

El “Chepe” Martínez Terrero en tres tiempos

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

Esta otra reseña también es para recordar a José Martínez de Toda y Terrero (el “Chepe”). Es una muy completa retrospectiva de la producción intelectual y la reflexión de Martínez Terrero. José Martínez fue siempre un hombre más de acción que de desarrollos teóricos. No podía quedarse quieto, razón por la cual siempre se movió por distintas partes del mundo. Llegó a escribir sobre economía, cooperativismo, publicidad y mercadeo, comunicación alternativa, educomunicación y hasta de música. Siempre tuvo una gran capacidad para el relacionamiento social y la interacción personal. Así lo recordamos desde estas páginas que él contribuyó a fundar.

A fines de 2023, al saber que José Martínez de Toda y Terrero estaba en la enfermería de la Compañía de Jesús en Caracas, decidí ir a visitarle. Gozaba de buena salud física, pero su mente volaba en otras dimensiones. No me reconoció, y durante mi visita me preguntó varias veces quién era yo y por qué razón le visitaba. No recordaba que había sido mi jefe, mi primer jefe.

Para mí siempre fue el “Chepe” Martínez Terrero, sin el añadido que le dio cierto aire de nobleza a su familia y que años después de ser mi primer jefe, le llevó a cambiar legalmente su apellido. Se fue siendo para mí el “Chepe” Martínez Terrero. Su muerte ocurrió el 20 de septiembre de 2024, con noventa años de los cuales 71 estuvo en la Compañía de Jesús.

El “Chepe” Martínez Terrero fue mi profesor en la Universidad Católica Andrés Bello. En tercer año de la carrera nos dictó la materia de In-

troducción a la Economía, si mal no recuerdo así se llamaba la cátedra. Lo que sí tengo muy claro es que aquel tercer año fue determinante en lo que sería luego mi devenir vital y profesional, ya que además del “Chepe” tuve como profesor también a otro jesuita con apodo, el “Chusma” Jesús María Aguirre.

A Martínez Terrero le recordaré siempre porque me hizo un desafío, junto a Carlos Correa, de que hiciéramos radio “de verdad, en la calle”, y aquello que fue inicialmente una pasantía pasó a ser mi primer trabajo formal como comunicador. Entonces el “Chepe” era el director de la señal 1390 AM de *Radio Fe y Alegría* en Caracas, donde su apuesta era por fortalecer la parte periodística y de producción radial, en un proceso paulatino de reducir las horas de clase por radio que era la bandera de la casa matriz de todo aquello, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA).

EN RECUERDO

Con una larga vida dedicada, desde la Compañía de Jesús, a la comunicación, el “Chepe” fue más un hombre de acción, de estar en movimiento, que propiamente un pensador de las comunicaciones modernas. Cofundador del luego desaparecido Centro Pellín, donde él con otros jesuitas y jóvenes de la UCAB fundaron la revista *Comunicación* hace cincuenta años, Martínez Terrero estaba muy entusiasmado con las dinámicas grupales, con la comunicación evangelizadora comunitaria. En el caso de la radio, confió tanto en mí como en Carlos Correa, en Caracas, y luego en otra camada de jóvenes –entonces– en Maracaibo (Gerardo Lombardi, Rogelio Suárez y Javier Barrios), cuando le encomendaron la dirección de *Radio Selecta*.

A través de la Gumiteca, el servicio en línea de biblioteca de la Fundación Centro Gumilla, pude identificar algo más de cincuenta referencias de sus artículos (principalmente), folletos y algunos libros de los cuales el autor fue Martínez Terrero (o como comenzó a firmar luego, José Martínez de Toda y Terrero).

GUMILLA Y SIC

El texto más antiguo que publicó en Venezuela nuestro entrañable Martínez Terrero versó sobre el jesuita francés Pierre Teilhard de Chardin; salió en 1964 en las páginas de la revista *SIC* y allí reflexionaba sobre el impacto de esta figura de la Iglesia que había fallecido en Nueva York en 1955, colocándolo bajo la intersección de evolución y espiritualidad.

Pero, cuando se mira en retrospectiva la producción intelectual y la reflexión del “Chepe”, su verdadera irrupción pública ocurre con *Las cooperativas en Venezuela*. Se trató de una publicación de 1968, en la colección de folletos que históricamente ha publicado el Centro Gumilla, enfocado en explicar fenómenos sociopolíticos de la Venezuela contemporánea. Cuatro años después, con algunos ajustes, sale un librito con similar título, pero esta vez editado por el Fondo Editorial Fondo Común. Allí está tal vez la génesis de lo que es su primera línea de reflexión, que versa sobre la economía y las dinámicas económicas entroncadas con la comunicación (como es el caso de la publicidad). Dos años después de

aquel primer folleto, escribe *Desarrollo económico de Venezuela*, con lo cual ratifica como preocupación principal, entonces, la dimensión económica de la vida nacional.

