



# La posmodernidad televisiva y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Caso: Escuela de Comunicación Social de LUZ\*

*Johandry Hernández\*\**

## Resumen

El objetivo del siguiente artículo es analizar el grado de conocimiento de los profesores y estudiantes de los últimos semestres del Departamento Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia sobre la Producción Nacional contemplada en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. El estudio se fundamenta en los aportes teóricos de Barbero y Rey (1999), Lanz (2000), Mili-band (1997) y Barber (1984). Se seleccionó una muestra de 20 profesores y 30 estudiantes del Departamento de Audiovisual. Se diseñó un cuestionario para medir las variables de estudio. Los resultados muestran poco conocimiento sobre el tema. Se concluye que la falta de compromiso agudiza la incertidumbre de no saber si se producirán cambios reales, orientados a establecer un nuevo modelo de televisión en el país con la contribución de la academia.

**Palabras clave:** Producción nacional, responsabilidad social, posmodernidad televisiva, participación y ciudadanía.

---

Recibido: 13/04/07 • Aceptado: 04/06/07

\* Este artículo fue el resultado de un estudio hecho en la cátedra Técnicas de Investigación aplicadas a la Comunicación, bajo la tutoría de la doctora Ana Irene Méndez, investigadora adscrita al Centro de Investigación de la Comunicación e Información (CICI).

\*\* Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Departamento de Periodismo Impreso. Facultad de Humanidades y Educación.

Correo electrónico: johandryhernandez@hotmail.com.

- Moreiro, José A. y Marzal, Miguél A. (2001). “Modelos teóricos y elementos funcionales para el Análisis de Contenido Documental: Definición y Tendencias”, En: **Investigación Bibliotecológica**, Vol. 15 N° 31.
- Moscoso, Purificación (2003). La nueva misión de las bibliotecas universitarias ante el Espacio Europeo de Enseñanza Superior, Jornadas REBIUN, Palma de Mallorca, 7-9 de mayo de 2003, disponible en: [http://biblioteca.uam.es/documentos/Jornadas\\_REBIUN/4%20-%20nueva\\_mision\\_bibliotecas.pdf](http://biblioteca.uam.es/documentos/Jornadas_REBIUN/4%20-%20nueva_mision_bibliotecas.pdf) (Consulta: 2007, abril 10).
- Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka (1998). **The knowledge –creating company: how japanese companies create the dynamics for innovation**, New York, Oxford University Press.
- O’Dell, Carla y Grayson, Jack (1998). **If only we knew what we know: The Transfer of Internal Knowledge and Best Practice**, New York, Free Press.
- Páez, Iraset (1992). **Gestión de la inteligencia, aprendizaje tecnológico y modernización del trabajo informacional: retos y oportunidades**, Caracas, Universidad Simón Bolívar, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas.
- Portillo de Hernández, Ruby (2001). **La gestión del conocimiento en las unidades de investigación universitarias**, tesis doctoral presentada para optar al título de doctora en ciencias gerenciales. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín, Decanato de Investigación y Postgrado, Venezuela.
- Portillo de Hernández, Ruby (2000). **La Gerencia del Conocimiento en la Organización Universitaria**, trabajo de Ascenso presentado para optar a la categoría profesora Titular. Universidad del Zulia. Venezuela.
- Pressman, Roger S. (2001). **Ingeniería del Software. Un enfoque práctico**, Nueva York, 5ª edición, Mc Graw-Hill.
- Rational Software –IBM (2001). **Product: Rational Software Corporation**.
- Ulrich, Frank (2002). “Estructuras multicapas en los sistemas de gestión del conocimiento” En Stuart Barnes (Ed.) **Sistemas de gestión del conocimiento: Teoría y Práctica**, (pp. 97-111), Madrid, Editorial Thompson.
- Van Slype, George (1991). **Los lenguajes de indización: Concepción, construcción y utilización en los sistemas documentales**. Traducción del francés por Pedro Hípola, Felix de Moya, Madrid, Pirámide.
- W3C (2002). **The Web Services Description Working Group. “Web Services Description Requirements” Working Draft 2002-10-28**, disponible en: <http://www.w3.org/2002/ws/> (Consulta: 2007, junio 16).

