

Correo del Orinoco quinceañero

Un 30 de agosto del 2009, el presidente Hugo Chávez presentó el primer número del *Correo del Orinoco*, inspirado en el periódico libertario fundado por Simón Bolívar en Angostura en 1818. Han pasado 15 años desde entonces. El periodismo enfrenta nuevos desafíos ante la irrupción de las redes sociales que han impactados los viejos andamiajes de recoger, procesar, distribuir y consumir información. El modo de mentir e inducir conductas se hace más sofisticado. Sin embargo, la artillería del periodismo tradicional, su apego a la ética, la moral, la búsqueda y defensa de la verdad, siguen siendo bastiones de defensa, ante la inundación de una avalancha informativa, a través de ese aparato maravilloso, “el celular”, que cabe en la palma de la mano.

I/ Edgar Vargas



A propósito de los 15 años del *Correo del Orinoco* se plantea de nuevo el debate en torno al presente y futuro del periodismo impreso, ante la irrupción de las redes sociales. Pedro Ibáñez apunta al rescate de los géneros tradicionales, resalta la necesidad de estimular y volver a la lectura. Sostiene que los medios revolucionarios han hecho un periodismo en resistencia. Las redes sociales facilitan avanzar hacia una comunicación transmedia

T/ Manuel Abrizo
T/ Miguel Romero
Caracas

Pedro Ibáñez, presidente de la *Agencia Venezolana de Noticias* y responsable de la cuestión informativa y de medios de la Asamblea Nacional, periodista egresado de la Universidad Central de Venezuela, anda sin dogmatismo por este pedregoso terreno del periodismo y el periodista en estos tiempos impactados por las nuevas tecnologías. Afirma que la tradición del periodismo, generalmente asociado a la prensa escrita, no debe perderse. Aboga por el rescate de los géneros de siempre: la reseña, la crónica, el reportaje, la entrevista y que calcen en las redes sociales, con contenidos verificables y verificados. Resalta la costumbre y el placer de leer el periódico como en tiempos no muy lejanos. Sin embargo, considera que, en la actualidad, con la irrupción de las redes sociales, es necesario establecer una suerte de alianza, que permita expandir las posibilidades de comunicar e informar, profundizar en la calidad, la eficacia, y en la responsabilidad de producir el insumo informativo.

Ibáñez se sumergió por estos laberintos del periodismo a propósito de los 15 años del *Correo del Orinoco* que se cumplen hoy.

“*El Correo del Orinoco*”, dice de entrada, “resguarda, protege el ejercicio del periodismo. Lo que leemos a diario en el periódico responde mucho a la actualidad y a la tradición y eso es importante porque la tradición en el periodismo no debe perderse. El tema de la lectura, de la relación con el periódico en el papel, abrir las páginas, leer, acercarte, y después leer el diario en un tiempo de lectura prolongada, a lo largo del día, es muy diferente a lo que nos están acostumbrando actualmente en lo que todo es encapsulado, efímero, mientras que con el periódico puedes consultarlo, leerlo apaciblemente, como uno se ha acostumbrado a leer la prensa. Antes, tu un domingo comprabas varios periódicos y te sentabas a leer durante horas. Ese consumo de la información, esa asimilación, no debemos perderla”.

Pedro Ibáñez: El Correo del Orinoco ha resguardado y protegido el ejercicio del periodismo

“El ser humano no puede reducirse a un algoritmo”



Al *Correo del Orinoco*, así como otros diarios impresos que se editan en el país, le atribuye un sentido político.

“El Comandante Hugo Chávez rescató la misión del *Correo del Orinoco* de hace 200 años y es la misma misión que está cumpliendo en la actualidad. Además, podemos disfrutar de los géneros periodísticos: está la nota informativa, la columna de opinión, la viñeta gráfica editorial. Suele pasar que con la digitalización se unifican los productos, pasan a ser unas píldoras, unas cápsulas, unos aspectos elementales, y géneros como la crónica, como la reseña, la entrevista, se van olvidando. Además, terminan siendo asimilados por los medios audiovisuales. Las entrevistas se entienden como las hechas en televisión, pero resulta que la entrevista principalmente es un género escrito que luego pasa a la radio y televisión”, dice.

