



Anatomía de un proceso

Director

Marcelino Bisbal

Editores adjuntos

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal

Consejo editorial

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
Carlos Correa
Agrivalca Canelón
Andrés Cañizález
Gustavo Hernández
Carlos Delgado-Flores
Luis Carlos Díaz

Consejo Fundacional

José Ignacio Rey
José Martínez-de-Toda
Francisco Tremontti †
Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
Ignacio Ibáñez †
Epifanio Labrador
César Miguel Rondón

Colaboradores**del presente número**

Boris Muñoz
Mariana Bacalao
Fedosy Santaella
Humberto Valdivieso
Laura Castellanos
David González
Andrea Quiroz
Jorge Millán
Gabriel Reyes
Víctor Manuel Pérez M.
Leopoldo Tablante
Sebastián De la Nuez
Comité por la Libre Expresión (C-Libre)
Reporteros Sin Fronteras
Comisión Provincial de
Apostolado Social (CPAS)
Nina Negrón
Laura Vidal
María Eugenia Mosquera
Angel Gómez
Dubraska Falcón
Simón Alberto Consalvi

Revisión

Marlene García

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 70.000,00 (Bs.F 70)

Suscripción de apoyo: Bs. 120.000,00 (Bs.F 120)

Número suelto: Bs. 15.000,00 (Bs.F 15,00)

Forma de pago:

En Venezuela

- Cancelando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:
Fundación Centro Gumilla,
en la siguiente cuenta:

Banesco

Cta. Cte. N° 0134-0413-59-413-101041-4

Para suscripciones del exterior
contactar a la administración
del Centro Gumilla

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina de la Luneta,
Altigracia. Apartado 4838
Caracas 1010-A- Venezuela
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871
Fax: 564.7557

Redacción Comunicación:

comunicacion@gumilla.org.ve

Redacción SIC:

sic@gumilla.org.ve

Unidad de Documentación:

documentacion@gumilla.org.ve

Administración:

administracion@gumilla.org.ve

Depósito Legal

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

Comunicación no comparte
necesariamente las opiniones
vertidas en los artículos firmados
que expresan, como es obvio,
la opinión de sus autores.

Los textos publicados
en la sección de Estudios de
la Revista son arbitrados.

La revista *Comunicación*
de la Fundación Centro Gumilla
está indizada en la base de Datos
Clase "A" de la Fundación Venezolana
de promoción del investigador, al igual que en
Latindex (Catálogo de revistas)

Visite nuestra página en la Web:

<http://www.gumilla.org.ve>

Entradas

Cesarismo mediático

■ **Boris Muñoz**.....4

Opinión pública en Venezuela: ¿hay razones para la esperanza?

■ **Mariana Bacalao**12

Chávez-Lovermark

■ **Fedosy Santaella**18

10 años de imagen en la Venezuela revolucionaria

■ **Humberto Valdivieso**24

¿El gran comunicador?

■ **Laura Castellanos**32

Mel Zelaya, Michael Jackson y el hiperliderazgo de Chávez: crónica de un mes con Aporrea

■ **David González**40

Romper la casa del nosotros

■ **Carlos Delgado-Flores**48

*El proceso político bolivariano en la revista *Comunicación* (1998-2008)*

■ **Jesús María Aguirre y Andrea Quiroz**58

Estudios

La democracia en Venezuela: ¿apoyo difuso?

■ **Jorge Millán y Gabriel Reyes**.....66

Internet y su influencia en la opinión política de los venezolanos

■ **Víctor Manuel Pérez Martínez**78

Pobreza en la prensa venezolana: representaciones estacionarias

■ **Leopoldo Tablante**86

Hablemos

*Balance de diez años en *Comunicación**

■ **Sebastián De la Nuez**96

Informaciones

101

Reseñas

107

Documento

Conferimiento de la Orden Andrés Bello al Dr. Antonio Pasqualí

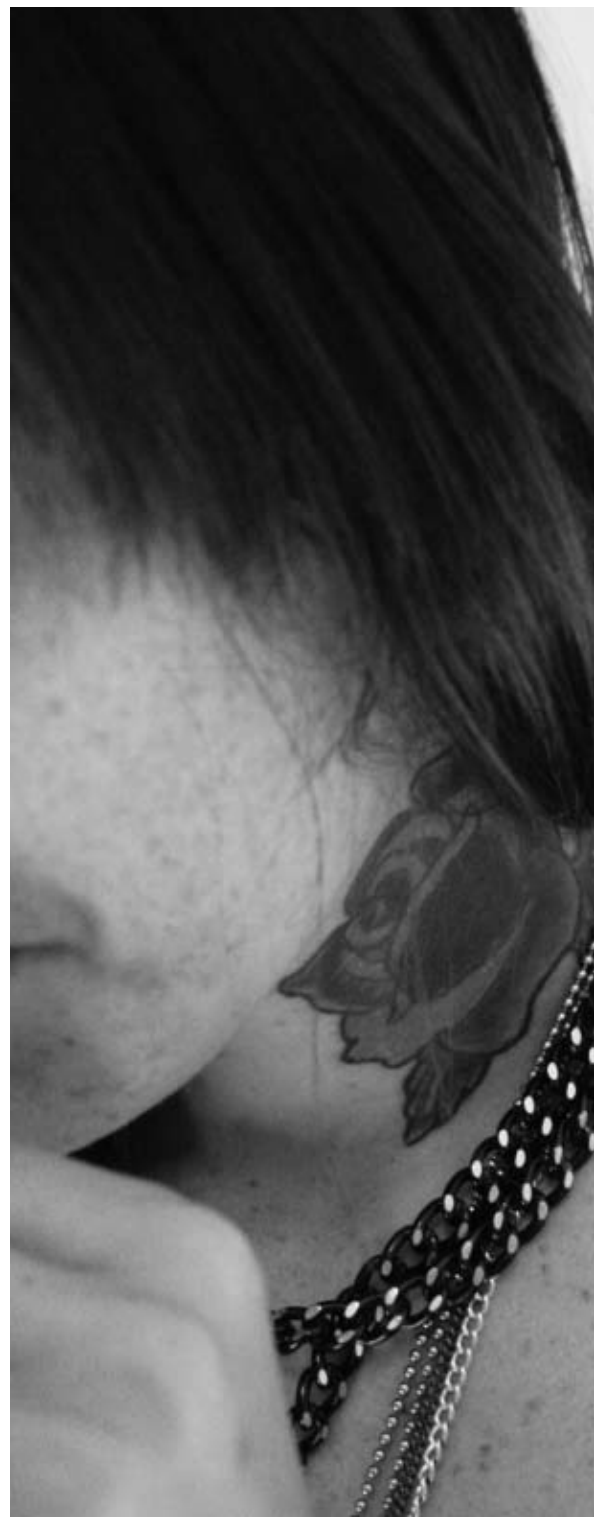
110

Cada gobierno tiene sus peculiaridades, sus características, así como cada época o momento tiene sus mitos. El Gobierno que hoy tenemos en Venezuela, del cual ya han transcurrido diez años, tiene la idea de querer parecerse a una revolución, más concretamente a una *revolución bolivariana* que va, según expresan sus dirigentes y *¿mentores?*, hacia la construcción del llamado *socialismo del siglo XXI*. Ese es el mito de este momento, de este Gobierno; es decir, creerse que este proceso que arrancó en enero de 1999 es una revolución de características socialistas.

Pero hay algo más que después de diez años es una evidencia. La evidencia, a pesar de nuestras preferencias, porque las evidencias son independientes de ellas, es que este Gobierno tiene un doble sentimiento-estrategia frente a la comunicación social y particularmente ante los medios de comunicación. Por un lado, siguiendo los planteamientos de Humberto Eco en *A paso de canchero*, estamos en presencia de un *régimen mediático* que se ha venido instaurando lenta y progresivamente a lo largo de estos diez años. Estamos ante un *régimen de populismo mediático* que utiliza a los medios, y particularmente a la televisión, para propagar que él es el poder, que el ciudadano Hugo Chávez Frías es la voz del poder y la voz y *el dedo del pueblo*. Todo gobierno populista, como nos dice Eco, apela al pueblo y apelar al pueblo significa construir una ficción: “(...)teniendo en cuenta –dice textualmente Humberto Eco– que el pueblo como tal no existe, el populista es aquel que se crea una imagen virtual de la voluntad popular. Mussolini lo hacía reuniendo a cien o doscientas mil personas en la Piazza Venezia que lo aclamaban y que, en su condición de actores, desempeñaban el papel de pueblo. Otros pueden crear la imagen del consenso popular jugando con los sondeos, o simplemente evocando el fantasma de un *pueblo*. De este modo, el populista identifica sus proyectos con la voluntad del pueblo y luego, si tiene éxito (y muchas veces tiene éxito), transforma en ese pueblo que ha inventado a una buena parte de los ciudadanos, fascinados por una imagen virtual con la que acaba identificándose”.

Pero por el otro lado, este Gobierno que retóricamente dice siempre que en el país “hay absoluta libertad de expresión y la prueba es que una buena parte de los medios de comunicación hablan en contra del gobierno, no hay medios censurados ni clausurados...”, es un Gobierno que no puede ver a los medios independientes hablando en su contra, poniendo en evidencia su incapacidad para el manejo de la cosa pública, visibilizando los altos índices de corrupción gubernamental, manifestando críticamente en su línea editorial que no están de acuerdo con el proceso, ni con la ruta, ni con el final hacia donde nos conducen; que simplemente manifiestan a través de sus páginas, de las hondas hertzianas, de la pantalla de televisión y de la red, que no están de acuerdo con el sentido y la idea de esta *democracia participativa y protagónica*. ¿Razones? Porque llevamos ya diez años en donde la democracia se ha ido perdiendo en grados importantes, en donde la participación se da siempre y cuando estés con mi proyecto y mis ideas porque de lo contrario no participas y no eres tomado en cuenta. Los ejemplos de este odio hacia los medios que no están dentro del aparato hegemónico y de control comunicacional que ha ido construyendo el poder son múltiples. Todos los ejemplos que podemos leer, escuchar y ver de declaraciones

Anatomía de un pr



oceso



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

de distintas fuentes gubernamentales concuerdan en la misma estrategia comunicacional-política: hay una manipulación mediática en marcha, es producto de un efecto mediático perverso, los medios son los responsables de que no dejen gobernar al Presidente, si no fuera por los medios de comunicación este Gobierno y su Presidente tendría un 80 por ciento de aceptación... Desde esta perspectiva, los medios que no están en la línea del poder o que no son controlados directamente por él son siempre sospechosos *de un complot*. ¡Hasta aquí ha llegado la barbarie que se ha instalado en el país!

Esta demonización hacia los medios que piensan distinto al *proyecto* arrancó en el año 2001 cuando el mismo Presidente de la República los sentenció de una manera definitiva y concluyente: “Los medios son enemigos de la revolución”. Desde allí ha continuado una escalada declarativa y de acciones sin precedentes en el país y en América Latina. De este modo se ha ido trazando la imagen hacia ellos y hacia los comunicadores no alineados con el *proceso*. Así podremos comprender como este año, después del 15 de febrero, cuando el Presidente y el Gobierno salieron airoso con el triunfo del Sí ante la enmienda constitucional propuesta para la reelección indefinida, se ha iniciado lo que se ha denominado la profundización del socialismo como *la gran guerra patria*, dentro de una estrategia basada en la *revolución permanente*. Este *acelerar el proceso* consiste en la ideologización del mismo, así como delinear un conjunto de políticas ¿públicas? de intimidación, de meter miedo, de castigar y de controlar gubernamentalmente a los medios de línea editorial contraria al Gobierno. ¿Cómo explicar las palabras y acciones del ministro Diosdado Cabello al cerrar emisoras de radio y televisión; el intento de la Fiscal General de la República de hacer aprobar en el Parlamento una Ley de Delitos Mediáticos; cómo explicar la violencia física y verbal hacia periodistas que entregaban en Caracas unos papeles expresando su opinión ante la aprobada Ley de Educación; cómo interpretar las voces del Presidente de la República y de sus más cercanos colaboradores criminalizando a esos ciudadanos-periodistas por la acción que ejercían en forma pacífica; cómo podemos entender el silencio cómplice de otros periodistas hoy afectos a este régimen que ha confundido al Estado con el partido, el Gobierno y la voluntad de un solo hombre?

Demasiadas cosas han sucedido en estos diez años de un proceso político que no sabemos hacia dónde nos quiere conducir, o quizás sí lo sabemos pero no lo queremos reconocer todavía por miedo o por simple comodidad. *Anatomía de un proceso* es lo que hemos intentado hacer desde estas páginas de *Comunicación*. Todo el número, en sus acostumbradas secciones Entradas, Estudios y Hablemos, está dedicado a diseccionar, desde diferentes visiones, este *proceso* que ya tiene diez años de existencia y que nos conduce a *paso de cangrejo*, como diría Eco, hacia escenarios que ya creíamos superados en el país y en la América Latina.

Desde estas páginas los invitamos a pensar lo que han sido y significado estos diez años del *proceso*, de paradojas políticas, de discursos como nunca antes y de políticas desconcertantes. Nuestra visión es desde la comunicación, la cultura y los medios, por la mediación de los géneros del ensayo, la investigación y la crónica. Ni más ni menos *Anatomía de un proceso*.



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

Cesarismo mediático

Hugo Rafael Chávez es un político con estrategia militar y seducción mediática que creó un Estado-comunicador como plataforma de un estilo en el cual “él mismo” es el medio y el mensaje. Su puesta en escena consiste de una teatralidad de la reivindicación social mediante una ideología populista que establece una estrecha identificación entre el líder y el pueblo, lo que se expresa en lemas como “Con Chávez manda el pueblo” y “Venezuela ahora es de todos”. Parte del arsenal retórico del Presidente venezolano está inspirado en estrategias de la propaganda fascista adaptadas a la televisión. De ahí, que pese a que el discurso es predominantemente oral, haga un uso intenso de la televisión. Mientras tanto ha creado un relato político polarizador que convierte a los medios, los oligarcas y el imperialismo estadounidense en los enemigos del pueblo.

I. LA CANCIÓN DEL ELEGIDO

“Compañeros, lamentablemente, por ahora”, dijo Hugo Chávez, “los objetivos que nos planteamos no fueron logrados en la ciudad capital... Pero ya es tiempo de evitar más derramamiento de sangre. Ya es tiempo de reflexionar. Y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse hacia un destino mejor... Y yo, ante el país y ante ustedes, asumo la responsabilidad de este movimiento militar bolivariano”. En aquellos días de 1992, cuando Venezuela, que supuestamente era la democracia más sólida y estable de América Latina, se vio estremecida por un primer intento de golpe de Estado, la frase “por ahora...” adquirió la gravedad de una máxima y tuvo un efecto muy poderoso entre millones de venezolanos descontentos con la situación política y social. La había pronunciado, en una alocución de apenas un minuto y tres segundos, quien en ese pasado hoy muy remoto, era un perfecto des-

conocido y que en la actualidad es considerado un líder mundial: el teniente coronel Hugo Chávez Frías, comandante de la acción anti-Estado.

En el primer juicio de la historia, Chávez se defendió a sí mismo en el tribunal de los medios y salió victorioso. El “por ahora” era personificado por alguien que asumía la responsabilidad de un fracaso sin renunciar a la posibilidad de insistir en una utopía compartida por las mayorías. Referencia del fin de una época y vaga promesa de un cambio, en la calle “por ahora” significó la libertad de quejarse del gobierno y denunciar la corrupción de un orden que los medios de comunicación presentaban como decadente. De este modo, le dio un nuevo sentido a la expectativa colectiva cargándola tanto de esperanza como de revanchismo. Al hacer las compras del mercado o pagar la cuenta de un restaurante, la gente dejaba colgando un “por ahora”, como si se tratara de la advertencia o la amenaza –según la

■ Boris Muñoz

perspectiva— de un cambio inminente. Los descontentos y los excluidos ya tenían su *slogan* —el primero de muchos.

En términos de liderazgo y percepciones, todo esto se puede traducir de un modo simple: Hugo Chávez había hecho una entrada triunfal como comunicador en la sociedad de masas y la cultura del espectáculo. En la narrativa heroica que ha gobernado a Venezuela, su breve discurso le confirió un aura mítica de líder elegido, percepción reforzada varias veces años más tarde por su capacidad para sobrevivir situaciones críticas como el intento de golpe de Estado en su contra el 12 de abril de 2002. No obstante, no implica que haya quedado absuelto de manera permanente de sus propios errores, desmesuras y despropósitos. O que, dentro de la misma lógica, Chávez sea invulnerable a los usos y abusos de los medios.

Que el Presidente venezolano es una figura intensamente mediática que ha incorporado los medios de comunicación como parte de una estrategia de poder se ha dicho de sobra. Chávez utiliza los medios como una cancha deportiva de usos múltiples: para la persuasión de sus seguidores, la confrontación de sus adversarios y, muy a menudo, la provocación y difamación de quienes considera sus enemigos.

Con 10 años en la presidencia y frente a las cámaras, hay numerosos ejemplos de este patrón comunicativo. De lo primero se producen muestras casi a diario a través de cadenas televisivas donde se puede ver al Presidente haciendo proselitismo político en actos de diversa naturaleza. Un ejemplo de lo segundo se puede encontrar en las arengas contra los políticos, intelectuales o empresarios de la escena nacional y local, a quienes suele reprobar en sus acciones calificándolos de cómplices de las oligarquías corruptas o incluso de conspiradores y aliados del imperialismo norteamericano. Sin duda que la quintaesencia del vilipendio y la calumnia como forma de tratamiento de los adversarios políticos fue su interrupción de una conferencia de prensa del ministro de Defensa a raíz del resultado del referéndum para la reforma constitucional de diciembre de 2007. Ahí, ante las cámaras, un Chávez notablemente ofuscado por la ira dijo que el triunfo del No y de quienes se opusieron a su proyecto había sido una “victoria de mierda”.

Un paradigma de la tercera tipología retórica es su intervención en la cumbre presidencial de la Organización de Naciones Unidas de 2006, donde, ante una audiencia de millones de personas, ataca

“

Sin duda que la quintaesencia del vilipendio y la calumnia como forma de tratamiento de los adversarios políticos fue su interrupción de una conferencia de prensa del ministro de Defensa a raíz del resultado del referéndum para la reforma constitucional de diciembre de 2007.

”

al presidente estadounidense George W. Bush, ironizando su intervención —“Aquí huele a azufre” dijo Chávez al iniciar su discurso—, porque, Bush, a quién también llama Mr. Danger, es la encarnación del diablo, representante del imperialismo estadounidense y de las perversiones del capitalismo global.

Además de poner de relieve la teatralidad de algunas de sus actuaciones públicas, el examen detenido de estas situaciones muestra la tendencia del presidente Chávez a recurrir a formas dicotómicas y polarizadas, una retórica amigo/enemigo. Pero la importancia de sus patrones retóricos hay que calibrarla según el efecto doble y ambiguo que provocan. Desde luego, estas actuaciones cayeron como bombas en el campo enemigo, generando airadas y fuertes reacciones de sus contrapartes respectivos. En cambio, los seguidores del Presidente le dieron su aprobación. De modo que no se puede negar el éxito comunicacional de la provocación como catalizador de reacciones que son mediáticas pero también políticas.

Sin embargo, lo que, tras una década en el poder, no está del todo claro es a qué niveles se desempeña su estrategia comunicativa y, más importante todavía, cuáles son los efectos que esa estrategia surte en el orden más amplio de la política. Por eso, para responder a la pregunta ¿tiene Hugo Chávez un estilo de comunicación o más bien qué comunica Hugo Chávez y cómo lo hace?, es necesario desarrollar una caracterización compleja. En última

instancia, la descripción de su forma de comunicación debe llevar a comprender que el *estilo*, entendido como el conjunto de esas formas, proyecta una visión de la política profundamente intervenida por los medios que, en última instancia, asumen a plena conciencia el papel de mediación social que anteriormente le correspondía a ésta. Chávez está en el centro de esa mediación como mensaje pero también como figura hegemónica, es decir, como medio en sí mismo.

II. HUGO ES COMO TÚ

Desde este punto de vista, Chávez muestra una personalidad múltiple y camaleónica: fenómeno político, *showman* de un teletón dominical, agitador de masas, portavoz de una personal elaboración de la historia venezolana, carismático líder del proyecto bolivariano, víctima de las conspiraciones oligárquicas, vengador de Simón Bolívar y heredero de Fidel Castro, estadista de la revolución como vía al socialismo del siglo XXI, adalid antiimperialista y, por lo tanto, modelo de la llamada nueva izquierda latinoamericana, también conocida como la izquierda rosada. En este contexto, cada una de estas facetas pide un análisis particular al menos a grandes rasgos y su impresionante manejo de los medios de comunicación.

De hecho, gran parte de su éxito consiste en haberse expuesto de la manera que lo ha hecho a la mirada de los medios en un largo proceso de construcción de su imagen pública que va del 5 de febrero de 1992 hasta el día de hoy. Ese proceso ha tenido, en el fondo, un objetivo preciso: aprender a manejar los medios a partir de la comprensión de que buena parte de los agenciamientos sociales de la actualidad no sólo pasan a través de ellos, sino que se conforman y adquieren sentido en su seno. En otras palabras, Chávez es el primer presidente venezolano que abrazó hasta la alucinación la mediática, esto es, el control de la sociedad a través de los medios, como el recurso más efectivo para la concentración de poder y la cancelación de la política, dando así libre espacio a la absurda creencia de que la realidad política y social venezolana se puede reducir a lo que transmiten los medios y a la superstición de que la figura del Presidente y el Gobierno son la misma cosa. Por estas características es que puede verse a Hugo Chávez como un César comunicacional, un mandatario que ejerce su gobierno desde una tribuna mediática como si él

mismo fuese un factor de estabilidad social y cohesión política sin el cual la sociedad venezolana quedaría sometida al caos y la violencia.

El elemento que más sobresale en Hugo Chávez es su personalidad de líder de masas. Chávez recupera y actualiza el legado del populismo latinoamericano para darle la vuelta y sintonizarlo con la cultura visual de la posmodernidad. Su estilo comparte rasgos con el de líderes como Domingo Perón, de Argentina, Jorge Eliécer Gaitán, de Colombia, y José Velasco Alvarado, de Perú, quienes movilizaban a las multitudes recurriendo al sentimiento de clase y raza o a la exclusión histórica. En concentraciones multitudinarias o en alocuciones televisivas, el Presidente se dirige a un colectivo a partir de la diferenciación entre un *nosotros* —“el pueblo”— con el que se comparten numerosas afinidades y un *los otros* o *ellos*, representado, en general, por quienes, según la retórica polarizadora, apoyan a la oligarquía, son *vendepatrias* y se oponen a su *bienestar*.

Este tipo de estrategia comprende varios niveles. El primero se refiere a la forma de contacto entre el líder y sus seguidores. En la mayoría de sus actuaciones públicas desde 2002, Chávez aparece vestido de manera informal con una camisa roja y un jean negro que equivalen al uniforme verdeoliva de los revolucionarios clásicos como Fidel o el Che. Esta forma de vestir no sólo ofrece una identidad clara y estable, sino que se transforma en un instrumento para conseguir empatía con sus correligionarios que también suelen llevar camisetas rojas.

Para Margarita López Maya, historiadora de los procesos políticos contemporáneos en Venezuela, el de Chávez se podría comparar con el estilo retórico utilizado por el líder colombiano Jorge Eliécer Gaitán por su capacidad de comprender con claridad qué tipo de lenguaje usar según el público. “Al igual que Gaitán, Chávez puede hablarle al pueblo como habla el pueblo o hablar en el congreso con un discurso ilustrado. Al dirigirse a las masas con un lenguaje llano o por medio de anécdotas, chistes, menciones al béisbol —el deporte más popular en Venezuela— estimula la creación de un lazo de identidad con las mayorías. En otras palabras, Chávez se comporta como un hombre de carne y hueso, y no como un hombre virtuoso”.

No es casual que el lema principal de la revolución bolivariana sea “Con Chávez manda el pueblo”. De acuerdo con esta

“

Chávez recupera y actualiza el legado del populismo latinoamericano para darle la vuelta y sintonizarlo con la cultura visual de la posmodernidad. Su estilo comparte rasgos con el de líderes como Domingo Perón, de Argentina, Jorge Eliécer Gaitán, de Colombia, y José Velasco Alvarado, de Perú, quienes movilizaban a las multitudes recurriendo al sentimiento de clase y raza o a la exclusión histórica.

”

lógica la entidad colectiva *pueblo* elige a un hombre: Chávez. Ambos forman un todo indivisible. De esta manera, supuestamente se democratiza la participación del pueblo en la conducción del gobierno a la vez que el líder se enviste del mandato popular y la legitimidad de acción que éste confiere. En realidad, como recuerda Umberto Eco, *el pueblo* como expresión de una voluntad y una emoción únicas, es una ficción política¹. El pueblo es, en este contexto, un artificio del cual se apropia el líder populista para crear una imagen virtual de la voluntad popular. En cambio, lo que existe fuera de dudas es una relación de resonancia entre el líder y la mayoría de los votantes que lo eligieron. Desde un punto de vista de la teoría de la comunicación, la resonancia crea una intensa gratificación en los receptores, puesto que, al menos en el discurso, el líder los personifica y representa. Esa resonancia, en el caso venezolano, se ha visto vigorizada por la ruptura de la ficción de Venezuela como sociedad armónica que ha permitido la explotación política del resentimiento de clase y la dignificación de los excluidos. Al alabar a las masas por sí mismas, esto es, en su carácter de víctimas históricas se establece una relación de empatía entre el emisor y sus receptores. Resultado: la construcción

simbólica de un consenso entre el máximo líder y *el pueblo*.

Todo esto se hace evidente en las apariciones públicas del Presidente. Un mitin de Chávez es un espectáculo minuciosamente calculado. El objetivo de la producción es crear una sensación de alta energía. Todos visten de rojo, ergo todos son miembros de la misma cofradía. Cuando se trata de concentraciones celebradas en la Avenida Bolívar de Caracas, su aparición suele estar precedida por un verdadero torneo de megavatios, con bandas de música que ocupan simultáneamente las diversas tarimas que se alinean a lo largo de la avenida. Independientemente del ritmo, las canciones contra la oligarquía, el imperialismo y la globalización se reiteran con una frecuencia pesadillesca, como si se tratara de una *match* múltiple de lavado de cerebro musical.

“Un abrazo bolivariano”, saluda Chávez a la masa que ruge de emoción.

Con variaciones que dependen del contenido particular del evento, el guión continúa más o menos así: el Presidente dice estar impresionado ante la cantidad de gente (nunca se habían reunido tantos en ese lugar). El Presidente, en un amague coreográfico, pone a los asistentes a hacer una ola humana que va y viene entre risas, celebraciones y bromas. Continúa entonando el himno nacional y poniendo a la enorme masa de gente a cantar con él. Luego altera el himno de la Federación para introducir frases alusivas a su inminente victoria en la batalla contra el enemigo y concluye el canto haciendo especial énfasis en su estrofa favorita: “¡Oligarcas temblad. Viva la libertad!”. Chávez es divertido. Chávez es pedagógico. Chávez es nacionalista y ama al pueblo. La multitud grita con él y se ríe de sus ocurrencias.

Naturalmente, una vez iniciada su alocución el imperialismo estadounidense es el primer blanco de su discurso. “Derrotaremos al diablo... El diablo... Tienen un dueño allá en el norte”, reitera. Pero enseguida pasa a temas más urgentes. Lo importante es que la multitud entienda cuál es el verdadero riesgo que implica perder en las urnas.

Veamos lo que dijo en el cierre de su campaña por el No en el referéndum de 2004, del cual salió victorioso. Según Chávez, el concepto del No tiene 500 años de historia y desborda los límites de la patria venezolana y va a los rumbos de América Latina y el Caribe para recorrer el mundo entero: “No al imperialismo. No a la desigualdad. No a la guerra... Es un No

redondo como el mundo, que está en estos momentos en una lucha trepidante... Es el No de Cristo al imperialismo. El No a los que pretenden negarle las oportunidades a los pobres"... La multitud celebra y José Castillo, un obrero de 60 años, dice: "Si Chávez fuera a la cárcel, a mí me llevan con él. A ese hombre lo sigo hasta la muerte".

El mensaje ha surtido su efecto. ¿Por qué? Estos elementos conforman las líneas de fuerza de una narrativa política de la reivindicación histórica. Chávez, el líder que es *como tú*, es decir, como *el pueblo* mismo, promete un futuro que es la continuación de una utopía bolivariana, nacionalista y antiimperialista que fue interrumpida abruptamente por los mezquinos intereses de las oligarquías en el poder. Para darle cuerpo a esta promesa se evocan y mezclan desde la remota figura de Cristo, la situación de la colonia y las conjuras contra El Libertador Simón Bolívar, hasta las intervenciones estadounidenses en la región, sin descontar el fantasma de un inminente golpe de Estado orquestado por una componenda de las oligarquías nacionales o regionales y el gobierno de Washington. No importa cuán ajustada y rigurosa sea en sus detalles esta descripción a los hechos históricos o si es coherente o no con el presente. Lo importante es que contribuya a una estrategia propagandística que apunta a mantener el alto voltaje de la polarización y la fibra nacionalista de la masa.

En este sentido, una de las formas utilizadas por Chávez para neutralizar políticamente a sus adversarios es precisamente reducirlos al papel de meros conspiradores y traidores de la patria. En ese sentido, su retórica como líder de masas coincide de manera evidente con la retórica empleada por el fascismo. Con esto, no afirmamos que Hugo Chávez sea un fascista, sino que uno de los rasgos de su comunicación es el empleo de técnicas propagandistas utilizadas históricamente por el fascismo. Al respecto, vale la pena considerar el desglose ofrecido por Theodor Adorno en *Ensayos sobre la propaganda fascista*. De la compleja caracterización de Adorno, aparecen en el estilo de comunicación del primer mandatario venezolano frente a las masas al menos seis puntos.²

1. Estereotipificación del adversario político a través de la dicotomía amigo enemigo. Al adversario se le difama y se desacreditan sus ideas políticas o se le vincula con conspiraciones actuales o remotas.

“

Lo más chocante de estas semejanzas con la receta fascista es que apunta hacia una estrategia de comunicación más amplia y compleja que consiste en extrapolar la retórica del liderazgo de masas a los medios audiovisuales. Una estrategia que, a fin de cuentas, materializa la visión de la comunicación como sustitución de la política: un Estado comunicador bajo la égida de un hegemón mediático.

”

2. El líder alaba el movimiento por sí mismo.
3. El líder sostiene que se prepara un atentado en su contra y que su vida se encuentra amenazada. El movimiento también está amenazado por fuerzas oscuras. Se llega a la ritualización de amenazas que nunca se concretan.
4. El líder presenta un comportamiento religioso fingido o vaciado de contenido dogmático.
5. Ejecución ritual o muerte sacramental del enemigo elegido, para la cual se apela a consignas de violencia y se preconiza un derramamiento de sangre.
6. Destructividad del sistema como base psicológica del espíritu fascista. De allí la inminencia de algún tipo de catástrofe.

En definitiva, lo más chocante de estas semejanzas con la receta fascista es que apunta hacia una estrategia de comunicación más amplia y compleja que consiste en extrapolar la retórica del liderazgo de masas a los medios audiovisuales. Una estrategia que, a fin de cuentas, materializa la visión de la comunicación como sustitución de la política: un Estado comunicador bajo la égida de un hegemón mediático.

III. EN VIVO

Suele suceder que cualquier persona que encienda el televisor o la radio en Venezuela cualquier día de la semana a cualquier hora, se encuentre con que el Presidente está “al aire”, “en vivo” y “en tiempo real”. Esto lo hace una presencia ubicua en la cotidianidad del país. Aunque Chávez es un comunicador eminentemente oral, su medio favorito no es la radio, sino la televisión. El jefe del Estado venezolano es, en ese sentido y en muchos otros, el genuino heredero de Fidel Castro. O más bien, Castro, cuyas interminables alocuciones televisadas podían alcanzar más de ocho horas continuas es el modelo de referencia para el segundo rasgo de Chávez como comunicador: gobernar frente a las cámaras.

No es casual que durante nueve años, la pieza central de la estrategia de comunicación de Hugo Chávez ha sido su *show* dominical *Aló Presidente*. El programa se inició como la fusión de un espacio dominical de radio participativa con ese nombre y de *De frente con el Presidente*, un programa semanal en Venezolana de Televisión. En radio, Hugo Chávez compartía micrófonos con otros dos presentadores y atendía llamadas del público. Su éxito fue tal que pasó a la televisión, con el Presidente como figura única.

En la producción de *Aló Presidente* participa un equipo de 100 personas –tantas como la telenovela de mayor audiencia en el país– que deben trasladarse hacia los lugares más intrincados de la geografía venezolana, sean llanuras, selvas o páramos, en jornadas maratónicas que pueden superar 80 horas de producción por cada programa³. *Aló Presidente* ha servido de vehículo para anunciar infinidad de medidas gubernamentales; entre otras, ajustes salariales y macroeconómicos, salida o entrada de ministros. También para denostar de sus adversarios políticos, “bajar líneas” a sus seguidores, celebrar hazañas partidistas, victorias electorales. O bien regañar públicamente a funcionarios de su entorno, gobernadores y servidores públicos, conversar con Fidel Castro y otros mandatarios de la llamada izquierda rosada, ventilar frustraciones matrimoniales o afectivas, atacar al gobierno de George W. Bush y fustigar la política migratoria de la Unión Europea, anunciar nacionalizaciones de empresas básicas, someter a sus enemigos políticos al escarnio e incluso anunciar la movilización de tropas ante un inminente conflicto bélico con Colombia, como sucedió la primera semana de marzo

de 2008 luego de la muerte de Raúl Reyes, segundo comandante de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, a quien, de paso, se le rindió homenaje con un minuto de silencio. En suma: *Aló Presidente* ha sido el vehículo de comunicación más directo con la sociedad venezolana e incluso con altos funcionarios de su Gobierno que no pocas veces han admitido haberse enterado a través del programa de medidas que atañen a sus carteras.

De acuerdo con el publicista Roberto Malaver, “Chávez creó un estilo y una estética original con *Aló Presidente*”. Malaver ha sido asesor comunicacional del gobierno de Chávez en diferentes instancias, en particular fue asesor del Ministerio de Comunicación e Información para el diseño de la estructura comunicacional del gobierno de Chávez. “El esquema de preguntas y llamadas es percibido como una forma de incluir la voz del pueblo. No cabe duda de que, como dice el periodista Fernando Buenard, para soportar 7 u 8 horas un solo plano de cámara, hay que ser un gran comunicador. Chávez es un *showman* desde que asume su derrota en televisión el 4 de febrero de 1992 con una serie de frases que parecen consignas publicitarias. ¿Qué pasa desde el punto de vista comunicacional? *Aló Presidente* es tremendamente popular porque genera noticias los domingos que aparecen los lunes con grandes titulares en la prensa escrita. *Aló Presidente*, además, le ofrece a la gente acceso y participación”.

El semiólogo y especialista en comunicación política Aquiles Esté insiste en que gran parte del estilo de Chávez es una herencia de Fidel, quien a su vez siguió el ejemplo de John F. Kennedy. “El ejercicio del gobierno ante las cámaras tiene dos funciones: la primera es crear la ilusión de participación. La gente cree que participa de las decisiones cuando en realidad no participa para nada. La segunda es hacer inútil el aparato del Estado, puesto que, muy a menudo, se toman decisiones o se ventilan problemas que competen a la Asamblea Nacional, al Consejo Nacional Electoral o al Tribunal Supremo de Justicia, que son los otros poderes autónomos que conforman al Estado. Al adoptar ante las cámaras decisiones de gobierno o tomar medidas de interés nacional sin pasar por los mecanismos establecidos, el presidente vuelve irrelevantes a las otras instancias del Estado. En esos aspectos, Chávez no tiene mayor originalidad como comunicador. Fidel Castro hizo lo mismo en Cuba y convirtió el gobernar ante la

“

Otro elemento que Chávez tomó del estilo de Fidel es una retórica digresiva puntuada de largos exordios y colofones que anuncian falsos finales y que luego vuelven sobre sí mismos en una espiral argumentativa. Por otro lado, el Presidente no es tanto un político de televisión como de radio. Su estilo es la narración oral hecha de anécdotas, parodias, coplas y digresiones, propias del hombre llanero.

”

cámara en un arte mediante el cual controló ampliamente la opinión pública cubana. Otro elemento que Chávez tomó del estilo de Fidel es una retórica digresiva puntuada de largos exordios y colofones que anuncian falsos finales y que luego vuelven sobre sí mismos en una espiral argumentativa. Por otro lado, el Presidente no es tanto un político de televisión como de radio. Su estilo es la narración oral hecha de anécdotas, parodias, coplas y digresiones, propias del hombre llanero. Chávez suele volver todo una parodia. Por ejemplo, a Reporteros sin Frontera los renombra Reporteros sin Vergüenza, mientras que a la *CNN* la llama *CNM*. De este modo vuelve la parodia y la burla mecanismos de igualación o degradación. En este elemento radica su real originalidad y lo que le da gran capacidad de conexión con sus seguidores”.

IV. EL ESTADO-COMUNICADOR

En 10 años de gobierno, el Ministerio de Comunicación e Información ha tenido 11 ministros, muchos de los cuales han sido devorados por el fragor de la polarización política que reina en Venezuela. Ha sido tal el grado de exigencia que Andrés Izarra, ministro número nueve y

quien ocupó el cargo menos de un año, luego de emprender la reorganización del Minci, no pudo volver más a su casa, sino que tuvo que improvisar un catre de campaña detrás de su despacho para descansar unas pocas horas regateadas a su agenda homicida. En la actualidad, después de dos años frente a Telesur, Izarra ha vuelto al ministerio.

En un esfuerzo por unificar los criterios de comunicación del Gobierno, Malaver intentó hacer funcionar el ministerio como una agencia de publicidad que producía propaganda en tiempo real como una frenética agencia de noticias. “Ya que el Minci es el organismo encargado de producir la propaganda oficial, cuidamos que hubiese una unidad de sentido: lo que aparecía en televisión debía leerse en prensa y escucharse en radio”. El publicista llegó a dirigir un equipo de 500 comunicadores profesionales y tras su salida temporal del ministerio se llegó a tanto que se hizo una sala de prensa para centralizar todas las informaciones emitidas desde el Gobierno hacia fuera.⁴

De acuerdo con Malaver, uno de los problemas de comunicación del Gobierno venezolano es que la transmisión de los mensajes centrales del proceso político ha descansado en Chávez y esto entra en franca contradicción con los postulados de una revolución o proceso político que aspira a darle protagonismo y participación a las mayorías. Malaver recuerda que después del golpe y contragolpe del 11 de abril de 2002, Guillermo García Ponce, director del diario oficialista *Vea*, planteó que el error del Gobierno había sido precisamente no tener una estrategia de comunicación bien delineada. Tal fue el motivo, al menos en teoría, de la reorganización y unificación de la comunicación oficial. Paradójicamente, esto no ha cambiado ni cambiará el hecho de que Chávez sea el centro de gravedad de esta estrategia, porque se trata de un aspecto medular de su poder.

“Todo se ha apoyado en el presidente y ha sido él el gran artífice de esa política”. Visto en perspectiva, el estilo comunicacional del Presidente es, a decir verdad, mucho más que un estilo. Se trata, como reconoce Malaver, de “una plataforma comunicacional que se apoya en el presidente”.

Tras bastidores de la imagen presidencial, se encuentra el alucinante andamiaje de esa plataforma: canales de televisión, emisoras de radio, una agencia gubernamental de noticias, una miríada de medios impresos. Una enjundiosa in-

investigación del comunicólogo Marcelino Bisbal demuestra que desde 2002 a raíz del golpe de Estado del 11 de abril, del cual Chávez sobrevivió de un modo que no puede ser llamado sino milagroso, su gobierno basó su estrategia defensiva en la llamada guerra mediática. Para librar más eficazmente esta guerra construyó una plataforma mediática cuyo objetivo fue cambiar la correlación entre medios privados, estatales y alternativos que existía. Es el llamado Estado-comunicador, categoría desarrollada por Bisbal para explicar la creación de una estructura mediática estatal para oponerse al aparato comunicacional privado, pero también como espacio para la confrontación ideológica. “En aquel momento –escribe Bisbal– el número de unidades comunicacionales, especialmente en prensa, radio y televisión venía siendo favorable al sector privado de medios, que además en su gran mayoría eran contrarios al proyecto político gubernamental”.

Como lo ha dicho William Castillo, ex viceministro de comunicación e información y voceros de la política comunicacional del Gobierno, la conformación del Estado comunicador fue la respuesta a una crisis política intensa que llevó a los medios gubernamentales a asumir sin velos la defensa política del Gobierno. En el contexto de la polarización política, es bastante cierto que éste se vio inerme ante la fuerza avasallante de los medios de comunicación privados cuyos principales propietarios actuaron en bloque para debilitarlo. La prueba de que los mayores medios privados atentaron contra el Gobierno y la democracia fue el *black-out* de las principales televisoras y de parte de la prensa nacional el 12 y 13 de abril de 2002, así como de la posterior campaña televisiva durante el paro petrolero de fines de 2002 y principios de 2003.

Sin embargo, la plataforma ha ido mucho más allá de la crisis que le dio origen para convertirse en una característica estructural del gobierno de Chávez: el Estado comunicador. Se buscó que los medios se convirtieran en el espacio de representación del proceso bolivariano y la vitrina del Presidente y, por lo mismo, se convirtió a los medios del Estado en un vehículo partidista de información, propaganda y contrainformación, obligándolos a adaptarse a una nueva función que poco tenía que ver con su espíritu original: ser medios públicos al servicio de todos los venezolanos y no ser medios de proselitismo y guerra mediática, para uso ex-

“

La prueba de que los mayores medios privados atentaron contra el Gobierno y la democracia fue el black-out de las principales televisoras y de parte de la prensa nacional el 12 y 13 de abril de 2002, así como de la posterior campaña televisiva durante el paro petrolero de fines de 2002 y principios de 2003.

”

clusivo del *proceso bolivariano*. Dicho brevemente, el Estado se desentendió de su obligación de actuar para todos los venezolanos mientras que el Gobierno se apropió de la función comunicadora con un propósito expreso: construir una gramática audiovisual e ideológica del proyecto político de Hugo Chávez y un imaginario de la revolución bolivariana.

Las cifras ofrecidas por Bisbal expresan más claramente lo que es hoy una realidad absoluta para cualquier usuario del espectro de los medios venezolanos. Mientras en 1998 el Gobierno contaba con *Venezolana de Televisión*, dos frecuencias de *Radio Nacional de Venezuela* (630 AM y 91.1 FM) y la *Agencia Venezolana de Noticias (Venpres)*, hoy dispone de una red de al menos 5 televisoras gubernamentales (*VTV, TeVes, Vive Tv, Telesur, ANTV*); dos circuitos nacionales de radio (*RNV y YVKE Mundial*), la *Agencia Bolivariana de Noticias (ABN)*; una red –todavía en construcción– para el transporte de datos operada por la *Corporación Venezolana de Guayana* y la compañía francesa *Telecom*. Pero lo realmente significativo es que la estrategia comunicacional del Gobierno se vale también de una red de alrededor de 400 emisoras de radio, 36 televisoras y 100 periódicos comunitarios y alternativos que en 2006 gozaron de una asignación presupuestaria de 27,2 millones de dólares.

De hecho, los principales canales de televisión del Estado, como *Venezolana de Televisión* y *Telesur*, son, cada cual a su manera, las piezas estratégicas para la difusión de los temas y agendas del Presidente y el Gobierno. Por poner un ejemplo: “La Hojilla”, el programa de mayor audiencia de *Venezolana de Televisión*, sirve para ventilar, instigar o sofocar las trifulcas internas dentro de las filas oficialistas y, aun con mayor frecuencia, para guillotinar a los disidentes del discurso oficial, sean éstos chavistas u opositores.

Dicho en pocas palabras, Chávez ha jugado no sólo a ser el vocero principal de su proyecto político, sino también a difundirlo a través de una amplia gama de medios que abarca canales oficiales y canales comunitarios. Sólo se exagera levemente cuando se dice que Chávez ha logrado a través de este desbordamiento mediático multiplicar su imagen, sus ideas y su voz hasta el infinito, alcanzando una ubicuidad tan absoluta en el imaginario venezolano que hace ver a Fidel Castro, la figura simétrica a él puesto que ha sido el espejo en el que más se ha mirado, como un desvaído reflejo. Para comprobarlo, basta tomar nota de la increíble cantidad de horas en cadena nacional entre 1999 y 2006 (1.339 cadenas presidenciales, lo que equivale a 48.656 minutos o 810 horas con 56 minutos, un promedio de 36 minutos diarios)⁶. Esta es la naturaleza del estilo comunicacional del presidente Chávez, es decir, el entendimiento de que la mediática suplanta a la política.

Es más: la articulación de esa plataforma de medios ha sido apuntalada con un asombroso aparato jurídico coercitivo formado por un conjunto de leyes y disposiciones que pueden limitar la libertad de prensa y expresión. Naturalmente, este es el aspecto de fondo más preocupante: la plataforma no sólo carece de contrapeso, sino que irónicamente cuenta con un perverso sistema jurídico para operar a sus anchas. Ese aparato es el equivalente al arsenal atómico de contención y disuasión –el último recurso a disposición del César mediático– empleado por Estados Unidos para amedrentar a sus rivales durante la Guerra Fría. Ya el poderío de ese arsenal fue probado cuando a fines de 2006, luego de ser reelecto presidente constitucional, Chávez impuso una medida inconstitucional: ordenar el cierre de *RCTV*, que se concretó a fines de mayo de 2007 (solo que como quedó plasmado en el resultado del referéndum para la reforma constitucional, algunas veces ese arsenal puede disparar por la culata).