## *Postmodern television and the Radio and Television Social Responsibility Law. A case study of the School of Mass Communication at LUZ*

### **Abstract**

This article aims to analyze the knowledge level of university professors and senior year students regarding the national production dispositions contained in the Venezuelan Radio and Television Social Responsibility Law. The study is based on Barbero and Rey (1999), Lanz (2000), Miliband (1997) and Barber (1984) theoretical contributions. A sample of 20 professors and 30 students of the Audiovisual Department, School of Social Communication of the University of Zulia Department was selected. A questionnaire was designed to measure the study variables. Results show that there is little knowledge about the topic. It is concluded that the lack of commitment makes worse the uncertainty of not knowing about the changes that are taking place, which in turn are oriented to establish a new television model; thereby, the sample ignores the contribution the academy can make to this process.

**Key words:** National production, social responsibility Law, postmodern television, participation and citizenship.

### **Introducción**

Este trabajo parte de la preocupación por buscar formas concretas de superar la involución de la televisión como una entidad de las distorsiones sociales. Se apela al discurso de la posmodernidad televisiva para asumir su posible y verdadera transformación, enmarcada en un nuevo paradigma cultural. Tal corriente de pensamiento debe establecer otras entradas comprensivas a los problemas cotidianos, otras maneras de confrontar públicamente los asuntos que conciernen a los ciudadanos (Martín y Rey, 1999:54), y así refundamentar los presupuestos axiológicos y culturales de la sociedad actual.

A la luz de la aprobación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se plantea la posibilidad de aprovechar las oportunidades que brinda este instrumento legal, en lo referido a la Producción Nacional, como una vía posible para propiciar un cambio a largo plazo en la televisión del país, al vincularla con conceptos de participación y ciudadanía.

La posmodernidad televisiva debe recurrir a un movimiento de des-construcción y desenmascaramiento de la razón ilustrada como respuesta al proyecto modernista y su consiguiente fracaso, y que esa des-construcción expresa: a) un rechazo ontológico de la filosofía occidental, b) una obsesión epistemológica con los fragmentos y fracturas y c) un compromiso ideológico con las minorías (Epstein, 2004:88).

### **La Producción Nacional y la viabilidad del cambio**

Lechner (2000:102) afirma que las identidades colectivas han perdido su anclaje material y simbólico; su lugar es ocupado por una retracción y un individualismo negativo. En gran parte, ese síntoma se le atribuye a la televisión. El resultado se traduce en una desorientación e incapacidad para manejar lo local con una visión de país.

La reorganización de la televisión y su adaptación al discurso posmoderno pasa por la instauración de formas novedosas de organización mediática. Miliband (1997) propone tres formas diferentes de clasificación. En primer lugar, habría un sector público en el que los organismos del Estado controlarían y manejarían el mundo de la radio y la televisión con alto grado de autonomía. En segundo lugar, habría un amplio sector cooperativo constituido por periodistas y otros miembros de escuelas, universidades y otros grupos, que se autofinancien pero que también pueda recibir subsidios. Y en tercer lugar, habría un sector privado, con límites estrictos en cuanto a lo que un individuo o una compañía podrían poseer, para evitar la monopolización, y por ende, la reducción de la libertad de expresión.

Esta estructura “reforzaría también el papel de los medios de comunicación como influencia educativa e ilustradora, y fomentaría una política de la verdad en la difusión y la discusión de los asuntos públicos (...) esto coadyuvaría a que se convirtiesen en aliados valiosos en la mejora de la civilidad democrática” (Ídem, 109).

Barber (1984:234) plantea la instauración de una Comunicación Cívica y Cooperativa que trabaje sobre los siguientes lineamientos: experimentación con formas innovadoras de televisión cívica, desarrollar normas para las discusiones regionales y nacionales, asambleas de ciudadanos para el acceso público e institucional, redes y otras formas de interacción pública y el establecimiento de normas para videos conferencias de eventos cívicos y de actividades públicas.

Las propuestas de establecer un nuevo orden comunicacional en Venezuela se basan en el predominio de la Producción Nacional en la programación de los medios de comunicación social.