—¿Cómo evalúa usted el papel en estos tiempos de los medios de comunicación de la Revolución?

— Hemos hecho un esfuerzo importantísimo. En este aluvión de redes sociales que vivimos, más toda la precarización de recursos a razón de la guerra económica, nosotros hacemos una comunicación en resistencia. Eso es un paradigma que habrá que analizar en los próximos años. Nos ha tocado hacer comunicación

con pocos recursos, a media máquina, sin embargo, hemos logrado dar la pelea, ya que la fuerza está es en la idea, en el relato, en el proceso de cómo comunicar con los recursos que sea, y no como está haciendo la derecha últimamente contratando *influencers*, creyendo que como tiene un millón de seguidores van a incidir en la opinión pública.

Agrega que actualmente la oposición política radical apela un tanto a lo que ocurrió hace 20 años con los medios privados, involucrados en la desestabilización, creyendo que como aparecían en televisión, el pueblo se iba a plegar al discurso mediático. Hoy se demostró que tampoco se pegó al discurso de los *influencers*. Nosotros todavía tenemos un nivel de conciencia que nos permite protegernos de los mensajes y los discursos de odio y de la información tendenciosa.

“Eso nos obliga a seguir creyendo que la radio es importante, que la televisión en señal abierta es importante, que el periódico en papel es importante. Hemos dado batallas en distintos flancos. Como dije al principio, si toda la sociedad estuviese informatizada, uno diría que todo se va a resolver por los dispositivos electrónicos, pero hay que ubicar donde están las zonas de silencio, a donde nada más llega la radio, la televisión de señal abierta, a donde llega un ejemplar del

Correo del Orinoco; hay que tomar en cuenta eso, ya que estos grupos humanos, no informatizados de los medios de comunicación, se enteran por los canales tradicionales”, asienta.

PAPEL Y PRENSA ESCRITA

En cuanto al ocaso del periódico escrito, la desaparición de los grandes medios (*El Nacional*, *Universal*, *Panorama*, *El Carabobeño* y otros), Pedro Ibáñez piensa que ese fenómeno en Venezuela se vio impactado por la singular coyuntura derivada de la guerra económica y las medidas coercitivas unilaterales impuestas por el imperio del norte, que dificultaron la adquisición de papel y demás insumos para las imprentas. Sin embargo, ya muchos diarios del mundo estaban emigrando a la pantalla digital o páginas web que contiene la versión digital, o PDF, del impreso. Incluso, se comercializó, aunque en algunos casos la descarga sigue siendo gratuita, pero también hay ventas programadas, pagos por suscripción. Entonces, se descarga la versión impresa y se puede consumir en teléfono o tabletas.

Para Ibáñez, la situación por la que atraviesa el periódico impreso no es consecuencia directa de la falta o problemas con el papel: “Se debe un tanto a las rutinas que hemos asimilado en

el consumo de información, relegando los medios tradicionales y privilegiando el consumo de información en las redes sociales; ahí es donde comienza la distorsión. No necesariamente por la falta de papel quiere decir que en Venezuela se dejó de leer la prensa, hay otros factores. La rutina de leer los periódicos existe todavía en el mundo; no ha desaparecido. El fenómeno se nos presenta es a nosotros, en parte, porque nos desprendimos de la lectura del periódico. Nos fuimos por la vía del consumo en redes sociales de contenido o de medios audiovisuales y se fue abandonando el papel. Saltamos un principio: si yo supongo que toda la población tiene teléfonos móviles o dispositivos para leer las noticias en redes sociales, entonces, yo también puedo distribuir los medios impresos en su versión impresa digital. Lo que yo creo es que estamos suponiendo que todos tenemos acceso a dispositivos móviles. Hay que ver también las brechas, desde el punto de vista informático, quienes poseen y quienes no poseen teléfonos móviles, en donde hay conectividad completa, donde no la hay, es allí, en esas brechas, donde persiste el consumo de los medios tradicionales como la televisión en señal abierta, la radio, el periódico impreso”.

