal. Destacan en esta legislación categorías como descolonización del pensamiento, emancipación cultural, pensamiento crítico, identidad, pensamiento bolivariano y nuestro americano, anclados al tema de la comunicación y la educación, puntualizándose diversas líneas

específicas sobre esta materia.

En este sentido, entre los objetivos estratégicos relacionados con la consolidación de la independencia nacional, están los siguientes: 1.1.5.3. Fortalecer el uso responsable y crítico de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios como instrumentos de formación de valores bolivarianos.1.1.5.3.2. Impulsar el pensamiento crítico y constructivo de la sociedad a través de los medios de comunicación, así como reforzar la formación ética y profesional en estos.

1.1.5.4. Consolidar la regulación y contraloría social de los medios de comunicación como herramienta para el fortalecimiento del Poder Popular.

1.1.5.6. Fomentar la investigación y formación sobre la comunicación como proceso humano y herramienta de transformación y construcción social. 1.1.5.6.1. Fortalecer el Sistema de Formación Universitario tanto en sus componentes éticos como técnicos.1.1.5.7.2. Fortalecer y ampliar la red de intelectuales y formación de pensamiento crítico sobre el rol de los medios de comunicación en las guerras de cuarta generación.

1.5.2.3. Garantizar la educación crítica sobre los medios de comunicación para toda la población y, en especial, para niñas, niños y jóvenes, mediante el esfuerzo articulado entre los órganos rectores de comunicación, cultura y educación, con amplia participación del Poder Popular.

1.5.2.4. Incorporar a las organizaciones del Poder Popular, centros educativos, cultoras y cultores, comunicadoras y comunicadores a la producción y difusión de contenidos, que permitan la reflexión crítica

sobre los mecanismos de colonización y las alternativas de descolonización de pensamiento y las prácticas sociales, a través de medios de comunicación masivos, redes sociales y actividades educativas y comunitarias.

Este instrumento también legisla para impulsar el equilibrio y la paz mundial y la preservación del planeta, a la luz de una nueva geopolítica mundial y un nuevo orden contrahegemónico, en sus objetivos 4 y 5. Donde se resalta entre las metas : la promoción de una Nueva política comunicacional, integracionista con identidad cultural y comunicacional Sur-Sur y nuestro americana, así como llevar a niveles básicos no vitales la conexión de Venezuela con la estructura de comunicación e información dominadas por las potencias neocoloniales para hacer frente a las distorsiones generadas por las históricas asimetrías Norte/Sur.

Son líneas de acción en el marco del desarrollo nacional, que se presentan como estrategias innovadoras y de avanzada en el marco de la educación en medios, no obstante hace falta un accionar más decidido no solo desde el Estado, en cuanto a que se diseñen políticas públicas, deleguen encomiendas o tareas puntuales y un marco legal específico que permita normar los procesos, sino asumir un mayor protagonismo desde las instituciones educativas, gremios y la ciudadanía organizada, para materializar estas metas.

### **Revisión del currículo y formación crítica**

Desde universidades vanguardistas como la UBV, en todos sus programas académicos, estimamos que debe convertirse en tarea permanente de praxis docente diaria la aplicación de la educación crítica de los medios, para desmontar estas estructuras discursivas,



comprender su intencionalidad, como estrategia esencial en el camino hacia la emancipación.

En lo que respecta al PFG en Comunicación Social, conforme a lo revisado en sus documentos curriculares, se resalta lo siguiente:

\*El Programa de Formación de Grado (PFG) en Comunicación Social de la UBV (2005) establece lo relativo a la recepción crítica de medios de forma transversal en el diseño de su currículo.

\*Es así como se traza entre sus objetivos específicos: “capacitar a sus futuros egresados para el ejercicio del rol de facilitador (a) ante la colectividad, brindando las herramientas necesarias para el consumo crítico de los mensajes mediáticos, promoviendo la formación de criterios para su decodificación e impulsando la capacidad creativa, la flexibilidad y la autonomía para la selección” (p.24)

\*Al tiempo, que como parte del perfil del egresado, refiere que este profesional está capacitado para: “Asumir una actitud crítica y de permanente análisis frente a las estructuras de los medios de comunicación social, de sus procedimientos y contenidos, con el fin de estimular los cambios necesarios para responder pronta y adecuadamente a las demandas comunicacionales de los distintos grupos sociales” (p.26).

\*A su vez, la educación crítica para los medios se imbrica en la línea de investigación ***Información, comunicación y cultura en la interconexión global/ local***, establecida en el programa de nuestro PFG, la cual está dirigida al estudio de los procesos comunicacionales y culturales en la llamada sociedad global y de la información, para la decodificación de los discursos globales y la resemantización y producción de los discursos y prácticas sociales

locales que permitan la conformación de matrices comunicacionales y culturales para integrar armoniosamente, desde una perspectiva soberana, que tome en cuenta los intereses nacionales, la recuperación de nuestra memoria histórica, la defensa de nuestras tradiciones culturales y los aportes nobles de la cultura y la comunicación universal.

\*Está encomienda y necesidad sobre la recepción crítica de medios, a su vez se refleja de forma transversal en los programas de las Unidades Curriculares: Discursos Periodísticos, Discursos Audiovisuales, Cine y Proyecto, entre otras.

\*Sin embargo, no se incorporan en los temarios, contenidos explícitos ni estrategias específicas al respecto, por lo tanto el cómo efectuar esta importante tarea genera dificultades, pues se carece de herramientas para su implementación.

\*De todo el pènsum, solo en la unidad Semiòtica, del tramo 3, se declara explícitamente en uno de sus objetivos, el análisis de los medios, para evidenciar el trasfondo político, mediático, social, cultural, presentes.

Asimismo, tras las dinámicas de permanente reflexión y socialización con docentes y estudiantes en nuestro Eje, se puede sistematizar que:

\* La presencia de los medios se viene dando como un recurso metodológico para profundizar en otros contenidos.

\*Se vienen aplicando pinceladas aisladas que intentan abordar los medios sin una profundidad específica de conocimiento desde todas sus complejidades y aristas posibles.

\*Existe la necesidad de un programa sistemático sobre la

educación en medios dentro del PFG. Pues se carecen de tales estrategias, esto, sumado a que también en nuestro país, aun cuando se declara en las normativas legales, hay una ausencia de un plan continuo en educación en medios que se inicie en la edad preescolar hasta la educación universitaria.

### **Apuntes para decodificar**

Consideramos pertinente compartir apuntes de autores con estudios sobre la decodificación crítica del mensajes, que contribuirán con dar soporte a nuestra propuesta sobre educación para los medios.

Sobre esta temática, plantea Romano V. (1997: p.61), deben modificarse los planes de estudio de tal manera que en las escuelas no se puedan producir más mentes sumisas. Si se tiene en cuenta que el 65% de los conocimientos e informaciones se adquieren hoy día a través de la televisión, y más recientemente a través de las nuevas plataformas, veremos la importancia social que tiene esta enseñanza. El estudio de los medios resulta entonces una tarea pedagógica emancipadora.

El análisis de la producción de informaciones debe remitirse, por tanto, al análisis de las contradicciones sociales, acota el autor español.

Pasquali (2005), por su parte, llama la atención con respecto a que los usuarios de esta parte del planeta viven un entorno con pocas alternativas de peso, lo cual -estima- debe compensarse con astucias pedagógicas que reemplacen la inocencia del usuario por una sólida formación crítica, “no debe olvidarse, además, que se trata de uno de los usuarios más manipulados de la tierra”

(p.151)

Para el estudioso venezolano, luce indispensable desplegar imponentes esfuerzos de sensibilización dirigidos a la base, particularmente entre los educadores, en la escuela, con el objetivo de demoler en la gente su inducida “mentalidad de cliente” y devolverle su dignidad de usuario/persona.

Lograr una verdadera educación crítica generalizada del usuario de medios, que -según Pasquali- alcance masa crítica suficiente para el logro de sustanciales objetivos participativos, así como para desencadenar reflejos de defensa del usuario y boicoteos a los malos servicios comunicacionales recibidos.

Abogaba el estudioso venezolano porque se garantizara a la sociedad una presencia decisoria en organismos de supervisión y conducción de los medios difusivos.

Kaplún (2001), con estudios relevantes sobre la materia, puntualiza que la Educación para los Medios es una disciplina que hoy debiera ser incorporada a los programas de estudio en todos los niveles de la enseñanza.

En el campo de la formación en comunicación social, si aspiramos a potenciar emisores creativos, indica el autor uruguayo, comencemos por formar receptores críticos. Si bien la inversa es igualmente válida. Tras esa etapa de desarrollo del sentido crítico, es preciso no quedarse allí, sino pasar a la acción, a la expresión de los propios participantes y la elaboración de mensajes alternativos asumida por ellos mismos.

La educación crítica en medios puede estimular en sus participantes la necesidad de comunicar, de poseer sus propios

medios de comunicación, “que le permitan expresar sus auténticas vivencias, su real problemática, esa que los medios masivos escamotean y excluyen” (p.213), argumenta el teórico.