La Ley delinea el concepto de Producción Nacional y determina explícitamente los aspectos que la involucran. El artículo 13 se dedica completamente a estipular los parámetros a cumplir para desarrollar este tipo de propuestas. En primer lugar, se explica que una producción nacional puede ser un programa de televisión variado, un corto de publicidad, un documental o una pieza de ficción, en cuya creación, dirección, producción y posproducción se puedan constatar la presencia de los siguientes elementos: capital venezolano, locaciones venezolanas, guiones venezolanos, autores venezolanos, directores venezolanos, personal técnico venezolano y valores de la cultura venezolana.

El cumplimiento de esas disposiciones debe ser superior al 70% para poder considerarse como una producción nacional. En segundo lugar, para que alguien pretenda ser un productor nacional independiente, debe inscribirse en el registro que controla la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) y cuyas producciones hayan sido creadas de forma independiente. No obstante, también se cumplirán los siguientes requerimientos: estar domiciliado en el país, no ser accionista, en forma personal ni por interpuesta persona, de algún prestador de servicios de radio o televisión; no ser accionista de personas jurídicas que a su vez sean accionistas, relacionados o socias de algún prestador de servicios de radio o televisión; no ocupar cargos de dirección o de confianza, de acuerdo con la Ley Orgánica del Trabajo, en algún prestador de radio o televisión; declarar si mantiene relación de subordinación con algún prestador de servicios de radio o televisión; no ser funcionario de alguno de los órganos y entes públicos.

Esas instrucciones garantizan que las producciones audiovisuales respondan a las intenciones individuales o grupales sin que medien las presiones de cualquier sector mediático. No se avizora algún elemento

que limite la selección de algún tópico en específico ni tampoco alguna intención o ideología determinada. La ausencia de vínculos con sectores mediáticos puede constatarse en este artículo cuando estipula que no debe existir ningún tipo de relación con algún prestador de servicio de radio y televisión. Así pues, a los ciudadanos interesados en adelantar sus propuestas les corresponde ejercer su derecho a participar en el establecimiento de un sector audiovisual nacional que cubra los severos vacíos de la televisión venezolana.

A efectos de vigilar y coordinar tales disposiciones, la Ley crea la figura del Directorio de Responsabilidad Social, una instancia conformada por el Director General de Conatel, un representante del Ministerio de Comunicación e Información, del Ministerio de la Cultura, del Ministerio de Educación y Deportes, del organismo con competencia en materia de protección al consumidor, del Consejo Nacional de los Derechos del Niño y del Adolescente, del Instituto Nacional de la Mujer, de las iglesias, dos representantes de las organizaciones de usuarios inscritos en Conatel y un representante de las escuelas de comunicación social de las universidades nacionales.

El Directorio de Responsabilidad Social funciona como una plataforma comunicacional en la que tanto el Estado como la ciudadanía podrán dirigir solicitudes, atender reclamos y provocar un reordenamiento de los servicios de radio y televisión. Entre unas de sus funciones más importantes están las señaladas en el numeral 5 del artículo 20, que reza: "Aprobar la erogación de recursos del Fondo de Responsabilidad Social".

El Fondo de Responsabilidad Social se encargará de administrar los recursos financieros provenientes de la contribución parafiscal, los aportes a título de donación que haga cualquier persona natural o jurídica, las multas impuestas de conformidad con la Ley, los intereses que se generen por los depósitos y colocaciones. Esos recursos estarán destinados a la financiación de proyectos para el desarrollo y fomento de la producción nacional, de capacitación de productores nacionales de obras audiovisuales, de educación para la recepción crítica de los mensajes difundidos por los medios de comunicación, y la investigación relacionada con la comunicación, tal como lo establece el artículo 24.

Justo en este punto es donde puede entenderse el alcance y la principal bondad de la Ley: involucrar a la sociedad organizada, a las escue-

las de comunicación social, a las instituciones educativas, científicas y culturales en el ejercicio real de sus virtudes ciudadanas.

## **Procedimiento metodológico**

La investigación se fundamenta en los aportes teóricos de autores latinoamericanos como Martín Barbero y Rey (1999), Lanz (2000), conjuntamente con los de Miliband (1997) y Barber (1984), quienes relacionan la posibilidad de una televisión posmoderna con conceptos de participación ciudadana, para estructurar y diseñar medios de comunicación que atiendan a su función socializadora e integradora.