COLOFÓN

Es evidente que la guerra mediática no ha sido ninguna partida de dominó entre amigos, sino una verdadera conflagración cuyas feroces batallas han desbordado los propios medios y actuado como el caldo de cultivo de la polarización. No es extraño que la máxima expresión del poder de Chávez haya sido la medida contra *RCTV*, un hecho que a todas luces fue desproporcionado independientemente de que los directivos de esa planta merecieran ser juzgados por atentar contra la democracia con el *black out* de 2002.

Irónicamente, hay voces que le piden al Presidente más mano dura en términos mediáticos y que transforme su plataforma en un sistema comunicacional *in extremis*: una red para regular y controlar la obra del Gobierno a lo largo y ancho del país. Ese sería el lado soleado de ese “sistema comunicacional”. Porque, por otra parte, también actuaría como central de inteligencia acaudalando información, monitoreando la acción de Gobierno y fiscalizando la integridad del funcionariado. Para decirlo de otro modo, un sistema de comunicación inspirado por la ideología del vigilantismo policial.⁷

Al acabar este ensayo no se puede soslayar el efecto de nueve años de cesarismo mediático y telepopulismo sobre la calidad de la democracia. ¿Debería un fenómeno comunicativo con estas características entrañar un problema ético mayor para los venezolanos? ¿O, por el contrario, no debería causar ninguna sorpresa y asumirse como natural en un país cuyo primer mandatario ha tronado más de una vez su voz para proclamar “el Estado soy yo” sin que sus seguidores hayan dicho ni pío? Si la democracia es algo más que un telemercadeo de las expectativas colectivas, la respuesta lógica debería ser la primera. Si, en cambio, se trata más bien de un simulacro de participación, que encubre una enorme red clientelar arbitrada por una figura hegemónica denominada presidente, lo más probable es que se acepte la segunda.

Sin embargo, más allá de una u otra respuesta, la última palabra la deben tener los resultados a la vista. El cesarismo mediático de Chávez ha generado un pasmoso debilitamiento institucional y una reducción caricaturesca de los mecanismos de participación así como el anquilosamiento de muchos movimientos sociales —ya que sólo se recurre a ellos como eslabones de la maquinaria de votos para reforzar la hegemonía de la nueva

clase política— cuyos esfuerzos podrían profundizar la democracia y la justicia social. Sea o no el cesarismo mediático una incipiente versión tropicalizada del fascismo, lo relevante es que, como mecanismo de sustitución de la política, se ha arraigado a tal grado que hoy las mayorías se conforman con que un César decida su suerte. A cambio deben resignarse a sacrificar la utopía y el sueño de una democracia participativa y protagónica.

■ **Boris Muñoz**
Cronista y profesor universitario.
Autor de *Despachos del imperio*,
coautor de *La ley de la calle*.
Actualmente dirige la revista *Exceso*.

Notas

- 1 ECO, Humberto (2006): “Sobre el populismo mediático”. En: *A paso de cangrejo*. Barcelona, Caracas: Random House Mondadori.
- 2 ADORNO, Theodor (2005): *Ensayos sobre la propaganda fascista*. Buenos Aires: Paradiso.
- 3 AZOPARDO, José Antonio (2 de agosto 2008): “Cien personas hacen *Aló Presidente*”. En: *El Universal*.
- 4 MUÑOZ, Boris (2006): “Perdidos en el mensaje oficial”. En: *Exceso*, No. 19, pp.38-45.
- 5 BISBAL, Marcelino (sep-dic.2007): “La plataforma mediática del Estado Bolivariano o la desmesura del Estado-comunicador”. En: *Actual*. Luís Ricardo Dávila y Tulio Hernández, editores invitados. Dirección General de Cultura y Extensión. Universidad de Los Andes - Universidad Central de Venezuela.
- 6 _____ “El estado-comunicador y su especificidad. Diagnóstico inacabado y estrategias”. En: revista *Comunicación* 134, 2do Trimestre, pp. 60-73.
- 7 BOLÍVAR, Douglas (2007): *A propósito de la falla tectónica de la revolución bolivariana. Propuesta para un sistema comunicacional transformador*. Caracas: Editorial Cooperativa Venezuela Inédita.

Se nos fue Ignacio Ibáñez

La ida de alguien, lo conozcamos o no, siempre nos causa tristeza. Hasta perplejidad, porque no nos acostumbramos a la partida definitiva. Mucho más si ese alguien era conocido. ¡Y vaya que Ibáñez lo fue! El 19 de agosto de este año se nos ha ido Ibáñez, como le solíamos nombrar por allá en 1975 cuando juntos iniciamos la aventura de Comunicación y del Centro de Comunicación Social “Jesús María Pellín”. Ignacio Ibáñez fue director de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, también profesor en la misma y director del Instituto Radiofónico de Fe y Alegría (IRFA). Todo eso ocurrió entre 1974 y 1984. Diez años de intensa labor intelectual, docente y sobre todo de amistad afable.

Ibáñez, tranquilo y sosegado como lo recordamos, no se quedó en un solo lugar. Se fue al interior del país para trabajar en pastoral parroquial, pero sin abandonar lo que fue su vocación como hombre de comunicación, es decir la radio y siempre la radio. Iba y venía, y en ese ir y venir siempre lo vimos de buen humor... es que Ibáñez era, como se dice, “un buen hombre”.

Finalmente, una palabra de despedida. Aunque la muerte es todo un misterio, queremos recordar a Ignacio Ibáñez tal como lo conocimos: como hombre religioso y como hombre de amor y de esperanza. Así fue la vida de Ibáñez y así lo queremos tener presente desde estas páginas de Comunicación.

Opinión pública en Venezuela

¿Hay razones para la esperanza?

La opinión pública es un termómetro acerca de las distintas realidades de un país. En este caso se trata de medir el recorrido de la opinión pública política en estos 10 años de “proceso bolivariano” o de “revolución”. La opinión pública política de estos años ha servido también para medir el modelo de gobierno que se instauró a partir de 1999 y hacia dónde se quiere conducir. Lo que se ha demostrado es que esa opinión pública no ha sido nada dócil, aún a pesar de los procesos de domesticación que el Gobierno se ha empeñado y se empeña en instaurar.

■ **Mariana Bacalao**

No hay diagnóstico más fidedigno de la realidad política de un país, que el que arroja el estudio de la opinión pública. Reflexionar sobre el recorrido de la opinión pública en los últimos 10 años es desandar la ruta de los venezolanos como sociedad en este período de tiempo. En este camino nos encontramos con pruebas fehacientes que apuntan, por un lado, hacia un empoderamiento psicosocial de los estratos más necesitados (entendiendo este último como un enriquecimiento de las expectativas y una reducción de la sensación de desesperanza y abandono); y por el otro, hacia una consolidación en el rol participativo (para respaldar o para disentir) de todos los sectores que componen el crisol social.

La opinión pública venezolana suma ya varios años en estado de activación permanente y vigilante; demostrando no sólo que es capaz de articularse buscando la consecución de sus objetivos; sino que está signada por un profundo compromiso democrático que luce inquebrantable a pesar de la dura tarea que le ha impuesto el Gobierno del presidente Chávez en materia de luchas civiles y reivindicaciones ciudadanas.

En permanente movimiento, como el Sísifo de Homero, el ciudadano de a pie ha sorprendido a todos —incluso a sí mismo— revelándose como el poder más sabio y prudente. Su desprecio por las formas violentas de expresarse, su respeto por una legitimidad institucional que ve erosionarse día a día y su apasionamiento

militante por la democracia como forma de vida; le han valido duros castigos por parte de una élite de gobierno propensa al autismo; y el desprecio de las trincheras más radicales del chavismo y la oposición, que confundiendo su persistencia con bosería, lo han etiquetado de absurdo.

Sin embargo, las iras, las burlas y las amenazas no han logrado desactivar a la opinión pública nacional. Marcha al paso que le ha impuesto esta nueva realidad, sostenida por la esperanza de conseguir su propósito. Conciente de que su realidad actual es el precio a pagar por décadas de consentimiento y complicidad, se alza por encima de su destino trágico, convirtiendo el duro camino de todos los días en músculo, en aprendizaje social, en lección colectiva.

SOCIEDAD CIVIL EN AUGE

En foros internacionales se debate la propensión de las sociedades del siglo XXI a participar menos y con poco entusiasmo. Son contados con los dedos de una mano los grandes temas de opinión pública que logran aglutinar a las mayorías y todavía más escasos aquellos que hacen posible que las personas decidan volcarse a las calles de forma organizada. Las manifestaciones de opinión pública, son para la mayoría de las sociedades, poco menos que extraordinarias.

Sin embargo, en Venezuela lo que Abreu¹ define como opinión pública manifiesta, ha sido el pan nuestro de cada día

*Que difícil se me hace,
mantenerme en este viaje
sin saber a donde voy en realidad.
Si es de ida o de vuelta,
si el furgón es la primera,
si volver es una forma de llegar...*

Alejandro Lerner.
Todo a Pulmón, 1983.



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

en los últimos años: “En el umbral de la opinión pública activada se produce la respuesta de la sociedad, los grupos y los individuos ante los acontecimientos del espacio público –manipulados o no, con mayor o menor cobertura de los medios de comunicación social (...) Podemos decir que la manifestación de opinión pública es *directa* en tanto se transforma en mensaje de un medio de comunicación cuando los interesados buscan el recurso del medio para expresarse, como por ejemplo acudiendo a un programa de televisión o a una emisora de radio, escribir una carta, escribir una carta pública a un periódico. La manifestación de opinión pública en el espacio público puede ser *indirecta*, cuando se producen fenómenos multitudinarios de expresión de protesta o petición, como manifestaciones callejeras, marchas pacíficas o violentas, pancartas en caminatas, que serían algunas de sus formas más características”.

Es en el marco de esta rara *manifestación permanente* en la que vive la sociedad venezolana, que una miríada de estudiosos, veedores internacionales, y comisiones ciudadanas se han acercado a nuestras calles y se han mezclado entre las marchas y contramarchas; y simultáneamente han estudiado a nuestros medios de comunicación, como formas de expresión de esa avidez ciudadana por manifestarse.

Todos han llegado, más o menos, a la misma conclusión: Venezuela protagoniza, desde hace varios años, un momento de auge de la opinión pública, en el cual como respuesta a los acontecimientos, la opinión de la gente alcanza una difusión masiva. Una apropiación del ciudadano del espacio público que produce ruido en las diferentes instancias de poder, pues se expresa casi siempre a ritmo de petición o protesta.

Lo anterior no pretende señalar la existencia de una sola vertiente de opinión pública. Muy por el contrario, el territorio venezolano ha sido escenario de una amplísima gama de expresiones manifiestas de opinión pública en donde se han incorporado masivamente sectores tan diversos como los estudiantes, los indígenas, los trabajadores petroleros, las madres, los profesionales, los reservistas, la tercera edad, los desempleados, los empleados públicos, los representantes de la Asamblea Nacional y los familiares de personas muertas a manos del hampa.

Se han organizado bajo múltiples denominaciones y han tomado las calles, por decenas, cientos y miles. Han marchado y se han concentrado, han hecho peticiones

“

Venezuela protagoniza, desde hace varios años, un momento de auge de la opinión pública, en el cual como respuesta a los acontecimientos, la opinión de la gente alcanza una difusión masiva.

”

a favor o en contra de causas nacionales e internacionales. La reportera gráfica Rosalía Barreto de la *Agencia Bolivariana de Noticias* recoge para una nota de la página de *YVKE Mundial* (Nacionales / “Venezolanos también acudieron a Embajada de Honduras en Caracas apoyando a Zelaya”) del domingo 28 de Junio de 2009, una serie de imágenes que muestran instantes en que: “Cientos de personas se manifestaron este domingo en la embajada de Honduras en Caracas, manifestando en apoyo al presidente Manuel Zelaya, víctima de un golpe de Estado”.

Ese mismo fin de semana se registraron por lo menos otras 4 manifestaciones; a saber: de los trabajadores de la Alcaldía Mayor, exigiendo el pago de sus salarios; de los trabajadores de las ex contratistas petroleras del Sur del Lago expropiadas; convocadas a través de la red social Facebook, se concertaron manifestaciones públicas en 15 capitales de Venezuela y en 30 a nivel mundial por posible cierre de medios de comunicación venezolanos; y en Ciudad Guayana un grupo de mujeres manifestó en contra de la inseguridad.

Desde esta óptica, sería poco menos que mezquino no reconocer que la opinión pública venezolana se ha anotado un triunfo en materia de presencia y organización; pues como resulta obvio todo sistema democrático necesita de la participación de sus integrantes para robustecerse.

La participación ciudadana se erige como una de las estrategias más contundentes para profundizar la cultura democrática y superar la inequidades propias del modelo. En este sentido, el furor de participación colectiva que los venezolanos han abrazado todos estos años podría

verse como un paso al frente, una manera de ampliar los derechos democráticos y transitar el camino de la madurez política.

Tal y como narra Carmen Beatriz Fernández: “Entre nosotros fue el movimiento vecinal el pionero de lo que hemos dado en llamar sociedad civil. *La rebelión de los vecinos* es el título que da un estudio de los temas urbanos al capítulo de la aparición de los movimientos sociales urbanos en Venezuela. La nomenclatura es ilustrativa porque señala el carácter pugnaz que tuvo en sus orígenes el movimiento vecinal. Se identifica geográficamente en Caracas, a mediados de la década de 1970 y en los estratos sociales medios y medios altos, los orígenes de la sociedad civil activista de los derechos públicos”.

Esta primera sociedad civil, que apareció rezagada en el tiempo, en comparación con otros países latinoamericanos, participó siempre con precaución, desligándose de toda vinculación con los partidos políticos y con los sectores gremiales y sindicales a los que entendían como un apéndice de los aparatos políticos que con tanto desdén evaluaban.

Desde esos inicios tímidos y hasta cierto punto sectarios, que ensayaron reivindicaciones vecinales; hasta la participación variopinta y multitudinaria que se ha apoderado del escenario público hay un largo trecho que denota una evolución en la forma de reaccionar frente a realidades insatisfactorias o poco deseadas.

Es cierto que ese cambio no ha sido espontáneo, aparece como el resultado de dos circunstancias que, aunque en apariencia excluyentes, de alguna forma han logrado confluir en este re-despertar masivo de las manifestaciones públicas de orden ciudadano.

Por una parte el gobierno del presidente Chávez, desde sus inicios, ha vendido de forma muy eficiente un modelo de inclusión para los sectores tradicionalmente excluidos y marginados de la sociedad. Esta efectísimamente apropiación de un espacio de comunicación (antes inexistente) con los segmentos populares, catapultó una sensación de respeto, de ser *tomado en cuenta*, por demás novedosa en la praxis del discurso político de la Venezuela contemporánea.

Por un lado la capacidad empática de Chávez, aunada a su formidable operación de propaganda, han calado hondo en amplias capas de la sociedad que ven en esta promesa de inclusión el principal combustible que sella sus lealtades con el proyecto chavista. No en vano toda la construcción de metáforas y significantes

de la revolución bolivariana gira en torno a una nación que avanza hacia un modelo de igualdad, equidad, inclusión y justicia social.

En este sentido, apuntaremos sólo a manera de ejemplo lo que expuso el primer mandatario nacional, durante un discurso pronunciado en Maracay, a propósito de la inauguración de la Nueva Escuela Técnica de Formación de Sub-Oficiales, cuando afirmó que:

“Estamos en una guerra social desatada por las clases poderosas que quieren seguir explotando a los más pobres y en función de ellos manipulan y tienen desatada una guerra psicológica. Así lo declaro, yo estoy y estaré siempre en esta vida del lado de los pobres y los necesitados de la patria. No tengo compromiso y nada que ver con los ricos. Y las clases llamadas medias, bueno tendrán que escoger, porque las clases medias terminan siendo ni chicha, ni limonada, ni lo uno, ni lo otro. Yo les hago un llamado a que se comprometan con el pueblo, con la patria, que no se dejen manipular por los ricos... por los mantuanos, los godos, los oligarcas y los burgueses, que utilizan la clase media y la llenan de miedo, la explotan la dominan y también la masacran. Y a veces la clase media, o como la llamen, no se da ni cuenta. Hay que fortalecer la unidad nacional en torno al pueblo, a los campesinos, a la clase obrera (...)”³

De forma paralela, en estos últimos 10 años los niveles medios y medios-altos de la sociedad han interpretado el proceso chavista, y sus profundas modificaciones del paisaje socio-político, como un movimiento caracterizado por el fortalecimiento de amenazas violentas a la institucionalidad democrática. Gustavo Hernández Díaz señala, de manera ilustrativa, el estado de indefensión en el que se perciben buena parte de los venezolanos: “Los poderes públicos confiscados por el Presidente cercenan la autonomía del Estado. No se puede pensar en Estado de Derecho toda vez que la Contraloría General de la República, la Defensoría del Pueblo, el Poder Nacional Electoral y el Tribunal Supremo de Justicia hacen genuflexión ante las directrices incuestionables del Presidente. Se constata efectivamente un derecho (con “d” minúscula) arbitrario y hegemónico que el Presidente ejerce sobre el Estado. Esta modalidad de derecho es ilegítima, irracional e inconstitucional porque el primer magistrado interpreta caprichosamente la Constitución Nacional, mientras otro tanto hace la Asamblea Nacional cuando le confec-

“

De forma paralela, en estos últimos 10 años los niveles medios y medios-altos de la sociedad han interpretado el proceso chavista, y sus profundas modificaciones del paisaje socio-político, como un movimiento caracterizado por el fortalecimiento de amenazas violentas a la institucionalidad democrática.

”

cional las leyes a su medida, ideadas para responder a un momento coyuntural”.⁴

Con la aprobación en noviembre de 2001 de 49 leyes por parte del Ejecutivo nacional, mediante el recurso de la Ley Habilitante, se inicia un largo trayecto en el que diversos sectores de la sociedad han sentido, por primera vez en muchos años, sus intereses directamente afectados: “un proyecto que ha promovido la participación popular, pero no el pluralismo que tal participación exige; que ha deseado bajar el poder al pueblo, pero tiene una política recentralizadora; que requiere un Estado fortalecido, pero más bien lo ha destruido; que busca la libertad por el camino de la igualdad, pero ha generado graves exclusiones”⁵. Incapaz de incluir a los excluidos, sin desincorporar a los que tradicionalmente formaron parte de la vida pública y la toma de decisiones.

Dos visiones de país en pugna, que han desembocado en intensas actividades de calle como símbolo de afirmación o protesta. El escenario de lo público en Venezuela esta marcado por, al menos, dos guiones disímiles que dejan ver una sociedad con profundas diferencias en cuanto a lógicas y expectativas sociales.

OPINIÓN PÚBLICA, MEDIOS Y POLARIZACIÓN

En la última década la dinámica nacional involucró a los medios de comunicación

como un actor central en el conflicto político nacional. No vamos a detenernos en las causas y motivaciones que han auspiciado que los medios de comunicación, renunciando a su carácter fundamental de mediadores sociales, se hayan convertido en muchos casos en defensores a ultranza de uno de los bandos que se disputa el poder.

Tampoco entraremos a discutir una realidad que, particularmente durante esta última década, se ha vuelto inapelable: los medios han tenido un rol protagónico en la coyuntura política nacional. En Venezuela y muy probablemente en América Latina, hablar de opinión pública implica hablar de política e ineludiblemente de unos medios de comunicación que ya no sólo se asumen como facilitadores del debate social; sino como eje central de una opinión pública que con frecuencia termina teniendo la voz y el rostro de los portavoces mediáticos.

Lo que nos interesa acotar es la relación que han tenido los medios de comunicación en el cambio de una opinión pública que pasó de introvertida y apática a una fuerza que es capaz de movilizarse exigiendo reivindicaciones: “la opinión pública consentidora y legitimadora de las decisiones del poder político en la Venezuela del reciente pasado, se ha transformado gracias a las acciones de los medios de comunicación política, en una entidad impugnadora de ese poder. (...) La crítica de los desmanes del poder, que hasta hace apenas unos años era sólo objeto de tratamiento en informados círculos privados, se convirtió en material de discusión de los espacios públicos, en virtud de la nueva posición de los medios de comunicación que pasaron de una actitud respetuosa del poder a una muy documentada irreverencia crítica.”⁶

El reconocimiento de la influencia de los medios masivos sobre la formación de opinión pública en la esfera de la comunicación política, plantea varios desafíos. En primer lugar, no sobredimensionar ni culpabilizar a los periodistas y a los medios de comunicación; sino por el contrario, re-plantear a la ciudadanía como epicentro de una acción pública que se concentre en el fortalecimiento de los partidos políticos y demás instituciones y resucite la buena imagen de los poderes públicos.

Resistir a la tentación de centrar el debate en la legitimidad de los medios como interlocutores políticos y plantearse que asistimos a una transformación de la noción del espacio público, en la cual las

mediaciones no respetan las fronteras tradicionales entre gobernantes y gobernados. Los viejos paradigmas se han invertido y hoy es la esfera política la que busca sintonizarse al poder mediático.

Lo anterior, no representa necesariamente una mala noticia. Después de todo hay que recordar que en democracia, tal y como lo plantea Tulio Hernández, esa ingerencia de los medios de comunicación en la formación de opinión pública, es sinónimo de buena salud:

“Los países con democracias más avanzadas parten del principio de que, a pesar de su poder hipertrofiado, los medios independientes privados son fundamentales para su funcionamiento, y tratan de dirimir el conflicto diseñando leyes y creando instancias de regulación a través de organismos colegiados que no dependen exclusivamente del Estado y mucho menos de los gobiernos (lo que todos consideran un remedio peor que la enfermedad) sino que se constituyan como una expresión lo más plural posible de la diversidad ideológica y de intereses de toda la sociedad. El temor de fondo es que cualquier hegemonía extrema, ya sea esta ejercida en nombre de la justicia social o de la libertad de empresa, es una aberración de poder”⁷.

En el caso específico de Venezuela, si la ingerencia mediática ha contribuido a que las mayorías se involucren en los grandes temas de interés público y despierten de su largo letargo; los esfuerzos deben ir orientados a que las regulaciones preserven los derechos de las audiencias, evitando confundir agenda con intereses políticos.

¿IMPORTA LA OPINIÓN PÚBLICA?

Si bien es cierto que los venezolanos han sido testigos protagónicos del auge de una opinión pública permanentemente activada y manifiesta; el modelo teórico, así como el sentido común, nos recuerda que todo aquel que se manifiesta, lo hace con la aspiración de formar parte de la toma de decisiones.

El deseo por impactar lo público y contribuir con la forma y la dirección de las decisiones que desde el Estado se toman, está consustanciado con la capacidad de ser eficaz y con los preceptos fundamentales del modelo democrático.

Para la gran mayoría de los casos, cuando los miembros de una comunidad se manifiestan, buscan formular demandas que logren penetrar el sistema político. En palabras de Iván Abreu:

“La opinión pública eficaz se puede definir como el modo en que una opinión pública manifiesta logra influir en las decisiones, bien a través de una modificación de decisiones anteriores, bien a través de normativa jurídica o, como ocasionalmente ocurre, dando marcha atrás en una idea o engavetando un proyecto; en última instancia, a través del cambio de gobierno, como podría ser el caso de un resultado electoral, o el cambio de sistema político, como puede ser la caída de una dictadura (...)”⁸

La pregunta clave es: ¿hemos sido eficaces en los últimos 10 años?

Una revisión de las movilizaciones y expresiones de la opinión pública reciente arrojan varias lecturas inquietantes.

En primer lugar una polarización del índice de eficacia, en el que en muchas ocasiones la eficiencia de un bando es inversamente proporcional a los logros del contrario. Tal vez el ejemplo más emblemático lo constituyan las movilizaciones del 11 y 13 de abril. El regreso al poder del presidente Chávez dio al traste con las aspiraciones y peticiones de los sectores opositores, resumidas en la consigna: *Chávez vete ya*. En Venezuela no podemos hablar de una unidad del tejido social.

Otras de las conclusiones que salta a la vista es un porcentaje significativo de movilizaciones e iniciativas que se han llevado a cabo sin dirección ni sentido claro. Manifestaciones multitudinarias que se han abierto paso, como sonámbulas, sin contar con interlocutores capacitados para aglutinar las demandas de los activistas o que, complaciendo a Habermas, se han articulado con fines meramente acclamativos.

Finalmente, el examen de la eficacia de la opinión pública en la última década nos conduce a una evaluación del modelo de gobierno. Sólo es posible entrar al sistema y desencadenar procesos de decisión si desde el Ejecutivo y los poderes públicos existe una vocación de diálogo verdaderamente democrático.

El gobierno del presidente Chávez ha demostrado ser muy hábil en la capitalización de amplios sectores de la opinión pública que, impulsados por la estructura propagandística y el uso y abuso de los recursos del Estado, han servido como herramienta de legitimización de una participación metafórica. Sin embargo, de forma simultánea, se ha empeñado en no darle entrada a las demandas de los sectores opositores, criminalizando toda disidencia y exigiendo públicamente el

castigo de aquellas personas y entidades que no comparten sus puntos de vista.

En medio de este panorama desorientado, en donde la opinión pública muchas veces parece marchar al ritmo de las estrofas de Alejandro Lerner, tal vez el mejor antídoto contra el desánimo venga dado por la tenacidad democrática con que los diversos sectores que componen el grueso de la sociedad civil, de todos los bandos, insiste en expresarse.

■ **Mariana Bacalao**
Profesora de la Escuela de
Comunicación Social de la UCV.

Notas

- 1 ABREU SOJO, Iván (2001): *El Estudio de la Opinión Pública. Espacio Público y Medios de Comunicación Social*. Caracas: Vadell Hermanos Editores. p. 57.
- 2 FERNANDEZ, Carmen Beatriz. (2001): “Partidos Políticos y Sociedad Civil en Venezuela: historia de amor y de odio”. En: revista *Espiral*, septiembre-diciembre, volumen 8, número 22. México: Universidad de Guadalajara. p.69.
- 3 Consúltese la nota: “Chávez: en Venezuela hay una guerra social”, en www.minuto59.com, en la sección política, primera página del 01 de julio de 2009, redactado por la sala de prensa.
- 4 HERNANDEZ DIAZ, Gustavo (2006): “Hegemonía Gubernamental y Comunicación en Venezuela”. En: revista *Comunicación*, N° 134, Caracas: Fundación Centro Gumilla. p. 24.
- 5 PERAZA, Arturo, s.j. (2008): “Balance Político del Proceso”. En: revista *SIC*, N° 710, diciembre 2008. Caracas: Centro Gumilla. 465-467.
- 6 COLOMINA, Marta: “La opinión pública en Venezuela: ¿de súbdito a caudillo? En: revista *Comunicación* en http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM199383_8-9.pdf, p.9.
- 7 HERNANDEZ, Tulio (2008): “Un pensamiento anacrónico”, en www.concienciactiva.org, 06/04/2008.
- 8 ABREU SOJO, Iván (2001): *El Estudio de la Opinión Pública. Espacio Público y Medios de Comunicación Social*. Caracas: Vadell Hermanos Editores. p.59.



Hemos rediseñado nuestra página web para ofrecerte nuevos servicios

Queremos que seas un usuario de la red Gumilla además de nuestro lector habitual



Ahora en el nuevo portal podrás encontrar información actualizada sobre publicaciones, cursos y programas en desarrollo.



En nuestra biblioteca digital podrás ingresar al archivo histórico de la Revista *Comunicación* para que revises sus 30 años de historia desde tu computador.

Además podrás recibir nuestro boletín informativo ponerte en contacto con los autores y comentar en nuestros artículos de opinión. Entra y suscríbete de forma gratuita.

Estamos en www.gumilla.org

Centro Gumilla...Construyendo el país que queremos

Chávez

Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009



*Las Lovermarks no sólo se comen. Se perciben con los cinco sentidos. Por ello **Lovermark**, es simplemente amor y deseo. La **Lovermark** se transforma en marca. ¿Es Chávez una marca? Si no lo es se comporta como tal, tiene los atributos, se presenta como tal, se percibe de la misma manera y se ofrece en nuestra mente y se distingue del resto de otras marcas en el mercado político venezolano y regional. ¿Hacia dónde nos lleva esto? Al análisis de Hugo Chávez como **Lovermark**, como marca.*

■ **Fedosa Santaella**

LOVERMARK



TODO UN PERSONAJE

7 de septiembre de 2008, mañana de domingo. Estamos en el Hato El Cedral, estado Apure. El público aguarda bajo los toldos, y el Presidente, sin mayor protocolo, comienza: “¡María ven acá! Ahí está María, ven acá María. Dame café, María. ¡Ajá!”

El Presidente habla de tú, llama a las personas por su nombre. Hay confianza, hay intimidad, hay guiño. La gente se mira, ríe. No hay nadie que pueda con el personaje. Si no fuera el Presidente de la República sería uno más entre todos. Pero ¿acaso no lo es? Se trata de un hombre cercano, que cuenta historias, las suyas, cuando aún su nombre no era un legi-signo de la historia nacional. Cuenta historias también de la patria, historias heroicas y cargadas de inspiración. “Bueno, esta historia es larga, cuando la patria paría el parto no terminó, quedó latente allá, por aquí pasaron ejércitos, María, a caballo, a pie”. Así dice y continúa. Porque al Presidente le sobran historias. Tiene su pasado y el de la nación. El pasado es una masa de arcilla que le sirve para hacer referencia al presente, para decir por qué él es cómo es, y para explicar su revolución y sus sueños, que no son otra cosa que su futuro, y por extensión, el futuro del país.

Pero el Presidente también es un enigma. Te habla de cerca, al oído, se abre ante ti, y de pronto se enardece, se indigna, alza la voz. Es un río donde sus seguidores se bañan en tardes serenas, pero también es el misterio terrible y fascinante de la crecida feroz.

Este Presidente, este Hugo Chávez Frías, pareciera manejar, quizás sin saberlo, las herramientas de lo que Kevin Roberts, CEO mundial de Saatchi & Saatchi, ha bautizado como *Lovermarks*.

KEVIN ROBERTS, EL HIPPIE TRIPLE FILTRADO

Kevin Roberts nació en 1949, en Lancaster, Inglaterra. Sabemos que a los once años dejó la escuela, y que en 1969, a sus 20 años, entró a trabajar en Mary Quant Cosmetics. No tenemos mucho más, pero

es suficiente para hacernos una idea de la constitución de su espíritu durante estos años. Roberts, es obvio, pertenece a un contexto, uno tan evidente como si auscultáramos a un elefante con lupa.

El año en que se inició como gerente de marca en la empresa de Mary Quant, fue también el año de Woodstock. Sobre la tarima, a miles de kilómetros de distancia, Roger Daltrey, rizos al aire, cantaba *My Generation*. *La gente trata de ignorarnos/ sólo porque andamos por ahí/ las cosas lucen horriblemente frívolas / antes de llegar a viejo espero morir*. Eran los tiempos que ya nos sabemos: rebeldía contra la guerra, promulgación del sexo libre, drogas para trascender, la música como elemento liberador, la alabanza a la juventud y al amor. Del poder del amor. Y sí, algunos no llegaron a viejos: Hendrix, la Joplin... pero otros envejecieron, y tuvieron otras vidas, entre ellos Roger Daltrey. No eran tiempos de morir. Se amaba la vida, se era hippie y se rechazaba al *sistema*, a la convención, al molde. Pero a estas alturas no podemos olvidar que la anticultura también es un negocio, las puertas de la moda. “Los kamikazes de la cultura no son los primeros que intentan destruir el sistema alterando las pautas de consumo”, dicen los profesores canadienses Joseph Heat y Andrew Potter en *Rebelarse vende*. Esto lo entendió, antes de lo que escribieran los profesores canadienses, una muy joven Mary Quant: la contra-cultura hippie era una posibilidad de negocio, y en ese terreno empezó a sembrar sus semillas-centavos. La moda, a pesar de sus detractores, nunca muere. Ni en la contracultura. Lo siguen diciendo los profesores canadienses: “Los hippies expresaban su rechazo del consumismo de la sociedad estadounidense [y del mundo industrializado] con collares largos, sandalias y zuecos Birkenstock y el Volkswagen Escarabajo”. Y también con la ropa de Mary Quant. “Cuando el *Beatle* George Harrison y la modelo Patti Boyd se casaron en 1966, ambos vestían, de la cabeza a los pies, ropa de Quant”, asevera el mismo Kevin Roberts en *El futuro más allá de las marcas, Lovemarks*. Mary Quant lanzó a

los cuatro vientos su grito de guerra: “El buen gusto ha muerto. Viva la vulgaridad”. Era y no era cierto lo dicho. Pero en la máxima hay provocación. Provocación para vender lo que en el fondo no pretende provocar, sino vender. Porque la Quant le aportó buen gusto a la vulgaridad, la cual podría entenderse más bien como cotidianidad, esa cotidianidad del hippie que debe vestirse para salir a la calle.

Mary Quant tomó esa contracultura abundante (sí, la contracultura abunda) y terminó de darle el empujón que le faltaba: la convirtió en moda, que es el lugar donde terminan todas las contraculturas. La modista filtró la indumentaria, la empaquetó y le dio asepsia. Y ahí llegó Twiggy, la supermodelo de un metro sesentisiete centímetros de altura, la de los anteojos enormes, la de las pestañas postizas. Llegó sí, con su minifalda y con sus hot-pants, y decretó desde los hilos de la Quant la expansión del negocio contracultural. Y para quien no se deje apabullar por el oropel ideológico, una palabra como *negocio contra-cultural* no es una contradicción, pero sí una profunda paradoja, entendiendo paradoja tal como la entiende Eco (Umberto) en “Wilde. Paradoja y aforismo”: “Etimológicamente es *paradoxos* lo que va *pará ten doxan*, más allá de la opinión común”. Una afirmación (en este caso una frase) que se aleja de las “creencias de todos, extraña, extravagante, inesperada”. Así, la Quant hacía de la paradoja un negocio, pues le vendió sus diseños a los hippies y a los no-hippies. Así creció, estalló y se expandió hacia Europa, y por allá la recibió (su marca, su estilo, su ropa y sus cosméticos) un joven entusiasta de nombre Kevin Roberts. Necesitaban a alguien que supiera francés, y él sabía, así que le dieron trabajo. Primero fue Jefe de Marca, luego Director de Mercadotecnia. Allí, en Mary Quant Cosmetics, Roberts empezó a forjar las ideas del futuro. Él mismo lo recuerda: “Mary entendía, mejor que nadie que yo me haya encontrado, que las marcas son una cuestión de emociones y personalidad”. (Acá, querido lector, piense en el Presidente). Luego agrega: “También sabía que al final serían los deseos de los consumidores los que propulsarían su negocio a la estratosfera”. Y termina: “Siempre que estoy en una reunión y escucho complicadas estrategias para captar la atención del consumidor, recuerdo la sencilla fe de Mary Quant en las pasiones y deseos humanos” (vuelva acá a pensar en el Presidente, querido lector).

Los años no pasan en vano, ni lo vivido

“

Siempre que estoy en una reunión y escucho complicadas estrategias para captar la atención del consumidor, recuerdo la sencilla fe de Mary Quant en las pasiones y deseos humanos

”

tampoco. Los hippies, el negocio de la contracultura. Paz y amor empaquetados. Paz y amor en todos lados. Ya para 1982, Kevin Roberts se anota un gran triunfo como Vicepresidente de la Pepsi-Cola en Canadá y en Medio Oriente. “En Oriente Próximo aprendí lecciones que me han sido de incalculable valor para conectar con los consumidores”. Y se explica: “Aprendí a amar a la gente. En los países árabes haces amigos para siempre. La gente es auténtica, afectuosa, apegada a su familia y hospitalaria”. Un pensamiento hippie para un hombre que había formado su mente en aquellos años de amor y de contracultura que vendía. Ah, pero también ya era un competidor, y de los duros. Cuando está en Canadá, a la cabeza de Pepsi, logra tumbarle el mercado a Coca-Cola, y para celebrarlo, al final de un discurso de hotel, ametralla —con un arma de verdad— una máquina expendedora de los refrescos de la competencia.

Alguien así escala posiciones, y ya en 1997 lo tenemos en el puesto de CEO mundial de Saatchi & Saatchi. Para ese entonces, la compañía estaba mal. Pero eso no tenía importancia. Roberts estaba allí, con su metralleta de amor, listo para abrirle un montón de agujeros a la represa del éxito. Tardó seis años, pero lo logró: en 2004 firmó un contrato de 430 millones de dólares con JCPenney. Y todo gracias a una nueva idea, una estrategia publicitaria salida de las profundidades de su historia personal: las *Lovemarks*.

LOVEMARKS, ¿Y ESO CON QUÉ SE COME?

Las *Lovemarks* no sólo se comen. Se perciben con los cinco sentidos. *Lovemark* es, simple y llanamente, amor. Para Roberts, los tiempos de la economía de la información pasaron. El consumidor, hartado de la saturación de mensajes, ignora la publicidad. Y es que la saturación es un ouroboros que se anula a sí mismo. Julio Villanueva Chang cita a la dibujante iraní Marjane Satrapi: “Es como si cuanto más información se tiene, menos se supiera. Es lógico. Yo, por ejemplo, si veo demasiados cuadros en un museo, me olvido de todos enseguida. Demasiada información bloquea el cerebro”. En medio de un panorama tan desolador, Roberts dice haber encontrado la salida. Adiós a la economía de la información, ábrele las puertas a la economía de la atención. Pero cuidado. No sólo se trata de llamar la atención. Esto es fácil hacerlo. El asunto es otro. La estrategia está en *prestar atención*. La gente quiere sentirse amada por medio del intercambio comunicativo. Escuchar y ser escuchado. La metáfora sobre este razonamiento fue más que lógica para Roberts: la relación entre la marca y el consumidor deberá ser como una relación amorosa. John Lennon y Yoko Ono en una foto de Annie Leibovitz. Amor, eso es todo lo que necesitas.

“La gente cree que el Amor es una emoción, pero es sentido común”, dijo Ken Kesey, el Prankster Mayor, quien poco sentido común se nos antojaba que tenía hasta leer esta su frase. Sentido común es lo que busca Roberts: que el comprador —la gente dice Roberts—, se enamore del producto a través de la constancia de ese amor recíproco y atento. Que ese amor, atado por la fidelidad, se vuelva una especie de *nuevo* “sentido común” que lleve al consumidor —a la gente— a preferir una marca, a comprar una marca, a quedarse con esa marca durante mucho tiempo. Toyota es *Lovemark*, Apple es *Lovemark*, McDonald’s es *Lovemark*, Starbucks es *Lovemark*. Sin importar el precio o lo difícil que represente hacerse de ella. Un café de Starbucks es más costoso que cualquier otro café del mundo. Una computadora Apple cuesta dos y tres veces más que una de otra marca. Pero eso no le importa a quien ama una marca. Porque lo que está allí, en el centro de la luz, es la fidelidad.

Así, la *Lovemark* resulta una emoción pseudo racional basada, según Roberts, en tres atributos: misterio, sensualidad e in-

timidad. Son “tres atributos que no solían formar parte de los clásicos atributos de las marcas”, dice Roberts. El misterio nos trae *grandes historias*; nos trae *pasado, el presente y el futuro*; un *despertar de sueños*; la formación de *mitos e iconos*, y finalmente, la *inspiración*. La sensualidad se haya envuelta por las percepciones: el *oído*, la *vista*, el *olfato*, el *gusto* y el *tacto*. Y la intimidad está constituida por el *compromiso*, la *empatía* y la *pasión*. Todo esto, conjuntado, o más bien mezclado, convertido en una sola cosa, produce, según Roberts, la sensación de amor tan anhelada por toda marca. Esa sensación de amor que lleva a una fidelidad a toda prueba. Dentro del axioma amor-respeto, la *Lovemark* obtiene los niveles más altos y positivos de amor-respeto. Mucho amor, mucho respeto. Una *Trustmark* (una marca de confianza) basa su fidelidad tan sólo en el respeto; la moda (una marca pasajera) en el amor extremo y en el escaso respeto (el Tamagotchi); y el producto genérico ha perdido todo amor y todo respeto (Modess entendido como toalla sanitaria en general, o Harina P.A.N. por cualquier otra harina). Frente a un panorama competitivo y saturado de publicidad, donde las marcas se movilizan y traspasan fronteras hacia las aguas del olvido o de la indeterminación genérica, la perspectiva de la *Lovemark* es la más deseable. ¿Qué hacer para alcanzar este sitio? Pues tomar en cuenta y desarrollar los tres atributos principales de la *Lovemark*.

¿ES CHÁVEZ UNA MARCA?

Más allá de considerar a la marca simplemente como aquel elemento registrado legalmente por una empresa, veamos esta cita de Roberts en torno al tema:

Lo que importa a los consumidores de la “trademark” es que le ofrece garantía. “Esto tendrá la calidad por la que voy a pagar”. Para ambas partes, empresas y consumidores, las “trademarks” son símbolos de continuidad en un entorno de cambio constante.

¿Qué garantía ofrece Chávez? ¿Qué calidad obtiene la persona que compra la marca Chávez? ¿Cuál es el entorno de cambio constante en que deberíamos de suscribir a Chávez? Leamos brevemente al ensayista y escritor José Balza en el ensayo *Pensar a Venezuela*:

“

No terminamos de madurar como país, porque hemos vivido el cambio constante. ¿Chávez acaso no significa esa continuidad que caracteriza a la marca de la que habla Roberts? Elección presidencial tras elección presidencial, ¿el mensaje del votante no ha sido el mismo? Un mensaje que parece decir: “nos quedamos con éste, porque este nos asegura la continuidad.”

”

Nos ha impulsado [a los venezolanos] el deseo de una permanente sustitución y tal vez esa incesante frescura haya sido el tono de nuestra personalidad como país. Planes educativos, instituciones públicas, ideas para el desarrollo de numerosos productos, la utilización del petróleo, etc. conducen siempre a un punto donde tales proyectos se frustran porque son sustituidos por novedosas planificaciones que, a la vez, desembocarán en otras.

¿A qué nos lleva todo esto? A una eterna juventud que no termina de cuajar, nos dice Balza. No terminamos de madurar como país, porque hemos vivido el cambio constante. ¿Chávez acaso no significa esa continuidad que caracteriza a la marca de la que habla Roberts? Elección presidencial tras elección presidencial, ¿el mensaje del votante no ha sido el mismo? Un mensaje que parece decir: “nos quedamos con éste, porque este nos asegura la continuidad.” El *no volverán* implica un cambio indeseado, y para muchos, un retroceso. ¿El pueblo venezolano entonces, comienza a madurar? No nos toca preguntarnos acá si vamos por el camino correcto en ese proceso de maduración, pero las palabras de Balza unidas a las de Roberts hacen pensar.

¿Chávez es una marca?

Pues una marca en un principio es una caja vacía que se va llenando de significa-

ciones a medida que va entrando en contacto con el mundo. Una marca habla e interactúa, emite su luz particular, y si tiene suerte, se posiciona en nuestra mente y se diferencia del resto de otras marcas en el mercado. La marca es eso, diferenciación a través de las significaciones en un intercambio comunicacional. Una marca es un legisigno (un argumento) que se vende para vender. Ahora pensemos en Chávez, y dejemos la pregunta en el aire: ¿Chávez es una marca?

ESCARBANDO LA PARÁBOLA AMOROSA

Continúa el Presidente en su alocución en el hato de Apure:

Mira, lo digo con humildad pero lo digo con orgullo, nunca un soldado de mi escuadrón desertó, nunca. Una vez uno de ellos no volvió, no volvió, y pasó un día y pasó el segundo día y pasó el tercer día, y había que declararlo presunto desertor al tercer día según las escrituras, según los reglamentos, y yo al segundo día dije, “no, dame acá la ficha de este soldado”, e hicimos un estudio, un muchacho bueno, de los mejores, callado, un llanero de aquí.

Sigue diciendo el Presidente que se fue a buscarlo. Que llegó a su casa, y lo recibió su viejo padre. El muchacho no estaba. Convenció al viejo, y el viejo lo buscó y se lo trajo. El muchacho le dijo entonces: “Mire mi capitán yo voy a matar a alguien”. “No, como tú vas a estar matando a nadie”, le respondió el Presidente, y sigue:

Bueno, latifundistas de por ahí llegaron, le mataron todos los cochinos al viejo, le tumbaron el rancho que tenía por allá, corriendo a los campesinos —es una vieja estrategia—, le violaron una hermana. Me dijo: “Yo voy a matar a alguien, ya yo sé a quien voy a matar”. Le dije: “Tú no vas a matar a nadie”. Ahora, aquel soldado era la expresión de la dignidad y de la impotencia. Decía: “Mi capitán, ajá, y a quién..., dónde está un juez”. Yo al final le dije: “Hijo tú tienes razón, pero no puedes matar a nadie”. Y le dije sin decirle, sin decirle claramente, le dije: “Algún día, yo no sé dónde estarás tú ni donde estaré yo, pero algún día mataremos lo que hay que matar, pero no es una persona la que hay que matar, es un régimen”. Ése sí era un ¡régimen!

Es de notar que esta historia está narrada en primera persona, lo que le da una indiscutible aura de intimidad. Esta *intimidad* se da incluso más allá del discurso: también toma cuerpo en la acción. El *compromiso* de Chávez es constante: siempre está allí, en la pantalla, la mayoría de los domingos, hablándole a la gente. Dice Roberts: “El compromiso a largo plazo es crucial en la relación con la *Lovemark*”.