En la revista *SIC*, entre fines de 1960 e inicios de 1970, con una posición progresista, el “Chepe” escribe textos sobre temas internacionales pero aterrizados en lo económico. Era profesor de Economía Política en la Universidad Central de Venezuela. Entre algunos que identifiqué está una mirada crítica, muy suya en aquel entonces, a una reunión del Consejo Interamericano Económico y Social (CIES), por el control que ejercía Estados Unidos de esta dependencia que debía, a su juicio, tener un carácter más abierto. O un artículo suyo para criticar la falta de voluntad del primer gobierno de Rafael Caldera para sumar a Venezuela al naciente Pacto Andino, de integración subregional.

Polifacético como lo fue, junto a toda preocupación por lo macro, la economía, como condicionante de las relaciones sociales y simbólicas (que fue *grosso modo* su línea de pensamiento entonces), Martínez Terrero también escribía de música, comentaba y compilaba cancioneros y se identificaba con la música y las expresiones musicales populares de Venezuela. En los inicios de 1970 se publica, bajo su firma, *Cantos de juventud* y *Cantos de Navidad*, que fueron cancioneros, y un artículo en *SIC* titulado “Joropos de los músicos caraqueños”, pero éste de 1968.

SOBRE LA PUBLICIDAD EN PERSPECTIVA CRÍTICA

Cuando conocí al “Chepe” en las aulas de la UCAB él se encontraba ultimando detalles de lo que fue su aporte principal, en Venezuela, a los estudios de comunicación. Allí reclutó a varios alumnos, entre los cuales estuvimos Carlos Correa y yo, para recopilar unos datos y cotejar unas citas, en tiempos que la investigación transcurría sin la ayuda del señor Google. Se trató de una reedición ampliada de 1985 de su entonces clásico *La publicidad en Venezuela*, que la editorial Vadell Hermanos le había publicado originalmente en 1979.

Con este libro, Martínez Terrero se había ganado su espacio propio en unos incipientes estu-

dios venezolanos de la comunicación de masas con una perspectiva crítica, y lo hizo siendo pionero en esta intersección entre economía y comunicación, que luego sería tan común en las reflexiones venezolanas y latinoamericanas.

En ese segundo tramo de los 1970 y durante los 1980, este jesuita fue parte del equipo de la revista *Comunicación*, que como ya hemos dicho había participado de su fundación entonces en el Centro Pellín, en 1975, y luego al desaparecer este espacio la publicación fue adscrita al Centro Gumilla. He tratado de precisar cuándo “Chepe” fue nombrado director de Radio Fe y Alegría, y debió ser tal vez en 1983-84. En todo caso se mantenía muy activo en estos espacios institucionales, en dinámicas comunitarias y en paralelo alimentó un tejido de relaciones internacionales de las que hablaré luego, y que son ese tercer tiempo en su producción escrita y publicaciones.

¿Y de qué escribió Martínez Terrero en aquella década de los 1980, que estando en Venezuela fue muy productiva para él? En 1982 encontré un texto muy de izquierdas, con fuertes señalamientos al capital trasnacional y al dominio colonial. “Marco económico-militar de la manipulación informativa” se titula dicho texto publicado en el número 39 (1982) de la revista *Comunicación*. Allí, con elementos más relacionados con el orden internacional posterior a la Segunda Guerra Mundial, y el predominio de Estados Unidos en la escena global, este jesuita conectaba esta discusión de orden más geopolítica con el rol mediático y el papel de una publicidad comercial que parecía irradiar desde territorio norteamericano.

Pero no solo miraba al mundo, sino que también seguía atento al país, a esa Venezuela que sintió tan suya. En el número 43 (1983) de *Comunicación* reflexionaba sobre el impacto del control cambiario en Venezuela tras el punto de inflexión que significó el “viernes negro” en la vida económica y social del país. Se paseó, entonces, por revisar diversas plataformas (radio, televisión, prensa, cine) y analizar en cada caso qué impacto tendrían aquellas dos medidas tomadas por el gobierno de Luis Herrera Campins: devaluar la moneda y poner restricciones a la compra de dólares.

En aquel texto, y con el ojo siempre atento a la dinámica publicitaria, el “Chepe” no solo alertaba de las dificultades para acceder a divisas para la industria mediática y cómo esto estaba impactando para importar equipos (para radio y televisión) como insumos para imprimir los periódicos del país. También revisó de forma minuciosa cómo la entrada de Venezuela en recesión económica había impactado negativamente a la inversión publicitaria, que había descendido de forma notable y ello, de forma directa afectaba a un sector mediático que vivía de los avisos publicitarios.

En el número 63 de la revista *Comunicación*, en el año 1988, a propósito de las Juegos Olímpicos realizados en Seúl (Corea del Sur), el “Chepe” aborda uno de sus temas centrales de entonces, la publicidad y el capital global. “El deporte y las Olimpíadas como negocio publicitario”, se tituló aquel texto donde desgrana las conexiones entre el mundo deportivo, el capital trasnacional de las “marcas” deportivas y su interacción con la publicidad para la representación simbólica y el consumo.