A su vez, se consideran los postulados de Morales y Parra (2005) y Buarque (2003) para incorporar al estudio el rol de la universidad dentro de ese discurso y su compromiso para adelantar esos cambios, por considerarse una institución cuya misión principal es producir conocimientos para la orientación social.

Se contempla también un análisis interpretativo de la Ley de Responsabilidad Social, enfocado básicamente en lo relativo a la Producción Nacional y a las oportunidades que brinda para impulsar y promover la ejecución de proyectos en la industria audiovisual del país.

En ese sentido, las preguntas de investigación se centran en medir el grado de conocimiento sobre la Producción Nacional, contemplada en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, de los profesores y alumnos de los últimos semestres del Departamento de Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, con el fin de propiciar el aprovechamiento futuro de sus ventajas, en cuanto a la planificación y desarrollo de producción de material audiovisual nacional de carácter independiente. Éste constituiría un primer paso, un efecto primario para asumir el discurso posmoderno de la televisión.

Con ese propósito, se diseñó un cuestionario para medir la relación entre las variables de estudio, que a su vez, permitió la construcción de una base de datos y su posterior tratamiento estadístico mediante el programa informático SPSS. Para la muestra de este trabajo se seleccionaron a 20 de los 22 profesores del Departamento de Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social y se escogieron aleatoriamente a 30 estudiantes de la mención Periodismo Audiovisual, cursantes de los últimos semestres (octavo, noveno y décimo) para una muestra total de 50 personas.

Los resultados de esta investigación pueden constituirse en una posibilidad de propiciar un debate en las escuelas de comunicación del país para discutir e impulsar los cambios, para construir una televisión plural, tal como la plantean los autores citados en este trabajo.

## **Análisis de los resultados**

Para el estudio del grado de conocimiento sobre Producción Nacional se indagó sobre tres categorías de análisis: a) cuáles requisitos debe reunir un trabajo audiovisual para que sea considerado como de Producción Nacional, b) si están al tanto de la existencia de un Fondo de Responsabilidad Social, y c) cuáles organismos pudieran brindar asesoramiento o financiamiento para adelantar un proyecto audiovisual. Una vez aplicado el tratamiento estadístico a la muestra escogida se pudieron constatar los siguientes resultados:

### **a) Requisitos para producción nacional**

Todas las preguntas se basaron en lo establecido en el artículo 13 de la Ley. Se acota que en las categorías a y b se incluyeron respuestas falsas en un universo de 10 alternativas cada una, para que el encuestado hiciera su selección.

Al consultar cuáles requisitos debía reunir una producción para ser considerada como nacional, 60% de los profesores cree que sí debe haber capital venezolano frente a un 35% que dice que no y otro 5% que no sabe o no responde. Otro 55% se inclina por locaciones venezolanas, mientras que 40% piensa que no; 65% piensa que debe tener guiones venezolanos, otro 65%, autores venezolanos, y también 65%, por directores venezolanos; en contraposición, un 30% dice que no a las tres alternativas anteriores, ligado a un 5% que no sabe o no responde.

En el caso de los artistas venezolanos y técnicos venezolanos, 50% de profesores cree que sí en cada opción respectiva, mientras que un 45% establece que no y un 5% no sabe o no responde. Hay mayor claridad en cuanto a los valores venezolanos, pues un 70% piensa que sí deberían estar presentes en una producción, mientras que un 25% piensa que no y un 5% no sabe o no responde.



**Tabla 1**  
**Requisitos para que una producción sea considerada como nacional**

		Capital venezolano	Locaciones venezolanas	Guiones venezolanos	Autores venezolanos	Directores venezolanos	Artistas venezolanos	Técnicos venezolanos	Valores venezolanos
Profesores	Sí	60%	55%	65%	65%	65%	50%	50%	70%
	No	35%	40%	30%	30%	30%	45%	45%	25%
	Ns/Nr	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Alumnos	Sí	50%	77%	53%	80%	63%	53%	44%	66%
	No	50%	23%	47%	20%	37%	47%	56%	34%
	Ns/Nr	—	—	—	—	—	—	—	—

Fuente: Hernández, J. (2007).

