

---

# 10 AÑOS DE ESCUELAS DE COMUNICACION SOCIAL EN EL PAIS

---

GLORIA CUENCA

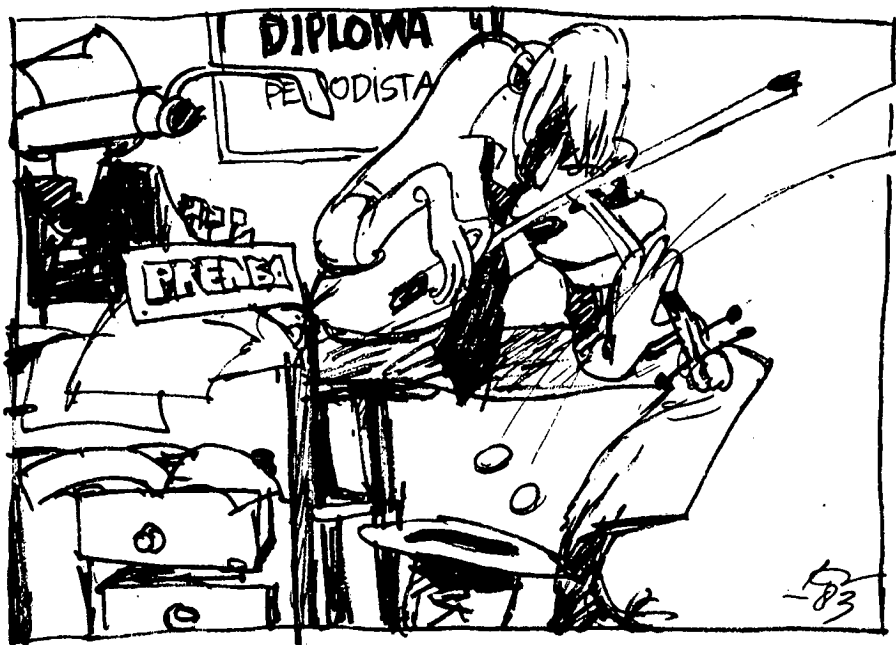
El próximo año 1986 se cumplirán 40 años del Decreto No. 421 de la Junta Revolucionaria del Gobierno de los Estados Unidos de Venezuela, en donde se creaba la Escuela de Periodismo, hoy Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela. Han transcurrido cuatro décadas desde que la carrera de Periodista comenzó a tener nivel universitario en Venezuela. Hoy, ya no existen, formalmente, las Escuelas de Periodismo. Se han transformado en Escuelas de Comunicación Social, a partir de los procesos de cambio que se dieron en las Escuelas en los años '70.

Los profesionales de la Comunicación Social, se han pre-especializado en cuatro áreas: Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y la Comunicología, o Investigación y Planificación de la Comunicación. Existen cinco Escuelas en el país: la de la Universidad Central, la de la Universidad del Zulia, la de la Universidad Católica, la de la Universidad de los Andes (Núcleo Táchira), y recientemente comenzó a funcionar la de la Universidad Cecilio Acosta, en Maracaibo.

Al interior de las Escuelas de Comunicación Social, particularmente, de las tres principales, las más antiguas, (Central, Zulia y Católica), se han producido, numerosos conflictos, que han originado el desarrollo y el crecimiento de las disciplinas que allí se enseñan. La ampliación de la Ciencia de la Comunicación que cada vez más se organiza con un objeto propio de estudio, un método y un conjunto de leyes pertinentes y organizadoras de la Ciencia de la Comunicación. Pero, también numerosos conflictos paralizan ese desarrollo y no permiten ver la extraordinaria perspectiva que la comunicación social tiene al vincularse con el progreso y el desarrollo nacional.

Hago un esbozo y un resumen de mi trabajo **La Formación de Recursos Humanos en Comunicación Social en Venezuela.** (Estudio de las tres Escuelas de Comunicación Social en el País), (1) para presentar los principales elementos a considerar dentro del ámbito de la formación del personal para la Comunicación Social.