Ibáñez apunta que, en el caso venezolano, el cuestionamiento a los medios vino luego de los años 2002, 2003, cuando el entramado comunicacional privado se sumó al golpe de estado contra Hugo Chávez.

“Los venezolanos”, detalla, “comprendimos que los medios responden a un interés de clase. Eso ocurre en todas partes del mundo. No cambia. En respuesta, simplemente le abrimos la brecha a los medios comunitarios y alternativos, comenzamos a hacer una comunicación mucho más democrática.

consumo mediático, ya que a nosotros se nos dio el rol de usuario, es decir, ya no éramos radioescuchas, televidentes, sujetos pasivos, sino que tenemos la posibilidad de usuarios y de poseer un control, una conciencia y una voz para responder a la difusión que hacían los medios tradicionales.

Todo vino de modo sobrevenido. “En el 2004 aparece Facebook, en el 2005 Twitter y de allí en adelante comienza la profusión de redes sociales”, refiere Ibáñez, quien en su currículo apunta un Magister Scientiarum en Gestión y Políticas Culturales (Summa Cum Laude), además Coordinador de Investigación en el Ministerio para la Comunicación y la Información; Director General de Gestión



Comunicacional en el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, entre otros cargos ocupados

REGULAR LAS REDES SOCIALES

Reflexiona Ibáñez que 20 años atrás se dio una oportunidad de democratización de la comunicación, pero 20 años después, con todo lo que ha ocurrido, nos damos cuenta que esas redes sociales tienen un propietario, como el dueño de un periódico o un canal de televisión, y ese propietario tiene intereses. Observa, sin embargo, que hay una diferencia con respecto a las redes sociales: en los medios tradicionales de modo analógico hay un equipo editorial, un jefe de redacción, un director que es el que coordina y orienta la línea informativa, la política editorial y decide lo que se publica a diario. En esta oportunidad, con las redes sociales ocurre lo mismo, pero con apoyo cibernético, entonces, ahora son los algoritmos los que crean filtros burbujas para que los consumidores lean un sólo tipo de información. Asegura que no hay un algoritmo que sea absolutamente

democrático, que permita obtener distintas opciones de opinión, sino que vas a ver siempre lo mismo y es a partir de allí cuando se comienza a sembrar el discurso de odio, los prejuicios, toda una serie de mensajes para movilizar e impactar en la opinión pública. De allí que hoy nos encontramos en una fase: así como hace 20 años caímos en una etapa de revisión y regularización del consumo de medios tradicionales, y con mucha pedagogía vino luego la Ley Resortes, en este momento es el turno para también rasgar el velo de las redes sociales, comenzar a analizarlas, discutirlos, debatirlas y crear en el país una regulación.

Para Ibáñez el ser humano no puede reducirse a un algoritmo.

“Pero más allá del parámetro de la regulación”, considera, “debe haber una alfabetización del usuario, para que comprenda cuándo es una noticia falsa y cuándo no, diferencie cuando hay una opinión, cuándo hay una información, cuándo hay propaganda (que hay mucha), y cuándo hay realmente información, además, información verificada.