Así, pareciera que la cadena mediática no se traduce en hastío para quien ama a su Chávez-*Lovemark*: la cadena mediática representaría para ellos, los seguidores, ese compromiso, esa constancia, esa pasión por estar constantemente junto al ser amado. La cadena no resultaría así el ansia totalitarista que acusa el opositor, sino atributo de intimidad: compromiso, pasión y empatía. *Empatía* porque Chávez no da discursos, no lee arengas escritas por otros. Chávez es un conversador, incluso un predicador, pero nunca un lector de discursos (en raras ocasiones lo hace, y aun así, se sale). Un predicador, porque además, su conversación siempre entraña un mensaje, siempre nos cuenta una historia para llegar a una lección. Chávez es un contador de parábolas. El cuento del soldado existe sólo en función de hablar de las tierras, de la apropiación para el pueblo, de la muerte de un régimen anterior. Los latifundistas, los amos ociosos de la tierra, violaban y mataban. Sufría el pueblo (el soldado y su familia). Pero, y este es el mensaje, en los nuevos tiempos ya no es así. En los nuevos tiempos el latifundista es castigado, despojado de su poder corrupto. El soldado vuelve a las filas. El soldado vuelve a ser digno.

La empatía es cercanía, pero también es escuchar. De allí la constante intervención de la gente en sus alocuciones presidenciales. La gente tiene derecho al micrófono, el derecho y la libertad de hablar. Y Chávez tiene el deber de escuchar. Más que el deber, el gusto. Escuchar para Chávez, en sus alocuciones, pretende ser un gusto. En el teatro de la soberanía íntima Chávez es un hombre que escucha.

La historia contada se vuelve un *misterio*, porque mientras es contada, se estructura para llevar al receptor hacia algún lado: no es gratuita, busca un efecto didáctico, moral, aleccionador. Así, mientras está siendo relatada, mientras no se sepa lo que busca, es un misterio. Un misterio que viene del *pasado*, para hablar del *presente* y justificarla (¿las expropiaciones?), siempre con miras a iluminar el *futuro*: el socialismo del siglo XXI. Así, esta

“

La empatía es cercanía, pero también es escuchar. De allí la constante intervención de la gente en sus alocuciones presidenciales. La gente tiene derecho al micrófono, el derecho y la libertad de hablar. Y Chávez tiene el deber de escuchar. Más que el deber, el gusto. Escuchar para Chávez, en sus alocuciones, pretende ser un gusto.

”

historia o parábola, contada desde el pasado, tiene un carácter instaurador, originario del tiempo nuevo. Está muy cerca del mito de Mircea Eliade. En *Lo sagrado y lo profano*, Eliade nos dice que el mito relata una *historia sagrada*, es decir, un acontecimiento primordial que tuvo lugar en el comienzo del Tiempo. Si consideramos que Chávez *refund*a la república y que habla constantemente de un tiempo nuevo, pues estamos, con la parábola del soldado, ante una historia que tiene lugar en el comienzo del Tiempo, o antes del tiempo que ahora es. Según Eliade, sacar a la luz una historia sagrada “equivale a revelar un misterio, pues los personajes del mito no son seres humanos: son dioses o Héroes civilizadores”. Hugo Chávez, desde esta perspectiva, funciona como ese *héroe civilizador*. Es el hombre de los nuevos tiempos. Así, en la medida en que esta historia es un mito, también *despierta sueños* y es *inspiradora*. Mueve a los hombres a seguir el ejemplo del héroe. Mueve a la gente a realizar o creer que participa de las grandes acciones del tiempo nuevo.

Misterio e intimidad quedan claros. También es evidente el carácter sensorial. La *sensualidad* está presente dentro del discurso y en el contexto del mismo. En el contexto, el contador está frente a su público. Se encuentra allí, es percibido por la vista. Pero además es presencia fuera de una institución acartonada. No es el ora-

dor en el hemisiciclo. No es soberbia ni lejanía de asamblea. El orador está en el lugar de los acontecimientos, en el llano real, Venezuela adentro. Al conversador-orador lo rodea el calor, el sol, los mosquitos, los olores del campo. La escena y Chávez son absolutamente sensoriales. El discurso también lo es. La oralidad es sensorial, en cuanto no es un discurso elaborado desde la academia, sino desde la esencia misma de los tiempos, de los contadores-chamanes. La oralidad se opone al poder del discurso académico. Es así sensorial, y también íntima, y también misteriosa.

No cabe en este trabajo hablar de las características del discurso oral. Pero sí puedo anotar algunos elementos psicodinámicos, tal como los señala Walter J. Ong en *Oralidad y escritura*. Al nombrarlos, recordamos de inmediato el estilo consabido del Presidente: repeticiones (“Una vez uno de ellos no volvió, no volvió, y pasó un día y pasó el segundo día y pasó el tercer día”. “Bueno, esta tierra está bien buena, tierra buena, mira, tierra buena para todo”), antítesis, expresiones calificativas y de tipo formulario (en este encuentro del Hato El Cedral, Chávez pronuncia la palabra *pitiyanquis* veintidós veces), marcos temáticos comunes (el soldado en el monte, el soldado que deserta, la razzia de los malvados, el héroe que va a buscar y trae de vuelta lo perdido), proverbios... Por supuesto, debemos sumar a ello el léxico propio del ámbito campesino (en este caso) o muy coloquial: “la sabana parecía un garcero”, “lo jineteó”, “embuste”, “vamos a montar una parranda”. Tampoco debemos dejar a un lado la prosodia: el acento, tono y entonación del Presidente están preñados de una cotidianidad y una llaneza profundamente marcadas.

Sólo quiero señalar un elemento más con respecto a la oralidad, uno que el mismo Ong acota: el estilo oral aditivo. Es decir, la acumulación de frases, por encima de la subordinación. Acá un ejemplo: “Andrés Izarra, por aquí está La Barretera y ahí nace el Matiyure, claro, y se va rumbo abajo y pasa por Achaguas y las Queseras del Medio. Y la canción esta que te estoy diciendo más adelante dice...” Nótese la repetición de la conjunción y formando frases acumulativas.

MÁS PREGUNTAS QUE CONCLUSIONES

Una investigación más a fondo (esto es apenas un juego literario), requiere en este

caso, el análisis de otras alocuciones del Presidente para seguir trabajando sobre los patrones de la *Lovemark*. No obstante, bien sabemos, por nuestra cercanía temporal y constante al fenómeno comunicativo que el Presidente representa, que las constantes analizadas se encuentran allí, más que evidentes. Sí es fundamental la generación de preguntas que nos lleven a nuevos caminos.

¿Podemos entonces hablar de una nueva forma de propaganda? ¿Podemos hablar incluso de una forma exquisita, mejorada, evolucionada de demagogia? Si es así, esta demagogia, esta nueva forma de propaganda, ¿es más resistente que las anteriores? El receptor, tal como dijimos, ha cambiado. ¿Eso no ha obligado acaso a crear un emisor de nuevo cuño (en nuestro país y algunos otros vecinos), resabiado, conciente del pasado y más inteligente en sus aproximaciones demagógicas? ¿Es este discurso más fuerte, más capaz de asegurar mayor permanencia en el poder, como parecen certificarlo todos sus años en el poder?

Este emisor *demagógico*, entendido como aquel que juega con sentimientos para modificar conductas políticas, pareciera haber pasado a un nuevo nivel: no sólo juega con los sentimientos, sino que los intercambia sobre una misma plataforma espiritual. Más de una opinión se ha escuchado con respecto al fin de los recursos materiales y la permanencia del Presidente. Se asegura a viva voz que cuando se acabe el dinero, se acabará la fidelidad del *pueblo*. ¿Será esto cierto? ¿No hemos pasado ya de una crisis a otra? ¿De un fin a otro fin anunciado mil veces desde la furia de los gañotes radicales? El Presidente sigue allí, y tan poderosa constatación nos obligaría a preguntarnos si debemos seguir comprendiendo las dinámicas de la política actual desde los parámetros obsoletos de una demagogia anterior.

Otro punto interesante se encuentra en la perspectiva del pensamiento mágico-sagrado. El líder instaurado a profundidad en lo religioso, el líder como héroe. El amor (entendido como *Lovemark*) se entrelaza con el mito, y el arraigo se antoja aún más profundo. Si así, ¿estamos entonces ante un héroe anticultural, amoroso, que vende? ¿Nos encontramos ante un *Terminator re-loaded* y tan complejo, diferente y poderoso que aún los entes fundamentales dentro del intercambio democrático como los partidos de oposición o las figuras de oposición, no han logrado entender? Tal incompreensión, ¿no es acaso dañina para la vida democrática?

“

Otro punto interesante se encuentra en la perspectiva del pensamiento mágico-sagrado. El líder instaurado a profundidad en lo religioso, el líder como héroe. El amor (entendido como *Lovemark*) se entrelaza con el mito, y el arraigo se antoja aún más profundo.

”

Revivir el marxismo, revivir el socialismo, revivir el pensamiento mágico-sagrado, revivir al héroe, revivir la contracultura: el pasado se vuelve una forma de hacer futuro. Pero este pasado es aún más lejano que el pasado *cuarto republicano* que el futuro pretende aniquilar. Una vez más, pareciera que para comprender la marcha de los acontecimientos, ya no bastan las estrategias caducas del lenguaje político de otros tiempos.

Cabe, claro está, suponer la objeción del odio. El discurso del odio. ¿La *Hate-mark*? Puede también que la empatía del odio sea otra forma del *Lovemark*. El odio por amor. La furia por amor. El odio que surge de la cólera de los justos (de Dios) contra la maldad del mundo. Nos amamos dentro del odio, nos amamos unidos *dentro* del odio. ¿Será esto posible?

En fin, Vidocq, aquel famoso detective francés, decía “Yo soy Vidocq”, y ese era su grito de guerra, el presidente Chávez, en su alocución 318, en La Bombilla, Petare, gritó: “Yo soy de la Bombilla”.

■ **Fedosy Santaella**
Periodista y escritor. Tiene en su haber varias novelas. Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y profesor del Postgrado en Comunicación Social de la misma Universidad.



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

Referencias

- BALZA, José (2008): *Pensar a Venezuela*. Caracas: Bid & Co editor.
- ECO, Umberto(2005): *Sobre literatura*. España: Random House Mondadori.
- ELIADE, Mircea (1967): *Lo sagrado y lo profano*. España: Editorial Labor, S. A.
- HEATH, Joseph y POTTER, Andrew (2005): *Rebelarse vende, el negocio de la contracultura*. Editorial Santillana
- ONG, Walter (1993): *Oralidad y escritura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ROBERTS, Kevin (2004): *El futuro más allá de las marcas, Lovemarks*. España: Ediciones Urano.

10 años de imagen en la Venezuela revolucionaria



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

Entre la semiosis del ego y la heterogeneidad del disparate

Este artículo tiene como finalidad revisar 10 años de producción iconográfica en la política del país bajo el gobierno de la revolución bolivariana. La perspectiva para abordar el tema no ha sido descriptiva, ni ha tenido el ánimo de catalogar toda la producción; de por sí inabarcable en un artículo. Se trata, entonces, de una mirada semiótica a las estrategias de enunciación del poder en Venezuela y el resultado que éstas han obtenido como prácticas que conllevan a la sumisión del ciudadano. Operación que constituye un yugo simbólico capaz de imponerse a través de lo que he llamado semiosis del ego y heterogeneidad del disparate.

A bordar materias donde es central revisar sistemas expresivos lingüísticos o iconográficos, discursos visuales afirmados por valores estéticos o por la orientación funcional del diseño, modos de agrupamientos simbólicos –bien sean códigos o archivos– y estrategias de circulación de los discursos –en prácticas sociales o individuales– emplazados en el siglo que nos corresponde precisa, sin lugar a dudas, admitir que nuestras cavilaciones están sujetas a la movilidad epistémica y tecnológica de la comunicación en la década de las redes. Las transformaciones veloces de los lugares desde donde podemos conocer los medios, las prolíficas fuentes donde debemos explorar la producción de imágenes y palabras, los incontables ambientes donde conseguimos estudiar los modos de relación de los seres humanos con respecto a las ofertas tecnológicas; así como los cambios constantes en las reglas que sustentan las rutinas de interacción y socialización ha dispersado la mayoría de las construcciones metodológicas. Y sin embargo, esa dispersión es la categoría que nos permite comprender la comunicación y la cultura contemporánea. Es el primer sustrato analítico y teórico que nos acoge. Es una condición, no una posibilidad. Por eso hablar de nuevas tecnologías, nuevas formas, neo-expresiones y nuevos modos de acción o interacción entre otros, se ha vuelto lo viejo. El saber, en la comunicación, tensado fuera de los campos de reconocimiento doctrinario está afectado por la reorientación permanente de la mirada. ¿Cómo, entonces, revisamos y pensamos desde la metamorfosis que define nuestra cultura? Un camino es ubicarnos en las estrategias de transformación y no en los objetos que cambian.

Esta perspectiva, de inmediato, me refiere al valor de la multiplicación como acto de producción y a la multiplicidad como cualidad de todo lo que es originado en la acción de ese acto. Multiplicar, en este sentido, no significa que se han acumulado valores individuales sino que se ha ampliado la función de lo que es similar¹. En comunicación supone una relación mediada por el deseo de sentir y no por la necesidad de procesar. Es la seducción de lo múltiple que puede prescindir de lo diferente, de aquello que tiene valor y es unidad porque conserva un patrón, una tradición o una verdad referencial. Multiplicar, en este sentido, no es sumar objetos. Es duplicar la sensación del presente, de la ubicuidad, del consumo, del golpe emocional ya sistematizado como efectivo y de la acción que lleva a recrearse mitológicamente en tiempo real. Ahora bien, ¿esto incluye la oportunidad de expandir, avanzar o adquirir? Que se hayan clonado los correos electrónicos, los chat, las redes sociales, los canales de TV y las funciones de la telefonía móvil 20, 30, 40 ó 50 veces ¿quiere decir que los seres humanos ahora nos comunicamos más? Si busco en Google “noticias” y en 0,06 segundos consigo 293.000.000 de enlaces ¿debo suponer que hay más información?

El universo mediático del siglo XXI es multi-media, multi-espacial, multi-perspectiva, multi-discurso, multi-polar, *multi-touch*, multi-canal, multi-funcional. Múltiples monitores, ventanas, miradas, voces, perspectivas, verdades y señales soportan la práctica de la mayoría de los modos de producción y consumo de mensajes asociados tanto a las tecnologías emergentes como a las convencionales. De ahí se deriva la ubicuidad digital de emisores y receptores. Si alguien se desplaza en un auto y ocurre lo siguiente: en

la radio suena una estación de Caracas, por las ventanas observa publicidad de viajes a las islas del Caribe, en su teléfono móvil está viendo videos de la *BBC* de Londres sobre el conflicto en las elecciones de Irán, chateando con alguien en Tokio y verificando la ruta de su desplazamiento a través de los mapas del GPS ¿dónde se encuentra? ¿En qué tiempo ocurre cada evento? Aunque circule por una ciudad no tiene lugar de referencia concreto. Aunque su reloj siga un patrón, cada evento puede tener un huso horario distinto. No es determinante la realidad física de su constitución biológica frente a la escisión de la conciencia multiplicada en cada uno de los medios que la activan y son activados a la vez. A esto podemos incorporarle la interminable variación de la identidad expandida en mitologías sociales o personales en redes como *Facebook* o *Twitter*, la publicación de lo privado y la proliferación del dato individual, la validación de la mirada *naif*, la centralización de las perspectivas hasta ahora periféricas y la dictadura del presente entre muchos otros fenómenos de la cultura del siglo XXI. Si estas son las condiciones donde son producidos los signos icónicos de nuestros tiempos, ¿qué estrategia permite revisar 10 años de comunicación visual de un gobierno en Venezuela que se autodenomina revolucionario? ¿Dónde ubicamos un análisis que nos apruebe dilucidar la producción simbólica del *chavismo* como un corpus visual del ejercicio de poder y de las acciones o reacciones de los venezolanos con respecto a él?

Un primer paso puede ser –más que revisar, describir y catalogar los enunciados producidos desde la aparición de Hugo Chávez, imposibles de abarcar en un artículo como este–, indagar las propiedades de la enunciación en una forma de comunicación que produce imágenes en un ambiente de pugna con los medios, por el control de sus espacios y tecnologías, y cuyos modos expresivos pertenecen a lo que he identificado como multiplicación y multiplicidad. En este sentido, no importan directamente la expresión y el contenido de cada uno de los incontables murales pintados, *grafiteados* o hechos en cerámica; de las cientos de vallas, miles de afiches y publicidades en medios impresos; de los millones de materiales POP repartidos en cualquier acto; de los abundantes blogs, comunidades, redes sociales o sitios de gobierno electrónico en Internet; de las horas en radio, cine y TV bien sean en cadenas, noticias y programas de todo tipo; o de la suma de lo publicado en

“

El examen del discurso visual del gobierno de Hugo Chávez nos acerca, a través de caminos inestables, a una retórica publicitaria, masiva, panfletaria y colectivista. Ésta se sostiene en la re-inención fútil de los argumentos sociales, ideológicos y políticos habituales del pensamiento crítico; en una disposición fática del discurso limitada casi por completo a la repetición, a la alta frecuencia y a la coloración de los espacios

”

prensa, revistas, folletos y libros. El asunto, de esta forma, no lleva a revisar una posible acumulación de mensajes en una memoria histórica, sino a alinearnos hacia las siguientes preguntas: ¿cómo es el sistema que ha producido todo esto? ¿Cuál ha sido su intención enunciativa en la práctica de comunicar? ¿Ha fijado algunas marcas si queremos abordarlo buscando el ámbito de reconocimiento visual de una enunciación política que se llama revolucionaria?

El examen del discurso visual del gobierno de Hugo Chávez nos acerca, a través de caminos inestables, a una retórica publicitaria, masiva, panfletaria y colectivista². Ésta se sostiene en la re-inención fútil de los argumentos sociales, ideológicos y políticos habituales del pensamiento crítico; en una disposición fática del discurso limitada casi por completo a la repetición, a la alta frecuencia y a la coloración de los espacios; y en la ornamentación donde predomina lo kitsch. Asimismo, una exploración más bien semiótica nos revela que la producción icónica está atrapada en lo que pareciera una semiosis del disparate. Esto dispone la aparición de argumentaciones visuales muy extensas –en programas de televisión maratónicos, en decenas o centenares de kilómetros ilustrados en las autopistas del país o en frecuentes campañas electorales– donde

la concatenación de los signos pareciera darse por un *random* que provoca la interpretación caótica de unos mismos objetos ideológicos, políticos y sociales una y otra vez. Lejos de ser un proceso lógico de producción de significado es una repetición de fórmulas, multiplicadas casi *ad infinitum*, en la exterioridad de las posibilidades retóricas de lo multi-media.

I. MITOLOGÍA DEL SÍ MISMO: LA SEMIOSIS DEL EGO Y LA HETEROGENEIDAD DEL DISPARATE

¿Qué sustenta esa multiplicidad expansiva, fática, colonial y desmedida de la imagen durante la última década? Una revisión de la producción simbólica del gobierno bolivariano nos refiere a planes, misiones y campañas electorales que en su multiplicación, así como en su aparición y desaparición, generan marcas visuales heterogéneas. En algunas publicaciones pueden aparecer hasta 5 ó 6 identificadores distintos. También en una misma estrategia comunicacional pueden reduplicarse, sin una relación efectiva, las propuestas visuales. Ese es el caso de las 27 misiones; entre ellas no encontramos unidad visual alguna. Cada cual tiene su identificador, y por lo tanto no mantienen una identidad común. La Misión Alimentación lleva el identificador de Mercal, la Misión Cultura se identifica con una propuesta tipográfica dentro de un cuadrado, la Misión Identidad se distingue por una suerte de mandala tricolor realizado con una analogía entre las manos y dos letras contiguas: la M y la I. Otras como la Misión Cristo y la Misión 13 de abril no tienen identificador.

Hay ciertas marcas icónicas en la mayoría de los productos visuales del Gobierno que son repetidas sin un orden o un canon manifiesto: la Bandera Nacional, los héroes de la independencia –Simón Bolívar, Sucre y Francisco de Miranda con mayor frecuencia– y algunos personajes de la historia republicana exaltados por el Gobierno –Ezequiel Zamora y Cipriano Castro entre otros– junto a personajes populares venezolanos, latinoamericanos o globales –Cristo, Armando Reverón, Dudamel, Ché Guevara, Negra Hipólita y Maisanta entre otros–. Asimismo, en una década de campañas, batallas y estrategias, el oficialismo se ha encargado de marcar la dirección hacia la izquierda –caso emblemático, el caballo blanco del Escudo Nacional–, ha diagramado ejes estratégicos, flechas de los motores de la

revolución y su derivado: una estrella de cinco puntas que luego vemos en el logotipo del PSUV sobre una V. Ha utilizado nubes de diálogo, pintas indígenas, firmas, el librito azul de la Constitución y la iconografía personal del Presidente: boina roja, verruga, brazo extendido apuntando hacia el firmamento, rostro reflexivo con el dedo apoyado sobre el mentón y traje militar de campaña entre otros. La propaganda oficial también recurre con frecuencia a una tipología codificada del venezolano común –ilusionado, feliz y contextualizado por sus carencias– y a su relación con el Presidente; una de las más trilladas es la del jefe del Estado con un niño en brazos.

Junto a la proliferación icónica ocurre un proceso de violencia iconoclasta atribuido a lo que la política oficial llama revisión y reivindicación histórica. Esto ha llevado a desmontar, destruir o agredir monumentos, estatuas, obras de arte, identidades visuales, edificios emblemáticos y templos religiosos. Así ocurrió con el monumento a Cristóbal Colón en Plaza Venezuela –derribado por una turba y arrastrado hasta los predios del Teatro Teresa Carreño–, con la nao Santa María en el Parque del Este (antes Rómulo Betancourt, hoy Francisco de Miranda) sustituido por el Leander donde navegó Francisco de Miranda en 1806, con el Muro de Inducción Cromática de Carlos Cruz-Diez en el Puerto de la Guaira –cuya demolición fue *inaugurada* por el presidente del puerto y el alcalde del Municipio Vargas, y justificada por la entonces directora del Museo de la Estampa y el Diseño Carlos Cruz-Diez, Katherine Chacón–, con todos los logotipos de las instituciones culturales sustituidos por una pintadera (sello corporal) de la etnia Panare llamada el perro y la rana, y con los ataques a iglesias y a la Sinagoga de Caracas.

Toda esta heterogeneidad de un ejercicio interminable de montaje y desmontaje icónico, de la proliferación de elementos expresivos inconexos que aparecen y desaparecen del imaginario revolucionario, así como de las marcas visuales que permanecen modificando su morfología en el tránsito de los planes, estrategias, batallas mediáticas, campañas electorales y surgimiento de instituciones, tienen en el origen de su enunciación una práctica que las unifica: la semiosis de un Presidente que gobierna urgido por la emergencia del tiempo real de la comunicación contemporánea y la multiplicación del efecto de su enunciación en los medios. Frente a la

“

El despliegue visual en la oportunidad de cada evento –elección, confrontación nacional o internacional, inauguración, fundación de una institución entre muchos– sugiere una práctica similar a la desplegada en las campañas de moda o en las temporadas de los seriales televisivos. Cada re-lanzamiento de la propuesta revolucionaria está sujeto a un mandato o a un ritual: la renovación debe estar amarrada a la identidad del emisor, del líder.

”

necesidad del cambio o actualización permanente del *proceso revolucionario*, de la *profundización de la revolución*, de la *so-bremarcha de los motores de la revolución* o cualquier otra campaña emprendida por el Presidente, las propuestas visuales se multiplican en todas las variaciones posibles. Siempre relacionadas por la imagen unificadora de Hugo Chávez y la calidad sensorial del color rojo que tiñe hasta los uniformes de los encargados del mantenimiento de las calles del país. Una y otra, las imágenes y las consignas, vuelven sobre sí. Es la clonación de unas reinterpretaciones ideológicas que circulan en series. Son simulacros gráficos que adolecen de otra jerarquía distinta a aquella propuesta por el evento que señala, al día, Hugo Chávez; un mandatario cuyo gobierno se desarrolla *en vivo y directo* y en formato multi-media.

El despliegue visual en la oportunidad de cada evento –elección, confrontación nacional o internacional, inauguración, fundación de una institución entre muchos– sugiere una práctica similar a la desplegada en las campañas de moda o en las temporadas de los seriales televisivos. Cada re-lanzamiento de la propuesta revolucionaria está sujeto a un mandato o a

un ritual: la renovación debe estar amarrada a la identidad del emisor, del líder. A su vez, el emisor, tiene un ADN incierto pues está configurado por ese *random* de interpretación caótica de los mismos objetos ideológicos, políticos y sociales que referí antes. Sin embargo, su naturaleza es una estructura de identidad que se clona rápidamente en los discursos y la imagen de todos sus partidarios. En este sentido, la profundización del socialismo del siglo XXI ha sido una permanente re-construcción mitológica de la autoreferencialidad del Presidente. Pero es el referente revolucionario –los ideales, el país, la Constitución o el bolivarianismo entre otros–, aquello donde tendría que alojarse su verdad y prueba inicial, justamente lo que parece el lejano murmullo de la puerta del laberinto después de haberse adentrado kilómetros en él. El objeto que valida la representación –aquello llamado por Peirce *Dynamical Object*– va diluyéndose en la multiplicación de unos enunciados que refieren a sí mismos y no a él. No obstante, el objeto representado en la imagen –llamado por Peirce *Immediate Object*–, es que es una selección de la realidad y que la reproduce en alguno de sus aspectos (Peirce, 1909) viene a constituirse en la única verificación de la identidad revolucionaria. Todas las reproducciones de Hugo Chávez –y por lo tanto del gobierno bolivariano– son una selección de lo anteriormente representado de sí mismo. Y eso, su vez, viene de ser la imagen precedente de alguno de sus aspectos desarrollados en estos diez años dentro del *random* ideológico. Aquí la semiosis no es originada por la sustitución lógica de un signo por otro ni por la ampliación de su significado en la interpretación. La reproducción de la imagen está dada por la necesidad variable del presente y la emergencia del *rating* revolucionario. De esa forma se ha reproducido lo similar en lo similar, a través de la multiplicación mediática del *chavismo*.

La mitología autorreferencial del Presidente ha acentuado la disminución, con los años, de los símbolos bolivarianos que lo acompañaban al inicio de su gobierno. El anclaje lingüístico de este fenómeno lo encontramos en la sustitución de las acostumbradas citas del pensamiento de Bolívar en los organismos oficiales, por las del *comandante*; en los actos donde se le llama abiertamente libertador a Chávez –desde el 2008 siguiendo la letra de la canción *El Libertador* del grupo español Ska-P– y en los anuncios donde su nombre designa tradiciones –*feliz chavidad*–

entre otros. La imagen de Chávez se ha alejado de Bolívar para reproducirse a sí misma en el comandante-obrero, el comandante-teórico, el comandante-educador, el comandante-pescador y el comandante-líder espiritual entre muchas otras identidades. Es el que se multiplica en los medios colonizándolos, el que nombra y señala, el que escribe las líneas, pinta cuadros, lanza cadenas y dice *ojo pelao* o bien *el que tenga ojos que vea*. Ojos que deben multiplicarse en la actualización permanente de ideas similares y el discurso visual que es desplegado desde el poder a través del simulacro³. La mirada en estos diez años ha quedado solidificada como una marca endógena. La vista ha sido aplastada bajo el dedo índice que señala los recurrentes iconos del ego, forzada a la aceptación de esa fuerza que la sofoca mientras se multiplica a sí misma una y otra vez en todos los medios. La función de la mirada perdió, en la retórica del Gobierno –que trata de imponer como realidad única para todos los venezolanos–, su lugar en el proceso de comunicación. Mirar para el discurso revolucionario no es contemplar, indagar, observar o verificar; es aceptar y afirmar. En el interior de la semiosis del ego, multiplicada en todos los enunciados y todas las tecnologías, mirar es verificar la transformación del Presidente en sí mismo una y otra vez. La acción enunciativa está articulada con la multiplicidad del despliegue totalitario del enunciado.

2. SUMISIÓN ICÓNICA: LA NECESIDAD POR EL DESEO

Nada ocurre, bajo estas condiciones de representación, sin el destino manifiesto de lograr el goce por la vía de la expansión y el deseo insuperable. Ya no hay espacio aquí, en la comunicación social de la Venezuela revolucionaria, para la necesidad. Aún así los partidarios del *chavismo* siempre desean más. Desde la retórica visual del Gobierno, alimentarse ha cobrado un valor que no coincide con las exigencias biológicas de los ciudadanos. Los venezolanos que consumen, desde esta perspectiva, han perdido el hambre hace ya mucho tiempo. El Gobierno en su lucha con la oligarquía está pintando *rojo, rojito* el mapa de la distribución de los alimentos en Venezuela para beneficio del pueblo. El proceso de pintar es literal, no se trata de una metáfora para marcar la apropiación de los medios de producción y distribución. Cada espacio adquirido por la vía

“

¿Ha suprimido el discurso revolucionario las carencias y nos vemos ahora arrojados a un estado de abundancia? ¿Todo aquello que necesitábamos como seres biológicos y sujetos de la comunicación ha sido satisfecho? De ninguna manera; basta con residir en Venezuela para tener conciencia de que vivimos en el país de las carencias.

”

política es colonizado de inmediato por la imagen: estructuras pintadas de rojo, imágenes del Presidente, citas revolucionarias, iconos históricos y uniformes también rojos. Sin embargo, nunca es suficiente. Jamás han dejado de necesitar y no pueden detener su avidez revolucionaria porque están atrapados por el antojo del sentir, de abrazar lo que su líder ha señalado como justicia social. Paradójicamente la expansión no es hacia el prójimo, el movimiento que alienta el deseo es hacia sí mismo. Es la reproducción de la identidad del líder en el interior de la conciencia.

¿Ha suprimido el discurso revolucionario las carencias y nos vemos ahora arrojados a un estado de abundancia? ¿Todo aquello que necesitábamos como seres biológicos y sujetos de la comunicación ha sido satisfecho? De ninguna manera; basta con residir en Venezuela para tener conciencia de que vivimos en el país de las carencias. ¿Cómo es entonces que puede sustituirse el hambre por el antojo, la necesidad por el deseo? Si la multiplicación iconográfica no equivale a la de los panes, ¿qué es aquello que expone a millones de ciudadanos a sentir más allá de su humanidad y los deja en una infinitud donde no consideran las carencias como definitorias de la vida? ¿Dónde afirman –siniestra paradoja– soberanamente los habitantes de este país el fin de esas necesidades que nos muerden sin misericordia y el principio de nuestros deseos interminables?

Las respuestas a muchas dudas que deambulan cuando nos detenemos a pensar la sumisión, desde la comunicación visual, quizá no están lejos. No aguardan en un lugar encriptado para aparecer luego ante las luces de soberbios esfuerzos intelectuales. Se encuentran conviviendo hundidas en el interior de lo evidente, en las arquitecturas visuales entre las que nos desplazamos, en nuestros usos cotidianos. En el mismo lugar donde lo múltiple se hace operable como una condición de la comunicación y la cultura contemporánea: en la construcción del discurso del día a día. En la semiosis del tiempo real que únicamente puede existir porque hemos erigido al presente como autócrata de la vida, porque el efecto máspreciado de lo que aceptamos como realidad es la actualización. Es ahí, en el discurso validado por las tecnologías del presente, donde son cambiados los alimentos constitutivos de nuestra condición biológica por el placentero deseo de probar y tragar sin descanso. Es, entonces, ese el espacio de nuestras condenas y, a la vez, de nuestras satisfacciones como ciudadanos. Es donde hallamos a hombres y mujeres lacerados por las carencias ponerse firmes, sonreír y exclamar: “con hambre y sin dinero con Chávez me resteo”.

La sumisión provocada por las prácticas de las tecnologías del presente –multiplicación y multiplicidad, *random*, actualización y similitud– en el discurso del poder en Venezuela, no son un asunto que envuelva únicamente al oficialismo y sus seguidores. No obstante, restearse equivale –en el discurso mediático venezolano– a su contrario político: “ni un paso atrás”. Ambos confirman un duelo necesario, inevitable, final y prometedora de la satisfacción total. Sin embargo, es una pugna donde no hay movilidad sino multiplicación. Los opuestos están detenidos en el punto mismo que les corresponde vivir en la confrontación: uno frente al otro. Es una relación de contrariedad donde no avanzan ni retroceden, donde pueden castigarse simbólicamente sin permitirle al otro evadirse. No tienen forma de moverse hacia los lados, no hay donde esconderse, no están destinados a fundirse y tienen vedada cualquier oportunidad de negociar. En esa inmovilidad son sí y no, democracia y dictadura, victoria y derrota, poder y contrapoder, ricos y pobres, en una ambigüedad que se desplaza sólo en la dirección de unas definiciones temporales que les ha otorgado otro. Intermitentemente son calificados desde esa fuerza que los mantiene en su lugar; va-

cíos de significados pero ratificados en la exterioridad que les concede afirmar un día y negar el otro, ser poder en un momento y contra poder instantes después, empujar unas veces y otras mantenerse en una defensa gloriosa de esa posición que nunca ha cambiado; aunque días después tengan otra definición que les ayudará a comenzar de nuevo.

3. SEÑALAR Y APLASTAR: EL DEDO QUE SE MULTIPLICA

El espacio de la confrontación simbólica no esconde nada, las marcas de la dualidad en él son evidentes. Quien está restando ha abierto su juego, ha entregado su cuerpo, ha jurado un compromiso y se lanza al vacío en pos de una apuesta; de la voz que lo llama y le da argumentos para afirmarse sin misterios. El rojo grita, expone, integra, impreca y llena de calor los espacios ya encendidos por la retórica de la revolución de Hugo Chávez. El discurso del líder, ese que define y nombra todo, es actualizado –según las urgencias que él señale– en las paredes, las vallas, los empaques de comida repartidos en Mercal, las cadenas, la propaganda oficial en Internet y los recibos de casi todos los servicios que entran en nuestras casas. Definido por un campo semántico que sostiene el poder, por un significado que lo avala, el restando sale de sí mismo y se lanza con todo aquello que tiene.

Por su parte, el que ha decidido mantener el curso de sus objetivos y no dar ni un paso atrás, de antemano, lo entregó todo y se muestra entero. Está sin máscara, lucha desnudo en la definición que le corresponde. Aunque quisiera voltearse ya no puede, no hay nada atrás. Ha sido señalado por haber firmado, por seguir a los medios de comunicación que lo exponen –“con mis medios no te metas”–, por marchar con partidos políticos acostumbrados a moverse entre la claridad y las sombras, por ser del movimiento estudiantil y por no aceptar una impuesta unidad de conciencia entre muchos otros. Es el ciudadano que permanece sin color, sumido en la transparencia a través de la que puede verse la imagen de los medios que son perseguidos por la revolución, donde son tatuadas las manos blancas del movimiento estudiantil –quizá el único símbolo no forzado y que ha debilitado los esfuerzos iconográficos del Gobierno por demolerlo– o donde aparecen las marcas de las protestas ciudadanas realizadas por la precariedad de los derechos individua-

“

El principio de sumisión en Venezuela no es el tradicional de las estrategias ilusionistas de la industria del espectáculo –aunque las utilice– donde todos pueden verse incluidos y consumir. Tampoco, actúa desde la función estética de las artes visuales; aunque tenga artistas alrededor.

”

les. Evitar la retirada, para este sector, no es una señal de avance; es la reafirmación del impedimento de emprender la vuelta.

En una relación de confrontación como ésta, marcada por el absoluto y envuelta en una dialéctica donde todo está a la vista, donde los mensajes están dichos en voz alta para las masas y donde es desplegada una iconografía que se duplica en la oposición que mantienen ambos bandos en conflicto –unos y otros esgrimen la bandera, señalan al Presidente, utilizan la esvástica para marcar a su contrario de fascista, apelan al símbolo del militar, sus líderes políticos se retratan con la imagen codificada del pueblo y muestran pruebas audiovisuales que los victimizan frente a las acciones del otro–; no hay erótica ni seducción en el acto comunicativo⁴. Nadie quiere convencer simbólicamente –y por lo que hemos vivido tampoco políticamente– al otro, la acción es aplastar y multiplicar. El principio de sumisión en Venezuela no es el tradicional de las estrategias ilusionistas de la industria del espectáculo –aunque las utilice– donde todos pueden verse incluidos y consumir. Tampoco, actúa desde la función estética de las artes visuales; aunque tenga artistas alrededor. Es guiado de manera implacable por la expansión exhibicionista de un presidente –contradictoriamente galardonado con el Premio Nacional de Periodismo Alternativo en los días de redacción de este texto– que no es comunicador. Un líder que después de 10 años en el

poder consumiendo sin medida el espacio de los medios continúa expandiéndose. La sumisión icónica no es comunicación, es un dedo que se multiplica a la vez que señala y aplasta contra su discurso a toda la sociedad; estén del lado que estén los comprimidos bajo su retórica. Tan abrumados yacen los partidarios del Gobierno como los de la oposición.

En la confrontación simbólica que alimenta al poder todo es pornográficamente iconográfico: lo que se ve, lo que se escucha y lo que podemos ver y escuchar a la vez. El discurso ejercido desde la semiosis del ego –que incluye por igual lo que sale del Gobierno como lo que sale de la oposición: dos espejos vueltos uno hacia el otro donde lo que importa no es lo que reflejan sino cómo se multiplican el uno en el otro– está expuesto a su exterioridad última. Desde ahí brilla, centellea, explota y está desnudándose sin parar. Es tan evidente como la afirmación de los letreros de neón que titilan en los locales nocturnos: las luces, los colores y sus formas vuelven implacablemente sobre sí. En ese despliegue de lo evidente, en la expansión de lo similar no existe fantasía y mucho menos erótica; ahí es impensable el misterio, el encuentro o la comunidad. No hay reflexión porque las palabras están dichas a priori por *el proceso*. Las imágenes no pueden cambiar porque están condenadas a repetirse incesantemente en la misma fórmula de su desnudez.

Esta situación nos confronta con un discurso visual que es múltiple y sin embargo nunca sale del mismo punto. Que se expande y se recoge sin haberse movido ni un centímetro; que se siente transgresor pero que a la vez está atrapado en la regularidad efectiva de la redundancia. Cumple con su función de fijar la contrariedad y limpiar las alternativas, es efectivo porque mantiene el deseo más básico, es profundamente fático y carece del pudor del misterio porque no hay más allá. Una vez que ha llegado permanece eterno y autoafirmativo. Es gráfico, obvio y, en ese sentido, pornográfico.

4. LO QUE SIEMPRE ESTÁ POR LLEGAR

Los 10 años de gobierno de Hugo Chávez han ofrecido las condiciones para la construcción de ese espacio autorreferencial: el de una enunciación mediática marcada por la multiplicidad, la contrariedad y la exterioridad límite del discurso. Esto incluye la producción del oficialismo y la oposición. La imagen ha sido durante este

tiempo el resultado de una práctica enunciativa autorreferencial y polarizada. Lo complejo es que la polarización no viene desde dos discursos opuestos, está dada de por sí en la práctica enunciativa del Gobierno. Es el Presidente quien ha nombrado y señalado los polos –patriotas y realistas, *chavistas* y escuálidos, revolucionarios y oligarcas, pueblo y pitíyanquis–, y quien se ha ubicado en el centro desde donde atrae o repele las reacciones de aceptación o rechazo por igual. Es el gran culpable y el gran salvador, es el destructor y el constructor, es el libertador y el represor. Las campañas electorales son para medirse con él, los referéndum son para aceptar o refutar lo planteado por él y toda la simbología que se moviliza alrededor tiene como base esa estrategia recursiva. Cuando los mensajes se dispersan en los medios por conflictos internacionales o por eventos nacionales críticos –dos ejemplos recientes son las elecciones en Irán y la muerte de Michel Jackson. Esta última provocó la cólera del comandante porque *CNN* le dedicó más espacio que a los temas políticos– recurre al magnicidio. ¿El magnicidio de un símbolo, del inquilino de un alto cargo o de una figura política clave? Nada de esto es relevante. Si pensamos que el magnicidio se vuelca en la vida nacional no como un asunto político de Estado sino como parte de la estrategia discursiva, el valor de todo lo enunciado cambia. La imagen que recibe el colectivo no es institucional, es la de una semiosis personal que está todos los días en los medios contando su vida privada, discutiendo sus ideas, abrazando al pueblo codificado, insultando como lo hace la gente de la calle, nombrando y designando, explicando, diciendo que está armado o cantando siempre frente a una audiencia que estratégicamente ya está incluída en la semiosis.

¿Qué mantiene esa regularidad? ¿Por qué puede sostenerse como la simple afirmación de lo recurrente durante la década entera? Una exploración a lo que ha sido la imagen durante este lustro ha supuesto, más que la catalogación o descripción de los signos, una revisión de ciertas categorías y estrategias de la formación del discurso desde la semiótica y la comunicación. En este sentido, cuando he hablado de un lenguaje vuelto hacia su exterior es porque su fuerza semántica la hallamos en la expresión liberada del significante; su valor y consistencia está en la circulación de lo expresivo remitido en sí mismo. Ha fijado su identidad en la dispersión porque ha preservado la distancia con respecto a

cualquier significado. No obstante, es un signo simulacro en el sentido que lo ha descrito Foucault (1981): un signo atrapado en la red de lo similar.

La exterioridad, entonces, se expone de manera icónica –visual, gráfica, pictórica, kinésica, próxémica– incluso en terrenos que reclama lo lingüístico para sí. Su lugar le ha sido otorgado por el Presidente que dicta, señala, nomina y argumenta mientras construye la espacialidad mediática del intercambio simbólico. Ahí puede multiplicarse pero nunca fijar una tradición. Por ello, lejos de suscitar deseos genuinos que aterricen en obras, acciones o políticas concretas que permanezcan; establece una emergencia efímera, desborda hacia el exterior del lenguaje –visual o lingüístico– la tensión de una crisis que justifica los cambios políticos, la consolidación del poder y la entrega del ciudadano. Ese es el lugar pertinaz del porvenir donde el presente es justificado como eternidad. La imagen, en el gobierno mediático del presidente Chávez, lejos de anclar su discurso a un territorio, un tiempo, un sistema y construir cierta tradición, renueva sin límites su función exterior: reciclando y multiplicando. El líder señala el camino, pero no es un camino nuevo sino una experiencia nueva donde todo lo anterior aparece deformado por la apreciación que ahora le otorga. Espacio, tiempo y velocidad variables determinan la urgencia que siempre está en el presente. Esa acción expansiva que reclama ajustes históricos y pide difusión icónica sobre conceptos e ideales que no sobrepasan la categoría del cliché: una patria nueva y libre, nuevos ciudadanos, sobremarcha, profundización, radicalización o construcción. La imagen del *proceso de cambio* en esta década de gobierno revolucionario es siempre un movimiento hacia lo mismo: el cambalache exterior, ese que siempre está por llegar aunque jamás el presente lo alcance. Ese que mantiene a millones de ciudadanos en la inestable estrategia de la búsqueda inútil, en una imagen-mito, de la felicidad perdida.

■ **Humberto Valdivieso**
Investigador del Centro de Investigación y Formación Humanística de la UCAB.
Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y del Postgrado en Comunicación Social de la misma Universidad. Magister en Comunicación Social por la UCV.

Referencias

- BARTHES, R. (1980): *Mitologías*. México: Siglo XXI.
- _____ (1987). *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Barcelona: Paidós.
- _____ (1990). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- FOUCAULT, M. (1981). *Esto no es una pipa. Ensayo sobre Magritte*. Barcelona: Anagrama.
- _____ *The Essential Peirce. Selected Philosophical Writings*. Vol. 1 (1867-1893), edited by Nathan Houser & Christian Kloesel, 1992, vol. 2 (1893-1913), edited by the Peirce Edition Project, 1998. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

Notas

- 1 “Lo similar se desarrolla en series que no poseen ni comienzo ni fin, que uno puede recorrer en un sentido o en otro, que no obedecen a ninguna jerarquía, sino que se propagan de pequeñas diferencias en pequeñas diferencias” (Foucault, 1981:64).
- 2 Las transformaciones de las formas expresivas y el avance en los modos de comunicación han dado un vuelco importante a las perspectivas teóricas. Para Barthes (1990), siguiendo a Durand, la retórica es aplicable en lo que ellos consideraban aún “campos marginales de la comunicación o de la significación” como la publicidad. Hoy, en el discurso que analizamos, ese campo es central en la política de Venezuela y la retórica triunfa justamente por el colapso de aquellas categorías que según Barthes la habían sometido al descrédito: el valor de la evidencia y la lógica. La retórica vuelta al exterior que denunciaba Pascal es hoy uno de los sustentos de la multiplicación y la multiplicidad.
- 3 “La similitud hace circular el simulacro como relación indefinida y reversible de lo similar con lo similar” (Foucault, 1981:64).
- 4 Para Barthes (1987:100) la erótica está asociada al leve susurro del placer cuando los cuerpos se ajustan entre sí. El susurro no es un conflicto, no obstante es producido por la comunión: “implica una comunidad de los cuerpos: en los ruidos del placer que ‘funciona’ no hay voces que se eleven, guén o se separen, no hay voces que se constituyan; el susurro es el ruido propio del goce plural, pero no de masas, de ningún modo (la masa, en cambio, por su parte, tienen una única voz y esa voz es terriblemente fuerte)”. Es la voz del totalitarismo contemporáneo, que cobra fuerza al multiplicarse.