Vale la pena detenerse en el origen y la situación histórica que marca el comienzo de nuestras Escuelas de Comunicación Social. El caso de la **Escuela de Periodismo de la Universidad Central de Venezuela**, es esclarecedor de muchas de las contradicciones que hoy podemos vivenciar al interior de la Escuela: se crea por Decreto, como una Escuela adscrita al Rectorado, lo que le da una gran libertad de acción. En la década del '40 y recién terminada la Segunda Guerra Mundial, época en la que en los Estados Unidos de Norteamérica se inicia la expansión de la "investigación de las comunicaciones de masas", y el impulso desde las universidades de la necesidad de hacer de las profesiones de la comunicación social, profesiones universitarias. Azar o necesidad



en esta decisión, influencia del patrón cultural norteamericano, o voluntad y conciencia de la importancia que tenía la formación universitaria de los periodistas, lo cierto es que la Escuela de Periodismo se crea, se designa Director a Miguel Acosta Saignes, antropólogo y periodista para que dirija los primeros pasos y estructure la Escuela. Conjuntamente se le manifiesta que tendrá de asesor y colaborador en esta tarea al Decano de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, Dr. Carl Akerman. Según las palabras de Acosta Saignes, Akerman fue dejado de lado, y su asesoría no fue necesaria, ni aceptada por la Dirección de la Escuela de Periodismo. Sin embargo, a lo largo de los años transcurridos en la Escuela de la Universidad Central de Venezuela, se nota una contradicción en el diseño curricular de la Escuela. Contradicción que se aprecia en la perspectiva que tiene el Departamento de Periodismo Informativo, cuyas máximas más importantes para los procesos de redacción de la noticia y el tratamiento noticioso se han regido por patrones establecidos en el periodismo norteamericano: el lead, el cuerpo y el desarrollo de la noticia sobre la base de las 5 W, más la H, (fórmula que se inspira en las preguntas de Quintiliano, pero usada y privilegiada por el periodismo norteamericano e inglés, en la búsqueda de las muchas veces tratinada y cuestionada "doctrina de la objetividad periodística").

Sin embargo, al lado de esto y al mismo tiempo, hay en la Escuela de la U.C.V. un grupo importante de filiación marxista, en el mismo Departamento de Periodismo informativo, convencidos de la necesidad que tiene el análisis marxista para la problemática de los medios y la situación comunicacional.

Ahora, los profesores del Departamento Informativo cada vez más, son profesionales cuya orientación principal no está en una perspectiva alineada en el estudio de la formación social y su implicación en el sistema de los medios, sino, la búsqueda de una profesionalización exitosa; es decir, con capacidad crítica, pero al mismo tiempo efectivos en las tareas de cumplir con el

ejercicio profesional, independientemente del marco social donde se desenvuelven. Las dificultades en los medios, el alto proceso de alienación social y la mercantilización de la noticia, no son fantasías. Muchos menos situaciones irreales: son duras realidades con las que los periodistas/comunicadores deben "lidiar" a diario. La Escuela de Comunicación de la UCV ha pasado en los últimos diez años momentos trascendentales: después de la renovación académica y la intervención militar (69-70-71), el año 74, la semestralización y el año 75 se inicia una etapa importante: el inicio del IV nivel, los post-grados en Comunicación. Se crea en el país un ambiente propicio para el desarrollo de una amplia y fundamental perspectiva de la comunicación: a partir del año 75 (época en que era Director de la Escuela el Profesor Federico Alvarez) se incorporan un grupo de profesores a proyectos de planificación e investigación de la comunicación: Ravelte (1975), Telenovelas (1975), II y III Encuentro de Investigadores de la Comunicación y Creación de la Asociación de Investigadores de la Comunicación (A.V.I.C.). Se firma un acuerdo interinstitucional ININCO-Escuela para la organización de la Primera Maestría en "Política y Planificación de la Comunicación en América Latina" (Coordinada por Héctor Mujica, 1980). Se crea y organiza la mención en "Comunicología" (Investigación, Planificación y Facilitación de la Comunicación Social y sus procesos en 1978). En 1982 se abre el Curso de Especialización en "Periodismo y Cultura" coordinado por la Profesora Olga de Alvarez y en 1984 se reabre la Maestría en "Política y Planificación de la Comunicación en América Latina", Coordinado en esta oportunidad por el Profesor Oswaldo Capriles del ININCO, el Curso de Ampliación "Proyectos de Investigación en Comunicación" Coordinado por el Profesor Adolfo Herrera, en colaboración con CIESPAL.