La observación crítica, conforme a la perspectiva de Kaplún, puede servir al mismo tiempo como instancia de capacitación, develadora de los recursos expresivos y los lenguajes de la comunicación. Y dar un fruto desmitificador, derribador de tabúes: los medios pueden dejar de revestirse de su prestigio mágico, que los hace ver como vedado solo accesible a unos pocos tecnológicamente superdotados.

Por otra parte, consideramos, apoyados en Roberto Aparici Marino (1998: p.88), que las competencias mínimas que deben alcanzarse en un programa de enseñanza de los medios comprenden el conocimiento y comprensión acerca de al menos diez cuestiones:

¿Quién es el que comunica y por qué lo hace, en síntesis quién es el responsable de esas representaciones? (Propiedad y dominio de los medios de comunicación, sociología de las profesiones de la comunicación)

¿Cómo se logra exactamente el efecto ideológico de esas representaciones?

¿Cuáles son los códigos y técnicas dominantes que se emplean actualmente para transmitir un significado?

¿Cuáles son los valores que están implícitos en el mundo que construyen, los medios de comunicación? ¿Cómo percibe el público esas construcciones de la realidad?

¿Qué procedimientos y técnicas utiliza el medio para atraer a su audiencia?

¿Cómo sabemos lo que significan esas construcciones, esas representaciones de la realidad? ¿Qué papel juega cada uno de los medios en la vida de los ciudadanos?

¿Existe algún tipo de vínculo entre diferentes medios, organizaciones partidos políticos y si lo hubiera cuáles son sus consecuencias? ¿Cuáles son las fuentes de financiación de cada medio?

En esta misma línea, Romano (2012: p.45), apoyado en Marx, refiere que la verdadera crítica, no analiza las respuestas sino las preguntas. Siguiendo la tradición crítica de los jóvenes hegelianos, Marx y Engels destacaron el aspecto crítico y polémico de la comunicación. Y con su labor periodística dieron el mejor ejemplo. En este sentido, la crítica, correctamente organizada, contribuye a la ampliación de la conciencia. “Sin crítica” -decía Engels- “ningún entendimiento y, por consiguiente, ninguna unión”.

En comunicación -dice el autor- en primer lugar, hay que preguntar si el testimonio, dato, acontecimiento, es lo que se dice que es. Luego, hay que preguntar a qué responde el testimonio.

Por ende, recomienda el estudioso español (2012: p.46-47) que para examinar la cuestión del aparato, del medio de comunicación, hay que plantearse si es lo que pretende ser (El Imparcial, El Independiente, Diario Popular, La Razón, etc.). Hay que analizar sus nexos internos, a qué intereses responden, qué necesidades, y de quién, satisface, etc. En cuanto a los factores económicos de los medios hay que preguntar por sus objetivos, por la propiedad, por la capacidad efectiva de disposición.

Por lo que se refiere al ámbito del trabajo en los medios, han de

juzgarse las condiciones contractuales de los trabajadores, el reparto de responsabilidades, las consecuencias que se derivan de la diversidad del personal en la organización del medio y en la producción.

La crítica del productor, del comunicador, aplica criterios subjetivos y objetivos. Entre los primeros están la edad, los medios de subsistencia, las relaciones de dependencia, etc. Entre los objetivos, lo primero que hay que saber es a qué responde el texto. ¿Puede disponer el autor de datos objetivos para lo que afirma? ¿Qué relación guarda con sus condiciones personales? ¿Puede haber dicho o escrito eso así?

El periodista Benedetti (1986) también realizó importantes aportes con respecto al tema de las distorsiones mediáticas, como fenómeno que contribuye a justificar el dominio de las grandes potencias y la situación de dependencia y subordinación de nuestros países y a profundizar su modo de desarrollo.

En su obra, el también poeta uruguayo, desentraña cuáles son las técnicas que los medios imperantes emplean para sus fines, las cuales recopilamos a continuación:

\* Uso de un vocabulario adecuado a los propósitos ideológicos. El vocabulario es conocido como “código”, que se renueva constantemente, conforme a la situación internacional y a los intereses de los grupos dominantes. También es usual informar distorsionando la exposición de los sucesos o titularlos en forma inexacta o tendenciosa.

\* Dar informaciones incompletas de un suceso, omitiendo lo que al medio le parece perjudicial para los intereses que defiende.

\* Si un suceso contradice los intereses defendidos, se usan palabras descalificadoras (Ejm.: supuesta víctima, régimen, dictadura) o palabras entre comillas (Ejm: la delegación cubana denunció “la ocupación de Guantánamo”).

\* Si una noticia es desfavorable a las potencias occidentales y en particular a los EEUU, se compensa con otras favorables o con noticias que perjudiquen a otros países “no amigos”. Ejm.: Irán, Irak, Corea del Norte, Cuba (y ahora también Venezuela).

Maniobras estas, que sin duda, deben tenerse en cuenta para el ejercicio de la decodificación crítica de los medios.

Aunado a esto, son importantes las recomendaciones de Lertxundi J, en el trabajo periodístico *Golpe mediático*, difundido en un folleto de bolsillo que circula en Venezuela, y citado por el autor monaguense Trujillo Centeno (2005), quien hace un llamado a la resistencia ante la avalancha mediática.

En este contexto la resistencia se torna imprescindible. Aprender a vivir con unos medios de comunicación que se suponen neutrales, en función de la libertad de prensa, cuando en realidad responden a unos intereses muy determinados, requiere un esfuerzo mental extraordinario; pero hay que hacerlo. Así, un luchador por la paz debe aprender a traducir las noticias; no dejándose llevar, por el hecho de resultar más fácil de asimilar, por la comodidad de alimentarse mentalmente mediante la manipulación interesada. (p.130).

Se trata, en otras palabras, de aprender a leer los medios (en sus formatos tradicionales y nuevos) entre líneas, como instrumento para detectar y desenmascarar los sesgos informativos, “a un lector alerta, resulta difícil meterle gato por liebre” (p.130), apunta Trujillo.

Se trata pues de apoyarnos, desde los distintos niveles de



enseñanza, con estos instrumentos legales e históricos así como con diversos referentes, que son base para emprender programas y acciones sobre educación crítica sobre los medios, como un tema prioritario y un asunto de soberanía, en el marco de un nuevo orden comunicacional.

Comprendiendo tales dimensiones, y en consonancia con el plan de formación del comunicador social emergente, debe procurarse la realización de actividades que propendan a deconstruir la falsa neutralidad e ingenuidad de los medios masivos y las agendas ocultas de información, desentrañar sus códigos, su intención comunicativa, las relaciones de dominación que se ejercen, también hurgar en esa historia que los grupos dominantes han ocultado. A partir de todo este accionar, debe buscarse, a su vez, cumplir con la promoción y creación de nuevos esquemas, como herramienta de descolonización del pensamiento, desarrollo y liberación de los pueblos, a la luz de una comunicación diferente.

# APORTES PARA LA FORMACIÓN EN RECEPCIÓN CRÍTICA DE MEDIOS

*Trincheras de ideas valen más que trincheras de piedra. No hay proa que taje una nube de ideas. Una idea enérgica, flameada a tiempo ante el mundo, para, como la bandera mística del juicio final, a un escuadrón de acorazados.*  
(Martí, Nuestra América. 1891)

Con base en los referentes analizados, así como en la praxis de la autora, con años en el ejercicio de la comunicación y la docencia, y como resultado de reflexiones e inquietudes intelectuales surgidas de la experiencia educativa de la docente con estudiantes y la permanente tarea de socialización de experiencias con otros trabajadores académicos, se presenta el siguiente compendio de estrategias (con instrumentos o guías sugeridas en los Anexos del texto), que pudieran recomendarse como puntos de partida para esta enseñanza, adaptándolas a las particularidades de cada grupo.

Comprendiendo que una estrategia para el proceso de enseñanza-aprendizaje, no es solo el conjunto de métodos de enseñanza. Tal como lo definen Ginoris y otros (2009: 64), se conciben como secuencias integradas, más o menos extensas y complejas de acciones y procedimientos seleccionados y organizados, que atendiendo a todos los componentes del proceso (objetivos, contenido, métodos, medios, evaluación, los estudiantes, el profesor y las formas de organización del proceso) prosiguen alcanzar los fines propuestos.

Este aporte está dirigido a los docentes, con el propósito de formar al comunicador social en la decodificación crítica de medios, que contribuya a capacitarlo para uno de los objetivos de este PFG, de ser facilitador ante la colectividad. Que permita desmontar o

deconstruir los contenidos hegemónicos, generar conciencia sobre la situación ante la ciudadanía y propenda a revatir una de las secuelas del orden hegemónico como lo es el dominio cultural, permitiendo abonar en el campo de la democratización de la comunicación, la participación de la ciudadanía en el proceso de la comunicación, la descolonización del pensamiento, resemantización y producción de los nuevos discursos y prácticas sociales, con miras a un nuevo orden, aportando a ese gran objetivo "en el cual cada uno podría llegar a ser, simultáneamente productor y receptor de información", para escuchar las voces diversas del mundo multipolar a las que se evocó en el histórico Informe *MacBride*.

