

# EVANGELINA GARCÍA PRINCE

JULIO SEGUNDO GROOSCORS

**Este breve artículo nos comenta la faceta comunicativa de Evangelina García Prince. Nos habla de su aporte al estudio de la Comunicación y de los medios de comunicación en Venezuela a través de la revista *Orbita*, de la empresa Asesorac, de la que fue su directora. Este breve ensayo complementa el anterior de la profesora Susana Reina quien centra su reseña en la faceta feminista de Evangelina.**

Fue una personalidad multifacética. Así se la ha definido en recuerdos recientes. Básicamente fue socióloga y de allí derivó en antropóloga. Incursionó en la política y se destacó como dirigente de organizaciones fundamentales del Estado y de la sociedad, tanto a nivel nacional como internacional.

Su herramienta de trabajo preferida, en todos los campos de su múltiple quehacer, fue la investigación, entendida no tanto en su uso teórico, sino en su finalidad práctica, si usamos las categorías del criticismo kantiano.

En esa área la conocí e hicimos trabajos complementarios cuando incursionó, tal vez brevemente, pero con profundidad y dejando huella, en el campo de la Comunicación Social, lo que le llevó a introducir cambios en métodos y objetivos y a participar en la lucha que entonces se desarrollaba, a nivel mundial, por establecer un Nuevo Orden de la Información y la Comunicación.

Sería hacia finales de los años 60 y en la década de los 70 cuando mi hermano Guido, con un grupo de profesionales de diversas discipli-

nas, fundó en Caracas una empresa registrada como Asesorac (Asesoramiento Empresarial en Comunicaciones Sociales). Básicamente ofrecía servicios de relaciones públicas al sector empresarial venezolano. Pronto afluyeron los clientes necesarios y se fueron ampliando mecanismos y canales.

Como una forma de hacerse presente en la creciente y novedosa corriente de la búsqueda de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, Asesorac decidió producir una revista, denominada *ÓRBITA (Temas de Comunicación Social)*, a imprimirse en la prestigiosa Editorial Arte, a la que también estaba ligado Guido. Para la dirección de la revista se contrató a Evangelina, que por entonces era profesora en la Escuela de Sociología de la Universidad Central de Venezuela y se conocía el trabajo que allí realizaba sobre análisis de contenido de los medios de comunicación social, especialmente la televisión, que entonces había ido ocupando velozmente posiciones de influencia en los más diversos públicos.

## DOSSIER

A mí se me asignó la función de coordinador editorial, que entre otras cosas debía revisar y ordenar los trabajos de los colaboradores y coordinar las ediciones con la empresa impresora. Evangelina aportó para la revista, con espíritu crítico y visión innovadora, los trabajos de los estudiantes ucevistas, la mayoría de ellos con análisis exhaustivos de los contenidos de programas televisivos como las telenovelas, los programas infantiles, los dirigidos a las amas de casa y los de simple recreación, para medir el impacto e influencia, formación y deformación, en los más diversos públicos. Fue, sin duda, un aporte muy valioso a la lucha por lograr el ansiado Nuevo Orden de la Información y la Comunicación.

**Valioso, sin duda, el aporte de Evangelina al avance de la Comunicación Social en Venezuela, con proyección mundial, tanto en lo que se refiere a los medios como en el área de las relaciones públicas, que a partir de esos años ha ido adquiriendo fisionomía propia, no solo por las herramientas que utiliza, sino por sus metas y objetivos específicos.**

Por esos mismos días, yo trabajaba preferentemente en el área de las relaciones públicas y participaba en los esfuerzos por transformar esa actividad, de mecanismo de creación de imagen y apoyo de la publicidad y el mercadeo a instrumento de comunicación e integración con los diversos públicos o “grupos de interesados”, como se les denominaba técnicamente. Para lograr ese objetivo se requería un trabajo decidido de investigación y análisis, de ensayo y pruebas, de planteamientos teóricos y aplicaciones prácticas a casos y situaciones concretas. Por entonces conocíamos, por publicaciones y contactos directos, las experiencias que venían realizando algunos relacionistas de Medellín, Colombia y, sobre la base de esas experiencias, comenzamos a diseñar un instrumento de trabajo que se denominaría Auditoría Social, vale decir, el análisis



del comportamiento social de la empresa, su relación con el entorno, sus responsabilidades y compromisos, su aporte al mejoramiento de la calidad de vida de todos sus “grupos de interesados”, desde su propio personal hasta sus clientes, sus proveedores, los distribuidores, los vendedores de sus productos, así como las comunidades implicadas y las autoridades con las que había que relacionarse.

Valioso, sin duda, el aporte de Evangelina al avance de la Comunicación Social en Venezuela, con proyección mundial, tanto en lo que se refiere a los medios como en el área de las relaciones públicas, que a partir de esos años ha ido adquiriendo fisionomía propia, no solo por las herramientas que utiliza, sino por sus metas y objetivos específicos.

**JULIO SEGUNDO GROOSCORS**

Venezolano, periodista graduado por la Universidad Central de Venezuela, licenciado en Derecho de la Universidad de Costa Rica, con estudios de Relaciones Públicas en la Universidad Autónoma de Centro América y una especialidad en Teología de la Universidad Católica Andrés Bello, de Caracas. Julio Segundo Grooscors ha publicado numerosos artículos y ensayos en periódicos y revistas, sobre los más diversos temas, desde al análisis político y la incursión sociológica, hasta la especulación filosófica y la aventura poético-literaria.