A pesar de esta ascendente y sistemática evolución de lo comunicacional, al interior de la Escuela de Comunicación de la Universidad Central se siguen manteniendo las posiciones: ¿Comunicadores o periodistas? ¿información o comunicación? como si éstas condujeran a posiciones irreconciliables o antagónicas. El manejo de los problemas al interior de la Comunicación Social requiere de posiciones flexibles, pues hay elementos "crecedores" y que pueden contribuir a ampliar la perspectiva de lo comunicacional que bien manejados darán resultados adecuados, pero si se pierde la perspectiva adecuada se retardarán las salidas y soluciones a las cuestiones planteadas por largo tiempo.

En cuanto a la **Escuela de Comunicación de la Universidad del Zulia**, el balance de estos últimos diez años, es desalentador. Una Escuela que desde la década del 70 cumplía una evolución ascendente llega a una situación crítica en los últimos tiempos, aparentemente por dos razones: la primera un incremento desmedido y sin control de la matrícula estudiantil, sin que haya en la Escuela presupuesto, ni recursos humanos para afrontar cursos de 900 y 1000 estudiantes. La segunda razón, un aparente "enguerrillamiento" entre los Departamentos de Audiovisual y Periodismo, lo que origina dificultades fuertes entre los docentes. Al lado de esto, el desencanto, la pérdida de la mística y la ausencia de una política que continuara las proposiciones trascendentales en torno a los planes de investigación, el IV nivel, el desarrollo de la Escuela hacia la perspectiva comunicacional. Una obsesión por lo tecnológico, un sentido de pérdida del rumbo marca en este momento la orientación de la Escuela de Comunicación del Zulia. Casi se trata de sobrevivir, pues desde el local, prácticamente desmantelado hasta el incremento de los estudiantes con aproximadamente 1000 nuevos alumnos en el primer semestre, dan una idea aproximada de lo que allí acontece. (2).

En la **Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica "Andrés Bello"** hay una situación distinta, existe un ambiente de necesidad de cambio, de "renovación". También ésta Escuela viene de una crisis importante y también hay quejas entre los estudiantes, pero se nota

al llegar a la Escuela que no se han perdido las esperanzas por lograr aspectos positivos y nuevas perspectivas para la Comunicación Social. La Directora es la Profesora Elisa Martínez de Badra, quien enfrenta el reto de transformar la Escuela, ampliar las perspectivas comunicacionales y lograr definir una meta para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica. (3)

## RESULTADOS DE UNA INVESTIGACION

Se trata de una parte de la investigación que sobre las tres Escuelas de Comunicación del país efectué para optar al grado de Magister.

En esa misma investigación realicé una **Encuesta de Opinión Calificada**, (Aproximación al Delphi), entre personalidades vinculadas con los medios, el ejercicio del periodismo, docentes e investigadores de la Comunicación, dirigentes gremiales y empresarios para obtener una información de la perspectiva que al exterior de las instituciones manejan los distintos sectores sobre la formación profesional, sus fallas, prioridades y necesidades inmediatas.

En el cuestionario realizado a los estudiantes obtuve datos de gran interés para el desarrollo de la investigación y la planificación de los recursos humanos en Comunicación. El análisis y la interpretación de esos datos, resultan demasiado extensos para este trabajo y es por ello que opté por hacer éste breve resumen.

De esta forma, de la Encuesta de Opinión Calificada podemos extraer las siguientes conclusiones:

- 1.- Una mayoría considerable, opina que la Comunicación Social y el Periodismo no son la misma profesión (70 por ciento).
- 2.- La mayoría de los entrevistados se agrupó en las siguientes modalidades a la pregunta: ¿Ud cree que lo más importante para un buen profesional del periodismo es?
  - Tener buena formación cultural. (68.0 por ciento).
  - Tener vocación periodística. (66.0 por ciento).
  - Tener buena formación ética. (42.0 por ciento).
  - Ser luchador y crítico. (22.0 por ciento).
  - Tener actitudes para escribir. (20.0 por ciento).
- 3.- La relación que se dió entre quienes creen que la Escuela debe seguir siendo una Escuela (opinión positiva de 50.0 por ciento) y los que creen que debe transformarse en Facultad, (opinión en favor de la Facultad de 48.0 por ciento) no es significativa, pues prácticamente hay igualdad de opiniones entre los encuestados.
4. Abruñadoramente opinaron que la Comunicación Social, no es lo mismo que la Comunicación (92.0 por ciento).
5. En cuanto a las fallas más comunes que los entrevistados atribuyen a los periodistas y comunicadores, la agrupación más importante fué:
  - Insuficiente formación cultural. (78.0 por ciento)
  - No saben escribir bien (32.0 por ciento)
  - No tienen límites éticos y son manipulables por la política (32.0 por ciento).
  - Falta de autonomía y criterio (30.0 por ciento).
  - No tienen conciencia política. (22.0 por ciento).
  - Sin conocimiento histórico— social (20. por ciento).
6. Los entrevistados señalaron las prioridades para la formación de los comunicadores agrupados en siete aspectos importantes:
  - Cultura (68.0 por ciento)

- Política (58.0 por ciento)
  - Etica (42.0 por ciento).
  - Economía (38.0 por ciento).
  - Sociología (24.0 por ciento).
  - Informática e Idiomas Extranjeros (20.0 por ciento respectivamente).
- 7.- En relación a la pregunta sobre las necesidades más importantes en la formación de recursos humanos en Comunicación Social, la agrupación por modalidad dió los siguientes resultados:
- Mejor formación Socio-política. (58.0 por ciento)
  - Mayor énfasis en la formación ética (48.0 por ciento).
  - Profesores más vinculados con los medios (45.0 por ciento).
  - Plan curricular adecuado y vigente (40.0 por ciento).
  - Más práctica que teoría (34.0 por ciento).
  - Más horas técnicas de redacción (28.0 por ciento).
  - Mayor desarrollo personal (20.0 por ciento).

8. En cuanto a la definición del Comunicador Social el resultado fue:
- Como Promotor Cultural 46.0 por ciento opinó positivamente.
  - Como Agente de Cambio Social 64.0 por ciento opinó positivamente.
  - Como Responsable por la Formación de Opinión Pública 78.0 por ciento Dijo Sí.
  - Como Manipulador 44.0 por ciento no dió respuestas.
  - Como Educador 58.0 por ciento dijo sí.
  - Como propagandista 46.0 por ciento no dió respuesta.
  - Como Investigador Social 42.0 por ciento dijo sí.
  - Como Historiador de la Cotidianidad 56.0 por ciento dijo sí.
  - Como Planificador de la Comunicación Social 44.0 por ciento no dió respuesta.

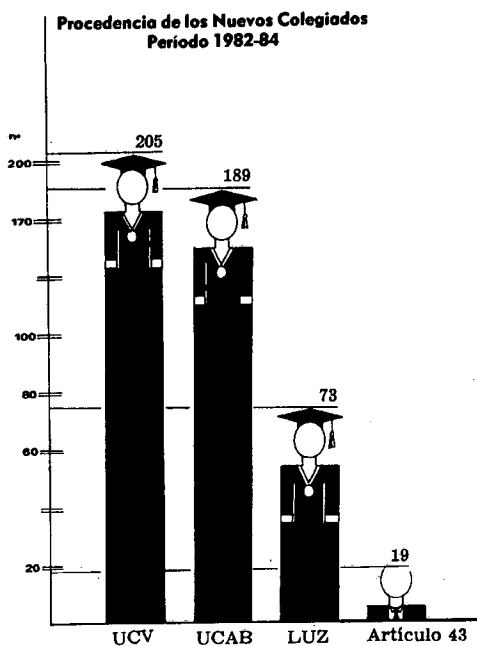
El resultado del cuestionario realizado a los estudiantes de las tres escuelas de Comunicación Social del país es demasiado extenso para resumirlo. Me limitaré a señalar aquellas conclusiones que por su importancia considero se deben resaltar: Las observaciones las haré de una manera global, sin particularizar en cada Escuela, que reflejan similitudes importantes, y apenas una diferencia significativa de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica "Andrés Bello".