Esta proposición se plantea como una herramienta que podría servir para el uso de cualquier otro programa académico, instancia educativa, u organización comunitaria, para la necesaria decodificación del discurso, que, lejos de ser un trabajo acabado, se concibe como punto de partida para ser reflexionado y repensado conforme a las particularidades de cada grupo y cada comunidad.

La propuesta ha sido agrupada en 07 módulos o sesiones de 8 a 12 horas cada uno, con las adaptaciones que considere cada docente, y que estimamos como ideal puedan ponerse en práctica como un programa unificado y sistemático, pero que a su vez también pudieran transmitirse, por separado, o de forma transversal, los momentos que en manos de uno u otro facilitador sean útiles a las dinámicas que se propicien en diversas unidades curriculares o espacios.

Asimismo, fue concebida tomando en cuenta que en un periodo de convergencia tecnológica debe pensarse en una propuesta de formación que integre todos los medios. La fragmentación en una

educación centrada sólo en la prensa, en la televisión o en el cine impide un análisis profundo, ya que casi nadie es usuario exclusivo de un único medio de comunicación.

En cada momento se sugieren objetivos, temas, actividades, formas de organización, bibliografía, asimismo, este aporte comprende diversas guías o instrumentos, que fueron diseñadas, para el acompañamiento de algunas tareas, disponibles en los Anexos del texto.

## Esquema

A continuación se esboza un esquema que sintetiza la propuesta y en segmento posterior se presenta el compendio de estrategias, agrupadas en siete módulos de formación y orientaciones pertinentes.

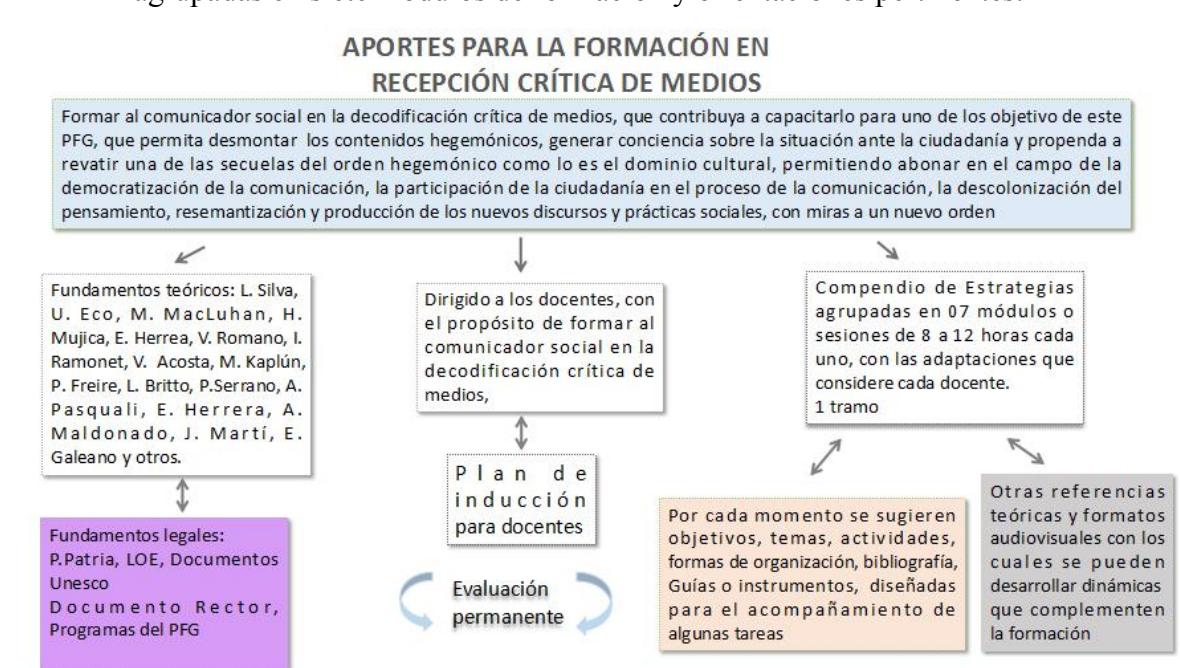


Figura 1. Esquema sobre la propuesta. Fuente: La autora.

## Estrategias

### MÓDULO 1 : EL MITO DE LA OBJETIVIDAD

#### Propósitos:

Aprender a desmontar el mito de la objetividad de los medios y visualizar los vicios del periodismo industrial, entre estos el oligopolio, uso de la noticia como mercancía, amarillismo, tergiversación, banalización de los contenidos, el silencio de los más pobres, neocolonialismo cultural, transculturización, etc

Develar el origen vinculado a los partidos tradicionales de la gran mayoría de periódicos y emisoras radiales de esta entidad del oriente del país, la falsa neutralidad que estos pregonan, y la fabricación de estigmas y estereotipos desde los medios hegemónicos.

Tema	Actividad	Recursos
El mito de la objetividad	Lectura socializada sobre la doctrina de la objetividad. Vicios y deformaciones del periodismo en la era industrial	Libros: <i>La Información Contemporánea</i> (Federico Álvarez, 2da edición 2010), <i>El Imperio de la noticia</i> (Héctor Mujica, 4ta edición, 2010), <i>El Secreto de la Pirámide</i> (Adelmo Genro, 2010), <i>Violencia Mediática</i> (Romano, 2012)
La información dirigida	Estudio de las técnicas de manipulación de información (globos de ensayo, omisión de información, distorsión por medio de minimización o magnificación de los hechos, agregado de elementos que deforman el mensaje, fragmentación, histeria de la rapidez)	<i>La Información Contemporánea</i> (Federico Álvarez, 2da edición 2010)
Partidos políticos y medios de comunicación	Lectura socializada y taller reflexivo	Libros: <i>La Historia no contada del Diarismo Monaguense</i> (Beltrán Trujillo, 2009), <i>Influencia de la prensa monaguense sobre las grandezas y miserias de los partidos políticos</i> (Beltrán

		Trujillo, 2005)
La veracidad y la ética periodística	Lectura crítica y problematizadora sobre acontecimientos difundidos por medios de la entidad (siguiendo el principio freiriano de cuestionar las verdades dadas). Para constatar la veracidad y ética en las informaciones, analizando las fuentes, intención de quién comunica, ideología, propiedad del medio, etc. Identificación de vicios y deformaciones ya estudiados.	Noticias publicadas. Periódicos, páginas web. Redes sociales

## MÓDULO 2: USO PERVERSO DE LA LENGUA

### Propósitos:

Comprender e identificar el discurso intoxicador, como lo explica Romano (2013), evidenciando el uso perverso de la lengua para encubrir al sistema y su accionar, y develar con argumentos al modelo desarrollista global, como un sistema que ha provocado la pauperización planetaria, caracterizado por fuertes desigualdades sociales, asimetrías entre el Norte-Sur, guerras y saqueos de recursos, depredación del ambiente; y por qué la urgencia de un nuevo sistema, justo y equilibrado.

Aplicar la propuesta de Romano (2013) sobre la ecología del lenguaje y la información, ante el uso intoxicador que se hace del mismo. Lo cual implica, la comprensión del proceso de protección del carácter social del saber y freno al valor de cambio que se le da a la información, potenciando el valor de uso, la rentabilidad social.

<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Recursos</b>
Uso perverso de la lengua	Lectura socializada  Taller sobre desmontaje de eufemismos y neologismos usados por el discurso hegemónico para justificar al sistema y su accionar (Identificación de estos en noticias publicadas)	Libro <i>La Intoxicación Lingüística</i> (Romano, 2012)  Noticias publicadas. Periódicos, páginas web.
Ecología del lenguaje	Reflexión sobre la propuesta de Ecología del lenguaje. Lectura socializada  Identificación de noticias que reflejen valor de cambio (noticias como mercancía) en contraposición de informaciones con valor de uso	Libro <i>La Intoxicación Lingüística</i> (Romano, 2012)  Noticias publicadas. Periódicos, páginas web Redes sociales

## MÓDULO 3: CIENCIA PARA LA DECODIFICACIÓN

### Propósitos:

Comprender y usar herramientas científicas, de investigación social, para la decodificación crítica del mensaje.

Realizar seguimiento y análisis de contenido a diversos productos comunicacionales.