DIRCOM

Pasión por la
gestión y la
comunicación
en Iberoamérica
desde 1999

La revista iberoamericana de la
Comunicación Corporativa, la Publicidad,
el Mercadeo, las Relaciones Públicas y
la Gestión Empresarial, está en Venezuela.



Artículos, reportajes, análisis, casos,
reseñas, eventos y todo lo que debes
saber del mundo de la comunicación, lo
encuentras en esta publicación bimestral.

www.RevistaDIRCOM.com / www.DIRCOMsocial.com

Búscala en los mejores establecimientos de Venezuela

Un producto editorial de:

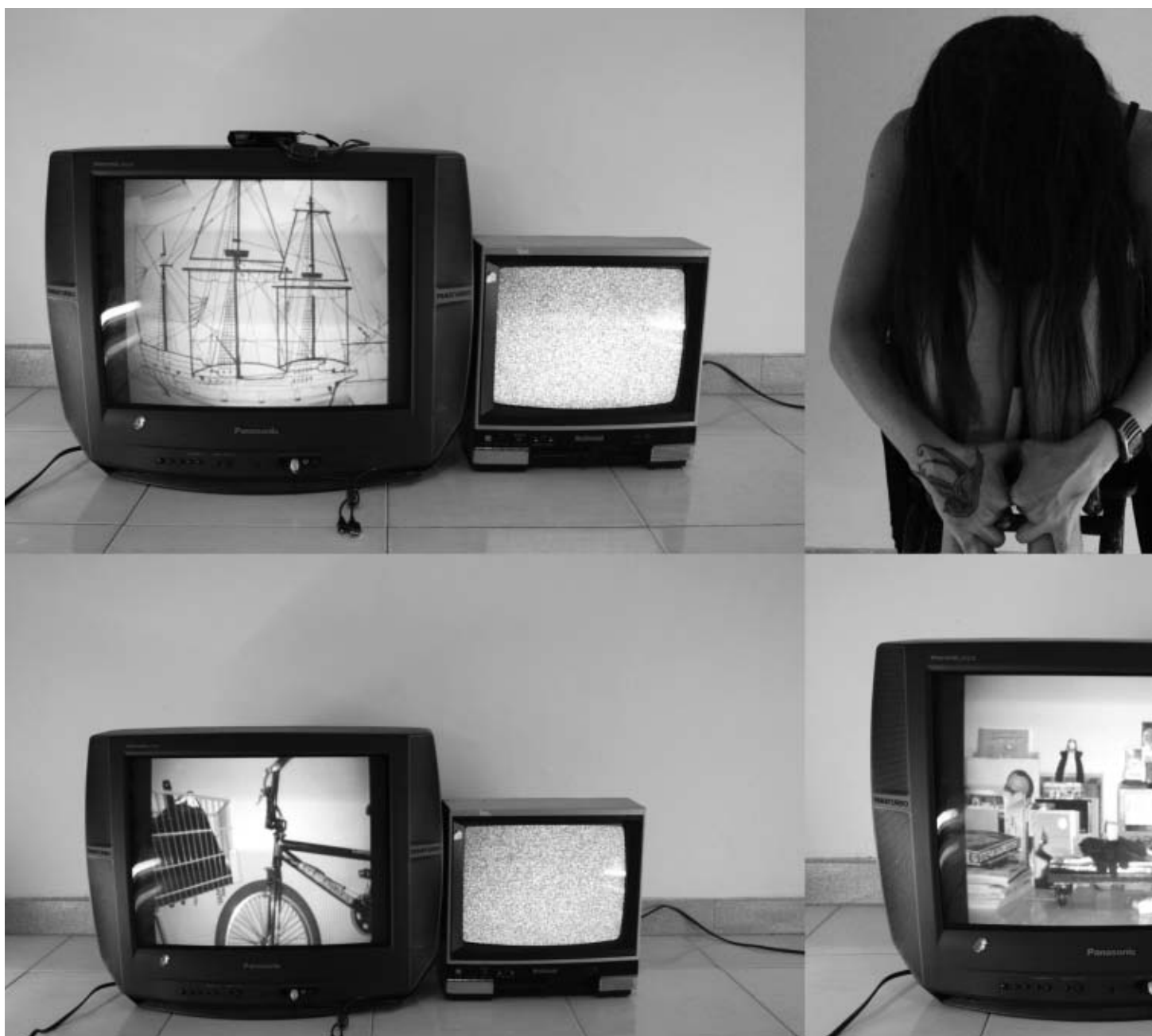
ANTEZANA
COMUNICACIÓN
CORPORATIVA

1-7946702-8



www.AntezanaCC.com
Publicaciones@AntezanaCC.com

Desde el 4 de febrero de 1992, el teniente coronel Hugo Chávez Frías, hoy Presidente de la República, ha estado ligado a los medios de comunicación. Su figura es mediática, su Gobierno, como diría Humberto Eco, es un "gobierno mediático". Y como expresara el analista Carlos Blanco, el único lugar donde el Gobierno existe es en los medios de comunicación, en las cadenas presidenciales, y en la multitud de programas, emisoras e impresos de los que dispone. El Gobierno como gobierno sólo existe allí y, principalmente, en la voz e imagen del Presidente.



¿El gran comunicador?



La imagen política de Hugo Chávez siempre ha estado inevitablemente ligada a los medios de comunicación. Con el célebre *por ahora*, a manera de rendición, el joven y rebelde teniente coronel hizo su debut ante las cámaras de televisión durante el fallido golpe de Estado del 4 de febrero de 1992. El, hasta entonces, desconocido militar pasó del anonimato a la notoriedad pública con tan sólo unos pocos segundos en las pantallas de TV.

Según apunta Abreu (1998 p,186) “sin la televisión Chávez no existiría” y califica su aparición como un “costoso error político” que permitió que buena parte de una población en crisis se identificara con sus palabras. La figura de Chávez llegó al mundo de la comunicación política venezolana como anillo al dedo ante la evidente decadencia de los partidos políticos tradicionales y la sed de un pueblo por un *mesías salvador*.

Por décadas, la comunicación política venezolana parecía regirse por anticuadas reglas según los intereses ideológicos de los grupos de poder y los grandes partidos políticos. Los principales medios de comunicación social del país también formaban parte de un ritual comunicacional que aparentemente no daba cabida a otras manifestaciones que no estuvieran circunscritas a la ideología política predominante. Acción Democrática, el Partido Social Cristiano –COPEI– y el Movimiento al Socialismo –MAS–, dominaban el verbo político nacional con una mediana participación de organizaciones como URD y MEP entre otros. Sin embargo, tal y como lo expone André-J.

Bélanger en su ensayo *La comunicación política o el juego del teatro y las arenas* (Gauthier et al., 1998, p 138) a finales de los 80 y principios de los 90 a nivel mundial se comenzó a “detectar en ciertas sociedades una pérdida de interés de los votantes por las organizaciones políticas; por las ideologías” y la creciente identificación de ese público con individualidades que podrían ofrecer un discurso movilizador, emocional y con promesas de cambio.

Venezuela no estuvo a espaldas de esta tendencia mundial. Los líderes tradicionales locales no se adaptaron a la realidad social y económica que atravesaba la nación. En 1998 Abreu habla de “un liderazgo en total falta de sintonía debido a su incapacidad de entender las fuerzas sociales que actualmente participan en la vida pública y cuya presencia ellos mismos ayudaron a gestar” (p, 20) El investigador hablaba de un liderazgo ilegítimo que necesitaba a todas luces desechar viejas fórmulas y reinventarse si quería sobrevivir.

Rafael Caldera fue quizás uno de los primeros políticos en capitalizar las ganancias de esta nueva forma de comunicación política a través de un discurso a favor de los militares golpistas, el 4 de febrero de 1992. La frase del senador vitalicio “Es difícil pedirle al pueblo que se inmole por la libertad y por la democracia, cuando piensa que la libertad y la democracia no son capaces de darle de comer”¹ marcó un antes y un después en la vida pública del ex presidente y su oxigenación ante los ojos de un país que estaba evolucionando en materia política. De igual forma Irene Sáez, ex reina de belleza y ge-

rente pública, supo capitalizar en determinado momento la inconformidad que con sus líderes tenía la opinión pública. Sin embargo, Saéz no logró posesionarse totalmente de esta nueva forma de hacer política y experimentó un fuerte declive en su popularidad ante el electorado.

Con este escenario como fondo, la personalidad de Hugo Chávez fue calando en el venezolano común. Sobre este punto, Abreu asegura que la imagen del teniente coronel *da un salto* justo en el momento en que se deteriora más la situación económica y cambia también la percepción que tenía el venezolano común sobre la candidata Irene Sáez, quien hasta el momento representaba un rechazo *light* a la situación económica y política del país.

Según apunta Bélanger el debilitamiento en muchas sociedades de las maquinarias partidistas obedecen en cierta medida a la influencia de la televisión que “contribuyó a reducir la identificación de los votantes (volatilidad del voto) y otorgó mayor difusión a personajes políticos y sus ideas” (Gauthier et al., 1998). En el país, los medios comenzaron a ser acusados de actores políticos que buscaban sustituir a los partidos tradicionales ante la crisis de credibilidad por la que atravesaban estos últimos

Durante su campaña electoral en 1998, los medios se movilizaron en torno a dos figuras altamente personalistas y diametralmente opuestas: Henrique Salas Römer y Hugo Chávez Frías. El militar golpista, sin maquinaria y de izquierda no apeló a ideología; más bien apeló al lenguaje emotivo, cercano y con la necesaria promesa de un cambio radical e inmediato que pedía a gritos la sociedad venezolana. Desde su llegada al poder, el presidente Chávez estableció un modelo de comunicación con sus gobernados muy diferente al conocido hasta el momento. Su predecesor, Rafael Caldera, utilizó la comunicación política tradicional, a través de ruedas de prensa formalmente estructuradas o bien a través de alocuciones transmitidas en cadena nacional. Caldera sólo se dirigía a la prensa y a sus ciudadanos en situaciones de emergencia nacional o la toma de decisiones importantes del aparato gubernamental. Abreu sobre este tema reflexiona y da cuenta de un estudio realizado por él en 1994: “casi el 80 por ciento de los encuestados estaban de acuerdo con que el ‘Presidente debería ser visto con mayor frecuencia para demostrar con su presencia la actuación del gobierno’” (Abreu, 1998). El desmoronamiento de ese modelo formal de la comu-

“

Según apunta Bélanger
el debilitamiento en muchas
sociedades de las maquinarias
partidistas obedecen en cierta
medida a la influencia de la
televisión que “contribuyó a reducir
la identificación de los votantes
(volatilidad del voto) y otorgó
mayor difusión a personajes
políticos y sus ideas”

”

nicación (presidencial) señala el fin de un período de relaciones en gran medida asimétricas entre la autoridad política y los ciudadanos, así lo apunta el autor Jean Mouchon en el ensayo “La Comunicación Presidencial en busca de un modelo” (Gauthier et al., 1998, p.204).

Chávez y su equipo identificaron la importancia de equilibrar –al menos en apariencia– la balanza comunicacional, empleando lo que Mouchon denominaría *formas más trivializadas* de comunicación que apuntan hacia *el reencuentro con la gente* a través de una relación más cercana y familiar. Mientras que para Abreu (2003) “Los procedimientos del Presidente Chávez infringen con toda la tradición de comunicación política en el país, siendo su carismática figura, el centro de la controversia política”. Estilo de comunicación que se constituyó en una de sus fortalezas, pero que paradójicamente –como veremos más adelante– podría estar convirtiéndose en una de sus mayores debilidades

En el presente ensayo se revisarán, a grandes rasgos, ciertos acontecimientos políticos nacionales en los cuales podemos evidenciar los diferentes tipos de comunicación presidencial y sus efectos en la sociedad venezolana. No pretende este documento ser conclusivo sobre el tema pero sí una aproximación al necesario estudio de la comunicación presidencial que, en un primer término, se presentaba

como una forma distinta de hacer política, pero que con el devenir de los años pareciera estarse transformando en el peor enemigo del presidente Hugo Chávez.

“CHÁVEZ AMIGO...”

Luego de asumir el mandato en 1999, el primer intento formal de comunicación presidencial del Gobierno es sin duda el programa “Aló Presidente”. Este espacio nació como parte de un proyecto comunicacional el 23 de mayo de 1999. Ideado por el comunicador social y para aquel entonces diputado Juan Barreto, el programa fue transmitido por primera vez desde la sede de *Radio Nacional de Venezuela*. Realizado sólo para el formato radial, “Alo Presidente” tenía un hermano gemelo en la televisión llamado “De frente con el Presidente” moderado por la comunicadora social Maripily Hernández y que salió de la parrilla de la programación del canal del Estado, *Venezolana de Televisión*, poco tiempo después por *obra y gracia* de la apretada agenda presidencial.²

“Aló Presidente” planteaba una hora de transmisión (premisa cumplida hasta la quinta entrega el 27 de junio de 1999) para luego pasar a dos horas semanales y finalmente quedar a discreción del Presidente.³

Ambos espacios rompieron con el tono formal y solemne que hasta entonces dominaba las comunicaciones presidenciales. Con hincapié en los temas sociales y un estilo netamente conversacional, el Presidente recibía y contestaba preguntas de los ciudadanos. El equipo del Primer Mandatario organizaba ruedas de prensa –generalmente informales– en las sedes de *RNV* y *VTV*, donde Chávez respondía las inquietudes de los reporteros sin mayores cortapisas. El Presidente y su comitiva viajaban acompañados de periodistas de medios públicos y privados especialmente invitados por El Palacio de Miraflores. Las cita con los medios también era usual al finalizar los periplos gubernamentales en el exterior. El *Presidente amigo* bajaba de su limosina en medio de la céntrica avenida Baralt de Caracas para *tomarse un cafecito* ante la mirada atónita de ciudadanos y la prensa.

La revista latinoamericana de comunicaciones *Chasqui* describía así el formato “Aló Presidente”:

un programa personal, impresionante de comunicaciones, ofrece visitas regulares

por el Presidente Chávez a las comunidades más pobres... ha contribuido a mantener la popularidad pública del Presidente a lo largo de un buen período de tiempo, habiendo desmantelado la burocracia del viejo estilo político establecido en el sistema venezolano de 1950 por influjo europeo...⁴

El programa televisivo cumplía doble función: conectar al gobernante con su pueblo y además imponer una agenda a los medios y organizaciones opositoras al gobierno sobre los temas a tratar, en su gran mayoría asuntos coyunturales de índole política (propósito comunicacional que hasta el día de hoy cumple a cabalidad el mencionado espacio). La comunicación presidencial pasa entonces de ser tradicional y predecible a otra aparentemente más abierta y personal que tiene como base la emoción; relegando a un segundo plano la razón y la deliberación.

Se afianzó una suerte de gentilicio llamado *chavista*⁵ y la construcción de un inmenso porta aviones electoral que llevó el 25 de julio de 1999 al llamado Polo Patriótico a arrasar con 121 de 128 peldaños dentro de la Asamblea Nacional Constituyente y luego –el 15 de diciembre del mismo año– lograr sin mayores frenos la aprobación de la nueva Carta Magna.

Con el nuevo modelo de comunicación presidencial, Chávez parecía manejar a su antojo el histrionismo en sus discursos, enmarcados bajo un formato de show televisivo, a través de programas especialmente diseñados, cadenas presidenciales⁶ o transmisiones oficiales. La comunicación presidencial parece volverse entonces una interminable campaña política en la que se generan constantemente expectativas al anunciar y prometer leyes, acciones y entretenimiento a un pueblo netamente emocional.

SIN MÁSCARAS....

El discurso presidencial en cualquiera de sus formas dominaba cómodamente la escena. Sin embargo, la imagen del *Chávez amigo* fue sustituida por un Chávez cada vez más confrontador pues descubrió que generando polémicas con el adversario de turno, manejaba la situación desde el punto de vista comunicacional. Es decir, cualquier forma de comunicación presidencial era propicia para manipular, incitar, persuadir y hasta amenazar (Gauthier et al., 1998).

“

La figura presidencial estaba en su punto más bajo y el verbo presidencial más agresivo. Obviamente las intervenciones de Chávez en el programa dominical ya no eran percibidas como en un principio y por ende perdían su eficacia o bien tenían un efecto contrario en la audiencia.

”

No obstante, esa alta exposición a los medios comenzó a tener consecuencias. Según apunta el propio Mouchon “mostrado en su dimensión humana, el presidente está más próximo y resulta familiar, pero al mismo tiempo, puede ser sometido fácilmente a los juicios de aquellos que lo descubren” (Gauthier et al., 1998). El tono del discurso de Chávez pasó de ser ameno e íntimo a amenazador e impositivo en un ambiente netamente electoral. La relegitimación de los poderes –incluyendo el cargo presidencial en julio de 2000– generó un fuerte debate en el país. Su televisada visita y entrevista con Saddam Hussein en Bagdad causó un impacto mediático no sólo a nivel nacional sino internacional. En el año 2001, en cadena nacional de radio y televisión, Chávez mostró fotos de niños afganos, víctimas de los bombardeos de Estados Unidos en ese país y exclamó: “No se puede combatir el terror con más terror” exposición que generó la primera gran discrepancia con el gobierno del norte y signaría las relaciones entre ambas naciones basadas en una diplomacia *de micrófonos*.

En el año 2001, la Asamblea Nacional otorga una habilitación al Presidente y éste decreta 49 leyes –una de ellas la Reforma Agraria– que trajo como consecuencia un enfrentamiento con las cúpulas obreras y empresariales del país. En medio de la crisis, las ruedas de prensa

con medios nacionales eran esporádicas y signadas por el enfrentamiento entre periodistas y el primer mandatario. La comunicación presidencial se basaba en interminables cadenas de radio y televisión y en la transmisión del programa “Aló Presidente”. Según la empresa encuestadora Datanálisis⁷, la popularidad del jefarca de Miraflores pasa de 55.8% en julio de 2001 a 35.5% en diciembre del mismo año. La figura presidencial estaba en su punto más bajo y el verbo presidencial más agresivo. Obviamente las intervenciones de Chávez en el programa dominical ya no eran percibidas como en un principio y por ende perdían su eficacia o bien tenían un efecto contrario en la audiencia. Sobre este punto Mouchon advierte que debe hacerse “un uso ocasional de ese espacio a fin de evitar que esa fórmula se vuelva a institucionalizar con lo cual pronto sería percibida como una comunicación oficial disfrazada, sino como propaganda...” (Gauthier et al., 1998).

Con una Venezuela sumida en la polarización y confrontación, durante el “Aló Presidente” del 7 de abril de 2002, transmitido desde Miraflores, Chávez despide a los gerentes de la empresa estatal Petróleos de Venezuela, PDVSA. Enmarcado en una gran teatralidad gritó ante las cámaras de televisión –silbato en mano– “¡Pa’ fuera!” al referirse al despido; esto, matizado con la arenga de sus seguidores⁸. Para muchos, el episodio fue la gota que derramó el vaso o exasperó los ya caldeados ánimos en una parte de la sociedad venezolana. La decisión originó la convocatoria a una paralización nacional y luego una gran marcha que termina en violentos disturbios transmitidos, en vivo, por los canales privados de televisión. La comunicación presidencial retoma su aire solemne y un Chávez sereno, de traje y corbata, sentado en el Salón Ayacucho del Palacio de Miraflores, llama a la calma a la población. Las televisoras privadas dividen la pantalla y muestran al primer mandatario frente a las imágenes de caos y descontrol en las calles del centro de Caracas... lo que sigue es historia conocida. Un Chávez defenestrado durante 48 horas que luego retorna al poder con el crucifijo en mano.

YO, CHÁVEZ, RECTIFICO.... “POR AHORA”

Apartando análisis políticos sobre lo sucedido durante el 11, 12 y 13 de abril, la sociedad entera tenía gran expectativa

sobre cómo sería el discurso del Presidente sobreviviente a un golpe de Estado. Un Chávez visiblemente agotado pero feliz –crucifijo en mano–, aparece ante las cámaras de televisión rodeado por sus más cercanos colaboradores. Asegura que es tiempo de reflexión, de unidad, admite sus errores e invita a sus adversarios a aceptar y enmendar los suyos y trabajar juntos por el país. Lejos quedaban las palabras altisonantes y amenazadoras de los días previos al golpe, y el lenguaje propio de un jefe de Estado, conciliador y estrategia, surge ante una audiencia desconcertada.

Dejando a un lado los errores cometidos durante las jornadas de abril por la oposición, el discurso asumido inmediatamente por Chávez al volver al poder influyó en la percepción positiva de sus gobernados. Las cifras de popularidad nuevamente le sonrieron al aumentar en 10 por ciento su popularidad según revelaba una nueva medición de Datanálisis⁹.

Mesas de diálogo, encuentro con los principales medios de comunicación del país y un discurso netamente conciliador acompañaban a un repotenciado mandatario en cada una de sus apariciones públicas. Las *cadena*s prácticamente habían desaparecido. El 8 de mayo de 2002 regresa “Aló Presidente”, con su edición número 102, desde La Casona Presidencial. Al inicio un reflexivo Hugo Chávez señalaba a propósito de los hechos del 11 de abril:

¿Cuántas diferencias uno como padre no ve entre sus hijos? Diferencias que surgen en la pareja o con hermanos, familiares, pero más allá de esas diferencias de diverso tipo hay el afecto de la familia. Los venezolanos somos una gran familia, vamos a demostrar al mundo que somos capaces de todo; que somos capaces de reconciliarnos desde el alma y trabajar juntos por la Venezuela de las futuras generaciones.... Trabajemos todos para que Bolívar descanse tranquilo en su sepulcro. Unión Nacional. Reconciliación Nacional es la gran consigna del momento histórico que estamos viendo.¹⁰

Pero el discurso presidencial moderado duró poco. Ya el cambio en el lenguaje se evidencia en el “Aló Presidente” número 105 en el que amenaza a los medios de comunicación con procesos judiciales y las cadenas vuelven a convertirse en el *pan nuestro de cada día* de miles de venezolanos. Un nuevo paro empresarial con apoyo de los medios de comunicación

Gráfico 1

El 02 de febrero de 1999 tomó posesión el actual Presidente de la República. Ese día se transmitieron 4 cadenas presidenciales que totalizaron 8 horas y 14 minutos de duración en el horario matutino, vespertino y prime time estableciendo el récord de ocupación de la pantalla de televisión en una transmisión gratuita de este tipo. A partir de allí y hasta el presente la pantalla venezolana ha sido expuesta a 1.877 cadenas presidenciales:

Año	Nº. De Cadenas	Horas transmitidas h/min/seg.	Horas Promedio
1999	94	78:07:27	00:49:52
2000	146	106:54:51	00:43:56
2001	118	118:04:09	01:00:02
2002	163	75:14:09	00:27:42
2003	203	168:18:33	00:49:45
2004	375	124:05:09	00:19:51
2005	217	109:05:40	00:30:10
2006	182	91:43:55	00:30:14
2007	164	119:52:01	00:43:51
2008	186	172:55:48	00:55:47
2009	29	42:45:09	01:28:27
Total	1,877	1207:06:51	00:38:35

Fuente: AGB Nielsen Media Research

Equivalentes a más de 50 días ininterrumpidos de cadena

a finales del 2002 y principios del 2003 refuerza la tesis marxista¹¹ que sobre el efecto de los medios de comunicación pareciera manejar el Gobierno nacional, otorgándole mayor importancia al medio que al propio mensaje o receptor. Convencidos que su *talón de Aquiles* durante los sucesos del 2002 y 2003 lo constituyó el limitado número de medios estatales para transmitir sus mensajes políticos –y no el contenido de los mismos–, el Ejecutivo nacional se abocó a crear su propio monopolio comunicacional. Nuevas estaciones de televisión, radio, medios *alternativos* y comunitarios así como páginas de Internet surgen bajo la tutela del Estado.

Para los estrategias del Ejecutivo la clave no radica en replantearse una nueva forma de comunicación presidencial como elemento que ayudaría a mejorar la gobernabilidad en el país, sino más bien, el eliminar las voces disidentes y ampliar el espectro de influencia en los medios nacionales a fin de garantizar un dominio absoluto de la sociedad. En ese sentido, la ley de responsabilidad social en radio y televisión en el 2004 impuso una serie de limitaciones al ejercicio del periodismo en el país y obligó a la autocensura a buena parte de las empresas del ramo. También durante ese año se registró el mayor número de *cadenas* presidenciales, alcan-

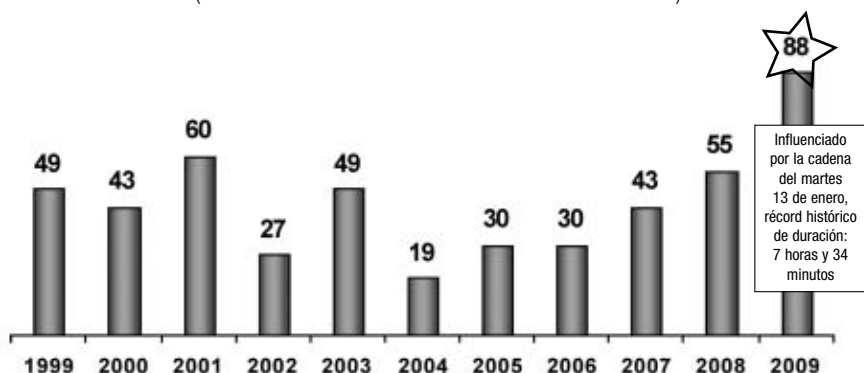
zando la cifra de 375 traducidas en 124 horas de transmisión.¹²

LA RECTIFICACIÓN COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN PRESIDENCIAL

A pesar de sus errores, la oposición ha crecido a medida que Chávez hace uso y abuso de los medios de comunicación, pues, la frecuencia y sus imprudencias lingüísticas le han ganado no pocos problemas no sólo a lo interno, sino también a lo externo del país. Crisis diplomáticas con países como Colombia, México, Perú, Estados Unidos, España por citar algunos ampliamente reseñados por la prensa nacional e internacional, han surgido por alguna exclamación en medio de sus largas y a veces improvisadas alocuciones televisadas. A lo interno, la historia reciente esta teñida de incontables episodios producto de la verborrea del Presidente, lo que ha impuesto una extraña dinámica en la comunicación presidencial de los últimos años y es la tendencia del primer mandatario de *rectificar* ante alguna idea o frase inconveniente cuando las circunstancias nacionales o internacionales así lo exigen. Suerte de estrategia comunicacional presidencial de *emergencia*, la práctica ha sido bautizada con la nada elegante palabra de *reculeo*, e ilustra la fórmula con la que el Ejecutivo nacio-

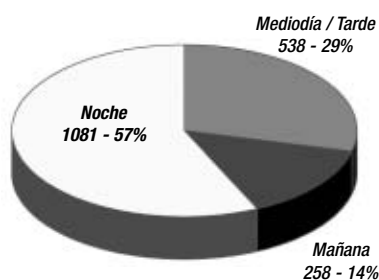
Gráfico 2

Duración Promedio en minutos de las cadenas presidenciales
(Total minutos transmitidos / Nro. de transmisiones)



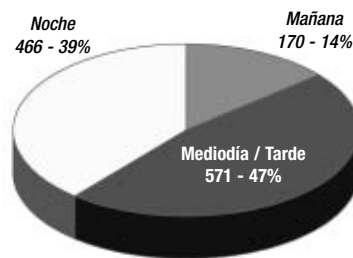
En cuanto a las horas de transmisión, la concentración se observa en el horario estelar o prime time donde se transmiten los programas principales de los canales: *prime time*.

Concentración por número



Base: 1,877 cadenas

Concentración por duración



Base: 1,207 horas de transmisión

sidenciales acompañadas del poderío mediático del Estado pero con las constantes *rectificaciones* de lo dicho. Es así como tenemos los siguientes casos que consideramos emblemáticos de lo expuesto anteriormente:

- **NUEVO CURRÍCULO BOLIVARIANO:** durante un programa de “Aló Presidente” el primer mandatario da las órdenes a su hermano y ministro de Educación Adán Chávez de aprobar la normativa que ya había sido estudiada. Ante la negativa de organizaciones, padres y representantes a nivel nacional, el propio Presidente anuncia que el instrumento sería debatido más ampliamente por la sociedad venezolana.
- **LEY DE INTELIGENCIA Y CONTRAINTELIGENCIA:** aprobada a través de un decreto-ley producto de la habilitación presidencial por parte del poder legislativo, Chávez fue el primer defensor del texto calificándolo como *anti-golpista* y *anti-imperialista*, a pesar de las denuncias hechas por sectores opositores por considerarlo inconstitucional. Protestas en el país y críticas a nivel internacional de la llamada *ley sapo*, hicieron que el Presidente admitiera como error su aprobación vía habilitante, y dio a entender que no conocía bien lo enviado a la gaceta, y que por lo tanto se corregiría.
- **APOYO A LAS FUERZAS ARMADAS REVOLUCIONARIAS DE COLOMBIA.** En medio de un protocolar discurso ante el parlamento venezolano, el Presidente asegura que las FARC “no son cuerpos terroristas sino ejército que ocupa un espacio en Colombia” y pide reconocimiento internacional para el grupo armado. El discurso presidencial se mantuvo inalterable durante varias semanas, mientras que su Gobierno hacía esfuerzos por liberar a los *retenidos* en las selvas colombianas. Ante la presión internacional el propio Chávez declararí luego: Los movimientos guerrilleros armados están fuera de orden (...) la guerra de guerrillas pasó a la historia (...) llegó la hora que las FARC liberen a todos a cambio de nada.

Los enumerados no son ni serán los únicos episodios derivados del siempre impredecible estilo de comunicación presidencial, pero ilustran cómo los excesos o imprudencias del verbo del primer mandatario le han acarreado no pocos problemas.

nal sale al paso, sin mayores explicaciones y ante la mirada atónita de propios y extraños, de problemas derivados de alguna exclamación presidencial.

La decisión anunciada a finales del 2006 del cierre de la planta televisiva privada, *Radio Caracas Televisión*, marcó sin duda un precedente en la comunicación presidencial de la actual administración. La orden no tenía marcha atrás a pesar de las distintas manifestaciones surgidas en todo el territorio nacional. Lejos de rectificar, la comunicación presidencial fue apoyada por el aparato comunicacional del Estado que volcó toda su artillería en apoyo a la anunciada medida. Cadenas, transmisiones oficiales, publicidad y realización de eventos de todo tipo justificaban y apoyaban la resolución. Los efectos de esta falta de rectificación según los analistas políticos pudieron evidenciarse en la pérdida del referendo constitucional en diciembre de 2007.

Contra todo pronóstico el resultado electoral tomó por sorpresa al Estado

todo-poderoso. Luego de ser derrotado en el proceso comicial, un Chávez tranquilo y conciliador ofreció una rueda de prensa a los corresponsales internacionales en el Palacio de Miraflores, reconociendo el resultado y destacando un triunfo más para la democracia venezolana. No obstante, pocos días después –el 5 de diciembre– el primer mandatario irrumpió en una rueda de prensa ofrecida por el Alto Mando Militar para hablar de la jornada y su desenlace que calificó como una “victoria de mierda y la nuestra una derrota de coraje”¹³, al tiempo que aseguró que las mismas propuestas serían presentadas nuevamente en referendo.

YO RECTIFICO, TU RECTIFICAS...

Sin embargo, Chávez aparentemente obtuvo algún tipo de lección del episodio. En el período 2008 nos encontramos el mismo estilo cargado de emotividad y manipulación en las comunicaciones pre-

CONSIDERACIONES FINALES

¿Existe necesidad de estos constantes *vai-venes* en la comunicación presidencial venezolana? ¿Resta credibilidad ante sus gobernados este tipo de discurso? ¿Debería operarse un cambio dentro de la estrategia comunicacional presidencial?

Para muchos, el discurso del Presidente es la llave de su éxito, sin embargo, son los excesos los que hacen estragos y han puesto en aprietos no pocas veces al primer mandatario nacional. A la luz de lo expuesto, la respuesta a las preguntas iniciales parece obvia. La comunicación presidencial de Hugo Chávez en su inicio fue positiva, innovadora y rompió con los antiguos cánones de comunicación entre un gobernador y sus gobernados, sumándose a una tendencia mundial que apunta hacia las individualidades políticas más que a los partidos políticos. La respuesta no es dejar de hacer énfasis en la figura de Chávez pues ésta sigue y seguirá siendo sustento del actual régimen. La respuesta está en reinventar el estilo presidencial en sus comunicaciones para aliviar las tensiones en un período difícil para el Gobierno, en el cual ya se pierden elecciones y se enfrenta a una oposición renovada con figuras *presidenciables* emergentes. Un Chávez más reflexivo, menos visceral y respetuoso de la investidura presidencial, sin perder su estilo familiar y cercano, ha demostrado históricamente que genera mayor empatía entre sus partidarios y quienes no lo son.

Ante la luz de los últimos acontecimientos políticos, económicos y sociales a nivel nacional y mundial, creemos que la estrategia comunicacional presidencial no debe estar orientada en hacer inversiones mil millonarias en nuevos medios para que más personas escuchen al líder y crean en el contenido de sus palabras... debe estar orientada en reinventarlo, adaptarlo a las exigencias de una nueva sociedad venezolana que definitivamente no es la misma es sus formas de manifestación y participación política, pero que indudablemente sigue aferrada a la supuesta necesidad de un líder mesiánico que resuelva sus problemas.

La gran pregunta es... ¿quién le pondrá el cascabel a ese gato?

■ **Laura Castellanos**
Periodista. Reportera de Radio Caracas Televisión Internacional (RCTV-Internacional). Diplomada por la Universidad Católica Andrés Bello en Comunicación y Política.

Gráfico 3. A modo de referencia del impacto en la audiencia de la interrupción de la pantalla por cadenas nacionales, se detalla a continuación la caída porcentual de rating total en televisión abierta según la duración de las 30 cadenas más largas transmitidas desde el 2006 al 31 de agosto 2008:

Nro.	Fecha	Inicio	Fin	Duración	Caída Porcentual TVR
1	Fr, 13/01/2006	12:00:46	17:44:06	05:43:20 *	-44.4%
2	Wed, 15/08/2007	19:00:00	23:40:00	04:40:00	-34.8%
3	Thu, 02/02/2006	12:19:48	16:53:28	04:33:40	-30.8%
4	Mon, 17/12/2007	12:51:39	17:24:47	04:33:09	-28.3%
5	Thu, 24/04/2008	12:40:16	16:58:44	04:18:29	-22.1%
6	Tue, 24/06/2008	12:05:09	16:18:31	04:13:22	-9.9%
7	Fr, 11/01/2008	12:05:43	16:15:09	04:09:26	-29.3%
8	Sat, 13/01/2007	10:49:25	14:51:58	04:02:33	-30.7%
9	Sun, 04/02/2007	13:33:31	17:31:09	03:57:36	-28.1%
10	Wed, 17/01/2007	19:47:29	23:34:41	03:47:12	-27.9%
11	Wed, 10/01/2007	09:17:06	12:47:26	03:30:20	-12.1%
12	Thu, 07/06/2007	18:03:33	21:26:02	03:24:29	-28.3%
13	Mon, 04/02/2008	16:04:55	19:27:07	03:22:12	-34.7%
14	Sat, 12/04/2008	12:24:01	15:45:15	03:21:14	-37.4%
15	Fr, 18/05/2007	20:39:13	23:57:33	03:18:20	-20.4%
16	Fr, 13/04/2007	17:17:55	20:35:46	03:17:51	-35.6%
17	Fr, 22/02/2008	13:59:16	17:15:00	03:15:44	-29.5%
18	Tue, 25/09/2007	13:09:50	16:23:02	03:13:12	-36.9%
19	Sun, 13/04/2008	15:56:15	19:06:23	03:10:08	-36.7%
20	Sun, 12/03/2006	11:05:56	14:09:18	03:03:28	-11.3%
21	Fr, 27/04/2007	12:33:20	15:34:52	03:01:32	-27.2%
22	Sat, 26/05/2007	16:44:08	19:45:33	03:01:25	-18.9%
23	Tue, 03/07/2007	12:52:00	15:53:00	03:01:00	-30.3%
24	Sat, 24/06/2006	20:00:37	22:59:55	02:59:18	-14.1%
25	Wed, 11/06/2006	19:37:54	22:35:59	02:58:05	-34.6%
26	Wed, 11/04/2007	20:57:18	23:54:50	02:57:32	-24.4%
27	Fr, 27/07/2007	13:46:44	16:37:16	02:50:32	-32.1%
28	Sun, 17/09/2006	17:42:31	20:30:56	02:48:25	-38.5%
29	Fr, 06/01/2006	12:54:20	15:42:43	02:48:23	-33.6%
30	Thu, 07/06/2007	11:58:46	14:43:13	02:44:27	-23.6%

Significa que este día la audiencia de la franja fue 44% menos que esta misma franja en viernes anteriores. Es el share perdido producto de la cadena

La televisión abierta perdió un tercio de la audiencia por "apagado" durante estas cadenas

(*) Transmisión más larga en la historia del Gobierno.

Referencias

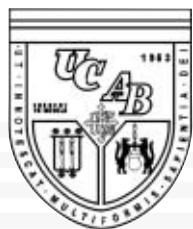
- ABREU SOJO, Iván (1998): *Líderes e imagen pública en Venezuela. Elementos para el estudio de liderazgo*. Caracas: Fondo Edit. de la Facultad de Humanidades. UCV.
- _____ (2003): "El graffiti en la V República venezolana. Estudio del graffiti sobre asuntos públicos". En: *Revista Latina de Comunicación Social*. No. 55.
- GAUTHIER, G., GOSSELIN, A. y MOUCHON (comps.) (1998): *Comunicación y Política*. España: Gedisa, S.A. (1ª ed).

Notas

- Discurso pronunciado en el Congreso de la República. Caldera rompió el pacto establecido ese día entre partidos políticos de no debatir el tema y aprobar sólo un acuerdo en rechazo. Su discurso fue apoyado por el también parlamentario Aristóbulo Istúriz. *Rafael Caldera*. Biografía [en línea]. Disponible en: <http://www.wikipedia.org> [2009, 7 de abril].
- Para la época la autora de este ensayo cubría la fuente presidencial como reportera de RCTV y fue testigo de acontecimientos aquí expuestos.
- El récord de duración de transmisión del programa es de 7 horas 45 minutos en emisión No 289 desde el Palacio de Miraflores en Caracas, agosto de 2007. (<http://www.alopresidente.gov.ve>)

- MURPHINE, Ralph (2001). "Cambios en la comunicación política". En: *Chasqui. Revista del Ciespal* [en línea]. N. 73. Disponible en Chasqui.comunica.org
- Palabra derivada del *chavismo* y reseñada por la Wikipedia como una tendencia política que se caracteriza por ser seguidores de Hugo Chávez. (www.wikipedia.org)
- Como *cadena presidencial* se conoce en Venezuela los actos o alocuciones oficiales que de manera obligatoria deben transmitir todos los medios de comunicación radioeléctricos de señal abierta en el país.
- "2002 un año lleno de noticias". (2002, diciembre). [en línea] *Notitarde*. Edición especial. Disponible en: <http://www.notitarde.com> [2009, 5 de enero].
- Episodio vivido por la autora de este ensayo ese día como periodista de RCTV.
- 2002 un año lleno de noticias. (2002, diciembre). [en línea] *Notitarde*. Edición especial. Disponible en: <http://www.notitarde.com> [2009, 5 de enero].
- Programa "Aló Presidente" No. 102. (mayo 2002) [en línea] Caracas. Disponible en: <http://www.alopresidente.gov.ve>. [2009, 5 de enero].
- Teoría marxista.
- Fuente: AGB Nielsen Media Research. Al 30 de septiembre 2007.
- "Sepan administrar su victoria, porque ya la están llenando de mierda"(2007, 5 diciembre). *El Nacional* [en línea]. Disponible en: <http://www.elnacional.com> [2008, diciembre].

POSTGRADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL



DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

... Abrimos un horizonte de posibilidades

La Universidad Católica Andrés Bello pretende afrontar estos tiempos de cambio como un reto formativo con claro compromiso social. Para ello, ofrece un Programa de Postgrados en Comunicación Social orientado a la formación de profesionales capaces de desenvolverse en los distintos ámbitos de la mediación comunicacional y cultural.

ESPECIALIZACIONES Y MAESTRÍAS

ESPECIALIZACIÓN EN PUBLICIDAD

Una oportunidad para aprender a gestionar los signos y entender que la publicidad es un medio de información, por tanto de significación.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El espacio idóneo para entender que estamos en una sociedad de las organizaciones de allí, que requerimos acercarnos a la forma de comunicación que allí se desarrolla.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL

El objetivo es orientar el estudio de las comunicaciones para potenciar el desarrollo. Los egresados obtendrán herramientas comunicacionales para auxiliar, asesorar y/o tomar decisiones dentro de este campo de aplicación.

Programas dirigidos a comunicadores sociales y también a egresados universitarios que deseen acercarse al mundo de las comunicaciones.

Modalidad para especializaciones y maestrías: presencial, dos tardes por semana de 6:00 pm a 10:00pm. • **Duración:** 4 semestres • **Lugar:** UCAB, Montalbán

PROGRAMAS DE ESTUDIOS AVANZADOS

PERIODISMO

Producto de la sinergia entre el diario *El Nacional* y la dirección de Postgrados en Comunicación Social

Modalidad: presencial, clases diurnas, dos días a la semana de 8:00 am a 11:30 am.

Duración: 4 trimestres. • **Lugar:** nueva sede del diario *El Nacional* en Los Cortijos de Lourdes.

COMUNICACIÓN Y POLITICA

Se desarrolla bajo la cooperación de la *Konrad Adenauer Stiftung* y el diario *El Nacional*.

Modalidad: presencial, dos tardes por semana de 6:00 pm a 10:00 pm.

Duración: 3 trimestres. • **Lugar:** nueva sede del diario *El Nacional* en Los Cortijos de Lourdes.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

Se dicta conjuntamente con el centro de Derechos Humanos de la UCAB

Modalidad: Programa presencial y a distancia por Internet. **Duración:** 320 horas

Lugar: UCAB, Montalbán

PROGRAMAS DE ESTUDIOS TÉCNICOS AVANZADOS

En medios y comunicación estratégica. También en convenio con el Nacional, para Técnicos Superiores Universitarios.

Menciones: Publicidad integrada y Gestión de la Comunicación

Modalidad: Presencial, dos tardes de la semana, de 6:00 pm a 10:00 pm **Duración:** Tres trimestres

Lugar: UCAB, Montalbán.

Mel Zelaya, Michael Jackson y el hiperliderazgo de Chávez: Crónica de un mes

Junio fue el mes del golpe de Estado en Honduras, de la muerte del rey del pop, del congreso de intelectuales de izquierda. Una bitácora de navegación durante ese mes ayuda a comprender los claros y oscuros y la naturaleza de www.aporrea.org, la principal plataforma de comunicación de los partidarios de la revolución bolivariana en el ciberespacio

■ **David González**



con *Aporrea*



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

Corrí a la computadora apenas me levanté aquel domingo. Había encendido la televisión y quedé perplejo con el hecho que monopolizaba la atención de las cadenas internacionales y locales de noticias: un comando militar había irrumpido en la habitación del presidente hondureño Manuel Zelaya y lo había obligado, a punta de fusil, a abordar en pijama un vuelo con destino a San José de Costa Rica. Era uno de esos días excepcionales durante los cuales es imposible controlar el deseo de buscar información, de comparar coberturas noticiosas y de contrastar opiniones. Era uno de esos días cuando se siente que la carencia de un dato es una asfixia moral. Cuando me conecté a www.aporrea.org no sólo pensaba en eso. También tenía presente el ejercicio que me propuse para este trabajo: construir una bitácora de un mes de navegación en ese sitio, escribir un diario documentado gracias a la conexión a Internet, la crónica de una experiencia virtual en la principal página de los partidarios de la revolución bolivariana.

Nada más teclear en *Google* aparece el mensaje de presentación: “Portal alternativo de noticias a favor del gobierno de Hugo Chávez. Actualizado varias veces al día”. *Aporrea* es un acrónimo que significa Asamblea Popular Revolucionaria. El verbo *aporrear*, de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, tiene seis acepciones, las dos últimas propias de Venezuela: golpear insistentemente con una porra o con cualquier otra cosa; machacar, importunar o molestar; sacudir o ahuyentar las moscas; atropellar y pegar accidentalmente. Salvo por éste adverbio, el término escogido como autodefinición es perfecto para describir el perfil de una página donde ningún porrazo se lanza por accidente. El 28 de junio faltaban 48 horas para que expirara el mes que escogí para hacer el seguimiento que, debo admitirlo, no podía tener pretensión de exhaustividad dado el volumen de material que fluye en la página. Fue ese día cuando Honduras recibió la violenta sacudida política que la comunidad mundial calificó de golpe de

Estado y que dio paso a un nuevo gobierno que se estrenó con censura y acoso a la prensa y restricciones a las libertades políticas de la población.

PORTAL A PRUEBA

El 28 de junio constituyó una nueva prueba para el portal y su concepto. *Aporrea* nació en mayo de 2002, apenas semanas después de otro golpe de Estado, el que marginó al presidente Chávez del poder por dos días. Durante esas horas el silencio informativo de los principales medios frente a hechos cruciales, como la movilización de los seguidores del mandatario derrocado y la reacción militar favorable a su regreso, abrió una herida profunda y aceleró la creación del portal¹. La salida violenta de Zelaya era una situación semejante a la que estaba en el acta de nacimiento de la página, por tanto su cobertura era un asunto vital cuya importancia no se puede entender sin hablar sobre política. La ocasión era singular porque el gobernante hondureño, un hacendado electo con los votos del Partido Liberal, había dado un viraje de aproximación a la esfera de influencia del Presidente venezolano a medida que avanzó su mandato. Zelaya no sólo incorporó a Honduras a la Alianza Bolivariana para los Pueblos de América (Alba) sino que intentó activar a través de una encuesta nacional un proceso constituyente semejante al que se hizo en Venezuela y luego en Ecuador y Bolivia, donde los jefes de Estado obtuvieron la posibilidad de reelegirse y modificaron las constituciones.

