

Comunicación: semblanza de sus cincuenta años

*El cronista que narra los acontecimientos
sindistinguir entre los grandes y los pequeños,
da cuenta de una verdad: que nada
de lo que una vez haya acontecido ha de darse
por perdido para la historia.
Por cierto, que solo a la humanidad redimida
le caber por completo en suerte su pasado.
Lo cual quiere decir: solo para la humanidad
redimida se ha hecho su pasado citable
en cada uno de sus momentos. Cada uno
de los instantes vividos se convierte
en una citation à l'ordre du jour,
pero precisamente del día final.*

WALTER BENJAMIN
Tesis de la Filosofía de la historia

Aquí estamos y seguiremos estando. *Comunicación* está cumpliendo cincuenta años de vida. Muchos años para una revista orientada al estudio, reflexión, investigación y divulgación del campo de las comunicaciones y la cultura. Pero son pocos años para lo que hoy, *aquí y ahora*, significa el desarrollo vertiginoso de las comunicaciones, la cultura que emerge desde ellas, los procesos de hibridaciones que se producen y se profundizan y las reapropiaciones que el sujeto social hace. Porque en los tiempos que corren, desde hace ya un buen

rato, las comunicaciones-cultura se han vuelto cruciales para imaginar y pensar el tejido social. Es tal el mapa de preguntas que irrumpe en este nuevo siglo que nos falta tiempo para entender hacia dónde vamos. Lo hemos dicho muchas veces: las narrativas que emergen expresan cambios de fondo en la comunicación y la cultura de los sectores más jóvenes.

Pero aquí estamos y seguiremos estando para estudiar-reflexionar-investigar todo lo que está ocurriendo desde y con las comunicaciones y la cultura. Seguiremos haciendo lo que iniciamos en marzo de 1975: servir de expresión a las inquietudes que el moderno proceso de la comunicación social suscita no solo en los profesionales de la misma, sino –y sobre todo– en la gente, en el sujeto social y, en definitiva, en la sociedad.

La publicación, que en un primer momento definimos como *Boletín Comunicación*, surge en un tiempo histórico en donde los medios de comunicación, el periodismo, la publicidad, el *marketing*, lo organizacional, las tecnologías de comunicación-información, no eran lo que son hoy. Pero al poco tiempo empezaron a desarrollarse y evolucionar en la Venezuela marcada por la democracia política; por una economía que con sus altos y bajos empezaba a crecer sostenidamente; por un país en donde la educación de amplios sectores era determinante para el ascenso social, y paremos de contar. En esa Venezuela de crecimiento sostenido, el mundo de la comunicación-cultura estaba también creciendo y era fundamental, era clave,



Galería de Papel, Víctor Hugo Irazábal. Serie Libro de Artista.

empezar a estudiarlo e investigarlo. No por el capricho de hacerlo ante la fascinación que el mundo mediático suscitaba, sino para dar cuenta de hacia dónde íbamos en la construcción del tejido social y en la aparición de una nueva sociedad en donde las comunicaciones masivas y las formas culturales que irrumpían empezaban a significar. En síntesis, era importante investigar otras modalidades de hacer comunicación en donde la tecnología – nueva para ese entonces –, la información, las marcas, las industrias culturales, empezaban a constituir un sistema de valores hasta ese momento desconocido. Qué bien lo expresa Carlos Monsiváis cuando se pregunta por la identidad del mexicano:

El mexicano no es ya un problema existencial y cultural, y pese a las abundantes discusiones, la identidad nacional no está en riesgo. Es una identidad cambiante, enriquecida de continuo con el habla de los marginales, las aportaciones de los *massmedia*, las renovaciones académicas, las discusiones ideológicas, la americanización y la

resistencia a la ampliación de la miseria, y que se debilita al reducirse la capacidad de los centros de enseñanza y al institucionalizarse la resignación ante la ausencia de estímulos culturales.

Dijimos antes que *Comunicación* empezó a circular y a hacerse presente en el espacio académico, intelectual y cultural del país en 1975. Desde ese mismo momento la carta de presentación, con la que se le imprimía identidad a *Comunicación*, era: *estudiar la comunicación desde una perspectiva crítica y alternativa*. Esa marca de identidad estuvo presente cuando éramos un boletín de no más de cincuenta a sesenta páginas, y sigue presente hasta lo que es hoy *Comunicación*: una revista de 120 a 150 páginas por número que asume las formas más modernas de producción y presentación.

Nuestra revista *Comunicación* está de fiesta, de celebración por sus cincuenta años. *Comunicación*, con el pasar del tiempo, se ha convertido en un *observatorio-registro* de las comunicacio-

PRESENTACIÓN

nes y la cultura. Primero, del país en donde estamos y segundo, de América Latina y en buena medida también del mundo. Esa definición como *observatorio-registro*, se aprecia y se hace presente en los 209 números que se han publicado, en las 25 mil 162 páginas, en los 2 mil 178 artículos-ensayos con la mediación de los 2 mil 812 colaboradores que van desde periodistas, políticos, escritores, organizaciones sociales, investigadores del hecho comunicacional y cultural, gestores culturales y artistas. En todas esas cifras de participación y en todos los artículos y ensayos publicados, la pluralidad ha estado siempre presente desde ángulos distintos del conocimiento. Igualmente, hemos estado abiertos a los retos que hoy entraña la imparable digitalización del mundo y del humano.