(Para las sesiones 3, 4, 5 y 6 se puede consultar el material referencial en los anexos A, B, C y D)

Tema	Actividad	Recursos
Métodos y técnicas de investigación en comunicación social	Explicación, estudio y comprensión de los métodos y técnicas sobre análisis de contenido. (Referencias en <b>Anexo A</b> )	Textos sobre investigación cualitativa
Seguimiento de prensa y/o noticiarios de radios comerciales o TV. Análisis de contenido	Revisión de la agenda mediática de corporaciones privadas, identificación de noticias positivas y/o negativas que se difunden, lo cual permite evidenciar que hay una ciudad que los medios no leen, calibrando cómo abundan las noticias fatales y se minimizan u ocultan los logros sociales y en general aquellas informaciones que producen optimismo y esperanza. (Se sugiere aplicar Guía recomendada en <b>Anexo B</b> )	Periódicos, páginas web Emisoras TV
Seguimiento de prensa y/o noticiarios de radios comerciales o TV análisis de contenido	Estudio de las últimas páginas de la prensa o secciones de sucesos, para reflexionar críticamente sobre el amarillismo, el escándalo, morbosidad, el uso de la noticia como mercancía, el irrespeto a los derechos humanos, la discriminación social y racismo, en que incurren estas corporaciones mediáticas.	Periódicos, páginas web.
Seguimiento de	Revisión del tratamiento	Periódicos, páginas web



<p>prensa y/o noticiarios de radios comerciales. Análisis de contenido</p>	<p>informativo sobre el tema socio-comunitario, con el que puede constatarse la proyección negativa que se hace de sectores humildes, quienes son noticia, la mayoría de las veces, cuando son protagonistas de una desgracia.</p>	<p>Emisoras</p>
<p>Seguimiento de prensa y/o noticiarios de radios comerciales o TV. Análisis de contenido</p>	<p>Uso de estas técnicas señaladas, para valorar cómo son vistos Nuestra América y el Sur desde los medios hegemónicos y si lo reflejado se corresponde con sus realidades.</p>	<p>Periódicos, páginas web Emisoras TV</p>
<p>Seguimiento de prensa y/o noticiarios de radios comerciales o TV. Análisis de contenido</p>	<p>Uso de estas técnicas señaladas, para revisar cómo se visualizan nuestros valores culturales (nuestras raíces, la venezolanidad), frente a procesos transculturizantes.</p>	<p>Periódicos, páginas web Emisoras TV</p>
	<p>Nota: Para estos seguimientos se puede hacer una distribución por grupos o equipos de participantes y luego socializar los resultados. Asimismo, los temas indicados son propuestas, el facilitador junto a los estudiantes pueden sugerir otras temáticas o categorías de análisis en dichos medios.</p>	

## MÓDULO 4: INTERPRETACIÓN DE LAS REDES

### Propósitos:

Aprender sobre la interpretación crítica de los mensajes provenientes de las redes sociales, plataforma en las que se ha impuesto un nuevo sistema desinformativo y de culto a la mentira.

Usar herramientas científicas, de investigación social, para la decodificación crítica del mensaje en redes sociales.

Tema	Actividad	Recursos
Aproximación histórica a la Internet y las redes sociales.	Lectura socializada sobre el origen de la Internet y las redes sociales, ¿quiénes están detrás de estas plataformas, quiénes la financian, a qué intereses responden?	Libros sugeridos: <i>It's a selfie worldwide</i> (Guevara Miguel, 2021)  "Se cayó el sistema". <i>Enredos de la Sociedad de la Información</i> . (Butcher y otros, 2004)
Las redes sociales como parte de un sistema comunicacional hegemónico.	Estudio crítico sobre el nuevo sistema desinformativo, culto a la mentira, y el conspiracionismo, que se promueve a través de las plataformas digitales.	Libros sugeridos: <i>La era del conspiracionismo</i> . <i>Trump, el culto a la mentira y el asalto al capitolio</i> (Ramonet Ignacio, 2022)  <i>It's a selfie worldwide</i> (Guevara Miguel, 2021)

<p>Veracidad y ética en el contenido de redes</p>	<p>Lectura crítica y problematizadora sobre acontecimientos difundidos por redes (siguiendo el principio freiriano de cuestionar las verdades dadas). Para constatar la veracidad de las informaciones, analizando las fuentes, intención de quién comunica, ideología, etc.</p>	<p>Redes sociales</p>
<p>Seguimiento de redes y análisis de contenido</p>	<p>A partir de las tendencias que se promueven en la red Twitter, revisar los principales <i>hashtag</i> o <i>etiquetas</i>, para analizar, las agendas o contenidos virales que se imponen desde esta popular red. Si lo que se difunde y reproduce son contenidos reales, <i>fakes news</i>, conspiracionistas; de relevancia social o <i>vanales</i>; informaciones fatalistas o esperanzadoras; lo cual permite evidenciar cuáles son los temas que se promueven desde estos dispositivos. (Se sugiere aplicar Guía recomendada en <b>Anexo C</b>)</p>	<p>Redes sociales</p>
<p>Seguimiento de redes y análisis de contenido</p>	<p>A partir de publicaciones en</p>	<p>Redes sociales</p>

	<p>Facebook, grupos de telegram o WhatsApp, revisar las reacciones a contenidos veraces y honestos de temas actuales como la guerra Rusia-Ucrania, frente a memes que suscitan risa y sorpresa, para valorar cómo las informaciones emocionales o caricaturales de un tema tienen mayor velocidad de transmisión por los internautas. Y cómo esto es usado por los operadores de estos dispositivos para imponer relatos emocionales.</p>	
--	---	--

## MÓDULO 5: ENTRETENIMIENTO Y MENTALIDAD SUMISA

### Propósitos:

Aprender sobre recepción crítica de contenidos de entretenimiento.

Desentrañar el discurso dominante proveniente de la industria cultural del cine (Hollywood) y la TV, que salvo excepciones, está cargado de antivalores, prejuicios, invisibilización de los pueblos contrahegemónicos y naciones del sur del planeta, así como de estereotipos y estigmas negativos en su contra.

Tema	Actividad	Recursos
La formación de la mentalidad sumisa	Lectura socializada sobre las principales técnicas del engaño usadas por los aparatos de difusión colectiva, donde el entretenimiento juega un rol fundamental	Libro <i>La formación de la mentalidad sumisa</i> . (Romano, Vicente. Reed. 1997)
El entretenimiento y los mensajes ocultos	Proyección de películas seleccionadas así como programas de entretenimiento. Análisis de estos contenidos para desentrañar el discurso hegemónico.  (Aplicar guía recomendada en <b>Anexo D</b> ).	Películas, programas de entretenimiento.
Cultura ideológica y medios	Análisis de cuñas y publicidades televisivas comerciales, y contenidos mediáticos en general para abordar necesidades ficticias y estilos de vida que se promueven, valores y antivalores, y cómo se promociona el modelo desarrollista imperante	Cuñas y publicidades

## MÓDULO 6: EL DISCURSO ALTERNATIVO

### Propósitos:

Comprender y valorar el discurso alternativo de contenidos y programas contrahegemónicos

Tema	Actividad	Recursos
El Correo del Orinoco como primer medio alternativo del país	Análisis de facsímiles del Correo del Orinoco, fundado por el Libertador, como primer medio alternativo del país, y como herramienta al servicio de la emancipación y la integración de Nuestra América. Valorar el discurso libertario. Revisión del legado de Simón Bolívar y Antonio J. de Sucre, como precursores del periodismo venezolano y latinoamericano	Facsímiles del Correo del Orinoco  Libro <i>Bolívar y su concepción del periodismo</i> (De La Cruz, I. 2016).
El discurso alternativo	Proyección y discusión sobre programas televisivos alternativos en donde pueden escucharse los sectores (movimientos sociales diversos) a los que se les es negada su participación en medios masivos y donde son difundidas las noticias con un enfoque social.	Programas y contenidos televisivos alternativos
Análisis de contenido y seguimiento	Seguimiento y revisión de medios contrahegemónicos para valorar los contenidos alternativos que apuntan a un nuevo orden comunicacional, los discursos de resistencia, emancipación, e integración desde la comunicación.	Programas y contenidos televisivos alternativos
Análisis de contenido	Análisis de contenidos de canciones, videos musicales, poemas y otros formatos atractivos en los que se realcen nuestros orígenes y valores nacionales y de Nuestra América <b>(Anexo E)</b>	Canciones, videos musicales, poemas.

## MÓDULO 7: PERIODISMO COMO SERVICIO PÚBLICO

### Propósitos:

Crear conciencia sobre la necesidad de la resemantización y producción de los nuevos discursos y prácticas sociales, desde un enfoque emancipador.

Emplear y practicar disciplinas como el periodismo interpretativo, cuyo pionero en Venezuela es Federico Álvarez. Su propuesta con esta concepción (esbozada en su obra *La Información Contemporánea*, reed. 2010), es trascender la mitificada doctrina de la objetividad, haciendo énfasis en el por qué y para qué de los acontecimientos; así como en la significación social y el interés público de las informaciones. La reivindicación del periodismo como servicio público, como instrumento de formación, y reconquistar en el periodista el derecho a pensar, es una de las misiones del periodismo interpretativo.

Tema	Actividad	Recursos
El periodismo como servicio público	Comprensión y uso de disciplinas como el periodismo interpretativo, para la realización de productos periodísticos contextualizados, con profundidad. Prácticas de búsqueda y redacción de noticias Taller de redacción	Libro <i>La Información Contemporánea</i>
	Asignación de pautas para la búsqueda y redacción de información en las comunidades, y otros entornos sociales, para reflejar de forma dignificante los acontecimientos de nuestras barriadas, resaltando nuestros orígenes, y reflejar la otra realidad que los medios no leen, cargada de microhistorias positivas, como lo explica José Guillermo Anjel R.	Cuaderno de notas, grabador de audio y video, cámara
	Charlas dirigidas a las comunidades sobre la importancia de otra	Video beam, power point, pizarra

	comunicación y los espacios alternativos, así como talleres de formación sobre reporterismo comunitario (Temas: búsqueda y redacción de noticias, diseño, diagramación y fotografía, producción de contenidos radiales y audiovisuales)	
	Acompañamiento en la elaboración y ejecución de proyectos comunicacionales comunitarios o en entornos sociales (como inst. Educativas) con discursos alternativos que promuevan formación, valores, identidad cultural, participación y protagonismo, reflejando las necesidades, propuestas, intereses, aspiraciones de la comunidad.	Video beam, power point, pizarra (apoyarse con recursos de la comunidad, medios alternativos presentes, etc.)