Le pedí a una herramienta de inteligencia artificial que me hiciera un resumen de 5 líneas de este artículo del “Chepe” y su respuesta fue esta:

El deporte ha evolucionado de ser una actividad recreativa a convertirse en un gran negocio publicitario, especialmente en el mundo capitalista. La publicidad juega un papel crucial en la comercialización del deporte, utilizando a los atletas como vitrinas ambulantes para promover marcas. Los principales actores en este negocio son los deportistas, las empresas y los espectadores, quienes financian el espectáculo deportivo.

Tras revisar el artículo, efectivamente este resumen reseña fielmente las tesis centrales que planteaba Martínez Terrero en 1988.

LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL “CHEPE”

La relación de Martínez Terrero con el jesuita estadounidense Robert White, quien ha sido posiblemente el sacerdote de la Compañía de Jesús con mayor impacto global en materia de comunicación social (como autor, gestor y promotor),

EN RECUERDO

apalancó la internacionalización del “Chepe” que ocurrió en los 1990. Esto coincidió con la fundación de un centro internacional para la comunicación religiosa que White estableció en la Universidad Gregoriana de Roma a fines de los 1980. Nuestro entrañable jesuita sucedió a su mentor estadounidense en la dirección de este espacio en 2001.

Inicialmente el “Chepe” se estableció en Londres en 1990, siendo parte del *staff* del Centre for the Study of Communication and Culture (CSCC), que había sido fundado algo más de una década antes por el jesuita suizo Stefan Bamberger, quien fue estrecho colaborador de Pedro Arrupe (padre general de la Compañía de Jesús entre 1965 y 1983). Debe entenderse que había una decisión en las altas esferas para impulsar una línea de trabajo en la comunicación religiosa desde la Compañía de Jesús, como entidad global, y el “Chepe” pasó a ser referente de América Latina en este proceso.

White dirigió el CSCC en sustitución de Bamberger y fue este quien ideó el establecimiento de un centro de referencia vinculado a la Gregoriana. Bajo la dirección de los proyectos que impulsaba White, nuestro Martínez Terrero vivió en Londres, Missouri (en donde el jesuita estadounidense había sido provincial) y finalmente en Roma, afincado en la Universidad Gregoriana, antes de regresar a Venezuela, ya en este siglo XXI.

Martínez Terrero, como lo hemos dicho, fue una persona más de acción, de estar en movimiento y esto se tradujo, en aquellos años que no vivió en Venezuela, en promover redes, organizar encuentros y conectar personas e instituciones. Estaba en lo suyo sin duda alguna, porque el don personal del “Chepe” fue su capacidad para la interacción humana, para el contacto personal.

Su proyección internacional en aquellos años le sirvió para ampliar y difundir tesis y preocupaciones sobre las que ya había escrito en Venezuela en años anteriores o bien estando fuera del país siguió colaborando para que sus reflexiones dialogaran con el país. Textos relacionados con las experiencias de comunicación grupal o educación para los medios.

De hecho, un adelanto o versión preliminar de lo que luego fue un libro lo tuvimos en las pági-

nas de la revista *Comunicación*. Es el caso del artículo “Comunicación alternativa grupal en América Latina” de 1980, que seis años después más amplio, documentado y robusto es un libro que las Hermanas Paulinas en Buenos Aires le editan a Martínez Terrero. En dirección de seguir estando presente en Venezuela se puede mencionar “Las seis dimensiones en la educación para los medios”, publicado en 1998 en la revista *Comunicación*, y que resultó una reflexión ampliamente citada y referenciada en América Latina.

De acuerdo con la búsqueda realizada en la Gumiteca, José Martínez de Toda y Terrero (así decidió firmar tras el cambio de apellido, producto de una investigación genealógica) publicó sus dos últimos artículos en la revista *Comunicación* en 2016. Resulta muy llamativo que ambos hayan sido textos en homenaje a personas que fueron significativas en su vida intelectual. En el número 173 le rindió un homenaje al boliviano Luis Ramiro Beltrán, figura icónica de los estudios latinoamericanos de comunicación, quien había fallecido el año anterior. Mientras que en el número 176 escribió una breve semblanza de su entrañable Robert White, quien sigue activo tras cumplir el año pasado 75 años dentro de la Compañía de Jesús.

Así se despidió, a su manera, el “Chepe”, ya que fueron sus últimos textos que publicó, rindiendo tributo para dejar en evidencia que esa dimensión humana más destacada en él, fue su capacidad de relacionamiento e interacción personal.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

Licenciado en Comunicación Social (mención Periodismo), una maestría en Ciencia Política con énfasis en relaciones internacionales (USB) y una maestría en Historia de Venezuela (UCAB). Es doctor en Ciencia Política por la Universidad Simón Bolívar de Caracas. Titular de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Miembro del Consejo de Redacción de *Comunicación*.