Como se ha explicado, la Ley establece que deben estar presentes las ocho categorías anteriores en más de un 70% para ser considerada como una Producción Nacional. A pesar de que la mayoría de los profesores optó por incluirlas a todas, la variación de las cifras en algunos de los requisitos, tales como capital venezolano, locaciones venezolanas, guiones venezolanos y directores venezolanos, muestra que no hay suficiente claridad en cuanto a qué debe haber y qué no en una producción para considerarse como nacional. Se constata que no hay suficiente claridad sobre los requisitos que debe reunir un proyecto audiovisual para considerarse como producción nacional.

Por su parte, los estudiantes afirman en 50% que debe haber capital venezolano y otro 50% dice que no; 77% se inclina por las locaciones venezolanas y 23% la rechaza. En el caso de los guiones venezolanos, 53% piensa que sí, mientras 47% opina que no. Para los autores venezolanos, 80% cree que deben estar presentes y 20% opta por decir que no. La categoría de directores venezolanos obtuvo 63% a favor, 37% que piensa que no deben estar presentes necesariamente. Para los artistas venezolanos las cifras demuestran que 53% opina que sí y 47% que no, pero los valores se invierten en el rango de los técnicos venezolanos, pues 44% cree que deberían estar presentes y un 56% dice que no. Al igual que en el caso de los profesores, los valores venezolanos también obtuvieron un porcentaje superior en cuanto a los que 66% piensa que deben estar presentes frente a un 34% que opina que no.

Con estos resultados se usa el mismo criterio de los profesores. Es interesante ver que en el caso del capital venezolano, los resultados se parten a la mitad, seguidos muy de cerca de artistas venezolanos, donde la proporción fue de 53% frente a 47%. Esto reafirma el desconocimiento de los alumnos sobre el tema.

### **b) Fondo de Responsabilidad Social**

Siguiendo con la variable conocimiento, se les preguntó a estudiantes y docentes si sabían algo sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social. Los resultados fueron los siguientes: 20% de los profesores alega que sabe mucho, 55% poco, 15% casi nada y 10% no sabe nada. En el caso de los estudiantes, el desconcierto y el desconocimiento son mayores: 40% dijeron que saben poco, 33% casi nada y 27% no sabe nada.

**Tabla 2**  
**¿Qué tanto sabe sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social?**

	<b>Mucho</b>	<b>Poco</b>	<b>Casi nada</b>	<b>Nada</b>
Profesores	20%	55%	15%	10%
Alumnos	—	40%	33%	27%

Fuente: Hernández, J. (2007).

Estos resultados muestran que docentes y alumnos no tienen información sobre esas dos dependencias de Conatel, que se encargan de ofrecer financiamientos para iniciativas de concreción de proyectos audiovisuales.

Nótese que 80% sabe entre poco, casi nada o nada sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social. Una clara deficiencia si se toma en cuenta que estas dos instancias constituyen un aspecto clave para desarrollar y promover -por medio del financiamiento- producciones nacionales independientes, además se ignora este aspecto tan novedoso en la legislación sobre el área en Venezuela.

En el caso de los estudiantes, 77% dijo que sabe poco o casi nada sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social, frente a un 27% que no sabe nada al respecto. Se muestran así otros indicios de que no hay conocimientos firmes sobre Producción Nacional, desde el punto de vista normativo, legal.

### **c) Organismos que otorgan asesoramiento y financiamiento**

Para hacer una comparación con esos resultados, se les consultó sobre los posibles organismos que pudieran brindar algún tipo de asesoramiento o financiamiento para un trabajo o proyecto de producción nacional. Ha de aclararse que según lo estipulado en la Ley, la instancia encargada de tales misiones es el Fondo de Responsabilidad Social por la intermediación del Directorio de Responsabilidad Social, tal como se explicó anteriormente. No quiere decir que otras instituciones no procuren objetivos similares, sino que a efectos de un tema tan específico como la Producción Nacional, la Ley establece un mecanismo de apoyo real y concreto para quienes se interesen en esa área.