Algunas de las ideas preconcebidas, que sirvieron para originar las hipótesis de trabajo se referían:

1. Los estudiantes de Comunicación Social escogen esta carrera para obtener ganancias fáciles y prestigio social.
2. Los estudiantes de Comunicación Social descalifican la profesión que estudian y tienen una imagen negativa de su profesión.
3. Los estudiantes de Comunicación Social tienen una imagen negativa de su Escuela, sus profesores, de la carrera y de ellos mismos.
4. Los estudiantes de Comunicación Social tienen altos intereses políticos.
5. Los estudiantes de Comunicación Social se interesan por luchar por la libertad de expresión.
6. Los estudiantes de Comunicación Social consideran que profesiones como Medicina, Ingeniería y Derecho, son superiores a la Comunicación Social.
- 7.- Existe entre los estudiantes de Comunicación Social, una idea generalizada sobre el significado de la Comunicación Social y el Periodismo, que se transforma en una confusión, a la hora de la definición profesional.

La muestra de estudiantes de las Tres Escuelas fué de 300 estudiantes, por no asistir a Clases, 45 estudiantes el día en que se pasó el cuestionario, las respuestas obtenidas fueron las de 255 estudiantes en las tres universidades investigadas.

- 1) En cuanto a la creencia de si al graduarse de Comunicador Social logran ascenso social, la respuesta fué así: un 61.2 por ciento opinó que sí, un 37.3 por ciento dijo que no; y un 1.6 no dió respuesta. En cuanto a si creen que ganarán mucho dinero: la respuesta mayoritaria fué de 87.8 por ciento en sentido negativo, un 9.0 opinó que, mientras un 3.1 se abstuvo de dar respuesta.
- 2) Una mayoría del 69.0 por ciento cree que un periodista no es lo mismo que un Comunicador Social, mientras 29,0 opina que sí. Hay un 65.1 por ciento que consideran la Escuela de Comunicación Social como **aceptable**, un 16.9 opina que es **buena**, mientras un 15.3 consideran que es **mala** y un 2.7 creen que es **pésima**.  
En relación con los profesores, señalan que **Hay de todo: buenos y malos** un 61.1 por ciento, **aceptables**, un 12.9 por ciento, **buenos** 12.5 por ciento predominan los **malos**, 5.1 por ciento, **regulares** 3.9 por ciento. En cuanto al nivel de satisfacción en relación a sus expectativas: es **medio** 69.8 por ciento, **bajo** 17.6 por ciento, **muy alto** 9.0 por ciento y **muy bajo** 3.1.
- 3) En la pregunta ¿por qué escogió usted esta profesión? la respuesta mayoritaria fué: **por vocación** 42.7 por ciento. Luego creen que es de **utilidad social** 28.6 por ciento y **les gusta escribir** 11.4 por ciento. En cuanto a **ganar dinero**, tener prestigio, es una carrera fácil, tendrá poder, para hacer política, el resultado es insignificante, con lo que se desvirtuan algunas de las ideas preconcebidas.
- 4) Los estudiantes consideran que el **Comunicador Social** se puede describir como un agente de




**cambio social** un 68.2 por ciento, responsable por la **formación de opinión pública** 60.8 por ciento, **Educador**, 58.4 por ciento. **Investigador social** un 57.6 por ciento opina que sí, mientras un 6.3 por ciento cree que no, y un alto porcentaje el 36.1 por ciento se abstiene de dar respuesta. **Científico social de la Comunicación** un 51.0 por ciento cree que sí un 11.4 por ciento cree que no, un 37.6 por ciento se abstiene de dar respuesta. **Planificador de la Comunicación Social**, un 51.4 por ciento lo cree, mientras un 12.2 por ciento no, y un 36.5 por ciento no da respuesta. Estos resultados a la luz de la interpretación nos dan una idea de la imagen que la **mayoría** estudiantil tiene sobre lo que es o debe ser el Comunicador Social.