“Hackear” las redes sociales

“Nosotros pasamos de la idealización de las redes sociales a la sorpresa de que estas redes son tan parecidas a los medios tradicionales en su estructura, sus intereses. Creo que también las redes sociales han creado burbujas como un coto cerrado, entonces, tengo a mis seguidores, quienes le dan like o me gusta, a lo que publico, al igual que lo que un usuario publica, recibe un me gusta de otro de su entorno. Allí, el diálogo, el debate, se diluye, porque en sí mismo no hay debate, ya que nos estamos siguiendo entre nosotros. Estamos creyendo lo que nos estamos diciendo y resulta que hay una realidad mucha más amplia que está en la calle. A lo que voy es que la información, el debate político, no puede quedar sujeto nada más al entorno de las redes sociales, tiene que volver a la calle, incluso, la manera de “hackear”, a las redes sociales es retornar al ser humano como ente pensante y dialogante. Si nosotros nos sujetamos a que la realidad es lo que está en las redes sociales, estamos reduciendo al ser humano a un simple algoritmo más, que está consumiendo información y que, sobre la bases de esa información, va a proceder de un modo, sea en lo político, en la mercadotecnia, en lo social, de modo que estamos atomizando la capacidad de abstracción, ya que la información se presenta fragmentada, fuera de contexto; busca comunicar solo para generar un efecto. Hay un elemento importante: el sistema de comunicación mediado, es decir, todos los medios, son una comunidad editorial, en la que lo que publica la prensa lo lee la radio, lo reseña la televisión. A este sistema se le suma, de forma yuxtapuesta, las redes sociales. Podríamos reflexionar que el fenómeno ya está presente, y que no vamos retornar a un esquema que tuvo una supremacía. Ahora hay que buscar la comunicación transmedia, es decir, que lo que consumo de la red social, me lleve a documentarme en los medios o que el mismo medio narre el relato de la noticia alrededor de distintos dispositivos. Un ser alfabetizado va a saber separar una cosa de la otra. Lo que no podemos es darle supremacía a las redes sociales y aplanar de algún modo a los medios tradicionales que de algún modo todavía juegan un rol importante”.

Hay un fenómeno hoy que es el paraperiodismo en el que viene alguien, abre una cuenta en Instagram o en Tik Tok, dice que es de perfil de noticias, comienza a publicar información tendenciosa y se autopromociona medio de comunicación digital, cuando realmente allí no hay una estructura de editores, de dirección, no hay código de ética, no hay Ley de Periodismo, simplemente publican lo que considera y el usuario a ciegas consume esa información, le da el crédito y resulta que esa información no está verificada. Ahí está el peligro”.

De Vanessa Davies a Desirée Santos Amaral

T/ Manuel Abrizo

La expresión atribuida a Gabriel García Márquez de que el periodismo es el mejor oficio del mundo, podría lucir un tanto jactanciosa, apreciada desde el punto de vista de quienes practican otros quehaceres, todos ellos con sus encantos particulares. Pongamos, por ejemplo, a José Altuve “robándose” el home ante los *Philadelphia Phillies*, equipo de beisbol, o conectando un estacazo de cuatro esquinas en la novena entrada para dejar en el terreno al rival. En ambos casos, su rostro es un poema. También está el llanero, arriba de un caballo, cabalgando en la inmensidad de la sabana, entre palmeras y garzas y un perro atrás siguiéndole los pasos con el rabo alzado. En ese instante es el hombre más libre del mundo. En todo caso, el periodismo, por el papel y la función desempeñada en los últimos tiempos, ha ocupado un papel relevante y de allí podrían derivarse ciertos atributos halagadores. De todos modos, en esta profesión hay momentos en que dar una noticia, u obtener una primicia, es tan emocionante como robarse el home en el noveno inning. Igualmente, nada es tan estimulante como abogar por una causa justa, o lograr que tapen un hueco en la comunidad, mediante una denuncia oportuna. Tal vez, dar un “tubazo” para levantar la estima. En este medio que se llama *Correo del Orinoco*, que hoy cumple 15 años, hemos sentido algo de eso a lo que se refiere García Márquez.

Cuando el 30 de agosto del 2009 el Comandante Hugo Chávez mostró oficialmente al mundo el ejemplar del *Correo del Orinoco*, inspirado y con idéntico nombre al creado por Simón Bolívar en Angostura, en 1818, muchos sentimos que se abría una nueva era para el periodismo venezolano.

Con Vanessa Davis, una periodista ucevista forjada en el horno del diario *El Nacional*, al frente de un grupo de profesionales, el nuevo medio impreso dio sus primeros pasos. Una diagramación ágil y vistosa y un contenido de caballería, produjo un fuerte impacto. La Revolución Bolivariana disponía así con un medio de defensa y ataque con el que no había contado. En sus páginas se combatió el terrorismo mediático.