La crisis explotó por la insistencia del gobernante hondureño y la resistencia que encontró entre sus adversarios: la carta magna de su país tiene un blindaje de acero. Permite su modificación exclusivamente a través del Congreso e incluye entre sus *cláusulas pétreas* la imposibilidad absoluta de extender el mandato presidencial. Los poderes públicos declararon ilegal la iniciativa de Zelaya, quien nunca dio un paso atrás, y la Corte Suprema de Justicia ordenó arrestarlo para enjuiciarlo por cuatro delitos. En ese país nadie tiene la prerrogativa del antejudio. Un factor se convirtió en leña para la fogata en Honduras: el rechazo a la tutoría de Chávez y al modelo de democracia participativa que parecía abrirse paso y sobre el cual hay polarización. Se debate si el sacudón político que comenzó en Venezuela ha traído la mera des-

“

***Aporrea* nació en mayo de 2002, apenas semanas después de otro golpe de Estado, el que marginó al presidente Chávez del poder por dos días. Durante esas horas el silencio informativo de los principales medios frente a hechos cruciales, como la movilización de los seguidores del mandatario derrocado y la reacción militar favorable a su regreso, abrió una herida profunda y aceleró la creación del portal**

”

trucción institucional y la segregación política o ha contribuido a sacar a las mayorías de la exclusión, a pesar de la resistencia de las denostadas oligarquías latinoamericanas.

En los días previos, *Aporrea* ya tenía un mensaje repetitivo: se advertía sobre la preparación del golpe. No era sorprendente entonces constatar de qué lado de la historia iba a estar. Una bandera de Honduras se desplegó como la imagen principal del portal aquel domingo². En la primera franja se parafraseó una frase de Simón Bolívar: “Maldito el soldado que dispare contra su pueblo”. En la última franja se escribió una convocatoria con todas las letras en mayúscula: “Todos a Miraflores en solidaridad con Zelaya y el pueblo hondureño”³. A un lado el rostro de El Libertador y al otro el del general Francisco de Morazán, prócer hondureño del siglo XIX, quien fue arquitecto y presidente de lo que alguna vez fue la República Centroamericana y cuya figura se usa, en el discurso político de hoy, como la del héroe que encarnó el ideal de la unidad de esa región. Debajo se encontraban los dos bloques informativos desplegados en el cuerpo central. El superior se identifica con el término de “noticias principales” y el inferior con el nombre de “otras noticias”. Entre las 10:03 a.m. y las 2:45 p.m. del 28 de junio, en la última

sección mencionada se agregaron 43 actualizaciones de notas, en promedio, 1 cada 6 minutos aproximadamente⁴. Un ritmo que también se reflejó en *Twitter* con mensajes que llegaron hasta después de la medianoche con la reunión extraordinaria de emergencia del Alba que se celebró en Managua.

La sección de “noticias principales”, el centro de la jerarquización informativa, tenía 7 notas colgadas a las 2:45 p.m.: la mayor era ilustrada con la foto de Zelaya en franela cuando dio la rueda de prensa al lado de Oscar Arias, jefe de Estado de Costa Rica. Incluía un video de la declaración. El título: “Yo quiero retornar al país, yo soy el presidente de los hondureños”. La otra destacada mostraba una cobertura sobre lo que decían los demás medios: “Prensa derechista afirma que Chávez amenaza con ataque militar contra Honduras ante el golpe de Estado”. Y más abajo: “Prensa hondureña miente para justificar el golpe de Estado”. Las demás referían a las reacciones internacionales frente al hecho, incluyendo la posición oficial venezolana y las de los países del Alba, y la denuncia sobre el secuestro de la canciller hondureña Patricia Rodas y de los embajadores de Venezuela, Cuba y Nicaragua. A las 3:45 p.m. ya había tres comunicados y artículos en la sección de opinión –uno del Frente de Trabajadores del PSUV, otro de los militantes de esa organización en Catia, otro de un colectivo identificado como Prensa Marea Roja y el último que era firmado por Ana Bordas– además del editorial que ya había sido leído 1.071 veces, según el contador de la página. Terminaba entre exclamaciones: “¡Movilicémonos a las embajadas de Honduras y a las sedes de la ONU y de la OEA en el mundo, para expresar nuestro rechazo al golpe de Estado y nuestra solidaridad con el pueblo hondureño!”⁵

MILITANCIA WEB

Es imposible dudarle: la de *Aporrea* es una comunicación militante con una filiación política e ideológica abierta. En ese sentido es difícil sentirse engañado al navegar por el sitio: se sabe de antemano que estará siempre de un lado de la historia. No necesariamente cumplirá la exigencia que demanda la ortodoxia del periodismo informativo en el tratamiento de las noticias: mantener la distancia, presentar las dos caras y dejar las conclusiones a la persona que sostiene el *mouse*

y mira la pantalla. Lo anterior no es ni remotamente un motivo de vergüenza, sino un propósito. El enfoque implicará un sesgo en la selección de las informaciones –no sólo las claras que también estarán en la gran prensa sino de las que remiten actores políticos y sociales, populares, identificados con la revolución– y en su tratamiento, que será editorializante o llamará directamente al movimiento, a la acción y a la organización si se considera necesario. Es una herramienta concebida dentro del paradigma de la guerra mediática, por tanto, no sólo se concibe como un medio de comunicación sino también es un arma en ese teatro de operaciones en el cual el enemigo que manipula son los medios privados. Desde la página, por ejemplo, se convocó a medios alternativos a una serie de debates y mesas de trabajo con motivo del día del periodista, celebrado el 27 de junio. El nombre de la actividad oficial encerraba la metáfora bélica: Semana de la Artillería del Pensamiento⁶. Por tanto, la tarea de desvirtuar o desmentir la construcción del mundo que se hace desde la otra acera es obligatoria porque la lógica del juego se plantea en términos de victoria o derrota, lo que está en sintonía con la orientación gubernamental de lograr la hegemonía comunicacional. En la estrategia, no hay reparos para burlarse del otro, para estereotiparlo, e incluso para ofenderlo.

La de opinión y la de foros son plataformas de debate permanente, que ofrecen visibilidad a actores y pareceres que quizá de otro modo nunca la hubieran obtenido. La vitalidad de la página y su conexión con la gente descansa en buena medida en ese flujo de puntos de vista que se da, claro, siempre que se muevan dentro de las mismas coordenadas ideológicas. La reivindicación de lo popular parece circunscrita a la misma regla: se reconoce sólo el camino revolucionario, con todas las implicaciones que de ello se derivan, como una fórmula válida y legítima para atender la demanda de las mayorías pobres del país y del continente. La agenda temática, y esto es vital, no siempre está en sintonía con el sistema de medios públicos que es manejado desde el Estado. Así que *Aporrea* ofrece una flexibilidad para quienes tienen críticas que formular desde las propias filas del chavismo, críticas que encuentran contención en los canales y emisoras oficiales bajo la lógica de impedir que las armas lleguen a manos del enemigo. Aunque suene absolutamente obvio, *Aporrea* antes no existía y permite ahora agregar una nueva versión

“

La página de *Aporrea* es simple si se compara con versiones más acabadas de la era electrónica. Está presidida por un logo en el cual aparece la silueta de cinco personas con los puños levantados, en señal de victoria, y con el lema que la identifica: “Comunicación popular para la construcción del socialismo del siglo XXI

”

de la realidad, otro punto de vista que es posible cotejar con otros para sacar conclusiones. Lo pensaba como ciudadano cuando miraba en TV la cobertura de CNN sobre el caso hondureño al cual se le colocó el rótulo de “Sucesión Forzada” o cuando miré los diarios que no se daban por aludidos con la calificación que la comunidad mundial daba a los sucesos de ese domingo: golpe de Estado.

Pero también se me ocurría lo contrario –que gracias a Dios existen otras versiones más allá de *Aporrea* y el sistema público de medios oficiales– cuando leí en su página la nota titulada “Prensa derecha afirma que Chávez amenaza con ataque militar contra Honduras ante el golpe de Estado”. Un párrafo de la información señalaba lo siguiente: “A través de su portal en Internet www.skynews.com, el medio hermano de la cadena ultraderechista Fox News, afirma en portada en grandes titulares: ‘El presidente venezolano Hugo Chávez ha amenazado con acciones militares luego de que el embajador en Venezuela haya sido secuestrado luego del golpe de Estado’. Sin embargo en el texto de la noticia no dan ninguna evidencia de las palabras de Chávez al respecto”⁷. Luego agregaba que el mandatario no había hecho “alusión explícita a acción militar alguna”⁸. Pero la declaración presidencial la oyó el mundo

y casi todos los medios internacionales le dieron una valoración noticiosa semejante a *skynews* más allá de su ubicación a la izquierda, a la derecha, o de su parentesco filial con Fox: “Si nuestra embajada fuera atropellada, si nuestro embajador fuera secuestrado o atropellado, bueno, esa Junta Militar de Gobierno estaría entrando en estado de guerra de facto (...) tendríamos que actuar incluso militarmente, estamos obligados. Yo no puedo quedarme cruzado de brazos aquí, sabiendo que están masacrando a mi embajador o entrando a la embajada”⁹. De modo que la alusión explícita sí existió.

PROPUESTA BÁSICA

La página de *Aporrea* es simple si se compara con versiones más acabadas de la era electrónica. Está presidida por un logo en el cual aparece la silueta de cinco personas con los puños levantados, en señal de victoria, y con el lema que la identifica: “Comunicación popular para la construcción del socialismo del siglo XXI”. En la nave central, si cabe el símil con un templo, está el contenido noticioso jerarquizado de acuerdo con el orden que ya se anotó en líneas anteriores. A la derecha, aunque el término no les agrada, está uno de los puntos fuertes: la sección de opinión. A la izquierda aparecen los vínculos con tres entrevistas de fondo –una con Noam Chomsky, otra con Fernando Soto Rojas, dirigente de la Liga Socialista y la última con Jorge Paredes, presidente de Inveval– y más abajo 20 secciones que da una idea de cómo organizan la navegación por el mundo según criterios alejados de los tradicionales: ¡Chávez los tiene locos! Oposición y Escualidismo; ¡A desalambrear! Lucha campesina contra el latifundio; Frente Antifascismo; y Energía y Petróleo para el Pueblo, entre otros. Es un termómetro de los intereses de quienes siguen la página.

La página web www.alex.com tiene estadísticas mundiales del tráfico en el ciberespacio. *Aporrea*, durante junio, estuvo entre los 50 y 60 primeros sitios de Venezuela⁹. La tabla incluye lo imaginable: desde páginas pornográficas, portales para transacciones bancarias hasta gigantes como el buscador Google, claro está, el líder indiscutido. En el mundo de la guerra por la información, dominó el panorama noticias24.com, otra propuesta simple cuya alquimia, también básica, podría ser objeto de otro artículo. La pelea por el lugar de honor la presentaron

www.eluniversal.com y noticierodigital.com. *Aporrea* apareció con un tráfico superior al reportado por las versiones digitales de medios nacionales de referencia como *Globovisión*, *Unión Radio* y *El Nacional*.

En mayo *Aporrea* cumplió siete años. Gonzalo Gómez, cofundador del portal y dirigente del PSUV, concedió entrevistas que fueron replicadas por las páginas electrónicas de los medios del Estado. Refería, que en todo ese tiempo, el portal recibió 200 millones de visitas, de las cuales 45% era de procedencia internacional¹⁰. Decía que la página no tenía una línea editorial sino que su abordaje de la realidad era resultado de los diagnósticos de sus colaboradores: “Pasó de ser un espacio web y una asamblea popular revolucionaria, constituida para combatir el golpe de Estado, para convertirse en una agencia de noticias popular alternativa en Internet, una cartelera abierta de información y una herramienta de inteligencia y contraloría social”¹¹. También señalaba que era un punto de encuentro de los distintos enfoques revolucionarios y que la plataforma se había convertido en una fuente de información sobre el país, algo innegable¹².

En la página www.waybackmachine.com existe un archivo web global. Es posible consultar en ella viejas versiones de *Aporrea*: la más antigua corresponde a la actualización de las 6:14 p.m. del 22 de julio de 2002¹³. Había entonces una preocupación central que se desplegaba en forma de consignas en el cabecero de la página: “Alto a los ataques contra los medios alternativos. Libertad, libertad, libertad para Nicolás”. Se referían a Nicolás Rivera, locutor de Radio Perola en Caricuao, quien estaba detenido y era investigado por haber supuestamente disparado en Puente Llaguno durante los sucesos del 11 de abril. Una nota de Ely Flores, directora de la estación comunitaria, pedía el cese del hostigamiento contra medios que eran la “voz del pueblo”¹⁴. Otro cabecero del portal le dedicaba palabras al Presidente de la República: “¡Chávez, reacciona, que el golpe no perdona”. Otro decía esto: “¡Aquí sí hubo golpe, carajo! ¡Juicio a los golpistas!”

NOSOTROS ANTES Y HOY

En el vínculo “¿Quiénes somos?” se explicaba que la Asamblea Popular Revolucionaria era una instancia de articu-

“

En el vínculo “¿Quiénes somos?” se explicaba que la Asamblea Popular Revolucionaria era una instancia de articulación de grupos populares, luchadores y movimientos sociales caraqueños que comenzaron a reunirse para “enfrentar la ofensiva de la conspiración golpista”

”

lación de grupos populares, luchadores y movimientos sociales caraqueños que comenzaron a reunirse para “enfrentar la ofensiva de la conspiración golpista”¹⁵. Se señalaba que durante la madrugada del 11 de abril repartieron más de 100.000 panfletos en los que convocaban a una concentración en torno el Palacio de Miraflores para disuadir la marcha opositora que iría hacia allí, y criticaban a la dirigencia política por haber analizado que la situación estaba controlada y que debían evitarse las confrontaciones¹⁶. Sobre *Aporrea.org* decían lo siguiente: “No es sólo el sitio de la APR, sino un portal de noticias, documentos y propuestas referentes al proceso de cambios que se está dando en Venezuela. El sitio se nutre de la colaboración y solidaridad de muchas personas dentro y fuera de Venezuela, que trabajan para defender el proceso de cambios venezolano y luchan por construir una sociedad nueva basada en la solidaridad, donde reine la justicia y la paz”¹⁷.

En junio, si se pinchaba el *link* identificado bajo el rótulo de “Nosotros” se desplegaba una versión ampliada con el paso del tiempo. *Aporrea*, una hechura de un equipo voluntario, hace mucho más de lo que puede verse en la página. Pero se definen de esta manera antes que nada: “Es un sitio web de divulgación de no-

ticias y opinión socio-política y cultural, identificado con el proceso de transformación revolucionaria y democrática de nuestro país, Venezuela, con una visión que se extrapola al resto de la humanidad, en la perspectiva de la liquidación del sometimiento capitalista-imperialista y la construcción de sociedades libres, basadas en el poder de los trabajadores y el pueblo, sin explotación del hombre por el hombre”¹⁸. Igualmente se denominan a sí mismos “una agencia popular alternativa de noticias” y “cartelera digital abierta e interactiva del movimiento popular y de los trabajadores”¹⁹. Y entre sus objetivos destaca éste: “Buscamos romper el cerco mediático impuesto por los medios privados de comunicación, comprometidos con la conspiración golpista y contrarrevolucionaria en Venezuela, manifestación de la globalización imperialista, contra la cual también combatimos junto a los demás pueblos del mundo”²⁰.

REY MUERTO

La muerte de Michael Jackson fue, en los medios internacionales, una noticia de cobertura obligada. En *Aporrea* apareció con el mismo título que recorrió el mundo entero: “Murió el Rey del Pop Michael Jackson”. La nota tenía como fuente las agencias internacionales y se acomodaba al estándar de publicación de éstas²¹. El influjo de la estrella movió las fibras de articulistas que debieron explicar por qué ser seguidor del cantante no era necesariamente sinónimo de ser capitalista. Porque mayoritariamente al artista se le valoró como un símbolo del capital y el libre mercado. Julio César Colmenares remitió el 28 de junio el texto “Cuando las estrellas dejan de brillar” que culminaba con esta idea: “Michael Jackson, a quien siempre admiré y me duele su partida, fue una víctima de ese sistema opresor que nos enseña que ser estrella artística es garantía de bienestar y plenitud, cuando nuestras vidas deben ser más que estrellas sino humildes servidores en la búsqueda del bien de nuestro prójimo”²².

Carlos Andrade, un estudiante de noveno semestre de Comunicación Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela, remitió el mismo día su punto de vista en una nota con un titular salvaje: “Murió Michael Jackson, descansan en paz los niños”. No explica a sus lectores la referencia por la cual escogió ese título y que refiere a las denuncias, y consecuentes escándalos, de abuso sexual contra infantes.

Quedó implícito: “No es que la noticia me alegra, pero es una muestra más que cuando alguien muere siempre fue bueno por algo que llaman solidaridad automática; como cuando matan a un delincuente y comienzan los comentarios de lo bueno que era; que ya él se iba a salir de eso, nunca quiso asesinar a el hijo de Petra lo que pasó fue que atravesó la línea cuando estaba practicando la puntería; en fin cosas así por el estilo suelen decir los deudos del difunto”²³. Recriminaba que el fallecimiento del cantante tuviera más importancia que otros acontecimientos: “Para las grandes cadenas mediáticas a escala global, con CNN a la cabeza; la infausta noticia de la muerte del cantante es una noticia de mayor jerarquía que un posible golpe de Estado en una república centroamericana”²⁴.

En la sección de Ideología y Socialismo del Siglo XXI, se divulgó un texto de Pedro Querales el 27 de junio. Analizaba lo que significaba la muerte de Jackson para la industria del espectáculo. “Estamos asistiendo en estos momentos a otro de los movimientos preferidos de la sociedad capitalista: la muerte de una estrella de su “star system”. Y como siempre, se dan cuenta que alguien que ha producido mucho dinero y centímetros puede seguir dando después de irse de este mundo terrenal”²⁵. La conclusión era semejante a la que llegó Colmenares: La muerte de Michael Jackson, debería servir como lección para que nos demos cuenta que esa fama, “fortuna hueca y vana solo contribuye, a que el ser humano, sea más miserable, más triste, más deprimido, como diría alguien por ahí: ‘Tan pobre que solo tiene dinero’”²⁶.

EL HIPERLIDERAZGO

No fue marginal, en cambio, la cobertura del Congreso “Intelectuales, Democracia y Socialismo” que se desarrolló en Caracas a principios de junio. El evento, de alguna manera, planteó un contrapeso al foro “El Desafío Latinoamericano”, que fue organizado por el Centro para Divulgación del Conocimiento Económico (Cedice), una instancia defensora del principio de la propiedad privada y de las nociones del liberalismo económico. El gran protagonista de ese encuentro fue el escritor peruano, Mario Vargas Llosa, un acérrimo crítico de Chávez. Ciertamente ambas reuniones, por distintos motivos, tuvieron una proyección que marcó el mes de junio. La cita de los inte-

“

Esa misma semana Víctor Álvarez, ex ministro de Industrias Básicas y Minería, ex presidente de la Corporación Venezolana de Guayana y también investigador del Centro Internacional Miranda, declaraba que las críticas presentadas no eran el resultado de meras jornadas de reflexión en el escritorio, sino de la recolección de datos empíricos.

”

lectuales de izquierda dejó una repercusión política de tal magnitud que, incluso, fue sorpresivo corroborar que los medios privados apenas si siguieron la pista.

Aporrea fue el sitio web donde se pudo seguir de primera mano el debate: todas las presentaciones, con los matices de los diferentes puntos de vista, estaban organizadas, desplegadas y accesibles. Incluso se facilitaban a los internautas los textos de las conferencias y los videos respectivos. De la misma manera se ponían a disposición de los lectores todos los artículos de opinión de los colaboradores del portal. La médula de lo ocurrido fue lo siguiente. En sus presentaciones figuras de innegable filiación con el proceso revolucionario —el historiador venezolano Vladimir Acosta y el catedrático español Juan Carlos Monedero del Centro Internacional Miranda— plantearon críticas concretas al liderazgo del presidente Hugo Chávez. Acosta, quien aclaró que pensaba que la década tenía logros innegables, dijo que era necesaria la construcción de una dirección colectiva y sobre la conveniencia de que haya dirigentes que no teman opinar antes que el jefe del Estado²⁷. Monedero habló del fenómeno del hiperliderazgo y sus palabras tuvieron un sentido semejante a las de Acosta. Según el diagnóstico, esa forma de

ejercer el comando en el fondo debilita al mandatario y coloca al proceso bolivariano prácticamente frente a un dilema de obligatoria resolución.²⁸

El propio jefe de Estado se hizo eco de las críticas el 14 de junio en su programa *Aló Presidente*: “Aquellos que dicen que al proceso hoy le hace daño lo que ellos llaman el hiperliderazgo mío, yo les respeto esa opinión, no es que los rechazo. No, pero es para discutirlo. Vengan a discutir con el pueblo. Salgan de unos salones por allá y vénganse aquí a La Fría (Táchira), a los llanos, por los barrios de Caracas. ¿Dónde está mi hiperliderazgo? Yo hago lo que creo debo hacer (...). ¿Qué significa hiper? Algo que está sobredimensionado (...) entonces yo debería bajar mi liderazgo. ¡Ah! Eso es lo que quiere el enemigo. ¿No les parece? (...) más de uno que dice que es chavista y lo que es en el fondo es antichavista”. Acto seguido se dedicó a ironizar sobre el tema²⁹. Y Nicolás Maduro, canciller, también respondió. No fue elegante. Le dijo a los críticos que se ocuparan de construir y de ayudar al pueblo en lugar de “hablar paja”³⁰.

Esa misma semana Víctor Álvarez, ex ministro de Industrias Básicas y Minería, ex presidente de la Corporación Venezolana de Guayana y también investigador del Centro Internacional Miranda, declaraba que las críticas presentadas no eran el resultado de meras jornadas de reflexión en el escritorio, sino de la recolección de datos empíricos. Álvarez afirmaba que durante la última década el país se había consolidado como un espacio capitalista dado el escaso aporte a la economía de las formas organizativas alternativas a la empresa privada. Llamaba, de hecho, a profundizar la aplicación del modelo socialista³¹. En *Aporrea* la artillería iba y venía. Un texto de Vicente Emilio Sánchez, del 17 de junio, cargaba contra Maduro: “... Decía, señor Maduro que a nosotros nos cayó muy mal sus declaraciones, no tanto o para nada por su vocabulario escatológico, pero sí porque está descalificando a lo que nosotros creemos lo mejor de nuestra intelectualidad, es decir nuestra fuente Sr. Maduro... y ahora de dónde tomamos luces Sr. Maduro, es decir, de cual discurso nos nutrimos para formarnos ideológica o políticamente”³². El mismo día, Guaicaipuro Rodríguez escribió un artículo titulado “Hiperlíder vs Hipointelectuales” que decía lo siguiente: “Es así como surgen ciertos intelectuales que, entre bocado y bocado, entre el tintineo de los tragos “on the rock” y creyéndose superintelectuales, comiencen,

después de afirmar que son de “izquierda” y reunirse con intelectuales de verdad para camuflarse, a criticar el mismísimo hecho de que a Chávez lo apoyen”³³. El 21 de junio el portal reproducía lo escrito por Eleazar Díaz Rangel, director del diario *Últimas Noticias*, en su columna dominical quien se quejó de que el único espacio abierto para el debate fuera solamente *Aporrea*.³⁴

Era un tema principal en el portal revolucionario, aunque el trabajo de demolición a la figura de Vargas Llosa aún se desgranaba en junio en textos en los que parece pérdida la frontera de la argumentación política, ideológica y el simple insulto. Rubén Darío Romero, el 2 de junio, publicó un artículo titulado “El Intelectual Vargas Llosa”: “Usted y el grupo de supuestos intelectuales que le acompañan con su actitud mentirosa, farsante y ofensiva hacia nuestra Patria, terminan siendo factores de subversión con la intención de desestabilizar el Gobierno, usando para ello la manipulación de la opinión pública”³⁵. Comparó al peruano con un “vulgar mercenario tarifado” por la invitación de Cedice ³⁶. El 16 de junio se difundió bajo la firma de Roosevelt Barboza el texto “El discurso de Mario Vargas Llosa”. Citamos el segundo párrafo: “Este bellaco del cual volvemos a hablar, es un publicista de lo que queda de una derecha con un pensamiento que agoniza, que ha ido perdiendo su vigencia por las terribles consecuencias derivadas de su aplicación. Todos los días la vida nos da las evidencias de la inviabilidad de esas posturas debido al daño que provocan, pero pese a ello, aún insisten en mantenerlas”³⁷. También le dedicó otros adjetivos como “troglodita” y “sin vergüenza” entre las razones para objetar la defensa que hace el peruano del libre mercado y la democracia liberal³⁸.

LOS TIENE LOCOS

El mes había comenzado con el artículo “Galería mediática del horror del mes de mayo: sillas eléctricas, pánicos sísmicos y cubanos repartiendo libros” bajo la firma de Okrim Al Qasal y el cual se podía encontrar en la sección Chávez los tiene Locos. El 13 de julio el trabajo había sido leído 2.577 veces³⁹. Es un repaso crítico, en tono de burla, de lo que definió como el “estiercol impreso” contenido en las primeras páginas de los periódicos privados durante las cuatro semanas previas. Podría entenderse, en cierta forma, como

“

El Nacional, El Universal, 2001 y El Nuevo País estaban en el catálogo, en el cual se procura hacer un desmontaje del tratamiento informativo que el autor considera una manipulación. *El Nacional* fue el que recibió la mayor cantidad de dardos: 6 portadas fueron objeto de los cuestionamientos.

”

una despedida del mes anterior. *El Nacional, El Universal, 2001 y El Nuevo País* estaban en el catálogo, en el cual se procura hacer un desmontaje del tratamiento informativo que el autor considera una manipulación. *El Nacional* fue el que recibió la mayor cantidad de dardos: 6 portadas fueron objeto de los cuestionamientos.

Vale la pena examinar los comentarios que sirvieron de base para el título del artículo de Al Qasal. La edición de 31 de mayo de *El Nacional* fue criticada por haber presentado una fotografía del ministro cubano de Cultura, Abel Prieto, repartiendo libros en Venezuela. El pie de foto se titulaba “Leer de la mano de Cuba” y tenía un antetítulo que decía “Plan Revolucionario”. La leyenda precisaba: “La plaza Bolívar fue uno de los escenarios donde, esta semana, se escenificó la entrega masiva de libros como parte del Plan Revolucionario de Lectura. El ministro de Cultura de Cuba, Abel Prieto, repartió de su propia mano ejemplares a varias de las personas que hicieron largas colas para obtener tomos de Los Miserables, revistas y CD. En una primera fase el proyecto intentará seducir a nuevos lectores con clásicos de la literatura universal pero, en una segunda etapa, promete afianzar su carácter de proselitismo político con material ideológico”.

El comentario de Al Qasal fue este: “Miren si no cómo decidió terminar el mes, aterrizando a sus escasos compradores con una foto del ministro cubano de cultura, Abel Prieto, dando libros y revistas a una niña y su madre, en Caracas. ¡Llegó la ideologización, horror, los cubanos reparten libros a nuestros hijos! ¿Hasta dónde vamos a llegar? ¡Marines, al rescate ya! En el texto al pie de foto no les queda más remedio que admitir que los libros que entrega Prieto nada tienen de ideologizantes, pero entonces recurren al posible terror futuro: “en la próxima entrega será proselitismo político y material ideológico”, señalan. Sólo les faltó decir que en esa terrorífica futura actividad, el repartidor de turno entregará libros y revistas pero se llevará a la niña a un campo de reeducación de Cuba a cambio. ¿Exagero? Miguel Henríquez Otero es capaz de eso, sólo esperen y verán”⁴⁰. En las páginas internas se citaba al presidente Chávez que ha dicho que el plan revolucionario de lectura es de “gran importancia para la formación ideológica” y se hablaba también del contenido de la guía para los promotores que anunciaba una segunda fase que sería “necesariamente ideológica, dado el contexto y el momento político del plan”⁴¹. Otra portada de *El Nacional* que recibió críticas tenía el siguiente título de apertura: “No hay planes para enfrentar sismos”. Se mencionaba junto con una tapa del diario *2001* que también trató sobre el temblor del 4 de mayo: “Mientras la portada de *2001* -que no incluyó- hablaba de “pánico”, *El Nacional* venía a decir: “prepárense que lo que viene es todavía peor”. Ambos buscan crear desasosiego, temores apocalípticos y paranoia colectiva, aunque de ser interrogados por esto, dirán que lo único que pretendían era “denunciar las fallas del gobierno con intención de crítica constructiva”. Ajá. Igualito que Globovisión, con su director Alberto Federico Ravell a la cabeza, recomendando a todo el mundo abandonar sus hogares a la carrera y agruparse en la calle, eso sí, con “muuuucha calma”⁴². Ciertamente, el título dio origen a la solicitud de un derecho a réplica por parte de Funvisis la cual fue publicada al día siguiente en las páginas interiores del diario. La institución gubernamental en el cual se aclaró, entre otros datos, que más de 300.000 personas habían recibido talleres de formación sobre cultura sísmica⁴³. La tercera portada que sirvió para sustentar el título de la “galería del horror” correspondió al *Nuevo País* y decía

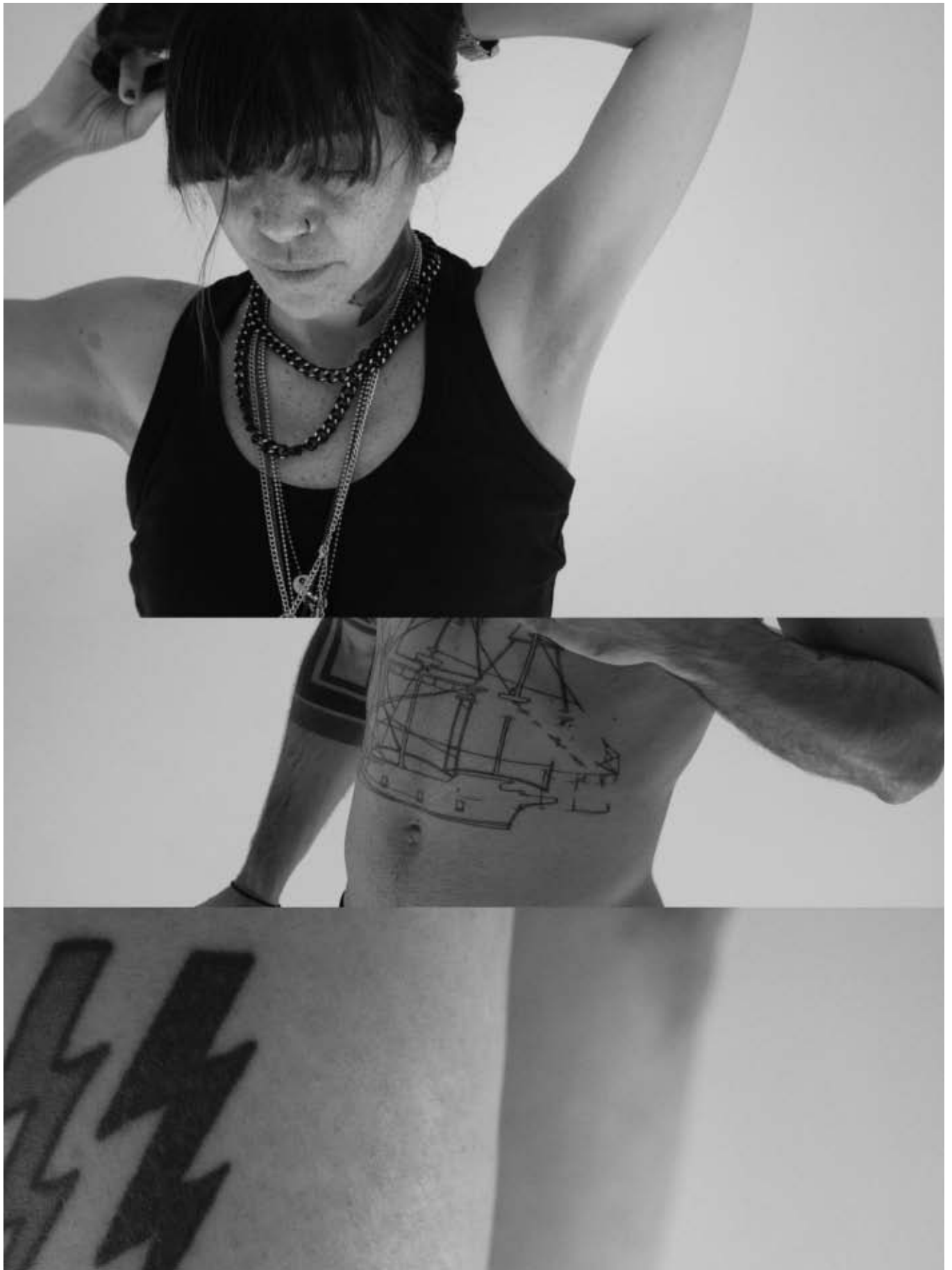
“Silla Eléctrica para los dueños de los medios”. El sumario atribuía a Chávez la amenaza de encarcelar a dueños de televisoras y radios. El comentario del autor, en este caso, se basta por sí mismo: “Silla eléctrica es sin duda demasiado. Pero unas lecciones de ética y periodismo no les vendría mal”⁴⁴. Después de este mes me he ratificado en un principio: debe protegerse la libertad para que muchos hablen, para que muchos pongan sus puntos de vista, para que muchos critiquen así sea con exceso o con poca justicia. Una mirada única, así sea la que nos acomode mejor, al final termina por ocultar la verdad.

■ David González

Periodista del diario *El Nacional*. Egresado de la UCAB. Profesor del Postgrado en Comunicación Social de la UCAB. Candidato a Magister en Historia de Venezuela.

Notas

- 1 “Aporrea nació como respuesta a la desinformación durante el golpe de Estado” (mayo 2009): *Radio Nacional de Venezuela*. Disponible en: <http://www.rnv.gov.ve/noticias/index.php?act=ST&f=2&t=97422>. La nota reproduce las declaraciones en Gonzalo Gómez, cofundador del portal, en la celebración del séptimo aniversario
- 2 “Todos los pueblos del mundo contra el golpe de Estado en Honduras” (junio 2009): *Aporrea*. Disponible en: <http://aporrea.org/actualidad/n137396.html>
- 3 Ídem
- 4 Cálculos propios
- 5 “Todos los pueblos...” Ob. Cit.
- 6 “Semana de la Artillería del Pensamiento” (junio 2009): *Aporrea*. Disponible en: <http://www.aporrea.org/imagenes/2009/06/programaartilleriapensamiento.jpg>
- 7 “Prensa derechista afirma que Chávez amenaza con ataque militar ante Honduras ante golpe de Estado” (junio 2009): *Aporrea*. Disponible en: <http://aporrea.org/medios/n137438.html>
- 8 PEÑALOZA, Pedro Pablo (junio 2009): “Chávez amenaza con respuesta militar a golpistas de Honduras”. *El Universal*. Disponible en: http://internacional.eluniversal.com/2009/06/29/int_art_chavez-amenaza-con-r_1453510.shtml
- 9 “Daily Traffic Rank Trend” (junio 2009): Alexa.com. Disponible en: www.alexacom/siteinfo/noticias24.com+eluniversal.com+aporrea.org
- 10 “Aporrea recibió 200 millones de visitas en 7 años” (mayo 2009): *Venezolana de Televisión*. Disponible en: www.vtv.gov.ve/noticias-culturales/18041
- 11 Ídem
- 12 Ídem
- 13 Aporrea.org (julio 2002): Wayback machine.com. Disponible en: <http://web.archive.org/web/20020724074655/http://aporrea.org/>
- 14 FLORES, Elsy (julio 2002): “Mensaje de agradecimiento de Radio Perola. Que liberen a Nicolás de una vez”. *Aporrea*. Disponible en: <http://web.archive.org/web/20020802073839/www.aporrea.org/dameverbo.php?docid=110>
- 15 “¿Quiénes son la Asamblea Popular Revolucionaria y Aporrea.org?” (julio 2002): *Aporrea*. Disponible en: http://web.archive.org/web/20020802082411/www.aporrea.org/quienes_somos.php
- 16 Ídem
- 17 Ídem
- 18 “Nosotros” (junio 2009): *Aporrea*. Disponible en: <http://www.aporrea.org/nosotros.php>
- 19 Ídem
- 20 Ídem
- 21 “Murió el Rey del Pop Michael Jackson” (junio 2009): *Aporrea*. Disponible en: <http://www.aporrea.org/actualidad/n137251.html>
- 22 COLMENARES, Julio César (junio 2009): “Cuando las estrellas dejan de brillar”. *Aporrea*. Disponible en: <http://www.aporrea.org/actualidad/a80957.html>
- 23 ANDRADE, Carlos (junio 2009): “Murió Michael Jackson, descansan en paz los niños”. *Aporrea*. Disponible en: www.aporrea.org/actualidad/a80960.html
- 24 Ídem
- 25 QUERALES, Pedro (junio 2009): *Aporrea*. Disponible en: www.aporrea.org/ideologia/a80923.html
- 26 Ídem
- 27 “Conozca lo que dijo Vladimir Acosta en el encuentro Intelectuales, Democracia y Socialismo” (junio 2009): *Aporrea*. Disponible en: www.aporrea.org/actualidad/n136513.html
- 28 PRIETO, HUGO (junio 2009): “La revolución está en una encrucijada”. *Últimas Noticias*. Disponible en: www.aporrea.org/ideologia/n136395.html
- 29 DA CORTE, María Lilibeth (junio 2009): “Chávez rechaza las críticas contra su hiperliderazgo”. *El Universal*. Disponible en: www.eluniversal.com/2009/06/15/pol_art_chavez-rechazo-criti_1432764.shtml
- 30 (junio 2009): *Noticias 24*. Disponible en: <http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/57774/dice-que-la-ultraderecha-habla-paja-y-que-su-campana-es-vulgar/comment-page-5/>
- 31 OJEDA REYES, Yolanda (junio 2009): “La economía venezolana se ha hecho más capitalista”. *El Mundo Economía y Negocios*. Disponible en: www.aimm-ven.org
- 32 SÁNCHEZ, Vicente Emilio (junio 2009): “Los pajúos de Maduro”. *Aporrea*. Disponible en: www.aporrea.org/ideologia/a80262.html
- 33 RODRÍGUEZ, Guacaipuro (junio 2009): “Hiperlíder e hipointelectuales”. *Aporrea*. Disponible en: www.aporrea.org/ideologia/a80200.html
- 34 DÍAZ RANGEL, Eleazar (junio 2009): “Cerrar la discusión”. *Últimas Noticias*. Disponible en: <http://www.cadenaglobal.com/noticias/default.asp?Not=218411&Sec=77>
- 35 ROMERO, Rubén Dario (junio 2009): “El Intelectual Vargas Llosa”. *Aporrea*. Disponible en: <http://www.aporrea.org/actualidad/a79086.html>
- 36 Ídem
- 37 BARBOZA, Roosevelt (junio 2009): “El discurso de Mario Vargas Llosa”. Disponible en: <http://www.aporrea.org/oposicion/a80134.html>
- 38 Ídem
- 39 AL QASAL, Okrim (junio 2009): “Galería mediática del horror del mes de mayo: sillas eléctricas, pánicos sísmicos y cubanos repartiendo libros”. *Aporrea*. Disponible en: www.aporrea.org/oposicion/n135528.html
- 40 Ídem
- 41 AZUAJE, Leidys (31 de mayo 2009): “El socialismo se leerá en las escuelas”. *El Nacional*, Ciudadanos 1.
- 42 AL QASAL, Okrim. Ob. Cit.
- 43 “Funvisis trabaja para insertar prevención sísmica” (6 de mayo de 2009): *El Nacional*, Ciudadanos 2.
- 44 AL QASAL, Okrim Ob. Cit.



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

10 años de políticas culturales en la administración Chávez

Romper la casa del nosotros

Desde mediados de la década de los '90, la discusión sobre las políticas públicas que ha tenido lugar a lo interno de las instancias de gobernabilidad mundial, han reconocido que la cultura ha adquirido un lugar relevante, central, a lo interno de la idea contemporánea del desarrollo social. Tulio Hernández (2005:282) señala que hemos entrado a una nueva generación de estas políticas, que en tanto “construcciones institucionales planificadas”, se pueden definir como “formas de intervención intencional sobre el sistema cultural (una realidad que desborda al Estado y al mercado) que apuntan a corregir sus fallas, compensar sus carencias o reforzar sus potencialidades, dichas políticas deben entenderse en el presente no como algo por desarrollar en un campo especializado –a la manera como se conciben, por ejemplo, las políticas educativas o las deportivas– sino como una estrategia que ‘atraviesa’ y se articula en red con otras dimensiones del sistema social”; privilegiando –diríamos– la idea de la cultura como pensamiento colectivo (Geertz, 2005), con lo cual, toda la acción del Estado tendría que considerarse –en nombre de su efectividad en la perspectiva del desarrollo– la idea de su efectuar como un proceso que apunta hacia el cambio cultural.

I. MODERNIDAD COMO TRADICIÓN: 70 AÑOS DE POLÍTICAS CULTURALES

Es novedad, ciertamente, pero a la vez, no lo es tanto. Antes de estos diez años, en por lo menos, los últimos 70, la gestión pública en cultura en Venezuela había movilizado recursos, tiempo y personal en la combinación de seis paradigmas de ges-

ción que consideraban a la cultura: a) como un derecho humano y social fundamental; b) como patrimonio tangible e intangible; c) como el producto de la modernización del país (incremento de la cultura y perfeccionamiento de una identidad moderna); d) como resultado de la formación del gusto; e) como un área de incidencia en la economía nacional (gasto público, industrias culturales, mecenazgo) y f) como base para la formación de capital social. De allí que el surgimiento de una visión sistémica de la política cultural en su relación con el desarrollo social es sin duda un avance, sobre todo puesto en perspectiva de que el cumplimiento de los compromisos de la élites gobernantes en esta materia –tanto como en la educativa– terminó siendo residual.

Una primera aproximación a este proceso, con alguna perspectiva cronológica se ofrece en el cuadro número 1; no obstante, podría afirmarse que estos paradigmas se refunden en la idea de modernización, la cual a su vez puede entenderse, acaso, como la ruta contemporánea seguida en la formulación del proyecto histórico nacional (Carrera Damas, 1980). La modernización ha sido entendida como el intento inacabado, ideológico, de gestar una modernidad propia, capaz de inscribirse en el proyecto civilizatorio iluminista, que sustituyó a la formación real de esta modernidad por la carencia de estructuras (institucionales, culturales, económicas, demográficas, etc.) apropiadas para gestarla, o por el aislamiento de los núcleos promotores de ésta, del conjunto más amplio de la población que aún mantiene mentalidades y hábitos de corte premoderno pese a que ellos mismos consideran a la modernidad como una aspira-

En sólo una década, la administración cultural ejercida por la acción ejecutiva de una revolución transmoderna, ha producido un profundo daño a las inteligencias y a las instituciones culturales venezolanas, en nombre de la estetización de la política, revirtiendo la continuidad de setenta años de un proyecto de modernización. En estas líneas se analizan las principales lógicas de esta violencia.

■ Carlos Delgado-Flores

ción antes que como un modo de ser¹. Ha sido incomprendida, por otra parte, por otros núcleos de población que la critican sin solución de continuidad y ahora, se halla subvertida por una facción de pensamiento subalterno, que bajo el argumento histórico de una revolución de corte transmoderno, intenta desmontarla por la vía de la desinstitucionalización.

La cultura de la modernización levantó museos, bibliotecas y teatros, descorrió telones y mostró orquestas, compañías de danza, ópera, adquirió obras de arte de los más representativos maestros del arte contemporáneo mundial, abrió escuelas y bibliotecas en casi todos los municipios del país, creó espacios de modernidad para toda la población. Pero al mismo tiempo y dado que una de las condiciones principales de la modernidad, en su versión ilustrada, es que se trata de un proyecto hegemónico, excluyente, una parte importante del patrimonio intangible (costumbres, tradición oral, saber de culturas ancestrales, etc.) fue desatendida y la posibilidad del establecimiento de políticas abiertas a la interculturalidad fue obviada. La cultura de la modernización, en contraparte al desarrollo, mostró retraso en conocer y valorar, además, otras estéticas que se producen en los fenómenos de hibridación cultural, restándole al proyecto modernizador la capacidad de interrelacionarse con la población de pensamiento premoderno, que fue accediendo progresivamente a la modernidad a través de la oralidad secundaria (Ong, 1997) de los productos culturales de unos medios de comunicación que suscribieron el proyecto modernizador y lo reescribieron en su versión estereotipada, acaso movidos por las urgencias del mercadeo, acaso conscientes de la existencia de otra racionalidad allende las ciencias y las artes; estereotipos que entraron a formar parte de una estética diferente: una modernidad híbrida donde podían coexistir la vanguardia y el atavismo, lo culto y lo popular, y donde la mayoría de la población se hallaba cómoda, reflejada en su identidad: una estética de la mediación, más volcada a comprender la modernidad en plural (Berriain, 2002) con lo cual se abría la posibilidad de trascender lo que de utópico o de ideologizante podía tener la modernización.