**En cuanto a referencias teóricas y formatos audiovisuales con los cuales se pueden desarrollar discusiones, conversatorios, talleres, análisis diversos y otras dinámicas que complementen la formación sobre recepción crítica del mensaje, se proponen los siguientes:**

**Textos:**

- Acosta Vladimir. Salir de la colonia. Caracas: Monte Ávila Editores. 2020.
- Aiffil, Beatriz. Guía rápida para enfrentar el racismo y la discriminación racial dirigida a comunicadoras y comunicadores sociales de profesión u ocupación. Caracas. Fundación Editorial El perro y la rana. 2022.
- Anjel R. José Guillermo. La ciudad que los medios no leen. (Un ensayo sobre la otra cara de la "luna") Ponencia para la Feria del Libro de Medellín . Escrito en Medellín, septiembre 5 de 1999.
- Aparici Marino, Roberto: Educación para los medios en un mundo globalizado, ponencia del 1er. Congreso Internacional de Educación y Comunicación. Sao Paulo, Brasil, mayo de 1998.



- Benedetti, Mario. Maniobras y Mecanismos de desinformación. Revista Tierra Firme, N°16, octubre-diciembre, Caracas, 1986.
- Britto, Luis. El imperio contracultural. Editorial Arte y Literatura. La Habana, 2005.
- Britto, Luis. La máscara del poder. Ediciones Correo del Orinoco. Caracas. 2011.
- Chomsky, Noam y Ramonet, Ignacio: Cómo nos venden la moto. Barcelona, España, editorial Romayà/Valls, 2002.
- Chomsky, Noam. La Retirada. Madrid. Capitan Swing. 2022.
- De La Cruz, I. (2016). Bolívar y su concepción del periodismo. Caracas: Ediciones Minci. Recuperado el 28 de mayo de 2018, de <http://www.minci.gob.ve/>
- Eco, Umberto. Apocalípticos e Integrados. España. Editorial Lumen. 1984.
- Galeano, Eduardo (1997). La comunicación desigual. Política y Cultura, (8),139-146.[fecha de Consulta 12 de Julio de 2020]. ISSN: 0188-7742. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=267/26700807>
- García, Gabriel. Discurso: Periodismo, el mejor oficio del mundo. Los Ángeles, Estados Unidos, 7 de octubre de 1996.
- González, Vicente. Para entender la televisión. Cuba. Editorial Pablo de La Torriente,1997.
- Guevara, Miguel. *It's a selfie worldwide*. Monte Ávila Editores. Caracas, 2021.
- Herrera, Earle. El que se robó el periodismo, que lo devuelva. República Bolivariana de Venezuela. Imprenta Nacional y Gaceta Oficial, 2009
- Kaplún, Mario: A la educación por la comunicación. Santiago de Chile. UNESCO. Quito. Ciespal, 2001 2da edicic.
- Kaplún, Mario: Una pedagogía de la comunicación. Madrid. Ediciones de La Torre, 1998.

-Mattelart, A.: Pensar sobre los medios. México DF, Universidad Autónoma Metropolitana, 1989.

-Barbero Martín, Jesús: De los medios a las mediaciones: Comunicación, Cultura y Hegemonía. Barcelona, España, editorial Gustavo Gilli, 1987

-Barbero Martín, Jesús. La educación desde la comunicación. Buenos Aires, Norma, 2002.

-Bruhn, Klaus. La Comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. México. Fondo de Cultura Económica, 2014.

-Mattelart Armand y Dofrman Ariel. Para leer al pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo. Chile Ediciones Universitarias de Valparaiso, 1972

-MacBride, Sean. Un solo Mundo Voces Múltiples. México. Fondo de Cultura Económica Unesco, 1981.

-MacBride Sean, Un solo Mundo, Voces Múltiples. México. Reeditado Impresos Gómez. 1993. Publicado en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>

-Orozco, Guillermo: "Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia, en televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva", en la Revista de la Universidad Iberoamericana, México, D. F., 1994.

-Orozco, Guillermo: Educación para la recepción, hacia una lectura crítica de medios, Trillas, Mexico 1990.

-Ramonet, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Capítulos: Televisión necrofilica. Conflictos bélicos y manipulación de las mentes. Debate. Madrid. 1998.

-Ramonet, Ignacio. Propagandas Silenciosas. La Habana: Instituto Cubano del Libro, 2001.

-Ramonet, Ignacio. La golosina visual. Temas de Debate, 2000

-Ramonet, Ignacio. La era del conspiracionismo. Trump, el culto a la mentira y el asalto al capitolio. Monte Ávila Editores. Caracas, 2022.

-Romano, Vicente. La Intoxicación Lingüística. Editorial El Perro y La Rana. Caracas, 2013.

-Romano, Vicente. Violencia Mediática. Capítulo VI Técnicas del Engaño. Editorial Correo del Orinoco. Caracas, 2012.

-Romano, Vicente. La formación de la mentalidad sumisa. Editado por Rebelión. Madrid. (1997)

-Romero, José. Pensar distinto, pensar de (s) colonial. El Perro y la Rana. Caracas, 2020.

-Serrano, Pascual. Perlas. Patrañas, disparates y trapacerías en los medios de comunicación. El Viejo Topo. Barcelona. 2005

-Serrano, Pascual. Medios violentos. Editorial UBV. Caracas, 2009.

-Serrano, Pascual. Desinformación: Cómo los medios ocultan el mundo. Ediciones Península. Barcelona. 2009.

-Silva, Ludovico. Los "comics" y su ideología, vistos del revés (Ensayo incluido en el libro Teoría y Práctica de la Ideología de Ludovico Silva). Editorial Nuestro Tiempo, Colección La Cultura Al Pueblo. Quinta Edición. Caracas, 1977.

-Sylvain, Timsit. Las 10 estrategias de manipulación masiva (erróneamente atribuida al pensador estadounidense Noam Chomsky). 2002. Disponible en: <https://rebellion.org/las-diez-estrategias-de-manipulacion-masiva-descritas-por-sylvain-timsit/>

-Schiller, Herbert. Manipuladores de cerebros. Gedisa. Barcelona, 1987.

-Van Dijk, Teun A. Ideología y análisis del discurso. Utopía y Praxis Latinoamericana. Año 10, No. 29. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social CESA – FCES – Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela, 2005

### **Películas alternativas y otros productos audiovisuales**

-El viento se llevó lo que (Argentina, Director: Alejandro Agresti, 1998),

-The Truman Show (Estados Unidos, Director: Peter Jackson, 1998)

-Radio Favela (Uma onda no ar, Brasil. Director: Helvécio Ratton, 2002)

-Ciudadano Kane. Orson Welles. (EEUU. Orson Welles.1941)

- Días de radio (Radio days, EE.UU, Director: Woody Allen, 1987)
- El cuarto poder (EEUU, Director: Costa Gavras, 1997)
- La revolución no será transmitida. (Chávez: Inside the Coup. Irlanda. Kim Bartley y Donnacha O'Briain. 2003)
- Puente Llaguno. Historia de una masacre. (España. Ángel Palacios. 2004)
- Tinta Roja (Perú, Director: Francisco José Lombardi, 2000)

### **Proceso docente:**

Los módulos para este plan estratégico tendrán una duración total de unas 90 horas o un tramo académico. Las formas de aprendizaje están constituidas por las ponencias docentes y las discusiones grupales presenciales, prácticas, interacción socio-comunitaria, etc.

Predominarán los métodos y procesos que faciliten la socialización, el debate, el trabajo en equipo. Se utilizarán como medios de aprendizaje las herramientas digitales, así como materiales bibliográficos en soporte digital o impreso. Se asignarán lecturas y actividades prácticas para propiciar el aprendizaje de los participantes, privilegiando la evaluación formativa de los estudiantes, desde un enfoque desarrollador.

Entre las estrategias evaluativas se sugieren: tareas de investigación previa, socialización o participación, exposición, problematización, seguimiento y análisis de medios, informes de investigación (o de análisis), actividades de campo (búsqueda de noticias, interacción socio-comunitaria), redacción de noticias, proyectos comunicacionales alternativos, etcétera.

**Plan de inducción:**

Como parte de la puesta en práctica de esta estrategia de enseñanza - aprendizaje, se recomienda un proceso de inducción previa para los docentes que asumirán la propuesta para la formación del comunicador en la decodificación crítica del mensaje hegemónico, desde un enfoque descolonizador. Se sugiere la conformación de un colectivo de profesores con experiencia en medios que puedan fungir de facilitadores para el grupo de trabajadores académicos que dictarán este componente.

**Fase de evaluación:**

Es importante indicar que algunos de estos módulos han sido ejecutados por la docente en diversas unidades curriculares, más no como un plan unificado.