- 5) En relación con la definición del periodista, creen que pueda definirse como un **combatiente por la libertad de expresión**, 55.7 por ciento y un 12.9 por ciento opina que no, y un número elevado se abstiene de dar respuesta, el 31.4 por ciento. En cuanto a si puede definirse como **Educador**, el resultado es el siguiente: un 49.8 por ciento cree que sí, un 11.4 por ciento opina que no y un 38.8 por ciento se abstuvo de dar respuesta. En cuanto a si puede definirse como **informador**, un 60.4 por ciento cree que sí, un 7.5 por ciento cree que no, pero la cifra que resalta es la de los que se abstienen: un 32.2 por ciento. También llama la atención la pregunta relativa a si puede definirse como un **político**: un 28.2 por ciento opina que sí, un 29.8 por ciento cree que no y un 42.0 por ciento se abstiene de dar respuesta. Este ausentismo a la hora de las definiciones en relación al periodista como informador produce reflexiones.
- 6) El otro conjunto de respuestas que interesa resaltar son las relativas a la investigación y la comunicología; las respuestas son como sigue: Un 67.1 sabe lo que es comunicología, mientras un 29.0 dice no saberlo y un 3.9 no dió respuesta. A la pregunta si creen que la comunicación social se puede investigar la respuesta en un 93.7 fué sí un 3.5 dijo no y un 2.7 no contestó. En relación a si la comunicación social se puede planificar un 88.6 por ciento lo cree posible, un 7.5 dice que no y un 3.9 por ciento seabstiene de dar respuesta y finalmente a la pregunta si con los instrumentos teórico metodológicos que se le han dado en la Escuela cree que puede investigar la comunicación social como científico social, la respuesta fué sí en un 21.2 por ciento y no un 75.3 por ciento y un 3.5 por ciento se abstuvieron de dar respuesta. En cuanto a si creen que la Comunicación es un factor que contribuye al desarrollo integral de un país, la respuesta mayoritaria, fué de 92.0 por ciento que lo cree, mientras sólo 2.0 por ciento cree que no, y un 4.0 por ciento cree que tal vez.
- 8) En cuanto al poder del periodista a la hora de informar la respuesta fué: un 86.0 cree que sí y un 12.0 opina que no. Sin embargo a la pregunta si el profesional del periodismo tiene la categoría que se merece, la respuesta fué 88,0 no y un 12.0 dijo que no.
- 9) En cuanto a la pregunta **¿Cuáles alternativas ve Usted para el profesional de la Comunicación Social que no sean los medios?** las respuestas mayoritarias se agruparon de la siguiente manera: Investigación 66.0 por ciento; Docencia 50 por ciento, Planificación de la Comunicación 44.0 por ciento y Experto en Comunicación y Desarrollo 40.0. Dos observaciones en este sentido; la primera relativa a la necesidad de implementar el componente docente en las Escuelas de Comunicación del País, ya que al exterior de las mismas se aprecia a la **Docencia** como la primera salida en las posibles alternativas de trabajo. La segunda en relación a **Comunicología**, pues en la práctica y sin darle el nombre, los resultados señalan en mención como la opción.

---

(1) Tesis para optar al título de Magister en Comunicación Social.

- (2) Ver el trabajo. **La Formación de los Recursos Humanos en Comunicación Social en Venezuela.**
- (3) El resumen de las encuestas y los cuestionarios realizados en las tres escuelas son indicadores de la situación. Ver última parte de este trabajo.




**CHASQUI**  
REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

- POR UN NUEVO ORDEN INFORMATIVO
- COMUNICACION ALTERNATIVA
- NUEVAS CORRIENTES TEORICAS DE LA COMUNICACION
- TEMAS DESARROLLADOS POR LOS ANALISTAS MAS REPRESENTATIVOS DE AMERICA LATINA Y EL MUNDO.
- INNOVACIONES TECNOLOGICAS Y PEDAGOGICAS
- DEMOCRATIZACION DE LOS SISTEMAS DE INFORMACION

Precios de subscripción: (Subscription prices)		
<p>1 año, 4 números (1 year, 4 issues) Latino América: US \$ 10,00 U.S.A., Europa y Asia: US \$ 20,00</p>	<p>2 años (2 years) Latino América: US \$ 18,00 U.S.A., Europa y Asia: US \$ 35,00</p>	<p>3 años (3 years) Latino América: US \$ 25,00 U.S.A., Europa y Asia: US \$ 50,00</p>