Lo hemos dicho en cada aniversario de la revista, en foros, en entrevistas y en espacios donde nos ha tocado estar a nombre de *Comunicación*: la continuidad del proyecto, que sorprende a muchos observadores, académicos, investigadores, intelectuales, ha sido posible por el generoso apoyo de la Compañía de Jesús en Venezuela. Sin ese apoyo, abierto y sin cortapisas, la continuidad de *Comunicación* no hubiese sido posible. Pero también debemos decir que sin la presencia de los distintos consejos de redacción que nos hemos dado en el transcurrir del tiempo, de los colaboradores que nunca han pedido nada a cambio en términos económicos, tampoco hubiese sido posible llegar hasta aquí. Por eso volvemos a decir: aquí estamos y seguiremos estando por la voluntad política que ha acompañado a la publicación.

Para terminar. El número con el que estamos cumpliendo cincuenta años lleva por título *Venezuela: ¿ ?* Esta entrega aniversario nos ofrece todo un conjunto de trabajos que intentan dar cuenta de lo acontecido en el país el 28 de julio del año pasado. Una fecha que recordaremos los venezolanos, porque ella significó entrar en un-otro país distinto desde la perspectiva política y del Poder. El título del número puede resultar extraño, pero intenta decirle al lector que no sabemos –de allí la interrogante y el espacio en blanco– hacia dónde nos conducirá lo que ocurrió ese 28J, una fecha de ruptura política y cultural, una fecha de encrucijada y de profunda crisis política. Con este número intentamos con-

tribuir a la visión del “nuevo” país que se abrió ese 28 de julio. Una visión desde lo comunicacional y cultural que nos habla de la profunda crisis social y política que hoy estamos viviendo y que de ninguna manera podemos disimular.

Los números de *Comunicación*

Después de cincuenta años de *Comunicación*, los números que exhibe la revista son, en todos sus sentidos, la mejor muestra de la pluralidad, también de las diferencias y por supuesto que de las coincidencias. ¿No es esa la democracia que todos queremos para el país?

- Números publicados en cincuenta años: 209
- Número de páginas: 25 mil 162
- Número de artículos ofrecidos: 2 mil 178
- Número de colaboradores: 2 mil 812
- La GALERÍA DE PAPEL ha ofrecido desde el número cien (1997), cuando se hizo presente de la mano del artista plástico Víctor Hugo Irazábal, hasta nuestros días: 109 muestras de artistas que han ilustrado 109 números de *Comunicación*.

Audaces fortuna iuvat

La fortuna ayuda a los audaces

VIRGILIO

Nada más fácil que describir el origen de una revista académica uncida a una escuela, a un instituto o a un departamento de investigación universitario. Pero nuestra revista, que ni siquiera se llamaba así, sino simplemente boletín, surgió sin apenas recursos, como producto más bien de la voluntad de unas personas audaces, que de un proyecto programado.

Nada mejor que reconstruir el clima intelectual del momento venezolano y la trayectoria de las personas que confluyeron azarosamente en esta aventura, para comprender lo que somos, pues más allá del registro documental, sea impreso o digital, al final “somos lo que recordamos”.

Un folleto engrapado de factura artesanal impreso en papel bond, sin más marcas de presentación en su portada que el logo de *Comunicación* y el número 1, sin fecha del año y con la marca del Centro de Comunicación Jesús María Pellín. Un editorial anónimo y una serie de siglas de supuestos nombres y apellidos de sus autores, (JIR, JMA, MBE) transmitían un aire de publicación clandestina, más lejos de un boletín científico domeñado y más cercano a un panfleto político insumiso.

El substrato del Centro de Comunicación Jesús María Pellín, epónimo de un obispo que luchó por la libertad de expresión durante la

dictadura de Pérez Jiménez, nos acerca a lo que fueron las primeras intuiciones del misterioso boletín. El horizonte del Centro se focalizó en salvaguardar las condiciones –políticas y económicas– para posibilitar el derecho de comunicación de todos, especialmente de los sin voz; en formar profesionalmente y dignificar a periodistas y comunicadores, desprestigiados socialmente, como canalla sometida al mercado del mejor postor; y, por fin, en llevar a la práctica –en horizontalidad con los de abajo– las competencias comunicacionales para potenciar su poder de información.

Las palabras clave: derecho a la comunicación y libertad de expresión, alternativas de comunicación, comunicación horizontal, comunicación de base o popular, se han mantenido a lo largo de los cincuenta años, y parte de la lucha ha sido defender sus contenidos, en medio de la perversión, manipulación y trapiqueo semántico del poder durante estos últimos veinticinco años.

Esperamos que este ingente esfuerzo de los fundadores, los reforzadores, los renovadores y los continuadores no haya sido en vano y sea simiente para un ecosistema mejor. Los poderes cambian, los audaces persisten.

Un cuadro de honor para todos los que creyeron en esta aventura.

Jesús María Aguirre

Miembro fundador de *Comunicación*.