Se aspira la aplicación de esta propuesta, en todos sus momentos, como aporte a la adecuación o enriquecimiento del currículo de Comunicación Social, con el propósito de contribuir a transformar la realidad detectada.

Y a partir de su ejecución, se recomienda una cíclica fase de evaluación por parte de quienes apliquen la alternativa planteada. Lo cual implica una valoración y auto valoración del proceso y los resultados. No es algo rígido, es susceptible de ser modificada, precisada, adecuada, delimitada constantemente a partir de los propios cambios que se vayan operando en el objeto de transformación. Como en toda fase de evaluación, es imprescindible la valoración de los objetivos y del proceso para tomar decisiones (seguir, corregir, retroceder, reimpulsar).

## REFLEXIONES

Partimos del enfoque materialista histórico, sobre el origen y el desarrollo de la comunicación de masas en la sociedad capitalista, que plantea que los aparatos de difusión colectiva, no irrumpen en la historia como una variable independiente de desarrollo tecnológico o de la evolución histórica, sino que su génesis corresponde a un determinado tipo de necesidad histórica que presenta y debe resolver el capital en su proceso de expansión.

El capitalismo es algo más que una formación económica, además de un orden plutocrático, es todo un orden sociocultural. Compartimos la premisa Gramsciana de que los medios de comunicación hegemónicos (que incluye ahora los nuevos formatos tecnológicos) se mantienen como una de las principales instituciones para conservar la superioridad de la clase dominante y del sistema capitalista.

Desde este enfoque, debe comprenderse que el sistema comunicacional es uno de los tantos dispositivos utilizados para la dominación y domesticación de las multitudes culturales del mundo.

En este sentido, la educación crítica con respecto a los mensajes mediáticos se torna fundamental en el proceso de formar a los nuevos republicanos para el ejercicio del rol de facilitadores ante la colectividad, en pro de otra comunicación y de un mundo diferente.

Entendiendo, asimismo, que el fomento y la formación del espíritu crítico constituyen un aspecto primordial de la democratización de la comunicación, pues permiten a un usuario crítico decidir e intervenir sobre el proceso comunicacional y exigir sus derechos.

Consideramos que es desde la resistencia de la ciudadanía que se puede establecer una crítica al sistema mediático y su funcionamiento, comprendiendo sus conexiones con un sistema opresor, cargado de injusticias y desigualdades.

Entendiendo este contexto, se hace necesario promover el espíritu reflexivo y de discernimiento, y -rescatando el Informe *MacBride*- es preciso que el usuario sea capaz de distinguir entre lo verdadero y lo falso, separar la opinión y los hechos, tener en cuenta la subjetividad, intenciones e intereses del informador, y distinguir entre lo que es efímero, insignificante, y lo que es duradero, sólido y serio.

Al mismo tiempo, la educación crítica de medios, convoca al uso responsable de los contenidos. La lectura de éstos bajo la lupa de la duda freiriana que nos conlleve a constatar la veracidad y oportunidad de las informaciones, como receptores críticos, nos debe hacer cautelosos y respetuosos también como emisores, a la hora de producir, enviar, reaccionar, replicar o reenviar mensajes (bien sea de información o distracción), como parte de un ejercicio que debe estar permanentemente atravesado por valores éticos.

También, desde esta perspectiva, se conmina a la creación de esquemas comunicacionales diferentes, con narrativas propias que apunten a la emancipación, innovando en el fondo y en la forma, usando a plenitud los recursos tecnológicos que disponemos, donde los nuevos comunicadores, juegan un rol estelar.

Es pertinente, que sigamos perfeccionando nuestras formas de comunicar y comunicarnos. Tal como apunta Guevara (2021): Comunicar más eficientemente la visión multipolar, las autonomías,

aprender a desarrollar políticas globales autónomas, contrahegemónicas.

Aún cuando, las nuevas formas son apalancadas desde el *status quo*, coincidimos que el sistema no es tan invulnerable como parece. Por tanto, hay que aprovechar la posibilidad de acceso que permite la plataforma digital, y mediante políticas antisistema, seguir ganando terreno, con mayor fuerza hacia la potenciación de nuevas redes, como espacios alternativos, que promuevan otra comunicación.

Y en tal sentido, avanzarse con mayor aceleración en concretar los lineamientos del Plan de la Patria, de democratizar y blindar el uso de las redes sociales para garantizar un proceso de comunicación auténticamente libre y responsable. Desarrollar plataformas alternativas y soberanas de redes sociales. Desarrollar el uso del ciberespacio como tema estratégico de soberanía y seguridad nacional, en cualquier acción de injerencia o guerra psicológica contra el pueblo.

Otra opción, penetrar o infiltrar los espacios dominados por la lógica imperial, como emisores y productores de contenidos insurgentes, usándolos, como "artillería de pensamiento", evocando y traspolando la función que le atribuyó nuestro Libertador Bolívar a la imprenta.

Se hace necesario implementar los aportes derivados de esta investigación, dirigidos a incidir en la formación crítica de los comunicadores sociales.

Específicamente, para la Universidad Bolivariana se recomienda la creación de un seminario, diplomado o cátedra especial, como parte de la transformación curricular permanente que se promueve en esta institución, que considere el empleo de los aportes de esta



investigación en los ámbitos de pre o post grado. Así como apoyar la divulgación del documento a los fines de cooperar con quienes buscan formarse en recepción crítica.

Estimamos que a partir de esta investigación, pueden derivarse otros estudios y propuestas relacionadas. En tal sentido, es propicio el apalancamiento de un Observatorio de Medios, que tal como se propone en el documento del Centro de Estudios de Comunicación Social de la UBV, funcione como una unidad de investigación vinculada la Unidad Básica Integradora Proyecto, para el monitoreo, análisis de medios, contraloría y formación de pensamiento crítico sobre el rol de los medios de comunicación, fortalecimiento de los derechos de comunicación e información, en articulación con los comités de usuarios y usuarias, establecidos en la Ley Resorte.

Creemos, con Serrano que ninguno de nosotros puede permitirse el lujo de ser espectador, debemos incorporarnos a esa nueva esperanza de que otro sistema informativo es posible y necesario.

La presente contribución estará disponible para diversos entornos, en la idea de que son insumos que pueden ser asumidos en su totalidad, o a la vez, adaptados, repensados y/o redimensionados con fines formativos, para quienes asuman la comunicación como una tarea que atañe a toda la ciudadanía y debe emplearse como herramienta que apalanque un mundo mejor.

Concluimos con Galeano (1997) en que la embestida avasallante de esta incomunicación que nos deseduca no hace más que destacar la dimensión del desafío que estamos enfrentando, asumamos, por ende, con toda responsabilidad el rol histórico que como comunicadores y educadores nos corresponde.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Vladimir (2020). Salir de la colonia. Caracas: Monte Ávila Editores. 2020.
- Adorno, T. (1953) Televisión y Cultura de masas. Disponible en: <http://www.marxists.org>
- Aguirre J. Bisbal M., De la Nuez S. y otros: La necesidad de un nuevo orden en la comunicación. Cuadernos de Periodismo n° 6. CNP. 1981
- Aparici, R. Educación para los medios en un mundo globalizado, ponencia del 1er. Congreso Internacional de Educación y Comunicación. Sao Paulo, Brasil, mayo de 1998
- Arria, S. (2013) El pueblo venezolano ha sido el protagonista de Vive TV durante una década. Entrevista ublicada en Correo del Orinoco.
- Bardin, L. (1986). El análisis de contenido. Madrid: Ediciones Akal.
- Becerra, O. (2022). Educación, cultura académica y conocimiento. Caracas: Editorial UBV.
- Berelson, Bernard (19529). Content analysis in communications research, Nueva York, The Free Press.
- Benedetti, M. Maniobras y Mecanismos de desinformación. Revista Tierra Firme, Caracas N°16, octubre-diciembre, 1986.
- Britto, L. (2005) Imperio contracultural: del rock a la postmodernidad. Colección ARGOS. La Habana: Editorial arte y literatura.
- Britto, L (2014) Conjura Mediática contra Venezuela. Publicado en <http://luisbrittogarcia.blogspot.com>

- Buckingham, D. y otros (2003). Youth Media Education. The Seville Seminar. UNESCO Communication Development Division, Paris, ci.com, series 3.
- Burch S. y otros (2004) “Se cayó el sistema” Enredos de la Sociedad de la información. Quito: Agencia Latinoamericana de Información. Disponible en: <http://www.alainet.org>
- Buen Abad, F. (2006) Filosofía de la Comunicación. Caracas: Ministerio de Comunicación e Información. Disponible en <http://www.minci.gob.ve>
- Colussi, M. (2018) Vigencia del Informe Macbride. Publicado en [www.apo-rrea.org](http://www.apo-rrea.org)
- De Fontcuberta, M. (2009). Propuestas para la formación en educación en medios en profesores chilenos. Revista Científica de Educomunicación; páginas 201-207, 2009.
- Delgado, J. y otros (2007). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Madrid. Editorial Síntesis.
- Dijk, V. (2016). El análisis crítico del discurso. Amsterdam. Revista Austral de Ciencias Sociales 30: 203-222, 2016
- Documento Rector de la UBV (2003). Caracas. Editorial UBV.
- Dragnic, O. (2001). Diccionario de Comunicación Social. Caracas. Editorial Texto.
- Eco, U. (1984). Apocalípticos e Integrados. España. Editorial Lumen.
- Eco, U (1987). Para una guerrilla semiológica. Artículo reproducido en el libro de Eco, titulado La estrategia de la ilusión, Lumen/de la Flor. Revisado en: Biblioteca Virtual OMEGALFA, 2014.
- Freire, P (2002). La educación como práctica de la libertad, Siglo XXI editores, 3.ed., 1972. Pedagogía del Oprimido, en: Selección de

lecturas sobre Comunicación Social. Curso de formación de trabajadores sociales, La Habana, 2002

-Flames, A. (2012). Trabajo de Grado Cuantitativo y Cualitativo. Caracas. Editorial UBV.