El periódico se abrió a una variedad de contenidos, antes relegado por los medios tradicionales de comunicación; en sus páginas apareció el pueblo en rol de protagonista. El amarillismo fue desterrado. La pauta diaria ya no obedecía a intereses comerciales ni a las relaciones de poder de los propietarios privados, quienes por muchos años se manejaron con una fórmula editorial aplicada en otras partes del mundo: en política eres de centro; en economía, de derecha; y en cultura, de izquierda.

Quien entrara a redacción por aquellos días, encontraba a Vanessa frente a la computadora escribiendo frenéticamente. A poca distancia permanecían tres televisores encendidos.

“Esa periodista es capaz de escribir en medio de un bombardeo”, dice alguien. A su lado se encuentra Carlos Ortiz, filósofo, editor, docente en la Escuela de Letras de la UCV.

En el *Correo del Orinoco* la historia, la ciencia y la tecnología, la salud y medicina, alcanzan una difusión relevante;

se crea un suplemento dedicado a los niños y otro a las letras. En las páginas del suplemento dominical “La Artillería” se incluyen amplios reportajes de pueblos, personajes, tradiciones, expresiones culturales, con un cariño y un tratamiento poco visto en la prensa venezolana. Muchos periodistas, que habíamos soñado con esta apertura, entendimos la apreciación de García Márquez.

EN MEDIO DE LA TORMENTA

Luego del fallecimiento del presidente Hugo Chávez, en marzo del 2013, la noticia más dolorosa en el historial del *Correo del Orinoco*, Vanessa Davies entregó el testigo, dos años después, a Desirée Santos Amaral, mujer de reconocida trayectoria en el periodismo venezolano.

También formada en las aulas de la UCV, Desirée se fogueó en ese periodismo de calle, duro y combativo, practicado en *Radio Rumbos* y *Últimas Noticias*, en ambos como reportera. Fue ministra de Información y Comunicación del presidente Nicolás Maduro.

Desirée mantuvo el empuje inicial. En su gestión se potenció la información política, debido a la coyuntura país y amplió la oferta informativa a través del análisis.

Esta redacción se impregnó de su chispa, de su vivaz inteligencia y fortaleza de carácter. Aquí hemos reído a carcajadas a través de su rico anecdotario, sacado de las páginas de un país retratado en ese periodismo de los últimos 50 años, ejercido con pasión, devoción, picardía, “tubazos” que han dolido, plantones, embarques, pero también emociones a granel.

A Desirée le ha tocado capitanear esta nave a través de vientos huracanados, lanzados contra la Revolución Bolivariana: guerra económica, guarimbas, sabotaje de los servicios públicos, ataque a la moneda, manipulación de la tasa de cambio, agresión criminal mediante la imposición de más de 900 medidas coercitivas unilaterales, intentos de asesinatos contra el presidente Nicolás Maduro. A ellos se suman dos años de la pandemia del Covid-19, que por poco acaba con la prensa escrita. Los hechos quedaron registrados, en tinta indeleble, en estas páginas.

Estos 15 años encuentran al *Correo del Orinoco* en una redacción refaccionada y modernizada y un equipo humano que ha librado una batalla épica, al igual que el resto de los medios públicos. A Desirée la acompañan un reducido grupo de periodistas (Eduardo Chapellín, Luis José González Cova, Leida Medina Ferrer, Manuel Abrizo, Elizabeth Pérez, Deivis Benítez), dos fotógrafos (Luis Franco y Miguel Romero), cuatro diseñadores (Gilberto Sayago, Denyseth Bolívar, Luis Alberto Hernández, José Padilla); Zaida Rauseo en la coordinación de la sección de opinión; Eloísa Lagonel al frente del suplemento dominical *La Artillería*; Freidder Alfonzo y Romer Viera, director de contenido y coordinador de información, respectivamente; los trabajadores, el personal administrativo y de seguridad, el equipo de la página web, columnistas e ilustradores.

Por estos días se hablaba en esta redacción del “tubazo”, palabra que en la jerga del viejo periodismo alude a la noticia exclusiva. Por ejemplo, ir al cielo, entrevistar a Dios, tomarse un selfie y regresar a la tierra con la primicia.

“Esa entrevista la lee todo el mundo”, dice Desirée, plagiándose al juego irónico.

I/ Iván Lira