Los resultados obtenidos en esta categoría se muestran a continuación: en el caso de los profesores, 60% dice que el Minci puede brindar

asesoramiento y financiamiento a proyectos audiovisuales y 40% dice que no. Sucesivamente, 85% se inclinó por el Conac, frente a 15% que no; 25% dice que el Minfra y 75% que no; las alcaldías 50% que sí y 50% que no; el Conicit 45% sí y 55% no; tanto el Banco Industrial como Conatel tuvieron la preferencia del 55% cada uno, frente a 45% que no cree que esos organismos pudieran brindar algún tipo de soporte o ayuda. La Gobernación del estado Zulia obtuvo 35% sí y 65% no. Las estaciones de radio y TV también pudieran financiar trabajos de este tipo según el 55%, frente a 45% que dice que no. Fundacite alcanzó 60% para el sí y 40% para el no.

En el caso de los estudiantes, los resultados fueron parecidos: en el caso del Minci, pues 50% cree que sí y 50% que no, 36% piensa que el Conac y 64% que no, 100% no cree que el Minfra pudiera prestar algún tipo de ayuda. En el caso de las alcaldías, las cifras son semejantes a las del Minci, ya que 50% dice que sí y otro 50% que no. El Conicit fue la instancia menos escogida, porque 4% dijo que sí y 96% no. El Banco Industrial obtuvo 24% para el sí y 76% para el no. En ese orden de ideas, el 36% piensa que Conatel pudiera proporcionar financiamiento, frente a 64% que dijo que no. La Gobernación arrojó un 44% por el sí y un 56% por el no. Las estaciones de radio y TV 40% y 60% y Fundacite alcanzó el 20% para los que opinan que sí y 80% para los que piensan contrariamente.

**Tabla 3**  
**Organismo para brindar financiamiento o asesoramiento**

	Profesores		Alumnos	
	Sí	No	Sí	No
Minci	60%	40%	50%	50%
Conac	85%	15%	36%	64%
Minfra	25%	75%		100%
Alcaldías	50%	50%	50%	50%
Conicit	45%	55%	4%	96%
Banco Industrial	55%	55%	24%	76%
Conatel	55%	45%	36%	64%
Gobernación	35%	65%	44%	56%
Estaciones de Radio y TV	55%	45%	40%	60%
Fundacite	60%	40%	20%	80%

Fuente: Hernández, J. (2007).

Esta pregunta incluyó también categorías falsas, como Conac, Minfra, las alcaldías, Conicit, el Banco Industrial, la Gobernación del estado Zulia, las estaciones de radio y televisión y Fundacite. Los profesores creen que todas esas instituciones pueden brindar asesoramiento o financiamiento si se tienen intenciones de adelantar un proyecto de tipo audiovisual, a excepción de Conicit, Minfra y la Gobernación. De resto, las demás, agregando las verdaderas como Minci y Conatel, obtuvieron más del 50%. Hay, de esta forma, correspondencia de estos resultados con los de la Tabla 2, sobre el Directorio y Fondo de Responsabilidad Social. Como no hay certidumbre en que tales instancias existen y que tienen el propósito por ley de financiar cualquier iniciativa en producción, entonces por eso se inclinaron por otras alternativas.

Lo mismo ocurre en los estudiantes, pero más ostensiblemente. De las alternativas presentadas, sólo creen que el Minci y las alcaldías pueden brindar apoyo monetario. Las demás fueron descartadas, incluso, Conatel, ya que 64% de estudiantes que piensa que no proporciona ayuda. Se revela que ni alumnos ni profesores tienen conocimientos firmes sobre la Producción Nacional, contemplada en la Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión.

## **Conclusiones**

El estudio teórico y el análisis de los resultados de la investigación, permiten establecer las siguientes conclusiones:

1. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión ofrece posibilidades reales para propiciar una transformación de la televisión en el país, guiada por los postulados de posmodernidad televisiva esbozados por autores como Barbero y Rey (1999), Lanz (2000), Miliband (1997) y Barber (1984) y cuya propuesta es retomada en este trabajo.

2. Se debe apostar al éxito de este documento legal, sin obviar sus aspectos criticables, que los tiene. Pero, en este momento lo apremiante se centra en propiciar la evolución de la televisión para sumergirla en una nueva etapa, en la posmoderna, sin olvidar que cuando un cambio suscita un cierto debate es porque toca aspectos relacionados con el equilibrio del poder inmediato.