-Fernández y otros (2009). Diseño y desarrollo curricular, Maestría en Educación del IPLAC. Caracas. Imprenta universitaria UBV.

-Freire, P (1968) Pedagogía del Oprimido. Publicado en <https://lahistoriadeldia.wordpress.com/2010/04/06/paulo-freire-pedagogia-del-oprimido-descargar-libro/>

-Freire, P. (1970) Pedagogía del oprimido. México: Siglo XXI.

-Galeano, E. (1997) La comunicación desigual Política y Cultura, núm. 8, primavera, 1997, pp. 139-146. México. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.

-García, G. (1996) Por un país al alcance de los niños. Colombia. Villegas Editores.

-Ginoris y otros (2009). Didáctica general, Material básico de Maestría en Educación del IPLAC. Caracas. Imprenta universitaria UBV.

-González, J. (2021) Pertinencia de un nuevo orden mundial de la comunicación en el siglo XXI. Otra comunicación es posible. España. Editorial EAE.

-González, (2022). Crónica detrás de la noticia: Cubriendo a Chávez. Caracas. Editorial Giraluna.

-Gramsci, A. (1981) Cuadernos de la Cárcel III. México: Ediciones Era, Disponible en <http://www.gramsci.org.ar>

- Guevara, Miguel (2021). *It's a selfie worldwide*. Caracas. Monte Ávila Editores.
- Herrera, E. (2009) El que se robó el periodismo, que lo devuelva. Colección Guerra mediática. Caracas: Imprenta Nacional.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988), *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires. Sudamericana.
- Informe *MacBride* (1981). Unesco. México: Fondo de Cultura Económica.
- Informe *MacBride* (reedit.1993). Un solo Mundo, Voces Múltiples. México: Reeditado Impresos Gómez. publicado en :  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>
- Ley Orgánica de Educación (2009).
- Ley de Desarrollo Nacional (Ley Plan de la Patria 2019-2025).
- Liscano, J. (1992). En punta la TV del subdesarrollo. Columna Prisma, Papel Literario de El Nacional. p.3.
- Kaplún, Mario (2001 Reed.). *A la educación por la comunicación*. Quito. Ciespal.
- Martí, J. (2005). *Nuestra América*. Caracas: Biblioteca Ayacucho
- Maldonado, A. (2008). *La guerra mediática no conoce límites, ¿qué hacer?*. Colección Guerra mediática. Caracas: Imprenta Nacional.
- Martínez, R. (2009). *Una Mirada a la Práctica Docente a Través de las Relaciones de Poder*. En Compendio de lecturas del Curso de Sensibilización Ético Política. Caracas. Editorial UBV.
- Molero, L. . El enfoque semántico-pragmático en el análisis del discurso. *Visión teórica actual*, en: *Lingua Americana*, Año VII, 12, 2003: 5-28.

Mujica, H (2010) El Imperio de la Noticia. Caracas: Reeditado Imprenta AVN.

-Nieto, L. La obsesión del periódico El País con el Presidente Chávez de Venezuela. 1 de octubre de 2012. Publicado en [www.rebelión.org](http://www.rebelión.org)

-Pasquali, A. (1998). Bienvenido Global Village. Caracas. Monte Ávila Latinoamericana.

-Pasquali, A. (2005) 18 Ensayos sobre comunicaciones. Caracas: Editorial Melvin.

-Programa del PFG Comunicación Social (2005)

-Programas de Unidades Curriculares del PFG Comunicación Social (2005)

-Ramonet, I. Las redes sociales imponen su relato. Artículo. Febrero 2022. [Cubadebate.cu](http://Cubadebate.cu)

-Ramonet, I. "La verdad es cada vez más emocional y no real".

Entrevista publicada por el portal web Cubarte. 31 de marzo de 2021. [Cubarte.cult.cu](http://Cubarte.cult.cu)

-Ramonet, I. Por qué prosperan las teorías del complot. La era de la conspiración. Artículo. Noviembre 2022. [Lemondediplomatique.cl](http://Lemondediplomatique.cl)

-Ramonet, I. (2022). La era del conspiracionismo. Trump, el culto a la mentira y el asalto al capitolio. Caracas. Monte Ávila Editores.

-Romano, V. (1997). La formación de la mentalidad sumisa. Madrid. Editado por Rebelión.

-Romano, V. (2012) La Violencia Mediática. Caracas: Editorial Correo del Orinoco.

-Serrano, P (2009) Medios violentos. Palabras e imágenes para el odio. Caracas. Editorial UBV

- Serrano, P. Por qué no entendemos a Chávez. 7 de octubre de 2012. Publicado en [rebellion.org](http://rebellion.org).
- Silva, L (1977). Plusvalía Ideológica. Venezuela: Ediciones de la Biblioteca de la UCV.
- Silva, L (1978) Teoría y Práctica de la Ideología. México: Editorial Nuestro Tiempo
- Silva, L. Los "comics" y su ideología, vistos del revés (Ensayo incluido en el libro Teoría y Práctica de la Ideología de Ludovico Silva). Editorial Nuestro Tiempo, Colección La Cultura Al Pueblo. Quinta Edición. Caracas. 1977.
- Trujillo, B (2005). Influencia de la Prensa monaguense sobre la grandezas y miserias de los partidos políticos. Venezuela: Editorial Fundación Complejo Cultural Maturín.
- Unesco. Declaraciones «Grunwald Declaration on Media Education» (Alemania, enero 1982); «New Directions in Media Education» (Francia, Toulouse, julio 1990); «Educating for the Media and de Digital Age» (Austria, Viena, abril 1999) y «YouthMedia Education» (España, Sevilla, septiembre 2002). Disponible en <http://www.unesco.org>

# **ANEXOS**

## **ANEXO-A**

### **LA CIENCIA PARA LA DECODIFICACIÓN**

Contamos con recursos científicos que se nos brinda a través de métodos y técnicas de investigación en comunicación social, con los que podemos apoyarnos en nuestras tareas pedagógicas de recepción crítica.

Dentro de la gran familia de la llamada investigación social de corte cualitativo, con perspectiva interpretativa, desde un enfoque hermenéutico, encontramos herramientas como el Análisis de Contenido (AC) y el Análisis del Discurso.

El AC, como metodología cuali-cuantitativa, permite a través de la aplicación sistemática de reglas y de procedimientos metódicos, deconstruir contenidos y develar qué hay detrás de los mensajes aparentes.

Se entiende como el conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación aplicadas a productos comunicativos (medios de difusión, discursos políticos y pedagógicos, publicidad, literatura, canciones, etc.)

Autores como Bardin (1986:7) definen el análisis de contenido como un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a los «discursos» (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: «la inferencia».



En tanto que esfuerzo de interpretación, el análisis de contenido se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad.

Se permite en el Investigador esa atracción por lo oculto, lo latente, lo no aparente, lo potencial inédito, lo «no dicho», encerrado en todo mensaje, apunta el autor.

Para Díaz y Navarro, en la compilación de Delgado y Gutiérrez (2007: p.182), el AC debe entenderse como un conjunto de mecanismos capaces de producir preguntas, y no como una receta para obtener respuestas. O, dicho de otro modo, ha de concebirse como un procedimiento destinado a desestabilizar la inteligibilidad inmediata de la superficie textual, mostrando sus aspectos no directamente intuibles y, sin embargo, presentes.

A la luz de esta distinción, el AC de un texto tendría la misión de establecer las conexiones existentes entre el nivel sintáctico -en sentido amplio- de ese texto y sus referencias semánticas y pragmáticas.

En esta misma directriz, José Ruiz Olabuenaga y María A. Ispizua (1989 ) explican que “El análisis de contenido es el método para leer en un texto lo manifiesto, y lo latente, el texto y su contexto, lo dicho y lo oculto, lo dicho y lo ocultado” (s.n).

Entre sus usos, según Berelson (1952: p.1) se encuentran: Describir tendencias en el contenido de la comunicación. Develar diferencias en el contenido de la comunicación. Comparar mensajes, niveles y medios de comunicación. Auditar el contenido de la comunicación y compartirlo contra estándares u objetivos. Construir y aplicar estándares de comunicación (políticas, normas, etc).