II. LA LÓGICA TRANSMODERNA DE EL PROCESO

Pero a partir de 1999, el diseño de las políticas culturales da un giro radical, en las

“

La cultura de la modernización, en contraparte al desarrollo, mostró retraso en conocer y valorar, además, otras estéticas que se producen en los fenómenos de hibridación cultural, restándole al proyecto modernizador la capacidad de interrelacionarse con la población de pensamiento premoderno, que fue accediendo progresivamente a la modernidad a través de la oralidad secundaria

”

dos administraciones de Hugo Chávez al frente del Ejecutivo nacional, el período que de modo más o menos generalizado solemos denominar como *el proceso*. Son numerosos los indicios que apuntan a la existencia de distancias considerables entre la visión sistémica de la gestión cultural y el enfoque presente, en el cual la cultura se concibe emparentada –cuando no consustanciada– con la política, y a ésta como el presente coyuntural de la razón histórica.

Hemos sostenido con anterioridad que el proceso bolivariano no es moderno, sino subalterno en cuanto que critica a la postcolonialidad, a la vez que transmoderno, por cuanto mira a la modernidad desde otro lugar (Delgado-Flores, 2008); en la tesis de Dussel (2005), la transmodernidad “indica todos los aspectos que se sitúan ‘más-allá’ (y también ‘anterior’) de las estructuras valoradas por la cultura moderna europeo-norteamericana, que están vigentes en el presente en las grandes culturas universales no-europeas y que se han puesto en movimiento hacia una utopía pluriversa”; pero esta definición describe más las oportunidades que se abren que las que se aprovechan, porque en paralelo, el discurso de la subalteridad es relevante, tanto para un Presidente que acusa a la oposición de *pitiyanqui*, como para un curador –en este caso hipotético– que elimine de su lista de ar-

tistas a cualquiera con apellidos de origen sajón, en nombre de la pureza etnográfica de *el proceso*, o como –y ya no en modo hipotético– para un viceministro de cultura que preside la materia de patrimonio cultural, el cual propone devolver las obras de artistas extranjeros en colecciones nacionales públicas a sus países de origen².

La subalteridad es la denuncia de la modernización eurocentrista e iluminista como proceso ideologizante, hegemónico frente a la imposibilidad de las antiguas colonias imperiales de gestar una modernidad propia. Este concepto entra en debate con otros conceptos más contemporáneos: con la misma transmodernidad, con la sobremodernidad, las modernidades líquidas, o las modernidades múltiples, por mencionar sólo algunos. Este es, quizás, el sentido señalado para articulaciones discursivas tales como la reivindicación indigenista y mestiza, la denuncia de las oligarquías o el socialismo bolivariano; lo que luce como una restauración de posturas desarrolladas en la década de los 70, materia que debe ser revisada, ciertamente, pero que excede el alcance de estas líneas.

Una fecha y un acontecimiento emblemática este cambio en la voluntad histórica: el 12 de octubre de 2004, en el marco de la resignificada fiesta de la resistencia indígena (antaño fiesta del descubrimiento de América, de la hispanidad o del encuentro de dos mundos), un grupo de manifestantes derribaron la estatua del almirante Colón, por casi un siglo ubicada en Quebrada Honda, en Caracas y la decapitaron, como manifestación de violencia simbólica a favor de una reivindicación de lo ancestral.

III. EN CÁMARA LENTA: EL PROCESO CULTURAL EN CUATRO ETAPAS

En diez años de administración Chávez se cuentan cuatro etapas para la gestión cultural pública, descritas por la rotación de los titulares de este despacho que cabe destacar, es baja en comparación con otros despachos del Ejecutivo: cuatro en dos lustros.

Primera etapa: la cultura en la Constituyente (1999-2000)

Después de un conjunto de traspies iniciales (el más notorio: la designación de Luis Britto García como presidente del CONAC y su renuncia al día siguiente), Alejandro Armas fue nombrado como el

sucesor de Oscar Zambrano Urdaneta en la presidencia del ente rector de la política cultural del Estado. Armas concibió como principal prioridad de su gestión la inclusión de un articulado coherente que desarrollara los derechos culturales en la Constitución que por entonces se debatía. Logró la redacción de 4 artículos: 98, 99, 100 y 101, donde se especifican las condiciones regulares de la materia, a saber, respectivamente: garantía de la libertad de creación y de la protección a la propiedad intelectual; autonomía de la administración cultural y protección del patrimonio cultural; protección de las culturas populares fundadoras de la venezolanidad, fomento a la promoción cultural y protección social de los trabajadores culturales; garantía de la difusión de la información cultural e imposición de responsabilidad a los medios de comunicación para este propósito.

Segunda etapa: reestructuración de la administración cultural pública (2000-2003)

Esta etapa la cubre la administración de Manuel Espinoza ya en rango de vicedirector de cultura, con lo cual el CO-NAC se adscribe al Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (siendo los titulares, Héctor Navarro, primero y Aristóbulo Istúriz, después). Se inicia con el decreto número 15 de fecha 15 de enero de 2001 por el cual se destituyen las autoridades de 13 instituciones culturales, hasta entonces autónomas, en un dispositivo que después se tornará regular: el Presidente anunciará la decisión a través de su programa dominical de televisión “Aló Presidente”. Figuras emblemáticas de la acción cultural pública como Sofía Imber, José Ramón Medina, María Elena Ramos, entre otros, sumaron el historial de la polarización en la percepción de la opinión pública.

En esta etapa, Espinoza intentará reestructurar la administración cultural, coordinar con las instituciones descentralizadas y formular un marco normativo contenido en el proyecto de Ley Orgánica de Cultura que elevó a la consideración de la Asamblea Nacional. En paralelo la presidenta de la Comisión de Cultura del parlamento, Milagros Santana introducirá otro proyecto y ambas iniciativas se anularán mutuamente, por cuanto se tratan de cuerpos legales con visiones diferentes (cuando no antagónicas), tanto que a la fecha de hoy aún no se aprueba la legislación en la materia.

“

El Gobierno decide competir con las industrias culturales al poner en funcionamiento la editorial *El perro y la rana* y *La villa del cine*, la una ambiciosa iniciativa para producir ediciones bibliográficas de corte ideológico en grandes tirajes; la otra, un moderno complejo de producción y postproducción para realizar cine con financiamiento público y al cual no tienen acceso aquellos cineastas disidentes del proceso

”

Tercera etapa: la ideologización (2003-2008)

Es la etapa de Francisco de Asís (Farruco) Sesto Novas, quien profundizará la reestructuración de la administración cultural pública en un sentido diferente al adelantado por Espinoza: de un modo aun más centralista, restando autonomía a las instituciones, departamentalizando la administración en plataformas (cine y medios audiovisuales, libro y lectura, patrimonio, artes escénicas y musicales, artes de la imagen y el espacio y red cultural comunitaria) y estructurando un modelo de gestión en buena medida inspirado –y asesorado– por el Ministerio de Cultura cubano.

En este lapso se desarrollarán programas que aspiran una cobertura masiva en la población, a medio camino entre los espectáculos y la promoción de la ideología del proceso, basadas en la reivindicación de *lo popular*. Se consolida la práctica de la exclusión de artistas disidentes o críticos al proceso, así como la eliminación de las exposiciones individuales. Se anuncia la regionalización de la Cinemateca Nacional y la creación de galerías estatales, con escasos rendimientos, hasta la fecha.

Por otra parte, el Gobierno decide competir con las industrias culturales al poner en funcionamiento la editorial *El perro y la rana* y *La villa del cine*, la una ambi-

ciosa iniciativa para producir ediciones bibliográficas de corte ideológico en grandes tirajes; la otra, un moderno complejo de producción y postproducción para realizar cine con financiamiento público y al cual no tienen acceso aquellos cineastas disidentes del proceso. Se financian y promueven radios comunitarias y periódicos “alternativos”, y se organizan numerosos festivales y certámenes; *La mega exposición I y II* y el *Certamen mayor de las artes y las letras* en sus dos capítulos: coral y artes visuales se constituyen fuera de criterios curatoriales, como “parlamentos artísticos” que al reiterar los “estilos” exhibidos funcionan como programas estéticos. Se privilegia el espectáculo de calle, masivo, con fuerte carga ideológica, y la formación de artistas circenses, además de la creación de la Universidad de las Artes, la cual fusiona los Institutos de Estudios Superiores en Música, Artes Plásticas y Danza, con la eventual integración posterior de similares entes en producción editorial y audiovisual; sin embargo, muchas escuelas de artes y de música desaparecen por falta de diseño administrativo que las soporte. También en este período se inaugura a medias la nueva sede de la Galería de Arte Nacional, al tiempo que se cierra la Escuela de Arte Cristóbal Rojas, a menos de una cuadra una de otra.

Se trata del período en el cual se registra históricamente, la mayor participación de las actividades culturales en el Producto Interno Bruto nacional, (Ver cuadro 2 y gráfico), impulsada como ha sido norma en *el proceso*, por el gasto público (ver cuadro 3 y gráfico), especialmente, en este caso, en cultura y comunicación social, que en el lapso señalado ha crecido en una proporción cercana al 300%.

Cuarta etapa: ¿Plena trasmodernidad? (2008- ¿?)

Se inicia con la rotación del tren ejecutivo por la cual el ministro Sesto es designado para la cartera de Vivienda y Hábitat y es nombrado como titular el viceministro para el Desarrollo Humano, Julio Soto. Lo trascendente hasta ahora, en esta etapa, es la reducción presupuestaria y los conflictos laborales como consecuencia de la homologación de cargos de las instituciones culturales, ahora agrupadas en plataformas, así como la radicalización de la polarización, expresada en el ataque a instituciones modernizadoras: (Ateneo de Caracas, Ateneo de Valencia, Fundación Theja) y en la marcada ideologización del discurso institucional, ahora entornado en

la construcción del socialismo del siglo XXI, y expresado en un nuevo proyecto de Ley de Cultura que intenta terciar las contradicciones de los proyectos anteriores por la vía del incremento de la capacidad legal del Estado de intervenir en la acción cultural nacional.

Mención aparte merece la actuación sindical en el sector cultura en esta década. Este sector no había tenido movimiento sindical como tal, desde el surgimiento de las primeras instituciones culturales, durante la administración de López Contreras (Museo de Bellas Artes, Museo de Ciencias, Biblioteca Nacional, Orquesta Sinfónica Venezuela). Durante la administración Espinoza se produjeron conflictos laborales determinados por la reestructuración de las instituciones, que en muchos casos supuso la eliminación de líneas de trabajo completas. Los trabajadores se organizaron en sindicatos para racionalizar los despidos y defender las reivindicaciones laborales obtenidas a lo largo de los años, constituyendo una federación de sindicatos (Fetracultura).

Los directivos de la naciente asociación participaron en procesos de cogestión al iniciarse la administración Sesto, movidos en parte por lo que se consideraban una *victoria de clase* que podía inscribirse en los postulados del proceso, en parte también por la consolidación de la acción sindical, y por qué no, por la ambición política. Farruco ordenó la reestructuración de los consejos directivos de las instituciones para incluir a representantes de Fetracultura y uno a uno los fue destituyendo posteriormente, en movimientos que coincidieron con la eliminación del Consejo Nacional de la Cultura que pasó de cuerpo colegiado a habilitaduría de pagos a terceros del sector, para luego desaparecer.

Fetracultura ha sido acusada de contrarrevolucionaria por el actual ministro, debido a las críticas realizadas al proceso de homologación salarial de las instituciones culturales, como consecuencia de la departamentalización. No resalta, no obstante, esta disidencia, frente a casos como el del Partido Comunista de Venezuela que ha sido tildado de *traidor* y *contrarrevolucionario*, sin que hasta la fecha se haya desmarcado de *el proceso*.

Y especialísima mención aparte la merece la actuación del Dr. José Antonio Abreu. De la transición institucional entre el antiguo y este nuevo *orden* sobrevive la Fundación del Estado para el Sistema de Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela –Fesnojiv– institución pionera en

“

Volverlo todo feo, exaltar lo chabacano, denunciar cualquier aspiración al buen gusto, es decir: el feísmo como una forma de igualación, como norma del espectáculo, es otra de las constantes de la siembra de valores antagónicos a la modernidad, que se ha visto reforzada en los últimos 10 años.

”

emplear la promoción de una actividad cultural como recurso para el desarrollo social. La red de orquestas infantiles y juveniles, conservatorios y escuelas de música de todo el país coordinadas desde esta fundación ha sobrevivido a la reestructuración oficial del sector, en parte porque nunca estuvo adscrita al Consejo Nacional de la Cultura, sino al Ministerio de la Familia, por tanto, actualmente depende de Sanidad y Desarrollo Social; en parte también porque su presidente, José Antonio Abreu, quien fuera ministro de Estado Presidente del Consejo Nacional de la Cultura durante la segunda administración de Carlos Andrés Pérez, ha logrado que este –su– proyecto sea concebido como emblema de la aspiración venezolana por uno y otro bando, lo cual se ha materializado en una considerable red de apoyos en todos los niveles y sectores y el visto bueno de un Gobierno a quien las constantes giras y premios de la Orquesta Simón Bolívar –emblemática del sistema– le han beneficiado en su diseño propagandístico internacional.

IV. SIGNOS EN COLISIÓN: LA TRADICIÓN DE LA MODERNIDAD VERSUS LA ESTETIZACIÓN DE LA POLÍTICA

En anterior ocasión hemos señalado como signo distintivo de la ideología de esta dé-

cada su progresiva estetización, empleando para referenciarla la expresión de Walter Benjamin (1936) al final de su ensayo *El Arte en la época de su reproducibilidad técnica*: “el fascismo significó la estetización de la política”³ (Delgado-Flores, 2008).

Volver sobre el episodio del 12 de octubre de 2004 ilustra la intención discursiva de *el proceso*, de proponerse como el cierre de un conjunto de injusticias que nacen con el arribo de Colón y de Europa al Nuevo Mundo, al tiempo que se pone en circulación un conjunto de mitos con los cuales explicar la exclusión y con los cuales construir el derecho del pueblo a la supremacía; se plantea, entonces, como una ruta que lo lleva lejos del capitalismo y de la Modernidad, para lo cual opera de manera pragmática, no produciendo rupturas, sino mediante acumulaciones.

Darle tono religioso al liderazgo, origen mágico a las decisiones políticas; concebir el debate político como una épica maniquea de tipo cosmogónico, son algunas de las estrategias discursivas que minan el lado premoderno de la racionalidad del pueblo, produciendo una adhesión afectiva con los militantes. El dispendio y la dádiva, el gasto desmedido son agentes de una vasta ceremonia de consumación: un *pottlach* (fiesta ritual del dispendio), donde aquel que consume o gasta más, ese será el líder. Por otro lado, volverlo todo feo, exaltar lo chabacano, denunciar cualquier aspiración al buen gusto, es decir: el feísmo como una forma de igualación, como norma del espectáculo, es otra de las constantes de la siembra de valores antagónicos a la modernidad, que se ha visto reforzada en los últimos 10 años. A estos se le suma la violencia –física o simbólica– con la cual se instala el miedo como forma de control social. (Delgado-Flores, 2008)

Estos tres agentes constituyen uno de los tres tipos de ataque que caracterizan el programa de estetización política de *el proceso*: *el ataque al imaginario*; siendo los otros dos: *el ataque a la institucionalidad* y *el ataque a la tradición*.

El ataque a la institucionalidad se enfoca en acabar con todo resquicio de autonomía. Aquí habría que sumar el desalojo del Ateneo y eventualmente del Grupo Theja del Teatro Alberto de Paz y Mateos; pero también a la merma de la capacidad de programar del Teatro Teresa Carreño, del Poliedro de Caracas, del Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos; a la pérdida de identidad institucional de los museos, integra-

CUADRO 1. Paradigmas sobre la cultura empleados para el diseño de políticas culturales en Venezuela (selección)

Paradigma	Definición	Período histórico	Instituciones creadas
La acción cultural como preservación del patrimonio	En la búsqueda de sistematizar la construcción de una identidad etnográfica, un cuerpo de expresiones de la cultura son promovidos como emblemas, incorporándolos a la sensibilidad pública por la vía de la propaganda institucional, propuestos como vínculos entre modernidad y tradición.	Tienio adeco Nacionalismo desarrollista (1945-1958)	o Dirección de cultura del Ministerio de Educación
El acceso a la cultura como derecho humano	La cultura como marco para la identidad. El derecho a la identidad está consagrado en la Declaración Universal de los DDHH.	La República del Pacto de Punto Fijo (1958-1998)	o Instituto Nacional de Cultura y Bellas Artes -Inciba- o Consejo Nacional de la Cultura -Conac- o Instituto de Patrimonio Cultural o Fundación Nacional de Etnomusicología y Folklore -Fundef-
Formación cultural como modernización	Las políticas culturales actúan en dos órdenes: se concentran en formar la sensibilidad de un conjunto de élites modernas para el país, preparándolas para la administración del Estado y desarrollan programas de formación y preservación del patrimonio cultural de alcance parcial, como complemento al área correspondiente (folclore, educación artística, etc.) en los programas de la educación formal. (Dinámica modernidad-tradición). Muchas de las instituciones creadas han sido desarrolladas como "utopías personales" de sus creadores.	La República del Pacto de Punto Fijo, nacionalismo desarrollista, el trienio adeco. (1945-1998)	o Dirección de Cultura del Ministerio de Educación o Museo de Bellas Artes o Museo de Ciencias o Galería de Arte Nacional o Museo de Arte Contemporáneo de Caracas Sofía Imber o Museo de Artes Visuales Alejandro Otero o Museo de la Estampa y el Diseño Carlos Cruz Diez o Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos -Celarg- o Instituto Autónomo Biblioteca Nacional o Cinemateca Nacional o Monte Ávila Editores o Biblioteca Ayacucho o Red de librerías Kuai Mare o La Casa de Bello o Teatro Teresa Carreño o Casa del Artista
Política del gusto	La intervención del Estado en la formación del gusto de los ciudadanos pasa por ofrecer opciones, confrontar la imaginación a sus límites, que son los del conocimiento frente a nuevas producciones simbólicas, lo cual implica que la oferta de bienes culturales tenga siempre una intención educativa.	Los anteriores	Las anteriores o Fundación del Estado para el Sistema de Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela -Fesnojiv-
Contribución económica de la cultura	Investigaciones liderizadas por el Convenio Andrés Bello en el nivel iberoamericano, han puesto énfasis en el interés económico de la cultura, para determinar la incidencia de la gestión pública y de la acción económica de las industrias culturales en la producción, comercialización y consumo de los bienes culturales.	Período del Pacto de Punto Fijo (1993-1998)	o Centro Nacional Autónomo de Cinematografía o Centro Nacional del Libro
Cultura y capital social	Lindon, R; Siles, M y Allan, S (2003) consideran que el capital social "se origina en rasgos comunes denominados puntos de coincidencia. Estos rasgos pueden ser adquiridos o heredados, y creemos que son necesarios para el desarrollo del capital social. Son ejemplos de puntos de coincidencia heredados el sexo, la edad, la genealogía, la nacionalidad, la lengua materna y las características físicas, para nombrar unos pocos. Como ejemplos de puntos de coincidencia adquiridos pueden mencionarse la educación; los objetos adquiridos; la pertenencia a clubes, organizaciones cívicas y equipos deportivos; los pasatiempos; los lugares de visita y las opiniones políticas y económicas." Estos puntos de coincidencia adquiridos son hechos y procesos culturales de una sociedad o comunidad. Por su parte, para Bernardo Kliksberg "la cultura cruza todas las dimensiones del capital social de una sociedad; subyace sobre los componentes básicos considerados como la confianza, el comportamiento cívico, el grado de asociacionismo." (2003).	Período del Pacto de Punto Fijo (1993-1998)	No hay instituciones creadas expresamente para promover la capitalización social por la vía de la cultura, si bien algunas políticas de las instituciones ya mencionadas enunciaban este objetivo en sus programaciones educativas.

dos en la Fundación Museos Nacionales, eliminada la autonomía funcional, pero principalmente la autonomía intelectual de sus investigadores y curadores; a la alineación de las compañías editoras, productoras cinematográficas o musicales del Estado con la maquinaria propagandística del Gobierno.

Y el ataque a la tradición se empeña en producir una desconexión entre el pueblo y su memoria histórica, en producir la pérdida de identidad cultural, para generar identidades políticas débiles, incapaces de sobreponerse a la hegemonía, de reivindicar la modernidad como aspiración dentro de la formulación del proyecto histórico nacional. Cambiar el significado de eventos tradicionales, cambiar la lectura de eventos históricos manipulándola con fines propagandísticos es una de sus prácticas más comunes.

Reestructurar la administración cultural fue un proceso concebido para centralizar la toma de decisiones y para desconcentrar la acción cultural, eso ha contribuido a la pérdida de organicidad de las gestiones. Las instituciones han perdido capital humano, han perdido tradición en la formación y han desnaturalizado lo que antaño fue su razón de ser, cual es la de formar la sensibilidad y la inteligencia del venezolano.

La administración cultural del Estado decidió competir con ventaja (presupuestaria y normativa) con las industrias culturales, especialmente en los rubros de audiovisual, libro y medios de comunicación. El impacto económico es considerable, pero no se traduce en mayor bienestar para la población, porque el criterio administrativo no es emprendedor, sino rentista y asistencialista: esta administración desconoce el valor económico de la cultura por lo que no lo fomenta. Se puede argüir que los recursos se han destinado a incluir de forma masiva a quienes siempre habían estado fuera del alcance de la gestión pública de la cultura, pero hasta el momento, el sector cultura no dispone de indicadores confiables que permitan describir—mucho menos medir—el impacto de lo realizado, las áreas donde ha habido beneficio y cuál ha sido este beneficio, más allá del usufructo de la partida 8 del presupuesto nacional, la de transferencias a terceros.

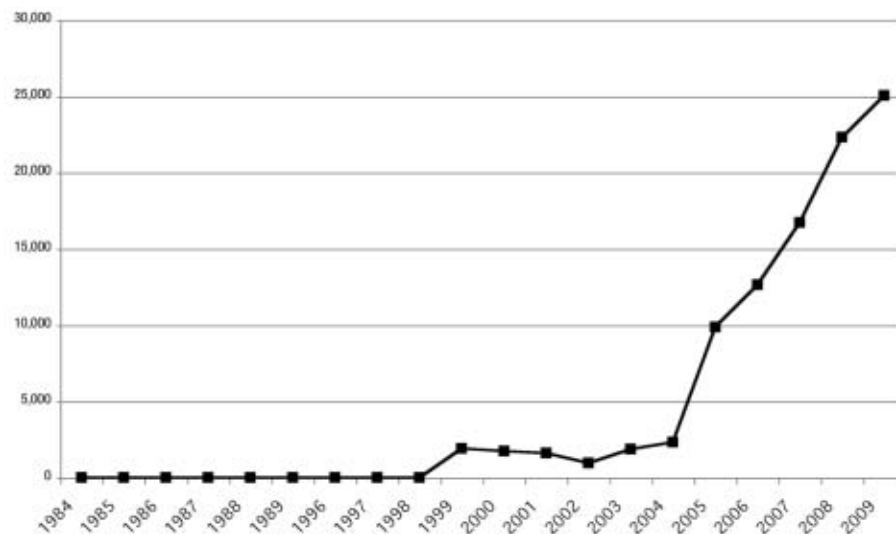
Cuadro 2.

Venezuela: PIB total y PIB de las actividades relacionadas con la cultura
(estimado en millones de bolívares y porcentaje)

	PIB TOTAL	PIB de las Actividades relacionadas con la Cultura (Millones de Bs.)	PIB de las Actividades relacionadas con la Cultura (% del total)	Variación (%)
1984	420.072	17.757	4,23	—
1985	420.884	17.920	4,26	0,72
1986	448.285	19.752	4,41	3,49
1987	464.341	21.630	4,66	5,72
1988	491.372	23.185	4,72	1,29
1989	449.262	20.516	4,57	-3,22
1996	565.506	22.953	4,06	-11,12
1997	601.534	25.131	4,18	2,93
1998	600.878	24.072	4,01	-4,11
1999	39.554.925	1.918.413	4,85	21,06
2000	41.013.293	1.751.267	4,27	-11,96
2001	42.405.381	1.624.126	3,83	-10,30
2002	38.650.110	966.253	2,50	-34,73
2003	35.667.526	1.882.610	5,28	111,13
2004	41.847.610	2.351.836	5,62	6,48
2005	304.086.815	<i>9.886.804</i>	<i>3,25</i>	<i>-42,15</i>
2006	396.139.775	<i>12.666.666</i>	<i>3,20</i>	<i>-1,65</i>
2007	489.668.006	<i>16.725.546</i>	<i>3,42</i>	<i>6,82</i>
2008	673.727.036	<i>22.317.629</i>	<i>3,31</i>	<i>-3,02</i>
2009	<i>700.676.118</i>	<i>25.055.578</i>	<i>3,58</i>	<i>7,95</i>
PROMEDIO			4,11	2,39

Fuente: BCV / ONAPRE / Estimaciones propias (cursivas).

PIB de las Actividades relacionadas con la Cultura 1984- 2009
(Millones de Bs.)



Fuente: el autor (2009).

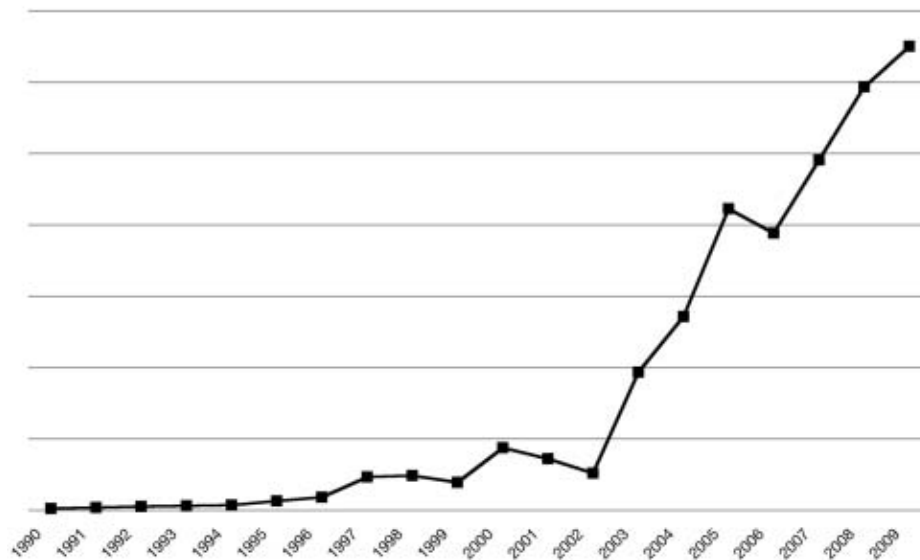
Cuadro 3.

Venezuela: gasto público en cultura y comunicación social 1990-2009 (en Bs. corrientes y porcentaje)

AÑO	Monto (Bs. Corrientes)	Variación (%)
1990	2.698,00	
1991	5.466,00	102,59
1992	8.206,00	50,13
1993	10.865,00	32,40
1994	12.737,00	17,23
1995	24.247,00	90,37
1996	34.712,00	43,16
1997	91.110,00	162,47
1998	95.578,00	4,90
1999	76.554,00	-19,90
2000	173.506,00	126,65
2001	142.237,00	-18,02
2002	102.345,00	-28,05
2003	384.698,00	275,88
2004	541.473,00	40,75
2005	843.526,00	55,78
2006	775.252,00	-8,09
2007	<i>980.461,00</i>	<i>26,47</i>
2008	<i>1.185.670,00</i>	<i>20,93</i>
2009	<i>1.298.864,00</i>	<i>9,55</i>

Fuente: Blank (2006), Onapre y estimaciones propias (cursivas)

Gasto público en Cultura y Comunicación Social 1990-2009 (variación)



Fuente: el autor (2009)

V. A FUTURO: REINVENTAR LA CASA DEL NOSOTROS (A MODO DE CONCLUSIÓN)

Llegados a este punto, contemplar el duelo entre la tradición de la modernidad y el curso seguido por *el proceso* invita a pensar alternativas de superación histórica, que lamentablemente, hoy no se miran. La poca institucionalidad cultural –privada o del tercer sector, en su mayoría– luce insularizada en su actuación y desprovista de articulación política frente al avance hegemónico de la revolución transmoderna. Obligada a cohabitar, en ocasiones incluso, a colaborar, con las prácticas gubernamentales, la acción cultural parece haber abandonado a la mayoría nacional, despolarizada, pero a la vez desconectada de las claves de su propia identidad histórica, tanto como parece estarlo de los bandos en conflicto por la supremacía.

Rehacer nuestra casa común, ¿es esta una tarea para el naciente *Frente Cultural José Ignacio Cabrujas*, surgido ante la opinión pública el 28 de junio de este año, Día Nacional del Teatro y del cierre del Ateneo de Caracas en su sede histórica de Bellas Artes? Quizás sí esté en su mano

encontrar en medio de los hilos sueltos de nuestra trama cultural y social, la secuencia que nos permita reinventarnos en un nosotros de nuevo siglo que ya lleva dos lustros sin que apenas nos hayamos dado cuenta.

■ **Carlos Delgado-Flores**
Miembro de la revista *Comunicación*.
Periodista especializado en la fuente cultural. Profesor de la Universidad Católica Andrés Bello. Coordinador académico de los prostrados en Comunicación Social de la UCAB.

Referencias

- APONTE BLANK, C. (2006): “El gasto público social venezolano: sus principales características y cambios recientes desde una perspectiva comparada” en *Cuadernos del Cendes*, volumen 23 número 63. Caracas: Centro de Estudios del Desarrollo de la Universidad Central de Venezuela.
- BERIAIN, J. (2002): “Modernidades Múltiples y Encuentro de Civilizaciones”. En: revista *Mad*. Departamento de Antropología. Universidad de Chile. No. 6.

CARRERA DAMAS, G. (1980): *Una Nación llamada Venezuela*. Caracas: Ediciones Biblioteca, Universidad Central de Venezuela.

DELGADO, M. (2009): “Proponen devolver colecciones de museos a su lugar de origen” En: *El Nacional*, cuerpo escenas página 4. Edición del 01 de julio de 2009.

DELGADO-FLORES, C. (2009): “La revolución transmoderna como fase avanzada del fascismo de izquierda”. En: *La revista: Política y poder en el siglo XXI*, [En línea] Disponible en: <http://www.moebius77.com/blog/index.php?2009/07/11/370-la-revista-politica-y-poder-en-el-siglo-xxi>

_____ (2009): “Cultura: vade retro”. En: revista *SIC* número 712 (febrero). Caracas: Centro Gumilla.

_____ (2008): “El espectáculo de las miserias”. En: revista *SIC* número 710. Balance de una década. Caracas: Centro Gumilla.

_____ (2008): “Una lectura estética del 2-D”. En: *Comunicación, Estudios venezolanos de Comunicación*, número 141, Caracas: Centro Gumilla.

_____ (2007): “Tres problemas para una sociología venezolana del gusto”. En: *Comunicación, Estudios venezolanos de Comunicación*, número 138. Caracas: Centro Gumilla.

_____ (2007): "Un espacio para el nosotros venezolano". En: revista *SIC* número 700 (70 aniversario). Caracas: Centro Gumilla.

_____ (2006): "El nosotros de una híbrida modernidad". En: *Comunicación, Estudios venezolanos de Comunicación*, número 130. Caracas: Centro Gumilla.

DUSSEL, Enrique (2005): *Transmodernidad e Interculturalidad (Interpretación desde la Filosofía de la Liberación)*. Universidad Autónoma de México. Ciudad de México. Mimeografiado.

GUZMÁN, Carlos et al. (2004): *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Colombia: Edición del Convenio Andrés Bello.

HERNÁNDEZ, Tulio (2005): "La cultura como dimensión estratégica". En: *Ensayos sobre políticas públicas culturales para la región andina*. Caracas: coedición Corporación Andina de Fomento y Fundación Bigott.

KLIKSBERG, B. (2003): "Capital social y cultura. Claves olvidadas para el desarrollo". En: (Fidel Jaramillo B. y María Teresa Szauer Editores) *Capital social: clave para una agenda integral de desarrollo*. Caracas: Corporación Andina de Fomento (CAF).

ONG, W. (1997): *Oralidad y escritura, tecnologías de la palabra*. México: Fondo de Cultura Económica.

ROBISON, J; SILES, M y SCHMIDT, A. (2003): "El capital social y la reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro". En: *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. CEPAL / Universidad Estatal de Michigan. Santiago de Chile.

VV.AA. (2004) *Detrás de la pobreza, percepciones, creencias y apreciaciones*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello – Asociación Civil para la Promoción de Estudios Sociales. (5ª edición, 2007)

Notas

¹ Sobre este particular se remite al estudio *Detrás de la pobreza, percepciones, creen-*

cias y apreciaciones (Ucab, 2004), el cual, entre otras conclusiones advierte: "Los valores y creencias que realmente operan contra la modernidad venezolana no tienen que ver con nuestra identidad cultural o nuestras tradiciones, que son parte de nuestra herencia histórica. Además hay experiencias donde modernidad y tradición han logrado sobrevivir perfectamente. Lo que opera contra la modernidad y la productividad tiene que ver con una experiencia 'rentista y populista' de desarrollo, así como con el hábito de la vida colectiva desinstitucionalizada" (2004:201).

² "El viceministro de Cultura, José Manuel Rodríguez, también presidente del Instituto de Patrimonio Cultural, propuso a los directores de las instituciones pertenecientes a la Fundación Museos Nacionales, en una reunión privada, que las colecciones de arte africano, de arte egipcio y la colección de cerámica china sean devueltas a sus sitios de origen". (Delgado, M., 2009).

³ Sobre la identificación de *el proceso*, definido como revolución transmoderna, como fascismo de izquierda ver Delgado-Flores (2009)



Visite nuestra página en internet
www.gumilla.org



BUZONES CORREO ELECTRÓNICO

REDACCION SIC / sic@gumilla.org

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org

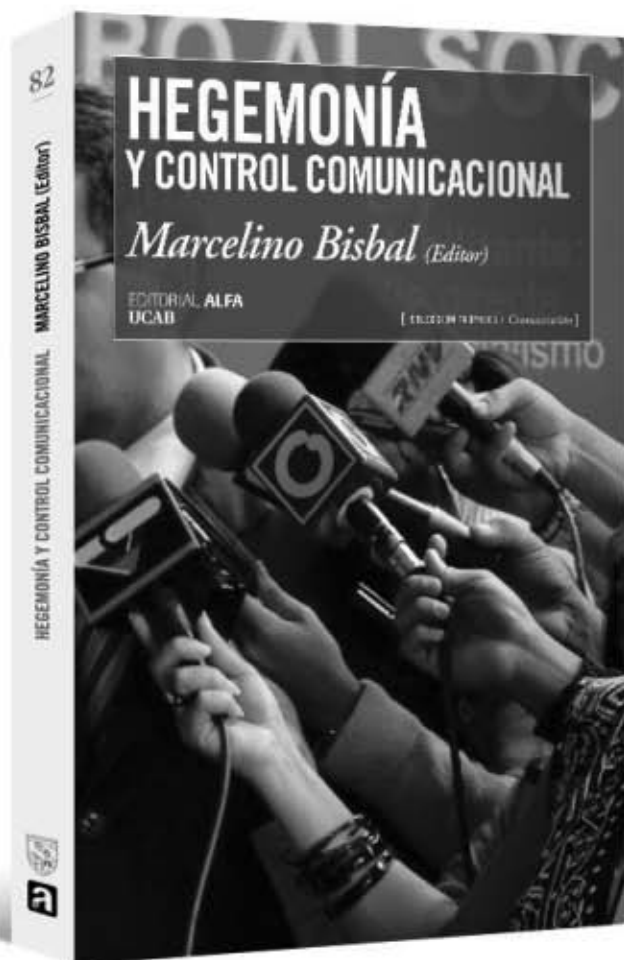
UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org

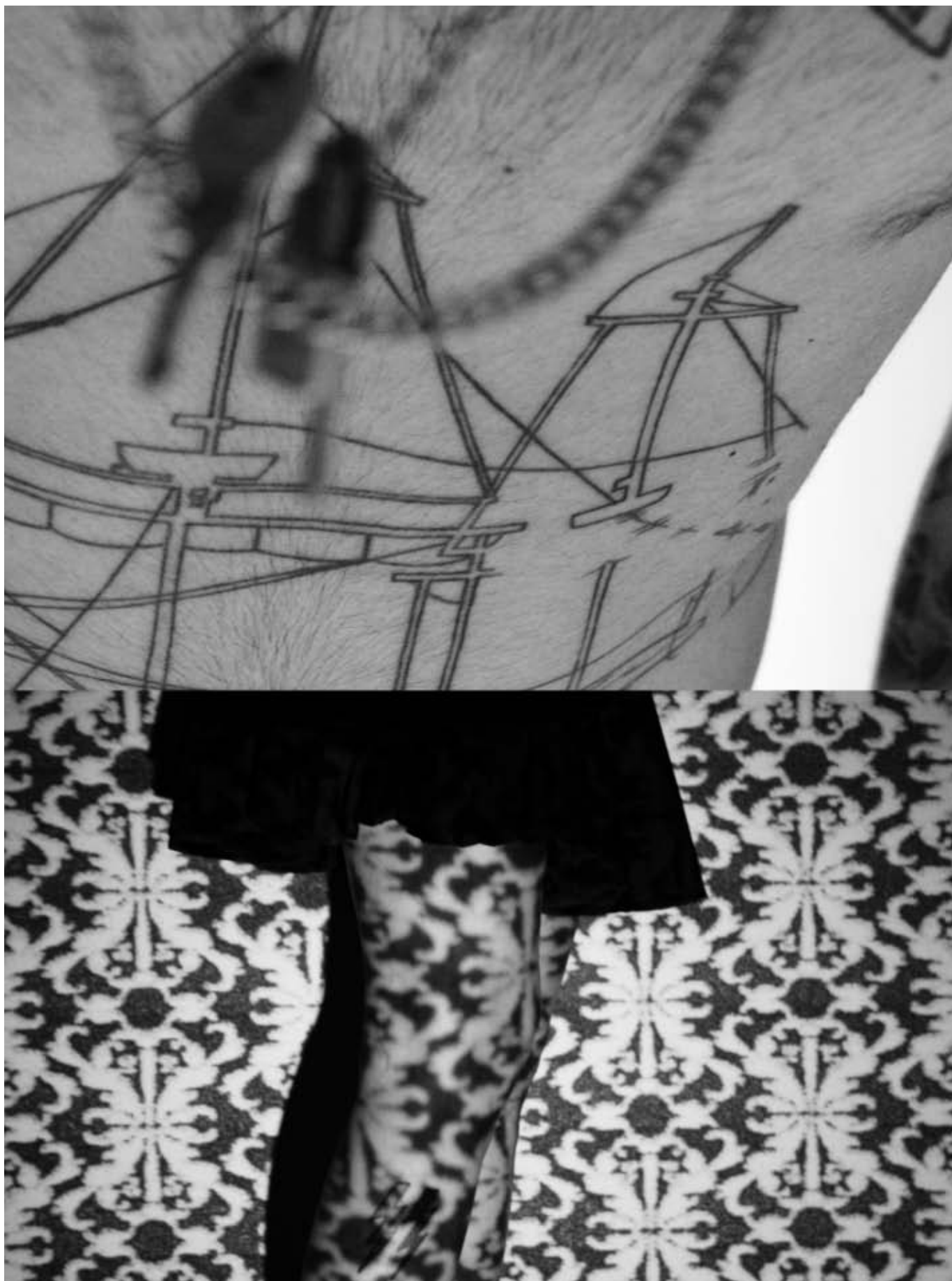
Una obra imprescindible para entender la estrategia comunicacional del Estado

Coordinado por MARCELINO BISBAL este libro recoge importantes trabajos de un equipo especializado en el estudio de la comunicación, integrado por:

ÁNGEL OROPEZA, GUSTAVO HERNÁNDEZ, IVÁN ABREU, RAISA URIBARRÍ,
RAFAEL QUIÑONES, ANDRÉZ CAÑIZÁLEZ Y CARLOS CORREA.



Hegemonía y control comunicacional intenta analizar la construcción de hegemonía comunicacional en estos diez años de revolución, tiempo en el que el Gobierno ha tenido una política continuada y exitosa de quiebre del monopolio de medios sustentado por el sector privado hasta el punto de convertirse él mismo en poseedor de una plataforma mediática –tanto de medios públicos como parapúblicos– sin precedentes en la historia política y republicana del país e incluso de la América Latina.



Galería de Papel. Rivotfane. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

El proceso político bolivariano en la revista *Comunicación* (1998-2008)

CATEGORÍA: LEGISLACIÓN

1999

Constituyente y políticas culturales

Carlos Guzmán Cárdenas. 12-25. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 105 (Ene.-Mar.1999) 989

Comunicación, derechos y constituyente

Carlos Eduardo Colina. 28-31. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 106 (Abr.-Jun. 1999) 1004

Narrar la cultura en el proceso constituyente /

Marcelino Bisbal; Pasquale Nicodemo. 32-41. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 106 (Abr.-Jun. 1999) 1005

Venezuela y América Latina: comunicación y constituyente

Carlos Correa. 24-29. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 107 (Jul.-Sep. 1999) 1015

2000

Proyecto Ley de Telecomunicaciones

Francisco Tremonti. 28-31. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 26, 109 (Ene.-Mar. 2000) 1034

2002

Ley de Contenidos: retoque punitivo

Carlos Correa. 32-37. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Jul.-Sep. 2002) 979

2003

Los medios y la participación ciudadana

José Gregorio Delgado Herrera. 24-29. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 122 (Abr.-Jun. 2003) 1010

2005

La libertad de expresión en la reforma del Código Penal

Carlos Correa; Yubi Cisneros. 4-15. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 130 (Abr.-Jun. 2005) 1092

Venezuela: una ley punitiva

Andrés Cañizález. 16-19. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 130 (Abr.-Jun. 2005) 1093

Consideraciones sobre el proyecto de Ley de Derechos de Autor

Emilio Píriz Pérez. 20-23. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 130 (Abr.-Jun. 2005) 1094

Normativitis aguda: ahora la contienda es jurídica

Sebastián De la Nuez. 24-29. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 130 (Abr.-Jun. 2005) 1095

Libertad de expresión y democracia: relación indisoluble

Andrés Cañizález 57-63. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 131 (Jul.-Sep. 2005) 1109

Desde que en 1999 se inaugurara el actual proceso con el triunfo de Hugo Chávez Frías en las urnas, la intervención de los medios de difusión en los procesos electorales, la polarización de los periodistas, las nuevas políticas comunicacionales, los cambios en la legislación, el control creciente, el surgimiento de los nuevos dispositivos comunicacionales, la utilización de los símbolos patrios y su resemantización para efectos políticos, son otros tantos temas que han ido tratándose desde diversas perspectivas disciplinarias. Si bien contamos con los índices anuales de la revista para la recuperación de los documentos publicados, que a su vez pueden buscarse en línea, en el portal del Centro Gumilla (véase la biblioteca digital en la dirección: <http://gumilla.org>) hemos considerado útil para el seguimiento, análisis e investigación la clasificación temática de los mismos, considerando su progresión temporal.

■ **Jesús María Aguirre**

■ **Andrea Quiroz**

2006**Debates y dilemas en torno a la Ley Federal de Telecomunicaciones en México**

Tanius Karam. 46-53. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31479

2007**Una mirada a la niñez y la adolescencia en la prensa venezolana: informe especial de la Agencia Pana 2006**

Eurídice Vézquez; Agencia Pana. 54-56. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 137 (Ene.-Mar. 2007) 1170

Dos intentos para una radio televisión de servicio público en Venezuela

Carlos Delgado-Flores. 12-17. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 139 (Jul.-Sep. 2007) 1183

2008**Ante el proyecto de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales**

Víctor Suárez. 4-12. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 144 (Oct.-Dic. 2008) 1194

CATEGORÍA: LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN**1998****Derecho a la comunicación y compromiso ético de los comunicadores**

Jesús María Aguirre. 31-38. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 24, 101 (Ene.-Mar. 1998)

Libertad de expresión e información (octubre 1996-septiembre 1997)

Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos, Provea. 39-42. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 24, 101 (Ene.-Mar. 1998)

Internet: ¿un chance para comunicarnos? / Hans Graf.

12-15. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 24, 102 (Abr.-Jun. 1998)

1999**Libertad de expresión y servicio público de radio y televisión**

Ángel E. Álvarez. 4-11. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 105 (Ene.-Mar. 1999) 988

2000**Asunto: libertad de expresión**

Provea. 16-19. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 26, 109 (Ene.-Mar. 2000) 1031

Información en los tiempos de las nuevas tecnologías

Andrés Cañizález. 4-9. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 26, 111 (Jul.-Sep. 2000) 1051

El poder mediático

Ignacio Ramonet. 24-27. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 27, 113 (Ene.-Mar. 2001) 1072

Derecho a la libertad de expresión e información. Informe Anual octubre 1999-septiembre 2000

Provea. 38-45. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 27, 113 (Ene.-Mar. 2001) 1075

El problema étnico en la red: informe sobre los EE.UU. de Norteamérica

Francisco Tremonti. 30-35. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 27, 114 (Abr.-Jun. 2001) 1082

La expansión de Internet en América Latina

Scott S. Robinson. 22-27. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 27, 115 (Jul.-Sep. 2001) 1090

Trances y apremios para construir ciudadanía: repensar la política y la comunicación / Rosa María Alfaro Moreno.