**Oferta para Ecuador**  
1 año, 4 números  
s/. 400,00

Enviar cheque a: CIESPAL, Apartado 584,  
(Send check to) Quito - Ecuador



**Si requiere más información, dirijase a CHASQUI, apartado 584, Quito, Ecuador.**



## Estudiante, Profesor:

# ontej

## es una forma de vivir

La Organización Nacional de Turismo Estudiantil y Juvenil, ONTEJ, desarrolla el Turismo Social en beneficio de estudiantes y profesores de todo el país. ONTEJ es una Asociación Civil sin fines de lucro, donde tienen representación determinante las entidades y asociaciones estudiantiles de las Universidades Nacionales, oficiales y privadas, los Ministerios de Educación, Juventud, Transporte y Comunicaciones y la Corporación Nacional de Turismo.

Además de los convenios con las líneas aéreas nacionales e internacionales,

ONTEJ ofrece beneficios adicionales, auspiciando actividades de tipo social, recreacional, cultural y deportivo.

El Carnet ONTEJ, además de sus ventajas intrínsecas,

crea para estudiantes y profesores, un estilo de vida, una forma de vivir.

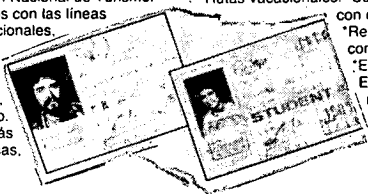
El carnet ONTEJ permite obtener:

- \*Descuentos en pasajes nacionales e internacionales.
- \*Excursiones en Venezuela y el mundo entero.
- \*Hoteles y posadas con tarifas preferenciales.
- \*Transporte de autobuses.
- \*Entradas rebajadas a teatros, espectáculos musicales, culturales, deportivos y festivales juveniles.
- \*Rutas vacacionales.
- \*Campamentos juveniles con recreación dirigida.

con recreación dirigida.

\*Rebajas en tiendas y comercios afiliados.

\*Eventos. \*Residencias Estudiantiles. \*Y cada día más y mejores beneficios para toda la comunidad educativa del país.



etc



ORGANIZACION NACIONAL DE TURISMO  
ESTUDIANTIL Y JUVENIL

Para información, acuda a las oficinas de ONTEJ.

**CARACAS:** Parque Central Telf.: 573.37.22. Universidad Central de Venezuela Telf.: 662.79.15. Universidad Simón Bolívar Telf.: 962.13.01/09 Ext. 8260. Asociación de Profesores U.C.V. Telf.: 662.37.58. Universidad Santa María Telf.: 483.51.33 Ext. 218. **BARQUISIMETO:** Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado Telf.: 51.78.45 51.24.01. **MARACAIBO:** Universidad del Zulia Telf.: 80.505.84.950. **VALENCIA:** Calle Vargas Edif. Don Payo Telf.: 56.049.81.208. **CUMANÁ:** Universidad de Oriente Telf.: 66.11.72.66.11.57. **PUERTO LA CRUZ:** Universidad de Oriente Telf.: 66.03.53. **PORLAMAR:** Calle Tabares Cta. Doña Gloria Telf.: 61.40.33. **MÉRIDA:** Universidad de Los Andes Telf.: 52.86.93.52.87.64. **SAN CRISTÓBAL:** Universidad Nacional Experimental Táchira Telf.: 59.869. **CORO:** Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda Telf.: 51.11.21. **BARINAS:** Universidad Nacional Experimental Essequiel Zamora Telf.: 41.259. **Corresponsalías Internacionales - NUEVA YORK:** Telf.: (212) 481.00.85/88. **MIAMI:** Telf.: (305) 642.13.70.72. **MADRID:** Telf.: 241.33.50.241.36.50. **PARIS:** Telf.: 261.48.87.296.55.22. **FRANKFURT/MAIN:** Telf.: 23.29.12/28.19.15/26.23.70. **LONDRES:** Telf.: 24.87.40.49. **MONTEVIDEO:** Telf.: 91.45.39. **ARUBA:** Telf.: 48.758.