Exponer técnicas publicitarias y de propaganda. Medir la claridad de mensajes. Descubrir estilos de comunicación. Identificar intenciones, apelaciones y características de los comunicadores.

Además: Descifrar mensajes ocultos y otras aplicaciones a la inteligencia militar y a la seguridad política. Revelar “centros” de interés y atención para una persona, un grupo y una comunidad. Determinar el estado psicológico de personas o grupos. Obtener indicios del desarrollo verbal, por ej. En las escuelas. Anticipar respuestas a comunicaciones. Reflejar actitudes, valores y creencias de personas, grupos o comunidades.

De la mano del Análisis del Contenido, se encuentra el Análisis Crítico del Discurso, propuestas metodológicas que coinciden en algunos puntos pero que han logrado una identidad propia cada una.

En este sentido, es importante hacer referencia a uno de sus máximos exponentes, Teun A. Van Dijk (2016), quien indica que este método de investigación social plantea estudiar primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político.

Plantea este estudio, desde una perspectiva de disenso, de contra- poder; de ideología de resistencia contra la desigualdad social y al mismo tiempo de solidaridad.

Compartimos que el tema de las estructuras discursivas debe entenderse, entonces, desde una perspectiva contrahegemónica. Tal como lo explica Van Dijk (199), los grupos dominantes controlan el discurso y ese discurso busca controlar la mente y la acción de los grupos oprimidos.

Establecen las limitaciones de los tópicos, determinando quién debe hablar, sobre qué y en qué momento. A su vez, deciden sobre el tiempo y el lugar del acontecimiento comunicativo, o sobre qué participantes pueden o deben estar presentes en él, y en qué papeles, o sobre qué conocimientos u opiniones han de tener o no tener, y sobre qué acciones sociales pueden o no cumplirse a través del discurso (p.8).

Los otros, los grupos dominados tienen acceso activo solamente a conversaciones privadas, acceso pasivo a los medios de comunicación y un acceso parcialmente controlado a los diálogos institucionales, sostiene el autor.

Con base en estos referentes y los soportes abordados a lo largo del texto, a continuación se presentan guías sugeridas para el análisis de contenido de prensa escrita, redes, cine y canción.

# ANEXO-B

## GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE PRENSA ESCRITA

**Título:** Agenda Mediática

**Objetivos:**

Valorar qué tipo de informaciones se publican a través del medio de difusión seleccionado (positivas, negativas o fatalistas, neutras) .

Determinar las fuentes o voceros.

Determinar los principales temas y tendencias que se difunden.

**Categorías Principales:** Noticias positivas, fatalistas o neutras. Tipo de declarantes (oficiales, ciudadanos comunes, directivos de organizaciones) y sectores a los que pertenecen. Tipos de tema y tendencias ideológicas (política, economía, sucesos, educación, etc)

**Universo:** Medio seleccionado (realizar una caracterización, antecedentes, propietarios, línea editorial)

**Muestra:** seguimiento de un mes a un periódico regional (impreso o digital)

**Unidad de análisis:** Titulares y noticias de primera página

**Diseño de fichas** de recolección de la información y codificación del contenido de acuerdo con las categorías establecidas.

**Interpretación:** Analizar la información recopilada. Interpretación de los resultados.

**Anexos:** Recopilación textual y gráfica (capture) de los contenidos noticiosos analizados, fichas de recolección de la información.

Fuente: Elaboración propia, a partir de obras sobre AC.

# ANEXO-C

## GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE REDES SOCIALES

**Título:** Tendencias en Twitter

**Objetivos:**

Valorar qué tipo de informaciones se difunden a través de la red Twitter (positivas, negativas o fatalistas, neutras, conspiracionistas) .

Determinar la veracidad, contrastando fuentes o voceros que cita.

Determinar los principales temas y tendencias que se difunden (*hashtag*, etiquetas).

**Categorías Principales:** temas positivos, fatalistas, neutros. Temáticas emocionales (o fake news) o de relevancia social. Tipo de voceros (oficiales, ciudadanos comunes, directivos de organizaciones, no identificado) y sectores a los que pertenecen. Tipos de tema y tendencia ideológica (política, economía, sucesos, educación, espectáculo, etc).

**Universo:** Red seleccionada (realizar una caracterización de la red, antecedentes, propietarios, línea editorial)

**Muestra:** seguimiento de quince días a un mes, en una hora fija del día.

**Unidad de análisis:** Contenidos relativos a las principales 5 tendencias del momento analizado.

**Diseño de fichas** de recolección de la información y codificación del contenido de acuerdo con las categorías establecidas.

**Interpretación:** Analizar la información recopilada. Interpretación de los resultados.

**Anexos:** Recopilación textual y gráfica (capture) de los contenidos analizados, fichas de recolección de la información

Fuente: Elaboración propia.

# ANEXO-D

## GUÍA PARA EL ANÁLISIS CRÍTICO DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

**Objetivo:** Valorar con un enfoque crítico los contenidos de producciones cinematográficas.

\*Identificar nombre del programa o film y canal que difunde

\*Identificar fuente o productora

\*Realizar un resumen del contenido

1- Señala valores y antivalores que promueve

2- Necesidades que incita

3- Publicidad explícita o implícita

4- Elementos de alienación cultural o guerra cultural que se observan

5- ¿Qué engaños o falsedades se evidencian en torno a hechos de la realidad?  
¿Qué se oculta o tergiversa?.

6- ¿Quiénes son los buenos y los malos?

7- ¿Qué estereotipos o estigmas se detectan?

8- ¿Cómo son tratados los países antiimperialistas y sus luchas sociales?

9- ¿Cómo son enfocadas aquellas naciones o sus conciudadanos con economías emergentes ?

10- ¿Qué imagen se muestra de los países del Sur, latinos o en desarrollo y de sus habitantes. Cómo se muestran sus símbolos y patrimonios?.

11- ¿Cómo se muestran las guerra?

12- ¿Qué imagen refleja de países desarrollados o potencia. Cuáles son sus símbolos. Sus estilos de vida?

13- Explicar la reproducción de alguna posición ideológica en el discurso, bien sea si se manifiesta de forma explícita o implícita.

14- Resuma cuál es el mensaje o moraleja que se trata de transmitir

Fuente: Elaboración propia, a partir de la praxis docente

## ANEXO-E

# GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE CANCIONES

**Objetivo:** Analizar la narrativa alternativa y de resistencia de la canción necesaria.

Descargar la letra y música de la canción Latinoamérica (Calle13) y desarrollar el siguiente análisis:

- 1) ¿Cuál es la idea general o tema de central de la canción?
- 2) Señalar algunos recursos literarios presentes (metáfora, hipérbole, personificación, símil, etc.) Citar textualmente
- 3) Redacte en un párrafo ¿Cuál es la concepción que se presenta sobre Latinoamérica y El Caribe? Expresa tu punto de vista con respecto a este planteamiento. Argumenta tu punto de vista.
- 4) ¿Cómo se promueve la identidad latina en la canción. Qué valores están presentes?. Señalar textualmente elementos que comprueben esta apreciación.
- 5) ¿Contra qué se lucha para proteger la identidad? ¿Cuáles críticas se hacen al sistema? ¿Qué argumentos históricos se usan para denunciar al sistema?
- 6) ¿Qué expresiones de unión se plantean?. Señalar textualmente.
- 7) Realizar una breve explicación de lo que quiso decir el autor en cada estrofa.
- 8) Tomando en cuenta toda la letra, realice una síntesis o conclusión y exprese su opinión personal sobre el mensaje de la canción.
- 9) Realice un breve resumen sobre la agrupación Calle 13

Fuente: Elaboración propia, a partir de la praxis docente





*El mensaje oculto: Aportes para la recepción crítica de medios*, es un texto que a través de un lenguaje sencillo y ameno, busca develar episodios de lo que ocurre detrás de estos aparatos de control social, como un instrumento de denuncia y reflexión para los nuevos periodistas, sobre el accionar de los dispositivos hegemónicos y la promoción de un pensamiento crítico-alternativo, en el marco de un nuevo orden comunicacional.

Este aporte está dirigido a los docentes, con el propósito de formar al comunicador social en la decodificación crítica de medios, y contribuya a capacitarlo para uno de los objetivos del PFG de ser facilitador ante la colectividad. Que permita desmontar o deconstruir los contenidos hegemónicos, generar conciencia sobre la situación ante la ciudadanía y propenda a revatir una de las secuelas del orden hegemónico como lo es el dominio cultural, permitiendo abonar en el campo de la democratización de la comunicación, la participación de la ciudadanía en el proceso de la comunicación, la descolonización del pensamiento, resemantización y producción de los nuevos discursos y prácticas sociales.

**Judith L. González Rivero.** (Valera, Edo. Trujillo) Es Licenciada en Comunicación Social, con experiencia en el periodismo por cerca de tres lustros, ha laborado en medios impresos y audiovisuales del estado Monagas y como corresponsal de la Agencia Venezolana de Noticias. Es docente formadora de comunicadores e investigadora de la UBV en el estado Monagas, desde su fundación. Máster en Ccs. de la Educación (del Iplac), y Doctora en Ccs. para el Desarrollo Estratégico (UBV).