28-35. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 27, 115 (Jul.-Sep. 2001) 1091

Acceso, libertad y debate en el derecho a la comunicación

Carlos Correa. 50-61. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 27, 116 (Oct.-Dic. 2001) 1104

2002**La agenda sobre libertad de expresión**

Marcelino Bisbal. 54-61. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 117 (Ene.-Mar. 2002) 1112

Derecho a la libertad de expresión e información / Provea.

62-69. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 117 (Ene.-Mar. 2002) 1113

Meses de conflictividad en el 2002

Andrés Cañizález. 16-21. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Abr.-Jun. 2002) 1128

Desenredando los nudos del silencio

Javier Barrios; Belkis Urdaneta J. 26-31. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Jul.-Sep. 2002) 1130

Locus solus: Juan David García Bacca

David De los Reyes. 64-71. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Jul.-Sep. 2002) 1136

2003**La libertad de información**

Héctor Faúndez Ledesma. 52-59. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 122 (Abr.-Jun. 2003) 1014

2004**Derecho a la libertad de expresión e información**

Programa Venezolano de Educación-Acción en Derechos Humanos. 42-51. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 125 (Ene.-Mar. 2004) 1045

Dinámicas de percepciones sobre prácticas de comunicación y salud: Los jóvenes y las significaciones

Luz Neira Parra. 44-53. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 126 (Abr.-Jun. 2004) 1054

2005**Innovación, libertad y poder en la era de la información**

Manuel Castells. 32-37. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 129 (Ene.-Mar. 2005) 1085

Derecho a la libertad de expresión e información: informe Provea octubre 2003 - septiembre 2004

Provea. 96-108. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 129 (Ene.-Mar. 2005) 1091

La libertad de expresión en la reforma del Código Penal

Carlos Correa; Yubi Cisneros. 4-15. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 130 (Abr.-Jun. 2005) 1092

Un debate con rasgado de vestiduras. El gremio en harapos

Carlos Delgado Flores. 100-105. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 130 (Abr.-Jun. 2005) 1103

Libertad de expresión y democracia: relación indisoluble

Andrés Cañizález. 57-63. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 131 (Jul.-Sep. 2005) 1109

2006**Modestos logros y mucha incertidumbre en La Cumbre de Túnez**

Sally Burch. 27-29. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 133 (Ene.-Mar. 2006) 31465

Situación de la libertad de expresión e información: octubre 2004-septiembre 2006

Provea. 48-57. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 133 (Ene.-Mar. 2006) 31469

La rebelión de los medios contra la censura previa: la revolución reanima un dinosaurio doctrinario

Pablo Antillano. 58-64. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 133 (Ene.-Mar. 2006) 31470

La libertad de expresión en el paradigma de las nuevas tecnologías y la sociedad de la información

Carlos Pérez Ariza. 66-73. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 133 (Ene.-Mar. 2006) 31471

Desde la comunicación y la cultura: nueve señales para pensar hoy la libertad

María Elena Ramos. 32-38. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31477

2007**Informe de Provea 2006: derecho a la libertad de expresión e información**

Provea. 58-67. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 137 (Ene.-Mar. 2007) 1171

La perspectiva comunitaria de Maracaibo desde el enfoque de la comunicación ciudadana

Orlando Villalobos Finol. 68-77. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 137 (Ene.-Mar. 2007) 1172

Gubernamental TVES

Gustavo Hernández Díaz. 26-30. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 139 (Jul.-Sep. 2007) 1185

Noticias confiscadas: cómo la censura y autocensura en Venezuela impiden que el público conozca lo que tiene derecho a saber

Instituto de Prensa y Sociedad Venezolana. 32-41. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 139 (Jul.-Sep. 2007) 1186

2008**Informe Provea 2006-2007: derecho a la libertad de expresión e información**

Provea. 62-69. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene.-Mar. 2008) 1171

De la nueva política comunicacional a la desmesura del poder

Marcelino Bisbal. 70-79. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene.-Mar. 2008) 1172

CATEGORÍA: MEDIOS COMUNITARIOS**1999****Medios de comunicación comunitarios**

Cecilia Krohling Peruzzo. 42-47. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 106 (Abr.-Jun. 1999) 1006

2002**Hacia una agenda social en comunicación / Osvaldo León.**

18-23. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 118 (Abr.-Jun. 2002) 1119

¿A qué se puede llamar hoy televisión pública?

Jesús Martín Barbero. 34-39. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 120 (Oct.-Dic. 2002) 1143

2003**Los medios y la participación ciudadana**

José Gregorio Delgado Herrera. 24-29. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 122 (Abr.-Jun. 2003) 1010

2004**La raya en la retina: medios y vida pública venezolana**

Nelson Rivera. 36-41. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 125 (Ene.-Mar. 2004) 1044

Culturas populares y comunicación participativa

Rosa María Alfaro Moreno. 12-19. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 126 (Abr.-Jun. 2004) 1049

2005**La participación ciudadana del venezolano en Internet**

Liliana González Urdaneta. 22-31. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 129 (Ene.-Mar. 2005) 1084

2006**Politización y espacios de poder: la transfiguración del Estado y la comunicación**

Héctor Bujanda. 4-9. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31473

2007**Medios comunitarios: el reto de formar(se) para la inclusión**

Raisa Urribarrí. 48-53. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 137 (Ene.-Mar. 2007) 1169

La perspectiva comunitaria de Maracaibo desde el enfoque de la comunicación ciudadana

Orlando Villalobos Finol 68-77. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 137 (Ene.-Mar. 2007) 1172

2008**Experiencias de intermediación radial en Carabobo: Manantial 92.7 y Punto Sur 97.5 FM**

Liliana Lozano; Edith Fuentes. 22-28. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 144 (Oct.-Dic. 2008) 1196

Líneas gubernamentales en medios alternativos y comunitarios

José Fernando Benítez M. 74-83. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 144 (Oct.-Dic. 2008) 1202

El gremio que vino del frío

Carlos Delgado-Flores. 52-56. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 144 (Oct.-Dic. 2008) 1203

**CATEGORÍA:
MEDIOS GUBERNAMENTALES****1999****Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela**

Gustavo Hernández Díaz. 30-39. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 107 (Jul.-Sep. 1999)

2002**Meses de conflictividad en el 2002**

Andrés Cañizález. 16-21. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Abr.-Jun. 2002) 1128

¿A qué se puede llamar hoy televisión pública?

Jesús Martín Barbero. 34-39. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 120 (Oct.-Dic. 2002) 1143

2005**De la batalla mediática a la guerra ideológica**

Alejandro Botía. 30-35. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 130 (Abr.-Jun. 2005) 1096

2006**Las otras verdades de Venezuela**

Germán Rey. 42-47. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 133 (Ene.-Mar. 2006) 31468

Politización y espacios de poder: la transfiguración del Estado y la comunicación

Héctor Bujanda. 4-9. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 3173

La gestión comunicacional en la administración Chávez: de la dominación mediática al control estatal

Carlos Delgado-Flores. 10-14. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31474

2007**Dos intentos para una radio televisión de servicio público en Venezuela**

Carlos Delgado-Flores. 12-17. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 139 (Jul.-Sep. 2007) 1183

Ser y parecer: para que tengamos auténticos medios públicos

Raúl Trejo Delarbe. 18-24. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 139 (Jul.-Sep. 2007) 1184

Gubernamental TVES

Gustavo Hernández Díaz. 26-30. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 139 (Jul.-Sep. 2007) 1185

2008**Notas sobre la propaganda chavista**

Iván Abreu Sojo. 80-93. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene.-Mar. 2008)

Luces, Cámara, revolución: el séptimo arte venezolano en tiempos de cambios / Andreina Guenni Bravo. 65-73. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 143 (Jul.-Sept. 2008)

Líneas gubernamentales en medios alternativos y comunitarios

José Fernando Benítez M. 74-83. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 144 (Oct.-Dic. 2008)

CATEGORÍA: MEDIOS PRIVADOS**1999****Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela**

Gustavo Hernández Díaz. 30-39. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 25, 107 (Jul.-Sep. 1999)

2008**De la nueva política comunicacional a la desmesura del poder**

Marcelino Bisbal. 70-79. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene.-Mar. 2008)

Notas sobre la propaganda chavista

Iván Abreu Sojo. 80-93. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene.-Mar. 2008)

CATEGORÍA: POLARIZACIÓN Y PROPAGANDA**1998**

Comunicación política (reflexiones inoportunas) / David De los Reyes.

54-60. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 24, 101 (Ene.-Mar. 1998)

De cómo ser asesor electoral y no morir en el intento

Andrés Cañizález. 87-91. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 24, 102 (Abr.-Jun. 1998)

2001**El poder mediático**

Ignacio Ramonet. 24-27. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 27, 113 (Ene.-Mar. 2001) 1072

2002**La expresión publicitaria de un acontecimiento político**

Agrivalca R. Canelón S.; Narsa Silva Villanueva. 82-95. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Jul.-Sep. 2002) 1138

2003**TV propaganda en el paro nacional: ¿quo vadis?**

Iván Abreu Sojo. 90-105. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 124 (Oct.-Dic. 2003) 1038

2004**Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada**

Andrés Cañizález. 14-18. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 127 (Jul.-Set. 2004) 1059

Mercadeo bajo el SI/NO de un país

Agrivalca R. Canelón S.; Narsa Silva. 109-114. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 29, 128 (Oct.-Dic. 2004) 1078

2005**La marca-país Venezuela**

Agrivalca R. Canelón S. 8-16. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 129 (Ene.-Mar. 2005) 1082

La polarización política como conflicto cultural ¿De la partidocracia al neautoritarismo popular?

Tulio Hernández. 88-101. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 30, 132 (Oct.-Dic. 2005) 1127

2006**Politización y espacios de poder: la transfiguración del Estado y la comunicación /** Héctor Bujanda.

4-9. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.- Jun. 2006) 31473

La gestión comunicacional en la administración Chávez: de la dominación mediática al control estatal

Carlos Delgado-Flores. 10-14. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.- Jun. 2006) 31474

Hegemonía gubernamental y comunicacional en Venezuela

Gustavo Hernández Díaz. 22-30. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de la comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.- Jun. 2006) 31476

2007**Ser y parecer: para que tengamos auténticos medios públicos**

Raúl Trejo Delarbe. 18-24. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 32, 139 (Jul.-Sep. 2007) 1184

2008**Sobredosis de propaganda**

José Quero. 12-17. En: *Comunicación* Estudios venezolanos de comunicación. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene.-Mar. 2008)

Notas sobre la propaganda chavista

Iván Abreu Sojo. 80-93. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene-Mar. 2008)

La función política de la televisión

Valerio Fuenzalida. 30-38. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 41, 143 (Jul.-Sept. 2008)

CATEGORÍA: POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA**1998****Un fantasma llamado Política Cultural**

Milagros Santana Jiménez. 84-87. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 24, 104 (Oct.-Dic. 1998)

1999**Constituyente y políticas culturales**

Carlos Guzmán Cárdenas. 12-25. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 25, 105 (Ene.-Mar. 1999) 989

La otra cara del financiamiento cultural

Abdel Güerere. 26-29. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 25, 105 (Ene.-Mar. 1999) 990

Arte, cultura, valores y resistencia vital

María Elena Ramos. 30-37. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 25, 105 (Ene.-Mar. 1999) 991

2000**Modelos sobre estrategias de comunicación electoral**

Antonio Velasco Castro. 64-71. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 26, 109 (Ene.-Mar. 2000) 1040

La cultura recuperará al país (perdido)

Carlos Delgado-Flores. 32-37. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 26, 110 (Abr.-Jun. 2000) 1046

2001**Otro mundo es posible**

José Ignacio Rey. 4-9. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 27, 116 (Oct.-Dic. 2001) 1097

Políticas, cultura y comunicación: ¿una relación actual y necesaria?

Marcelino Bisbal. 10-15. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 27, 116 (Oct.-Dic. 2001) 1098

Venezuela: política, Estado y comunicación

Equipo Comunicación. 16-23. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 27, 116 (Oct.-Dic. 2001) 1099

La cultura como servicio municipal

Moraima Guanipa. 24-29. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 27, 116 (Oct.-Dic. 2001) 1091

2002**Gestión para una Venezuela diferente**

Luis Vezga Godoy. 46-51. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Jul.-Sep. 2002) 1133

Aportes para una agenda de investigación de la televisión venezolana / Equipo de Comunicación.

18-27. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 28, 120 (Oct.-Dic. 2002) 1141

2003**La política informativa del gobierno de Hugo Chávez / Mirelis Morales;**

Javier Pereira. 52-63. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 29, 121 (Ene.-Mar. 2003) 1005

Mercado del libro: a la espera de una política de Estado

Carlos Delgado-Flores. 16-21. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 29, 123 (Jul.-Sep. 2003) 1020

2006**Politización y espacios de poder: la transfiguración del Estado y la comunicación**

Héctor Bujanda. 4-9. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31473

La gestión comunicacional en la administración Chávez: de la dominación mediática al control estatal

Carlos Delgado-Flores. 10-14. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31474

Las cadenas oficiales 1999-2005: ¿censura o información?

Carlos Correa. 16-21. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31475

Hegemonía gubernamental y comunicacional en Venezuela

Gustavo Hernández Díaz. 22-30. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31476

Las agendas temáticas de Aló Presidente y El Nacional

Adriana García. 74-86. En: *Comunicación Estudios venezolanos de la comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 31, 134 (Abr.-Jun. 2006) 31482

2007**Cultura y totalitarismo: afirmación o negación de la persona**

María Elena Ramos. 5-10. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 32, 138 (Abr.-Jun. 2007) 1174

Comunicación y cultura: encuentros y desencuentros

Nestor García Canclini. 12-16. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 32, 138 (Abr.-Jun. 2007) 1175

2008

De la nueva política comunicacional a la desmesura del poder

Marcelino Bisbal. 70-79. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla.- 41, 141 (Ene-Mar. 2008)

El gremio que vino del frío

Carlos Delgado-Flores. 52-56. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 41, 144 (Oct.-Dic. 2008)

CATEGORÍA: SIMBOLISMO Y ESTÉTICA

1998

Análisis del discurso político de Hugo Chávez Frías. Gesta de un Mesías

Iria Puyosa. 73-77. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 24, 104 (Oct.-Dic. 1998)

2002

Un encuentro por la estética y el arte

David De los Reyes. 34-43. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 28, 117 (Ene.-Mar. 2002) 1110

Crónicas desde lo visible, lo simbólico y lo político

Lucía Azuaje. 4-15. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 28, 119 (Abr.-Jun. 2002) 1127

2008

Resimbolizar el chavismo religioso

Honegger Molina García. 17-24. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene-Mar. 2008)

Estado socialista con marca bolivariana

Agrivalca R. Canelón S. 26-35. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 41, 141 (Ene-Mar. 2008)

Sobre estética chavista

David De los Reyes. 66-79. En: *Comunicación Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. 41, 142 (Abr.-Jun. 2008)

■ **Jesús María Aguirre**
Miembro del equipo de redacción de la revista *Comunicación*. Profesor de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y del Postgrado en Comunicación Social de la misma Universidad.

■ **Andrea Quiroz**
Estudiante de Comunicación Social de la UCAB, en la mención de Audiovisual.



**Esquina de La Luneta,
Edif. Centro Valores,
P.B. Apartado 4838.
Telfs.: 564.9803
564.5871. Fax: 564.7557.
Caracas 1010-A. Venezuela.**



Tarifas de suscripción Revista SIC

VENEZUELA

Correo ordinario	Bs.F. 100,00
Suscripción de apoyo	Bs.F. 200,00
Número suelto	Bs.F. 10,00

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla

Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org

UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org

La democracia en Venezuela

Algunas veces debemos explorar el mundo interno de los ciudadanos para establecer las prioridades en algunos asuntos. En términos de cultura política, existen mitos que dibujan un país como “democrático”, principalmente basado en su conducta política: votaciones y participación en partidos y otras organizaciones. ¿Es el pueblo venezolano realmente demócrata? ¿Cuáles son las variables que intervienen en este aspecto? Pobreza, nivel educativo, participación política, género, ingreso familiar. Este trabajo pretende encontrar la respuesta a esta compleja pregunta.

Sometimes, we have to explore the internal world of the citizens in order to establish the priorities in some matters. In terms of political culture, there are some myths that draw a country as a “democratic” one, mainly based in the political behavior: voting and participating in parties or other organizations. Are Venezuelans a democratic people? What variables concern in this aspect? Poverty, education level, political participation, gender, familiar income. This paper intends to find the answers of this complex question.

■ **Jorge Millán**
■ **Gabriel Reyes**



¿Apoyo difuso?



INTRODUCCIÓN

Cuando se revisa la teoría de la democracia se debe tener presente que debido al desarrollo histórico de ésta, las distintas perspectivas concomitantes con el difícil dilema que se le presenta a la teoría política entre libertad e igualdad y los distintos desarrollos empíricos que conforman las democracias modernas, no es plausible concebir una teoría de la democracia, por esto es nuestra intención presentar un cuerpo teórico que aunque no único permita desde nuestra óptica evaluar cual es la actitud del venezolano hacia la democracia de acuerdo con su nivel socioeconómico. En el presente trabajo se intentará demostrar que los niveles socioeconómicos tienen incidencia en la actitud de las personas hacia este sistema, en donde un mejor nivel socio económico conducirá hacia una mejor actitud hacia la democracia.

Es necesario revisar los mitos que sobre la democracia y el venezolano se han tejido en los últimos años. La participación política y las variables sociodemográficas influyen en la percepción que el ciudadano dibuja en torno al sistema político venezolano, en la medida en la cual la definición de democracia es considerada pertinente para cada sector de la población.

Entonces, ¿los pobres ven a la democracia en una forma diferente? ¿Las mujeres perciben la democracia como algo diferente a los hombres? ¿Son los jóvenes los encargados de rescatar los valores democráticos que hoy las personas mayores reconocen perdidos?

Muchos teóricos en los últimos tiempos se han dedicado a investigar sobre esta materia, y el alcance de este trabajo no se perfila como la continuación de ninguno de ellos. Buscamos mediante el análisis cuantitativo, y apoyados en los resultados del estudio de LUZ-Redpol del año 2006, definir variables operativas que ilustren la actitud del venezolano frente a la democracia.

A tal efecto, como investigadores operacionalizamos el constructo de *apoyo a la democracia* como un índice cualitativo que recoge aspectos fundamentales del pensamiento político del venezolano del 2006 y lo exponemos como herramienta de entendimiento práctico para analizar este fenómeno político y quizás desmitificar la percepción del venezolano sobre la materia. Obtenido este indicador, estadísticamente robusto, hemos realizado algunas inferencias con variables sociodemográficas que nos permitan definir con claridad los patrones de cultura política del venezolano.

I. MARCO TEÓRICO

1.1 Democracia

Perspectivas históricas de la democracia

La democracia tiene en su acervo tres perspectivas históricas de la teoría política que tienen influjo sobre ella: la clásica, la teoría medieval y la teoría moderna¹. En la teoría clásica, la democracia tiene sus orígenes en los planteamientos de Platón y de Aristóteles en donde el primero tiene una idea de ésta como el “gobierno del número”² y “gobierno de la multitud”³ y el segundo la clasifica como el gobierno de los ciudadanos (la restricción se remite a que no todo individuo tiene los derechos de la ciudadanía). La teoría medieval se puede sintetizar como el reconocimiento de la soberanía popular en donde el poder de los gobernantes emana del pueblo y es representativo; el príncipe delega su poder de arriba hacia abajo. La teoría moderna tiene sus bases en el Estado moderno en donde se contraponen dos sistemas de gobierno, la monarquía y la república.

Al revisar el desarrollo del pensamiento político podemos señalar distintos componentes que con el devenir histórico han conformado la democracia contemporánea, los cuales se pueden observar en la siguiente relación:

Liberalismo, socialismo y democracia

En el liberalismo como en el socialismo la democracia ha representado un elemento significativo. En el liberalismo se concibe la democracia como la existencia de derechos que permitan la participación política y garanticen la autonomía y el ejercicio de la voluntad individual. Para liberales como Constant, Tocqueville y Stuart Mill entre otros, la de-

“

Según Bobbio los teóricos socialistas consideran que en las sociedades modernas el poder se ha trasladado del ámbito político a las grandes empresas, por lo cual los ciudadanos no logran el ejercicio de la soberanía popular desde las instituciones políticas propias del liberalismo, y no logran erradicar el abuso del poder que permita la emergencia de una democracia real

”

mocracia asociada con *la libertad de los modernos*, requiere de la existencia de libertades individuales como libertad de expresión, libertad de reunión y de asociación para la participación política, es representativa, requiere de sufragio universal, división del poder del Estado para limitar su poder frente al individuo, órganos integrados por personas electas por los ciudadanos que eligen a sus representantes y que tienen el derecho a ser escogidos.

Para el socialismo la democracia “representa un elemento integrante y necesario, pero no constitutivo”⁴, y la relación se puede observar en la apelación de todos sus teóricos a las bases populares para lograr la transformación de la sociedad; ahora bien, para el socialismo la cuestión no sólo es política sino económica y social por lo que la democracia no es constitutiva y el sufragio universal constituye el punto de partida de la democratización que critica la democracia representativa, y propugna por la democracia directa, la participación popular y “el control del poder desde lo bajo, se extiende de los órganos de decisión política a los de decisión económica”⁵. Ahora bien, mientras en la forma representativa existen instituciones diferenciadas en poder legislativo y poder ejecutivo, en la forma socialista un solo órgano ejerce las dos funciones; asi-

mismo en el liberalismo, la burocracia, magistratura y fuerzas armadas se excluyen del ejercicio del sufragio en tanto que el socialismo en su ideal de la comuna exige el ejercicio del sufragio a todas las instituciones del Estado.

Según Bobbio los teóricos socialistas consideran que en las sociedades modernas el poder se ha trasladado del ámbito político a las grandes empresas, por lo cual los ciudadanos no logran el ejercicio de la soberanía popular desde las instituciones políticas propias del liberalismo, y no logran erradicar el abuso del poder que permita la emergencia de una democracia real. Así pues, la tarea es el control del poder económico que se hace tangible en las empresas, en donde los trabajadores deben ser los protagonistas de esta *democracia económica*. El dilema que se le presenta a la democracia es que si bien es cierto que el poder de los centros que controlan la economía es un factor que impide la plena realización del ideal democrático, no es menos cierto que en las sociedades de masas donde la democracia directa no es plausible en la actualidad, el control de la economía pasa de la égida del mercado a la de representantes populares que colonizan tanto el poder económico como el poder político, como se ha visto en los intentos de instauración de un régimen socialista como el ocurrido en Rusia a partir de 1917.

Democracia formal

La democracia se comprende como unas determinadas instituciones políticas para concebir el gobierno y las normas para las decisiones políticas. Y aunque algunos consideran que no se le puede caracterizar como una ideología, no se puede dejar de considerar que en la democracia está presente un cuerpo de valores que indican como ideal democrático la solución pacífica de los conflictos sociales, la erradicación de la violencia institucional, la alternancia en el ejercicio del poder, la tolerancia, la reciprocidad y el pluralismo, entre otros.

Al intentar hacer una definición mínima de la democracia, podemos considerar como tal “un conjunto de reglas procesales para la toma de decisiones colectivas en el que está prevista y propicia la más amplia participación posible de los interesados”⁶. Para que la democracia se haga presente, debe garantizarse el libre debate para procurar la formación de mayorías frente a las distintas elecciones que debe tomar la sociedad, lo cual deja claro que las posturas autoritarias que impiden

la expresión y canalización de las demandas de sectores de la población, están reñidos con la democracia. Debe tenerse cuidado de no confundir las herramientas que el régimen democrático coloca a la disposición de los ciudadanos en tanto que instrumentos, como los referendos, que más que una institución para lograr acuerdos, se constituyen en una opción para dirimir problemas.

La conformación de un régimen democrático requiere del reconocimiento del imperio de la ley, el ejercicio del gobierno en el espacio de lo público y que tanto las libertades como las leyes tengan un origen democrático. Asimismo, éste se fundamenta en la regla de la mayoría, empero esta regla fundamental se aplica para dirimir los conflictos más que para alcanzar acuerdos, por lo cual para la democracia lo óptimo es la búsqueda del consenso y la unanimidad que significa la mayor mayoría posible en una sociedad. Al configurar elementos como la tolerancia a la diferencia y a la disidencia, pluralismo y respeto entre los adversarios políticos, la democracia rompe la lógica amigo-enemigo que caracteriza al Estado y a la política en las concepciones totalitarias descritas por Carl Schmitt⁷, pues el adversario ya no es un enemigo.

En conclusión la democracia formal desde una óptica procedimental debe contar con un órgano político a quien compete la función legislativa y cuyos miembros deben ser electos por el pueblo, órganos ejecutivos nacionales, estatales y/o municipales elegidos por los ciudadanos. Los electores deben ser ciudadanos que al alcanzar la mayoría de edad no exista distinción de raza, sexo, religión, condición social, al igual que cada hombre debe contar por un voto como propugnaba el abate Sieyes, y estos deben tener libertad para ejercerlo de acuerdo con su libre opinión, la cual debe formarse garantizando la autonomía individual, en elecciones libres que igualmente permitan la libre competencia de los grupos políticos en la contienda electoral, y donde los ciudadanos tengan alternativas reales de escogencia.

Premisas de la democracia

Las distintas posturas que existen al momento de definir la democracia exigen que se plantee un conjunto de criterios que nos permitan indicar la presencia o no de ésta. Se debe determinar cuales son los criterios válidos para que se pueda clasificar un orden político como un régimen democrático.

“

La participación efectiva se refiere a la existencia de oportunidades apropiadas y equitativas para que los ciudadanos puedan expresar sus pareceres e inclinaciones en las soluciones finales, asimismo como la posibilidad de incluir temas en la agenda pública.

”

Desde esta perspectiva, podemos acogernos a las cinco premisas que Robert Dahl presenta en *La democracia y sus críticos* que son: la participación efectiva, igualdad de voto en las decisiones finales, comprensión esclarecida, control del programa de acción y el derecho a la ciudadanía. La participación efectiva se refiere a la existencia de *oportunidades apropiadas y equitativas* para que los ciudadanos puedan expresar sus pareceres e inclinaciones en las soluciones finales, asimismo como la posibilidad de incluir temas en la agenda pública.

La segunda premisa indica que en la etapa decisoria de los asuntos públicos que se resuelven colectivamente, es menester que todos los ciudadanos tengan iguales oportunidades para presentar opciones, y estas deben ser consideradas de forma similar a las otras alternativas presentes. Cuando se requiere la toma de decisión sólo se consideran esas opciones, y los ciudadanos cuentan cada uno por igual que los otros, es decir, la igualdad del voto de todos los ciudadanos para determinar la solución final.

La tercera premisa que hemos denominado comprensión *esclarecida* o lúcida, persigue garantizar que los ciudadanos tengan el tiempo y la misma oportunidad de explorar, analizar y corroborar la selección de los asuntos que deben ser pre-

sentados en la agenda pública para su discusión, de acuerdo con las prioridades que establezcan los intereses de los ciudadanos. Es obvio, que el conocimiento del ciudadano contribuye con la adopción de mejores decisiones y esto se alcanza con la educación y el debate público.

La cuarta premisa, el control del programa de acción, tiene por objeto evitar que la democracia sea tutelada, puesto que es plausible que el programa de acción sea restringido y se excluya a la colectividad de la decisión de determinados asuntos sin su consentimiento. Por ende, debe garantizarse que sea el demos quien ordene los asuntos que deben ser resueltos mediante el proceso democrático en el programa de acción.

La quinta y última premisa nos traslada al debate acerca de quienes tienen el derecho a ser considerados como ciudadanos. Esta discusión es vista desde el criterio de inclusividad que otorga el derecho de ciudadanía a quienes están sujetos a las decisiones colectivas obligatorias, y el de idoneidad que demanda la capacidad de gobernar del individuo para poder ser habilitado como ciudadano. Para resolver este dilema Dahl propone el siguiente principio categórico: “A todo adulto que está sometido a un gobierno y a sus leyes debe considerársele para ser miembro del demos y dotado del derecho irrestricto a serlo”⁸. Adicionalmente, al requerimiento de mayoría de edad para ser partícipe de la ciudadanía, la inclusividad puede permitir la exclusión de los “residentes transitorios en el país” y las personas que se demuestre tengan deficiencias mentales.

La democracia desde la perspectiva de la cultura política

Como es sabido, la cultura pretende reflexionar y analizar las creencias, ideas, normas y tradiciones que configuran la vida política en determinadas sociedades⁹. En el presente trabajo se considera la actitud de los ciudadanos hacia la democracia, y cómo las variables socioeconómicas la impactan, por lo que se evalúan el conjunto de actitudes y creencias que los miembros de determinadas unidades sociales comparten.

Desde las perspectivas afectivas, cognoscitiva y evaluativa, la democracia puede ser estudiada considerando las instituciones democráticas y las demandas presentes en la sociedad, la evaluación de las instituciones que toman las decisiones colectivas, la relación entre individuo y sistema democrático y el sistema político integralmente. Es menester tener presente

que la cultura política aneja a la democracia es la participación, la cual sugiere una actitud activa del individuo y es posible su estudio a partir de la adhesión, apatía y enajenación con respecto a las estructuras políticas. Asimismo, los aspectos afectivos pueden considerarse evaluando los juicios de los ciudadanos del sistema, su hostilidad o su indiferencia con el mismo. Marcos Roitman señala, en un reciente escrito, lo que debe ser la democracia:

“La democracia es válida cuando política, social, económica y culturalmente da respuesta a las grandes demandas y soluciona los problemas endémicos que en la región son: la pobreza, la oligarquización efectiva del poder, la concentración económica, la salud, la vivienda y la educación”.¹⁰

1.2 Género y democracia

Algunos líderes con pretensión regional pretenden desconocer que: “La mundialización se torna mediación indispensable, para todo planteamiento realista”.¹¹ Así que analizar el problema de la democracia y el género desde una óptica meramente *nacional* parece irreverente metodológica y teóricamente, ya que éste es un problema que nos obliga “pasar a pensar y sentir el mundo a escala de mundo”.¹² Esto no representa otra cosa que de forma deductiva entender, que buscar entender *lo nacional* no es útil, en este caso, como fórmula de interpretación o de análisis sin contemplar primero el panorama mundial.

El dilema existente entre el género y la democracia es un problema de orden global, ya que está aprendida la lección donde ya no se puede concebir el desarrollo de un país, e inductivamente del mundo, sin desarrollar un consenso sobre la importancia de una mayor participación de hombres y mujeres, en igualdad de derechos en todos los ámbitos de la vida. Dicho de otra forma, asegurar que tanto las mujeres como los hombres accedan a servicios sociales y a posiciones de decisión, ejerciendo derechos de equidad en un contexto desprovisto de limitaciones propias al género. Sin embargo, el empobrecimiento acentúa las desigualdades entre los ciudadanos de ambos géneros pero hace más patentes las desigualdades que se dan en todas las sociedades contra la mujer, por cuestión de prejuicios, negándole la igualdad de oportunidades en su acceso a la educación, el empleo, la propiedad de activos y la toma de decisiones.

En Venezuela, un país de niños y mujeres, estas últimas todavía sufren de mar-

“

La educación devino anhelo compartido de los hombres modernos. La fuerza de toda democracia depende de las virtudes de sus ciudadanos. El paso del estado natural al estado civil, dice Rousseau, supone el abandono de las conductas instintivas que hasta ese momento han guiado al hombre y la sustitución de éstas por conductas guiadas por la moral.

”

ginación económica y social, a pesar de los avances en el área educativa y los esfuerzos legislativos regionales y nacionales para lograr la equidad. La mujer venezolana es pieza fundamental en el desarrollo social y político del país, toda vez que en un altísimo porcentaje ocupa la posición de *jefe de familia*, en los sectores más pobres.

Culturalmente existe la creencia de que Venezuela es un matriarcado muy particular, ya que las mismas mujeres abandonadas y castigadas por una sociedad injusta, promueven antivalores de machismo a sus hijos, lo que constituye un patrón de segregación generacional hasta ahora indetenible. Ahora bien, si la sociedad es tan injusta en el trato a la mujer, ¿cómo varía la actitud frente a la democracia de uno y otro género?

1.3 Educación y democracia

“La educación es un intento de la sociedad de fabricar hombres capaces de vivir en ella. Los ciudadanos democráticos no nacen como los hongos o los cardos, así, sin más, libremente, sino que son una empresa de la propia democracia. Ya los gringos habían establecido una vinculación entre democracia y paideia. Para ellos, la principal tarea de la democracia era crear ciudadanos capaces de ser democráticos. Las socie-

dades democráticas educan en defensa propia. La universidad democrática persigue que esos valores no estén circunscritos a una sola sociedad. Ya somos 6.000 millones de habitantes y la mayoría de los grandes problemas, como la conservación de la naturaleza, la lucha contra el hambre y la violencia, no pueden ser afrontados de manera tribal, sino globalmente. Lo cual exige ciudadanos que miren por encima de la barba de su corral y entiendan que nuestras necesidades son comunes; que las cosas que unen a los seres humanos son más que las que nos separan y que somos más parecidos de lo que nuestras culturas pretenden hacer entender. Cómo conseguir esto? Educando. De lo contrario, solo cuatro o cinco llegarán a tan sublimes conclusiones, lanzarán gritos de alarma y el resto no comprenderá”.¹³

Las relaciones entre la democracia y la educación son insolubles. Una no puede separarse de la otra. El concepto de democracia republicana nació en los albores de una época cuyo signo distintivo fue la Ilustración. En el siglo XVIII, el *siglo de las luces*, se pensaba que la libertad humana sólo era posible mediante el cultivo de la inteligencia y que sus peores enemigos eran la ignorancia y el oscurantismo. En estas condiciones, la educación devino anhelo compartido de los hombres modernos. La fuerza de toda democracia depende de las virtudes de sus ciudadanos. El paso del estado natural al estado civil, dice Rousseau, supone el abandono de las conductas instintivas que hasta ese momento han guiado al hombre y la sustitución de éstas por conductas guiadas por la moral. La democracia es, pues, una construcción humana; su vigor y supervivencia no dependen de ninguna potencia natural o supranatural sino de la inteligencia y voluntad de sus miembros.

Los valores de la democracia no son verdades reveladas o hábitos naturales; no hay evidencia de que hayamos nacido con ellos o que aparezcan por generación espontánea. La devoción a la dignidad humana; la libertad; la igualdad de derechos; la justicia económica y social; el respeto a la ley, a la civilidad y a la verdad; la tolerancia de la diversidad; la solidaridad; la responsabilidad personal y la cívica; el autorrespeto y el autocontrol, todo esto existe y podrá seguir existiendo en la medida en que sea enseñado, aprendido y practicado. De no hacerse, la democracia estará en peligro de decaer o desaparecer.

1.4 Nivel de vida y democracia

Las críticas acerca del estudio de la calidad de vida a partir de indicadores como el producto interno bruto cada día son mayores, debido a su incapacidad para indicarnos la condición de vida de los ciudadanos entre sí. Por ejemplo, un buen PIB podría esconder la existencia de una minoría con una excelente calidad de vida y una gran mayoría depauperada que nos llevaría a concluir que en esa sociedad no existe un nivel de vida adecuado, a pesar de la señal positiva emanada por las cifras del PIB.

El debate se plantea entre la postura utilitaria en su versión de maximizar la felicidad de la sociedad o de satisfacer los deseos o preferencias, y quienes consideran que esa perspectiva limita las consideraciones necesarias para que el ser humano tenga calidad de vida. Para Sen y Nussbaum la vida de los individuos está conformada por “una combinación de varios quehaceres y seres” que pueden ser denominados funcionamientos, los cuales se refieren desde estar satisfechas las necesidades básicas como estar sano y bien nutrido, hasta bienes más complejos como el respeto propio y la participación efectiva en los asuntos colectivos y comunitarios. Así, las capacidades de las personas están compuestas por las combinaciones de los funcionamientos.¹⁴

Mientras las brechas o desigualdades en la sociedad continúen, lo que podamos aspirar en esta transición a la democracia puede quedarse en el camino. Creo que son los cambios en las políticas dirigidas hacia los sectores sociales y económicos en el país los que pueden darnos una transición a una democracia con estabilidad y no con pobreza. Una democracia que sea rica, no solamente en valor productivo, sino fundamentalmente en calidad de vida. Los pueblos deben buscar su bienestar con calidad de vida y con desarrollo humano eficiente y justo.¹⁵

La democracia pluralista se basa en principios capaces de ofrecer satisfacciones compensadoras a los ciudadanos que de otro modo aceptarían difícilmente las frustraciones causadas por las desigualdades generadas por el sistema. La rigurosa igualdad de orden simbólico y formal –un hombre un voto– anula políticamente la desigualdad económica.¹⁶ ¿Qué sucede sin embargo cuando la democracia no ofrece las satisfacciones compensatorias a los ciudadanos que ya no soportan las dificultades y las frustraciones de la desigualdad? Las posibilidades de ser escu-

“

La democracia pluralista se basa en principios capaces de ofrecer satisfacciones compensadoras a los ciudadanos que de otro modo aceptarían difícilmente las frustraciones causadas por las desigualdades generadas por el sistema.

”

chados al menos por la oposición, no llegan a calmar la insatisfacción creciente.

1.5 Ingreso familiar y democracia

El ingreso del grupo familiar ha sido una de las variables sociodemográficas que más ha sido monitoreada por los investigadores sociales en los últimos años en Venezuela. Compone la variable positiva en una ecuación que siempre acusa mayor castigo en el otro miembro; el de los costos, por culpa de la inflación. Este desbalance genera la necesidad de introducir un elemento compensatorio que mantenga la igualdad, y al estar en el lado de los ingresos, encontramos un desajuste cada vez mayor entre el costo de la cesta básica y los ingresos del venezolano.

Es de suponer que el deterioro de la calidad de vida, por no poder acceder a los bienes y servicios considerados como básicos, afecta la cultura del individuo y lo convierte en un *superviviente* del sistema. La capacidad distributiva del Estado ha mermado con creces en los últimos tiempos generando un profundo descontento que se mitiga con la consolidación y declive del funcionamiento de medidas efectistas llamadas *misiones*, que distorsionan el valor del ingreso como variable *dura* en la estadística familiar del venezolano.

2. METODOLOGÍA

2.1 Enfoque metodológico

La necesidad de estudiar los problemas sociales y políticos desde el ángulo de la investigación científica nace en el siglo XX, así que todavía podemos considerar que metodológicamente las discusiones son incipientes.

El método experimental profundiza en el empleo de herramientas cada vez más sofisticadas para asegurar técnicas de investigación que ofrezcan objetividad, coherencia y cuantificación precisa en las conclusiones presentadas. Sin embargo, los fundamentos epistemológicos y dialécticos de los temas abordados y de los agentes sociales obliga a la interpretación con fundamento de constructor, generalizaciones, abstracciones y formalizaciones que contienen el aspecto humano de un tópico de interacción humana, auto contenido en percepciones, actitudes, opiniones y valores que nutren la esencia de la investigación y le dan redondez al argumento definitivo. Es por eso que en este trabajo hemos incorporado el examen de los datos de manera numérica, especialmente apoyados en el campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos. Los elementos constituidos por un problema de investigación lineal se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación.

Al margen de las posibilidades señaladas de tratamiento matemático de fenómenos sociales reductibles a unidad escalares, toda proyección abusiva de técnicas cuantificadas sobre la Sociología implica varios riesgos de distorsión, el menor de los cuales no es ciertamente la conversión deformante de lo cualitativo en cantidades artificialmente calculadas sobre datos previamente transmutados ad hoc. Desde este punto de vista, suscribimos el juicio lapidario de Sorokin y las prudentes advertencias de Hayman.¹⁷

Sorokin ha indicado el peligro de:

- a) la subjetividad disfrazada cuantitativamente.

- b) la conjugación cuantitativa de agrupaciones para estudiar los sistemas sociales.
- c) tomar una parte del sistema como variable independiente (causa) y todo el de los datos cuantitativos lo que se puede observar en las investigaciones tradicionales.

Es por esto que como investigadores hemos desarrollado, como complemento que reduce la ambigüedad y permite el entendimiento del tema, un aspecto cualitativo a nuestro estudio, ya que buscando comprender el todo a partir de sus partes, entendemos necesario un enfoque hermenéutico-dialéctico que garantice un análisis completo del tema abordado.

2.2 Estudio LUZ-Redpol 2006.

Ficha técnica

Encuesta LUZ-Redpol 2006 financiada por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de LUZ (programa No. VAC-CONDES.CH-0732-2006) y FONACIT proyecto G-97000635.

Muestra nacional de 1.200 casos, estratificada por región, con representatividad garantizada en un diseño con afijación proporcional por género, edad y estrato social. Campo realizado por Consultores 21 bajo un esquema polietápico de completación de cuotas en las principales ciudades del país. Error muestral del 2,67% de valor relativo y confiabilidad del 95,5%. Campo en noviembre de 2006.

2.3 Formulación de la hipótesis

Podemos definir la hipótesis como un intento de explicación o una respuesta *provisional* a un fenómeno. Su función consiste en delimitar el problema que se va a investigar según algunos elementos tales como el tiempo, el lugar, las características de los sujetos, etc. Llegar a comprobar o rechazar la hipótesis que se ha elaborado previamente, confrontando su enunciado teórico con los hechos empíricos, es el objetivo primordial de todo estudio que pretenda explicar algún campo de la realidad. En este estudio se plantea la siguiente hipótesis:

En Venezuela, existe una relación directa entre las variables sociodemográficas y la actitud frente a la democracia de los individuos.

Se consideraron como variables sociodemográficas el nivel de educación del individuo y su entorno familiar, el nivel de ingreso familiar, nivel de calidad de vida, género, clase social y edad.

“

El antiguo optimismo del modelo evolucionista funcionalista, si bien no ponía la democracia como objetivo teleológico del desarrollo, daba como supuesto la identificación entre los dos conceptos: todo proceso que tienda hacia la modernización es inevitablemente democrático

”

Debemos resaltar como nota metodológica que la formulación de esta hipótesis y su posterior verificación está sujeta en estudio a data del año 2006, por lo cual es necesario acotar que para este año 2009 es posible que los resultados sean diferentes.

2.4 Diseño

La metodología está sustentada por un estudio descriptivo con métodos cualitativos y cuantitativos que operando sobre el estudio LUZ-Redpol 2006 citado anteriormente operacionaliza el constructo “apoyo a la democracia” para correlacionarlo con variables sociodemográficas como el género o el nivel de ingresos medido en cestas básicas y en otros constructos como nivel de educación y nivel de vida. En este estudio descriptivo y correlacional nos enfrentamos a la necesidad de traducir preguntas debidamente seleccionadas en variables que permiten el cálculo de índices de acuerdo a estadísticos convencionales de solidez y consistencia interna.

2.4.1 Apoyo a la democracia en Venezuela

En Venezuela a partir de 1958 se consolida una democracia moderna cuya base de sustentación es el Pacto de Punto Fijo y se concreta en la Constitución de 1961, la cual durará hasta 1999 cuando un proceso constituyente la reemplaza por una nueva Carta Magna. En la actualidad se debate sobre los alcances democráticos del nuevo instrumento, tanto en los as-

pectos que la profundizan como en los que la hacen retroceder. Por supuesto, esto escapa a nuestros objetivos por lo cual sólo lo referimos para dejar planteada la inquietud en los lectores de este estudio.

El antiguo optimismo del modelo evolucionista funcionalista, si bien no ponía la democracia como objetivo teleológico del desarrollo, daba como supuesto la identificación entre los dos conceptos: todo proceso que tienda hacia la *modernización* es inevitablemente democrático, porque esta cualidad se logra a través de la ruptura del autoritarismo adscriptivo, superado por la adquisición democrática del status a través de la *libre competencia*, sostenida a la vez por un complejo actitudinal que cimenta la conducta secularizada, abierta, proyectada hacia el cambio dentro de la norma del respeto a la elección entre múltiples alternativas, aun de valores antagónicos, en el marco de la *heterogeneidad cultural* según cita en un sugerente texto René Zavaleta Mercado.¹⁸

Ahora bien, al adentrarnos en la evaluación de la democracia en Venezuela se puede observar la presencia de aspectos formales que cumplen con los requerimientos para constituir lo que el PNUD llama democracia electoral; así, en Venezuela, el presidente, los gobernadores, los diputados nacionales y regionales, los alcaldes, concejales y miembros de las juntas parroquiales son electos por sufragio universal; se reconoce el derecho a competir por los cargos públicos; se garantiza la libertad de expresión, el acceso a información alternativa y la libertad de asociación. Sin embargo, cuando se analiza desde una perspectiva distinta a la que aparece en la norma, emergen aspectos que ponen en tela de juicio la existencia de una verdadera democracia en el país. La realidad de la democracia actual venezolana demuestra la insolvencia de esta propuesta teórica. Tal insolvencia es precisamente lo que le permite actuar como *fantasía* necesaria para mantener el consenso rutinario.

El cuestionamiento recurrente del uso del poder del Estado para garantizar la permanencia en el poder del presidente Hugo Chávez, la existencia de un árbitro electoral (Consejo Nacional Electoral) dominado públicamente por el partido de gobierno, las negativas a la realización de auditorías públicas de los procesos electorales y aversión a lograr acuerdo en los métodos para garantizar transparencia en los resultados electores nos permiten señalar dudas razonables sobre la limpieza de las elecciones. Incluso cuando evaluamos la opi-

nión de los ciudadanos con respecto a las elecciones se observa como una gran porción del electorado (46%) considera a las elecciones fraudulentas contra un 54% que las considera limpias según la encuesta LUZ-Redpol 2006 en su preg. 18 (Tabla 1). Estas cifras en un país de democracia consolidada no son posibles.