3. El advenimiento de la pluralidad mediática es posible gracias al apoyo (legal y de financiamiento) por parte de la Ley, con lo que la producción de material audiovisual independiente y nacional garantiza “una comunicación libre y plural (...) y podrá aprovecharse para disponer de espacios para la divulgación de programas educativos, informativos, de opinión que favorezcan el bienestar y el desarrollo de la sociedad” (Morales y Parra, 2005: 470).

4. Se deben explorar maneras novedosas y democráticas formas de participación social en la elaboración y conformación de una televisión plural, en la que se prevea una ciudadanía atenta a los desarrollos de la cosa pública.

5. En ese sentido, la Producción Nacional pueden enrumbarse y enfocarse como una actividad que involucra la creación de propuestas audiovisuales y de producción de material artístico, que refleje todo el potencial intelectual, técnico y cultural que hay en el país.

6. Aunque la Ley tiene poco tiempo de aprobada, la investigación se enfocó en medir el grado de conocimiento sobre la Producción Nacional y su vinculación con el cambio programático de las materias, como una manera de adelantar los primeros pasos para la consecución de una mejor televisión en el futuro, en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. Sin embargo, los resultados no son alentadores, pero hay indicios positivos.

7. Hay poco conocimiento sobre: Producción Nacional, los requisitos que debe poseer un trabajo audiovisual para que lleve ese sello, y los requerimientos que debe reunir una persona para convertirse en un productor nacional independiente.

8. La mayoría tampoco conoce nada sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social, que son las instancias que se encargaran de hacer efectivo el heterocontrol en los medios y el financiamiento de propuestas audiovisuales. Por eso, no hay claridad en cuanto a qué organismo u institución pudiera brindar ayuda o asesoramiento para tal propósito.

9. Esos resultados son preocupantes, porque si se pretende crear un cambio en la televisión y en los medios en general, y no se conocen aspectos tan puntuales como conocer sobre Producción Nacional y las innovaciones y las alternativas que facilitan la Ley al respecto, entonces no

se podrán vincular los conceptos de participación y ciudadanía con televisión posmoderna. No pasaría nada, todo quedaría igual.

10. El camino que se vislumbra en el futuro es de incertidumbre: no hay indicios de que, por el hecho que la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión contemple vías para auspiciar una televisión modeladora de ciudadanía, se vayan a producir cambios reales, concretos. Sírvase, pues, este trabajo para inducir a una profunda reflexión y a un amplio debate que promueva la posibilidad de darle forma -al menos desde la academia- al discurso de la posmodernidad televisiva. Ése es el reto futuro: ver si hay capacidades de hacerlo o si por el contrario, se imponga, como siempre, la pasividad y el letargo ciudadano y académico.

## Referencias

- Barber, Benjamin (1984). **Strom Democracy. Participatory Politics for a New Age**, California, University of California.
- Epstein, Mikhail (2004). "Lo hiper en la cultura del siglo XX: la dialéctica de la transición del modernismo al posmodernismo", **Quórum Académico** 1 (2): 83-105.
- Lanz, Rigoberto (2000). "Pensar la ciudadanía después del fin de la política", **Relea** 11:123-138.
- Lechner, Norbert (2000). "Desafíos de un desarrollo humano: individualización y capital social". En Bernardo Klisberg y Luciano Tomassini (Comp.), **Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo**, (pp. 101-127), Argentina, Fondo de Cultura Económica, BID.
- Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán (1999). **Los Ejercicios del ver. Hegemonía Audiovisual y Ficción televisiva**, Barcelona, Gedisa.
- Martín-Barbero, Jesús (2002). "Tecnidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo", **Diálogos de la Comunicación**, 64: 8-23.
- Miliband, Ralph (1997). **Socialismo para una época de escépticos**, México, Siglo XXI.
- Morales, Elda (1999). "La Acción Comunicativa de Jürgen Habermas: Modelo Teórico y Proyecto Emancipador", **Utopía y Praxis Latinoamericana**, 4 (6): 67-81.
- Morales, Elda y Parra Luz Neira (2005). "Los retos de la ciudadanía a los medios de comunicación social y a la formación profesional del comunica-

dor. Venezuela: Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión”,  
**Espacio Abierto**, 14 (3): 459-471.

República Bolivariana de Venezuela (2004). **Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión**, Caracas, Imprenta Nacional.