Tabla 1. Opinión de los ciudadanos sobre las elecciones

Elecciones en Venezuela	
Totalmente limpias	32%
Mayormente limpias	22%
Mayormente fraudulentas	24%
Totalmente fraudulentas	22%
Total n = 1.090	

Fuente: LUZ-Redpol 2006

La presencia de otros elementos que aparecen garantizados en la Constitución de 1999 y las leyes, como la libertad de expresión, de asociación y la oportunidad de una participación efectiva de todos los ciudadanos, son cuestionados puesto que, ejemplos como lo sucedido con los ciudadanos que firmaron solicitando el referendo revocatorio presidencial en el 2004, los cuales han sido objeto de exclusión política sistemática y se les han secuestrado sus derechos como retaliación por manifestar su oposición al Gobierno, nos revelan elementos no democráticos. Según estos estudios¹⁹ el pueblo venezolano manifiesta su insatisfacción con el funcionamiento de la democracia (Tabla 2), reforzando la posibilidad de estar en presencia de una democracia débil por poco reconocimiento y legitimación. Todavía hoy, en el 2009, los ciudadanos son víctimas de la exclusión sistémica por listas creadas en el 2004, lo que evidencia el revanchismo y persecución a la que es sometida la disidencia.

Tabla 2. Satisfacción con el funcionamiento de la democracia en Venezuela

Satisfacción con la democracia	
Muy satisfecho	31%
Algo satisfecho	25%
No muy satisfecho	17%
Nada satisfecho	27%
Total n = 1.175	

Fuente: LUZ-Redpol 2006

De acuerdo con la investigación realizada casi una quinta parte de los políticamente hábiles no se encontraban inscritos en el registro electoral permanente para el año 2006, lo cual constituye un problema de apatía de los mismos o exclusión de estos ciudadanos frente al derecho al voto. Asimismo, más de la tercera parte de los electores declara no haber acudido a votar en el referéndum revocatorio del 2004²⁰, que, si bien es cierto, la postura abstencionista no permite deducir descontento con el sistema, sí nos permite señalar que un apreciable número de personas por distintas razones no toma parte en las decisiones colectivas lo cual, cuando se presentan varias opciones que distribuyen las preferencias sin que alguna obtenga mayoría absoluta, refuerza un sistema de toma de decisión en el cual una minoría decide como lo señala Dahl en su libro *La democracia y sus críticos*; y de acuerdo con los estudios realizados por Keneth Arrow²¹, por supuesto que se puede argumentar que al existir el derecho a votar y no ejercerlo se convalida el resultado alcanzado, empero no deja de ser la abstención un inconveniente para la democracia.

Al evaluar la participación en la acción política medida con un indicador participación política elaborado con un constructo²², nos enseña un apreciable sector no participativo (65%) y poco participativo (29%), que configuran un carácter de muy baja participación en la acción política de los venezolanos, lo cual nos permite indicar una cultura política en donde una gran mayoría delega en los políticos las decisiones y asume una democracia electoral y no una democracia ciudadana. (Tabla 3)

Tabla 3. Participación en la acción política en Venezuela

Participación	
Muy participativo	1%
Participativo	4%
Poco Participativo	22%
Nada Participativo	73%
Total n = 1.328	

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

En aras de comprender el interés del venezolano por la política y las fuentes a que recurre para mantenerse informado se ha construido un indicador (tabla 4) que nos permite medir las diversas fuentes a las que se apela para mantenerse al tanto de los asuntos políticos, de la encuesta

LUZ-Redpol 2006. Del mencionado indicador se desprende que 80% de los encuestados recurren a la televisión para conocer de la política, pero más del 40% no siente ningún interés por ella, obligando a que, el intercambio de información y opiniones que contribuye con el debate político libre, y permite la configuración de un juicio sobre los temas presentes en la agenda pública, reforzando la comprensión lúcida de la gente, se debilite por desinterés y consiguiente desinformación.

Tabla 4. Indicador de fuentes de información

Fuentes de información	
TV	80%
Prensa	12%
Radio	7%
Otros	1%
Total n = 1.305	

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

En la búsqueda de la democracia nos encontramos que ésta se sustenta en una sociedad civil fuerte y dinámica que garantice vitalidad. Como lo dice Francis Fukuyama en *Trust*²³: “Entendemos por sociedad civil las instituciones intermedias que nacen de los hábitos, las costumbres y el carácter distintivo de un grupo humano y se nutren del respeto por la propia cultura y la creciente conciencia sobre ella”. Sin lugar a dudas una democracia fundamentada en instituciones políticas que funcionen, donde sus miembros piensen en el bien común y no se encuentren atomizados, se caracteriza por su capacidad de autoorganización espontánea. Sin la necesidad de un Estado que regule toda forma de agrupación social y política, los ciudadanos debemos de respetar las normas que se aprueban consensualmente con tolerancia, respeto y reconocimiento al prójimo para asegurar el desarrollo sostenido de un *capital social* que garantice el cumplimiento de los objetivos que la democracia se plantea.

Actualmente, en Venezuela no existen condiciones para generar ese espacio de desarrollo sustentado de *capital social* que inexorablemente erosiona las bases del sistema democrático. Los resultados de evaluar nuestra democracia hoy en día saltan a la vista:

- Aumento considerable en la concentración del ingreso y, por consiguiente, de su distribución regresiva.

- Aceleración de la tendencia a la expansión de la marginalidad urbana y fuerte aumento de la pobreza crítica.
- Devaluación del bolívar, sin explicación lógica, que ha generado cifras importantes de inflación.
- Descenso en los niveles de empleo, imposible de calcular en cifras reales por el efectismo político de *misiones* que alteran el cálculo creando un espejismo laboral.
- Exclusión selectiva de los venezolanos en los ámbitos políticos y sociales.
- Xenofobia alimentada desde las más altas esferas gubernamentales.

El IAD pondera el tamaño de las orientaciones con la percepción del funcionamiento de la democracia en Venezuela y su caracterización. El análisis integrado de las variables asociadas a las orientaciones hacia la democracia ayuda a proporcionar una estimación del grado de respaldo ciudadano con que ella cuenta. Con este propósito, preparamos el índice de apoyo a la democracia (IAD), que ofrece una visión sintética sobre el apoyo y la posible vulnerabilidad de la democracia en Venezuela.

Este índice permite valorar el balance actual de fuerzas y el potencial para crear coaliciones ciudadanas amplias en apoyo de la democracia, incluyendo los sectores ambivalentes. Es una herramienta que distingue las situaciones políticas favorables de las desfavorables y riesgosas. En las situaciones favorables hay un balance de fuerzas positivo para la democracia, pues los demócratas son mayoría, son los políticamente más activos, y los ambivalentes están relativamente cercanos a las posiciones de los demócratas. En el caso opuesto, cuando el balance de fuerzas es negativo, los no demócratas son mayoría, son más activos y son los que tienen más cerca a los ambivalentes.

Con el IAD se podrá, mediante futuras mediciones, examinar los cambios en la situación política y en la presunta solidez de las bases de estabilidad democrática en la ciudadanía.²⁴

Tabla 5. Índice de apoyo a la democracia

No demócratas	24%
Ambivalente	25%
Demócratas	51%
Total	n=1.392

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

El resultado del IAD para Venezuela, según este estudio, tendió a ser positivo para la democracia. Los demócratas, en términos de correlación de fuerzas, están en mejor posición que sus contrarios, los no demócratas. En efecto, los demócratas constituyen la orientación hacia la democracia más difundida y caracterizan a los ciudadanos de manera definitiva.

2.4.2 Indicador de nivel educativo

Sobre el enfoque mencionado anteriormente de Savater, inspiramos la necesidad de determinar la influencia del nivel de educación del individuo sobre su apoyo a la democracia. Así, relacionamos las preguntas del estudio que hacen referencia al nivel educativo del entrevistado, luego recodificamos para obtener los resultados que se muestran en la tabla anexa.

Tabla 6. Nivel de educación

Nivel	
A	8%
B	20%
C	30%
D	21%
E	21%
n = 1.054	

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

Como se puede observar, a lo largo de todo el estudio existe un número considerable de casos perdidos (*missing values*).²⁵

2.4.3 Indicador de nivel de vida

Ahora bien, cuando se pretende la construcción de un indicador del nivel de vida del venezolano, nos hemos concentrado en operacionalizar la satisfacción del individuo con la relación entre ingresos y necesidades cubiertas, la disponibilidad de bienes y servicios específicos y la auto ubicación del entrevistado en los sectores de la sociedad.

Tabla 7. Nivel de vida

A	2%
B	18%
C	26%
D	39%
E	15%
Total	N=1.032

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

2.4.4 Indicador de ingreso familiar

Construyendo una variable aditiva y separando en intervalos, hemos construido este índice de acuerdo al valor de la cesta básica del venezolano para la fecha del trabajo de campo de este estudio.

Tabla 8. Ingreso en cestas básicas

A	2%
B	8%
C	41%
D	48%
Total	N=1.032

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

Este resultado confirma que las políticas distributivas del Gobierno atacan el tema de la pobreza extrema, pero genera más pobreza en términos moderados, reduciendo cada vez más la brecha de ingresos y aproximando cada vez más la población al ingreso mínimo decretado.

3. RESULTADOS OBTENIDOS

3.1 Apoyo a la democracia vs. género

IAD	Género del entrevistado	
	Masculino	Femenino
No demócratas	46%	54%
Ambivalente	48%	52%
Demócratas	51%	49%
Total N =1.200	50%	50%
Tau c= Sig= ,0001		

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

Como se puede observar, el apoyo a la democracia de los venezolanos no es una variable que se vea afectada por el género del entrevistado.

Tanto la distribución de frecuencias como el estadístico de Kendall son por demás explícitos en ilustrar la inexistencia de relación entre ambas variables.

3.2 Apoyo a la democracia vs. nivel educativo

NIVEL DE EDUCACIÓN DEL ENTREVISTADO					
IAD	A	B	C	D	E
No demócratas	4%	18%	32%	24%	22%
Ambivalente	3%	17%	30%	21%	31%
Demócratas	17%	13%	29%	18%	23%
Total	N = 1.054				
Tau c = 0.091	Sig= ,001				

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

La educación, medida como variable de entorno familiar, revela que no existe una relación directa con la actitud frente a la democracia que pueda o deba ser reportada.

3.3 Apoyo a la democracia vs. nivel de vida

NIVEL DE VIDA					
IAD	A	B	C	D	E
No demócratas	1%	11%	22%	31%	35%
Ambivalente	3%	16%	25%	31%	25%
Demócratas	5%	12%	23%	28%	32%
Total	N = 1.032				
Tau c = -0.81	Sig= ,001				

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

No podemos confundir nuestra variable de “nivel de vida” con “calidad de vida”, aún cuando el índice que presentamos es un constructo socio material que denota pobreza en término de posesión de artículos y productos determinados y contempla la auto ubicación del individuo y su grado de realización socio material.

Bajo este concepto, no se aprecia una relación directa significativa con el apoyo a la democracia del individuo entrevistado.

3.4 Apoyo a la democracia vs. ingreso familiar

INGRESO EN CESTAS BÁSICAS				
IAD	A	B	C	D
No demócratas	1%	12%	37%	60%
Ambivalente	2%	5%	28%	65%
Demócratas	1%	11%	27%	62%
Total	N = 1.032			
Tau c = 0.084	Sig= ,001			

Fuente: LUZ-Redpol 2006. Millán-Reyes 2009

Al trasladar el ingreso familiar del individuo, construyendo un indicador que relacione el ingreso personal con el del grupo familiar, y llevarlo en término de “cestas básicas” para determinar el alcance efectivo del ingreso y medir *pobreza*, encontramos que no existe una relación directa entre este concepto y el apoyo del individuo a la democracia.

CONCLUSIONES

A través del estudio presentado son varias las conclusiones que podemos enumerar:

- Nuestra hipótesis no se cumple. Esto quiere decir que no se aprecia ninguna relación directa entre alguna de las variables socio demográficas incluidas y el apoyo a la democracia del venezolano. Aunque no corresponde a este estudio descriptivo, de carácter exploratorio, analizar las razones de la ausencia de esta relación, podemos indicar que la misma es un hecho que revela que la pobreza no marca patrones culturales con respecto a la democracia.
- Con esto coincidimos parcialmente con los investigadores del “Proyecto Pobreza” de la Universidad Católica Andrés Bello, quienes afirman que “... más que el estrato social, son las condiciones educativas las que pueden determinar la orientación de las personas...” “La relación con otras variables es circunstancial, como es el caso del género, de los centros poblados, o del tipo de vivienda...”²⁶, ya que no obtuvimos, al igual que ellos, ninguna relación directa entre género, y condición socio material del individuo, pero tampoco la obtuvimos con la educación, al medirla con una variable de entorno y no personal del individuo.
- Consideramos que este estudio nos permite asegurar que existen mitos y creencias sobre la relación entre pobreza y democracia que debemos desechar, ya que no son ciertas y pueden generar, como de hecho sucede, una matriz de opinión negativa que produzca más exclusión de la que ya existe.
- Si bien es cierto, a mayor nivel adquisitivo, es de entender que la capacidad de asimilar definiciones y conceptos pudiera ser mayor, esto no implica, de ninguna manera, que los conceptos inherentes a democracia como libertad y participación no sean entendidos, manejados y defendidos por las personas de menores recursos educativos y socio materiales.
- La actualización de este análisis fundamentado en un hipotético estudio de opinión pública revelaría un proyecto político de gran pragmatismo político, donde disminuye la pobreza crítica por mecanismos distributivos carentes de estructura y transparencia, pero que aseguran un capital electoral que pa-

rece blindar las evidentes intenciones de perpetuidad en el poder de la oligarquía gobernante, con el ineludible costo del empobrecimiento de la clase media y la sustitución de la clase alta por una nueva generada de los beneficios de una cleptocracia campante.

- El apoyo a la democracia cada vez pareciera ser más *difuso*, que en términos de Easton nos parece indicar que los valores que la constituyen no permean en las estructuras sociales de los sectores más necesitados, quienes han sido insertados al Estado como *clientes*, generando una brecha entre clases sociales aún mayor y un caldo de cultivo para acciones inapropiadas que se justifican en el mismo planteamiento oficialista.
- Es tarea de futuras investigaciones determinar qué relaciones de causalidad existen entre quienes no creen en la democracia y analizar si las mismas se corresponden a patrones culturales o a actitudes coyunturales promovidas por campañas y discursos, o por la acción irresponsable de un Gobierno que corroe los pilares de la ética política criminalizando el disenso y favoreciendo el rol de un Estado interventor carente de efectividad política en la satisfacción de las demandas colectivas.

■ Jorge Millán

MSc. Doctorando en Ciencia Política.
Profesor en la UCV.

■ Gabriel Reyes

M.B.A. Doctorando en Ciencia Política. Profesor en la UCAB.

Referencias

- ARROW, Kenneth. "Una dificultad en el concepto de bienestar social". En: Arrow, K. y Scitovsky, T. (1974): *La economía del bienestar*. México: Fondo de cultura económica.
- BOBBIO, N. (1989): *Liberalismo y democracia*. México: Fondo de cultura económica.
- _____. (1996): *El futuro de la democracia*. México: FCE, (2da.)
- BOBBIO, N., MATEUCCI, N. y PASQUINO, G. (2000): *Diccionario de política*. Madrid: Siglo XXI. (12a).
- BRAUD: *Tiempos de liturgia democrática*.
- CARRASQUERO, J., MAINGON, T. y WELSCH F. (ED). (2001): *Venezuela en transición: elecciones y democracia 1998-2000*. Venezuela: Editorial Torino.
- DAHL, R. (1993): *La democracia y sus críticos*. Buenos Aires: ediciones Paidós.
- ERICSSON, R.: *Descripción de la desigualdad: el enfoque sueco de la investigación sobre el bienestar*.
- FUKUYAMA Francis (1996): *Trust*.
- GONZÁLEZ, F. (1995): *Paradigmas en la Enseñanza de la Matemática*.
- HERNANDEZ, R., FERNANDEZ, C. y BAPTISTA, P. (2003): *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- IRAGORRI, Juan Carlos (31/08/1997): "Entrevista a Fernando Savater". En: "Lecturas dominicales", *El Tiempo* (Bogotá).
- NUSSBAUM, M. y SEN, A. (Compiladores)(2000): *La calidad de vida*. México: Fondo de cultura económica.
- PLATÓN (1996): *La República*. España: Ediciones Grijalbo.
- PNUD (2004): *Informe sobre la Democracia en América Latina*.
- RAWLS, J. (1995): *Liberalismo político*. México: Fondo de Cultura económica.
- SARTORI, G. (1994): *¿Qué es la democracia?*. Colombia: ediciones Altamira.
- 15 Exposición del Sr. Salomón Lerner. Ceremonia de instalación del Consejo Consultivo del Informe Nacional sobre Desarrollo Humano Perú 2002. (Marzo 2002).
- 16 BRAUD. *Tiempos de liturgia democrática*, p. 198.
- 17 GONZÁLEZ, F. (1995): *Paradigmas en la Enseñanza de la Matemática*.
- 18 ZAVALETA MERCADO, texto incluido por Roitman en el ensayo citado en la nota anterior.
- 19 Estudio LUZ-Redpol 2006. Redpol. 2006.
- 20 www.cne.gov.ve Resultados Referéndum Revocatorio 2004.
- 21 ARROW, Kenneth "Una dificultad en el concepto de bienestar social". En: Arrow, K. y Scitovsky, T. (1974): *La economía del bienestar*. Mexico: Fondo de cultura económica, pp. 188-214.
- 22 Conformado por las respuestas a las preguntas números 3,10,40, 51,52,53,54 y 55 del estudio LUZ-Redpol 2006, con respecto a la participación o posibilidad de participación en acciones políticas y cuyo análisis de confiabilidad nos arroja un Alfa de Cronbach de 0,815.
- 23 Fukuyama Francis (1996): *Trust*.
- 24 Informe sobre la Democracia en América Latina. Compendio Estadístico. p.146.
- 25 Nota Metodológica: Desde el inicio del análisis se decidió no considerar la "no respuesta". Los "no sabe" y "no responde" se unieron para declararlos como *missing values*. Para evitar el error de la no consideración de la "no respuesta", para todos los resultados se incluye el tamaño de la muestra en la que están basados, o muestra efectiva ("n")
- 26 *Detrás de la Pobreza*.

Notas

- 1 BOBBIO, N., MATEUCCI, N. y PASQUINO, G.(2000): *Diccionario de política*.(12a).Madrid: Siglo XXI editores., p. 441.
- 2 PLATÓN, *La República*, 291d.
- 3 PLATÓN, *La República*, 302a.
- 4 BOBBIO, N., MATEUCCI, N. y PASQUINO, G. Op. Cit. p.447.
- 5 Ibid. p. 447.
- 6 BOBBIO, N. (1996): *El futuro de la democracia*. Mexico: FCE, (2da. edición) p. 18.
- 7 SCHMITT, Carl. *El concepto de lo político*.
- 8 DAHL. R. *La democracia y sus críticos*, p.156.
- 9 BOBBIO, N., MATEUCCI, N. y PASQUINO, G.(2000): ob. cit., p. 415
- 10 GONZALEZ CASANOVA, P. y ROITMAN, M. (comps.) (1992): *La democracia en América Latina, Actualidad y perspectivas*. Madrid: Ed. Complutense. p. 75.
- 11 *Latinoamericana '98*, p. 26.
- 12 Ibid, p.27.
- 13 IRAGORRI, Juan Carlos (31/08/1997): "Entrevista a Fernando Savater". En: "Lecturas dominicales", *El Tiempo* (Bogotá). pp. 6 y 7.
- 14 NUSSBAUM, M. y SEN, A. (Compiladores)(2000): *La calidad de vida*. Mexico: Fondo de cultura económica, pp. 17-18.



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

Internet

This article takes a look at the use of the internet in the Venezuelan society and attempts to establish the relationship of how this use can influence the political participation and opinions of the venezuelans. It is the first attempt to approach the importance of the internet in the configuration of the public opinion in Venezuela, so while there's not enough research in the area; it's too soon to produce conclusion. In general, there seems not to be any difference in the political opinions between the people who have access to the internet compared with those who don't. However, in some cases, political participation has some information that can become the base for deeper investigations to occur.

■ **Víctor Manuel Pérez
Martínez**



y su influencia en la opinión política de los venezolanos

El artículo ofrece un panorama sobre el uso de Internet en la sociedad venezolana e intenta establecer relaciones sobre cómo puede influir esta variable en la participación y en las opiniones políticas de los venezolanos. El trabajo es un primer intento de abordar la importancia de Internet en la conformación de la opinión pública en Venezuela, aunque todavía no existen estudios lo suficientemente amplios para plantear conclusiones definitivas. En general, pareciera no existir una marcada diferencia en las opiniones políticas de quienes tienen acceso a Internet y de quienes no lo tienen; no obstante, en algunos casos, como en la participación política hay datos que pueden ser la base para investigaciones más profundas.

I. INTERNET: UNA NUEVA MANERA DE COMUNICARNOS

¿Han cambiado las formas de comunicarnos las personas con la llegada de Internet y de los medios de comunicación que han surgido de esta plataforma tecnológica? Todo parece indicar, que efectivamente hemos desarrollado nuevos estilos de comunicación, aunque en esencia, los elementos fundamentales del modelo aristotélico están presentes: emisor-mensaje-receptor. ¿Qué hemos cambiado? En opinión de Guillermo López García hemos generado nuevos modelos de comunica-

ción en la red, que tienen características peculiares y elementos propios, diferentes, a otros modelos de comunicación¹. Este planteamiento coincide con el de José Luis Orihuela quien señala como nuevos paradigmas de la “e-comunicación”: la interactividad, la personalización, la multimedialidad, la hipertextualidad, la actualización, la abundancia y la mediación². Estas características probablemente se ampliarán en la medida que el desarrollo de la tecnología en Internet vaya creando nuevas alternativas para la comunicación, aunque, algunas de ellas estarán presentes en la mayoría de los medios del ciberespacio.

La ruptura del tiempo y el espacio, el carácter multimedia de la información, la hipertextualidad y la interactividad son elementos distintivos de los nuevos medios de comunicación surgidos de la red³. Esta ruptura con el espacio y el tiempo en los medios digitales amplía los límites de los medios tradicionales. Con respecto al *espacio* no hay limitaciones físicas que permitan una mayor difusión de textos, imágenes, vídeos o sonidos con respecto a cualquier otro medio tradicional. Los límites serán menores en la medida que se desarrollen nuevos códigos y formatos digitales. Si nos referimos al *tiempo* los medios tradicionales requieren de nuevas ediciones para mantener actualizada la información; en el caso de Internet, los medios de comunicación pueden tener una actualización inmediata.

2. INTERNET Y LAS OPINIONES POLÍTICAS

No existen suficientes estudios que permitan afirmar categóricamente que el uso de Internet está influenciando en las opiniones sobre aspectos vinculados con la política; pero, probablemente esté ayudando a los ciudadanos que usan esos medios a tener una visión más crítica de los hechos políticos que le rodean. Hay que desmitificar la capacidad de los nuevos medios nacidos en la Web para influir en la opinión pública⁴; Internet “puede incidir en la formación de la opinión pública”, aunque los medios tradicionales siguen teniendo un mayor impacto⁵.

En la medida que los ciudadanos estén formados en la utilización de estos nuevos medios de comunicación y en sus capacidades para acceder a información de calidad, podrán contar con nuevas herramientas para ver el panorama político desde diferentes perspectivas y valorar las

“

¿Podemos afirmar que Internet puede permitir un mayor control sobre las opiniones políticas de los usuarios? Según investigadores como Andrew Shapiro, la posibilidad de que los ciudadanos podamos controlar la información que recibimos o dejamos de recibir tiene sus aspectos positivos y negativos para la construcción de una ciudadanía crítica y democrática

”

informaciones que reciben diariamente sobre el tema político. Por lo menos en una sociedad democrática la posibilidad de participación en la dinámica política debería ser mayor y hay quienes ven en Internet un espacio para esa actividad política: “Para algunos, la democracia electrónica puede propiciar una superación de las formas clásicas de democracia representativa e instaurar una versión digital de la democracia directa similar a la de Atenas”⁶.

¿Podemos afirmar que Internet puede permitir un mayor control sobre las opiniones políticas de los usuarios? Según investigadores como Andrew Shapiro⁷, la posibilidad de que los ciudadanos podamos controlar la información que recibimos o dejamos de recibir tiene sus aspectos positivos y negativos para la construcción de una ciudadanía crítica y democrática. Esta posibilidad del control “podría modificar la pauta cuando nos enfrentamos a una situación potencialmente disonante”⁸. ¿Estarían dispuestos los ciudadanos que utilizan Internet a escuchar otras opiniones, que aunque no compartidas, pueden ayudar a construir una democracia plural y contribuir a la calidad de la opinión pública? A diferencia de los medios de comunicación social tradicionales, la tecnología aplicada a Internet permite una mayor selección y personalización de la pauta in-

formativa que recibe el usuario. Esta decisión de descartar e incluir puede convertirse en un filtro con el objetivo de ignorar otras opiniones, cuando en una sociedad democrática la reflexión, el debate y la crítica es fundamental para la construcción de la ciudadanía. Los gobiernos estarían agradecidos si toda la información fuera de un solo color político.

Hay estudios que han permitido analizar las transformaciones socio-políticas surgidas en América Latina por la nueva dimensión global, potenciada por las nuevas tecnologías como Internet. Mireya Lozada señala:

las representaciones de ciudadanía y democracia que se construyen en las páginas latinoamericanas no se corresponden con un proceso lineal, ni apuntan en una sola dirección. Las representaciones de ciudadanía en la Red son más bien ambivalentes, heterogéneas, móviles, inciertas, inestables, dependiendo de la ubicación individual y grupal en el conjunto diferenciado de poderes y marginaciones presentes en la Red⁹.

La realidad política venezolana se ha caracterizado por un enfrentamiento, con un alto grado de conflictividad, entre partidarios y opositores al gobierno del presidente Hugo Chávez. La violencia política ha estado presente en las calles, en los hogares, en las organizaciones públicas, en las empresas privadas y en todos los sectores de la sociedad venezolana. El enfrentamiento ha trascendido al ámbito de la realidad y han surgido en Internet una gran diversidad de espacios que reflejan, de alguna manera, la tensión política del país. Al margen de que puedan considerarse como espacios que han servido de *catarsis*¹⁰ para los sectores involucrados, han permitido que la diversas posturas enfrentadas y silenciadas en el debate público tengan un espacio de libertad en la *plaza pública* virtual.

No obstante, las personas que participan en Internet son las mismas que participan en la actividad política diaria. En principio, no habría que esperar ninguna diferencia en la percepción política de quienes participan políticamente en la vida real y que han encontrado en Internet un espacio para el intercambio público de sus ideas, al contrario, podrían fortalecerse redes sociales en función de intereses políticos, sirviendo los medios de comunicación de la Web de participación pública, escenarios para la configuración de agendas de acción política, foros de debate o creación de comunidades virtuales:

“La Red funciona como superficie de inscripción de un sujeto colectivo fragmentado y polarizado, que se reconoce en un sistema político que sufre una prolongada crisis de legitimidad y representatividad”¹¹.

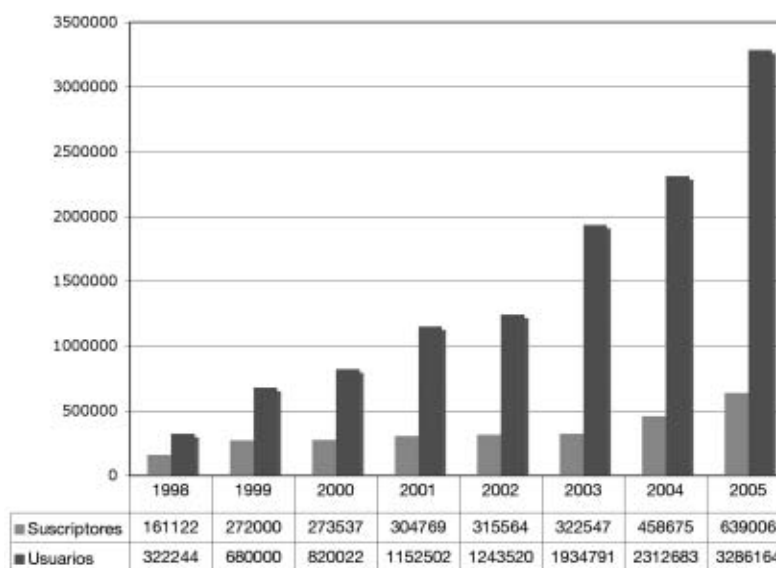
3. INTERNET EN VENEZUELA¹²

¿Cuál es el panorama de Internet en Venezuela? (Ver Gráfico No. 1). Aunque todo parece indicar un aumento de su uso en la sociedad venezolana, para el año 2005 solamente habían 639.006 suscriptores, motivado, entre otros factores, al costo que implica adquirir este servicio por la mayoría de la población venezolana. Pero, esto no impide que los venezolanos traten de usar esta tecnología y se observa como al nivel de usuarios las cifras han superado este dato inicial. Por ejemplo en el año 2005 la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) calculaba 3.286.164 usuarios de la red. Este dato representaba el 12,27% de la población venezolana. En síntesis, Internet ha estado aumentando su penetración en Venezuela y por consiguiente podría cambiar la forma como los venezolanos se informan y se comunican.

¿Cuál es la ubicación de Venezuela en el área de Internet con respecto a los otros países de la región? (Ver Tabla No. 1) Los usuarios de Internet venezolanos, con respecto a los de América del Sur, son apenas del 6,28% de un total de 48.420.288 para el año 2005, aunque, a pesar de este dato, ocupa el puesto número seis entre los países suramericanos con mayor número de usuarios. El porcentaje de crecimiento de consumidores de Internet en el período 2000-2005 fue de apenas 220% ubicando al país en el puesto número seis. Pero, hay otros datos que pueden ofrecer una visión diferente sobre el sector de la Web en Venezuela. En primer lugar coincide con la apreciación de Conatel al afirmar que para el 2005 la penetración de Internet en Venezuela se ubica en el 12% de la población total; un dato que habla del impulso que está cobrando esta área en el país si consideramos que para el año 1998 la penetración era únicamente del 0,85%.

Con respecto a los usuarios, Venezuela se ubica también en el sexto lugar con 3.040.000; en primer lugar está Brasil (22.320.000) seguido de Argentina (7.500.000), Chile (5.600.000), Perú (4.570.000) y Colombia (3.585.688). Pero, si tomamos como criterio el porcen-

Gráfico 1. Suscriptores y usuarios de Internet en Venezuela.



Fuente: Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel).
http://conatel.gov.ve/indicadores/indicadores2005/indicadores/anual_internet.pdf

taje de penetración con respecto a la población total de los países de América del Sur, Venezuela, pasa a ocupar el quinto puesto. Es preciso señalar que hay países por delante de Venezuela que tienen una población muy inferior como Chile (15.514.014 habitantes) o Uruguay (3.251.269 habitantes). No obstante, la cercanía de Venezuela a Brasil en el porcentaje de penetración es significativo si se considera que la población de éste supera considerablemente (184.284.898 habitantes) a la venezolana (25.307.565 habitantes) Estos datos reflejan, de alguna manera, el interés que han tenido empresas privadas y el sector público de que Venezuela no se distancie del desarrollo de estrategias para mantenerla en el ciberespacio.

La Cámara Venezolana de Comercio Electrónico (Cavecom-e) publica anualmente un informe sobre los *Indicadores de penetración y uso de Internet en Venezuela*. En el más reciente¹³ plantea algunas de las características más importantes de los usuarios venezolanos, entre ellas:

- Con respecto al género y a la edad, es el sector masculino y aquellos usuarios menores de 24 años, dos de las características principales del internauta venezolano.
- El nivel de instrucción es también una de las variables que más caracteriza a los usuarios venezolanos. El 62% se-

ñala tener un nivel de instrucción superior.

- Con relación a las condiciones socio-económicas no hay una marcada importancia: “Aun cuando la mayor penetración de Internet se presenta en los estratos medios y altos, en valores absolutos una alta proporción de internautas se ubica en los estratos D y E”. Por ejemplo: “66% de los usuarios de Internet en Venezuela pertenecen a los estratos socioeconómicos D y E [dichos estratos abarcan un 81% de la población total]”
- “La variedad, rapidez y facilidad para acceder a Internet son, en conjunto con la posibilidad para comunicarse, las principales ventajas percibidas de Internet. Por su parte, la publicidad principalmente asociada al SPAM, los virus y la pornografía son las preocupaciones predominantes”
- Los cibercafés han contribuido a un crecimiento importante en el número de usuarios de Internet.
- El lugar de conexión es diferente según el perfil del usuario, en especial, según el estrato social, la educación y la edad.
- El principal uso que se le da a Internet es la búsqueda de información y las comunicaciones vía correo electrónico y chat.
- “Los usuarios de Internet declaran navegar un promedio de 26 horas por mes, siendo este valor bastante similar en los últimos tres años”

4. EL USO DE INTERNET EN LOS VENEZOLANOS

El objetivo de la investigación era identificar las opiniones sobre algunos temas vinculados a la política de un grupo de venezolanos con acceso a Internet. Este tipo de estudios no se ha realizado en Venezuela con la profundidad deseada y no es fácil acceder a investigaciones con las características requeridas para abordar la importancia del uso de la Web en la configuración de una nueva forma de ver la política.

Los profesores de la Universidad Simón Bolívar, Adolfo Enrique Vargas Cacique y Zaira Josefina Reverón Escobar, realizaron una investigación titulada *Opiniones y Valores Políticos de los venezolanos al inicio del siglo XXI: Presente y Futuro de Nuestra Democracia* que consistió en un sondeo nacional de opinión pública¹⁴. Entre las preguntas realizadas a los entrevistados algunas estaban orientadas al uso de Internet: “¿Tiene Ud. acceso a Internet?”, “¿Con qué frecuencia usa usted correo electrónico (e-mail) para comunicarse?”, “¿Con qué frecuencia usa usted la red para navegar, chatear, jugar ó hablar con otra persona?” Del total de entrevistas realizadas (1.392), 210 personas respondieron que tenían acceso a Internet conformando el 15% de los entrevistados. Probablemente no es una muestra representativa de los usuarios de la Web en Venezuela, aunque, si recordamos el porcentaje de usuarios para el 2005 con respecto a la población total éste era de un 12% (Ver Tabla No. 1)

5. CARACTERÍSTICAS DE LA SUBMUESTRA CON ACCESO A INTERNET

Los 210 entrevistados con acceso a Internet tienen características propias. La edad es importante ubicándose el mayor porcentaje entre los 18 y los 44 años de edad (87,1%). Con respecto a la clase social, en todos los extractos está presente esta nueva tecnología y la situación económica no influye en el acceso a ella: las clases D y E representan el 65,7% de la muestra, mientras que el 34,3% restante se ubica en las clases ABC y C-. Con respecto al género hay una mayoría en el sector masculino (59,5%) con respecto al femenino (40,5%). El nivel de instrucción sí tiene una incidencia importante en el acceso a Internet, tal y como lo señalan los datos: superior y postgrado (40%), bachillerato y técnica (52,4%), básica (7,1%).

Tabla 1. Usuarios de Internet en los países de América del Sur¹

Países	Población ²	Usuarios 2000	Usuarios 2005	Penetración	% en A.S.	Crecimiento ³
Argentina	37.584.554	2.500.000	7.500.000	19,96%	15,49%	200,00%
Bolivia	9.073.856	120.000	350.000	3,86%	0,72%	191,67%
Brasil	181.823.645	5.000.000	22.320.000	12,28%	46,10%	346,40%
Chile	15.514.014	1.757.400	5.600.000	36,10%	11,57%	218,65%
Colombia	45.926.625	878.000	3.585.688	7,81%	7,41%	308,39%
Ecuador	12.090.804	180.000	624.000	5,17%	1,29%	247,00%
Paraguay	5.516.399	20.000	150.000	2,72%	0,31%	650,00%
Perú	28.032.047	2.500.000	4.570.000	16,30%	9,44%	82,80%
Uruguay	3.251.269	370.000	680.000	20,91%	1,40%	83,78%
Venezuela	24.847.273	950.000	3.040.000	12,23%	6,28%	220,00%
Totales	363.660.486	14.275.400	48.420.288	13,31%	100,00	239,19%

(1) Excepto Guayana Francesa, Guyana y Suriname.

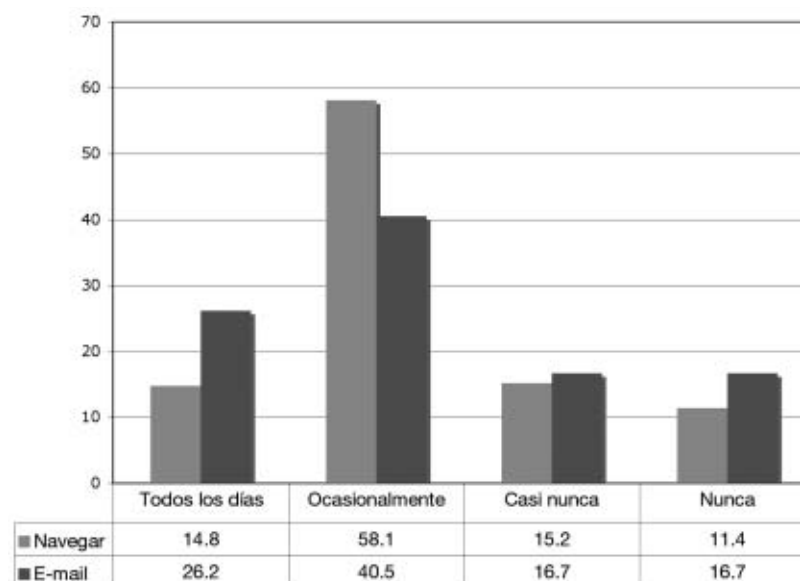
(2) Población estimada para el año 2005.

(3) Porcentaje de crecimiento en el período 2000-2005.

Elaboración propia. Fuente: Internet World Stats.

Gráfico 2.

Preferencias de quienes tienen acceso a internet con respecto al uso del correo electrónico (e-mail) y navegar en Internet. Preguntas: ¿Con qué frecuencia usa usted la red para navegar, chatear, jugar o hablar con otra persona? ¿Con qué frecuencia usa usted el correo electrónico para comunicarse?



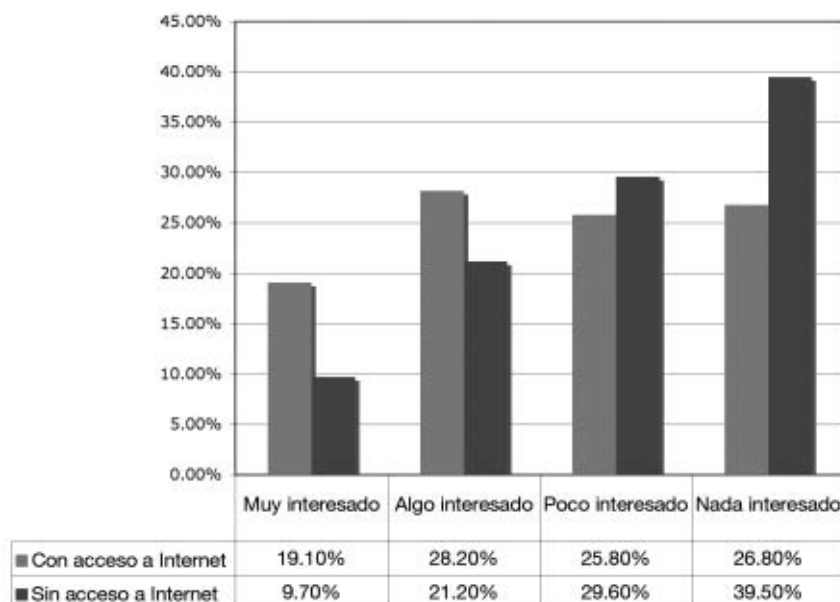
Fuente: *Opiniones y Valores Políticos de los Venezolanos al inicio del siglo XXI: Presente y Futuro de Nuestra Democracia* (Paralelo 2003).

Las personas entrevistadas con acceso a Internet lo hacen desde varios lugares: El 31% tenía acceso en su casa; el 51% en el trabajo o en el lugar de estudios; el 27,1% en sitios de acceso público gratuito; el 63,8% alquila tiempo de Internet en cibercafé y el 29,5% tiene acceso con amigos. Sobre la frecuencia en la utilización de algunos medios de Internet encontramos los siguientes datos. En general, hay una gran utilización de la Web para navegar y utilizar el correo electrónico, aunque, éste último es la herramienta que utilizan más entrevistados

“todos los días” (26,2%). No obstante, navegar en Internet ocupa una gran preferencia en estos usuarios, de los cuales, el 58,1% señalan hacerlo “ocasionalmente” (Ver Gráfico No. 2).

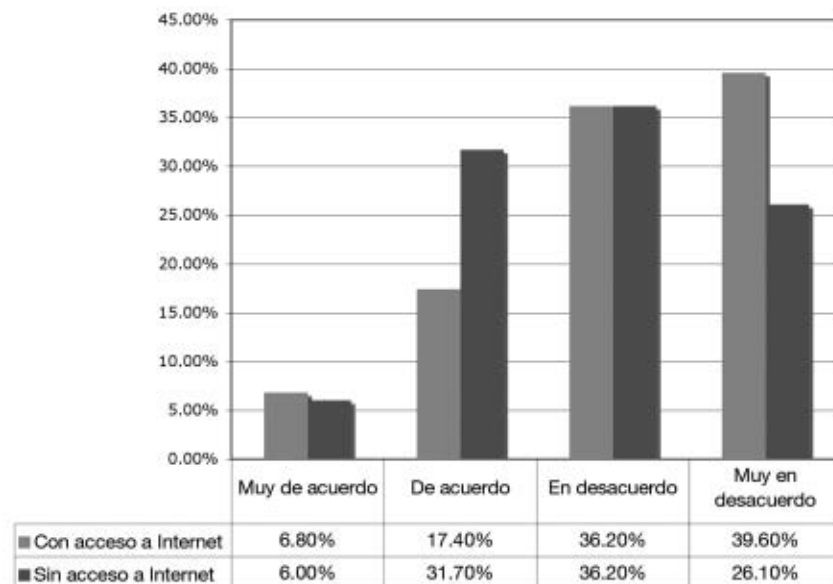
Reagrupamos los resultados en dos grandes grupos (usuarios de Internet y no usuarios de Internet) y realizamos los cruces con las otras preguntas para identificar aspectos que nos pudieran ayudar a tener una visión inicial sobre la posibilidad de que esta variable (Internet) pudiera diferenciar la opinión sobre algunos aspectos de la política nacional.

Gráfico 3. Distribución de quienes tienen acceso y de quienes no tienen acceso a Internet con respecto a su interés por la política



Fuente: *Opiniones y Valores Políticos de los Venezolanos al inicio del siglo XXI: Presente y Futuro de Nuestra Democracia (Paralelo 2003).*

Gráfico 4. Preferencias de quienes tienen acceso a Internet con respecto a estar de acuerdo o no con un gobierno autoritario si de esta forma se resuelven los problemas del país



Fuente: *Opiniones y Valores Políticos de los Venezolanos al inicio del siglo XXI: Presente y Futuro de Nuestra Democracia (Paralelo 2003).*

pero no necesariamente es una variable que pueda crear intereses distintos a los que tengan las personas que utilizan los medios de comunicación de la red.

Algo similar puede ocurrir con percepciones vinculadas a un gobierno autoritario. Según los datos, las personas sin acceso a Internet tienen una preferencia mayor por la existencia de un gobierno autoritario si a través de esta vía se logran solucionar los problemas del país (Ver Gráfico No. 4) ¿Es Internet un medio adecuado para fortalecer las ideas democráticas entre los usuarios de la red? Es necesario aclarar, que la idea de un gobierno autoritario está vinculado con el concepto de autoridad no necesariamente con un gobierno opresor o dictatorial.

Otro tema se refiere a las características más importantes vinculadas con la democracia. Aquellos que no tienen acceso a Internet señalaron como las cinco primeras características más importantes de la democracia: “la libertad de expresión” (23,3%); “justicia para todos por igual” (17%); “trabajo que asegure un ingreso digno” (16,6%); “el Estado y el gobierno se responsabilicen de solucionar los problemas del país” (12,1%) y la “libertad de hacer lo que uno le conviene” (10%). Si comparamos estas percepciones con las del grupo de personas con acceso a Internet encontramos coincidencia en la primera de ellas, al señalar, “la libertad de expresión” (21,4%) como la primera característica más importante de la democracia. También coinciden, aunque no en el mismo orden, las siguientes características: “justicia para todos por igual” (17,6%); “trabajo que asegure un ingreso digno” (11%) y que “el Estado y el gobierno se responsabilicen de solucionar los problemas del país” (10,5%). Este grupo valora, como segunda característica más importante de una democracia, la existencia de “instituciones, poderes autónomos que velen por el cumplimiento de las leyes” (20%). Es curioso, que la característica “la libertad de hacer lo que uno le conviene” valorada significativamente por las personas sin acceso a Internet ocupe un orden tan bajo en quienes tienen acceso a ella (3,8%) ¿Puede existir alguna relación con respecto al uso de Internet y a los espacios de participación de las personas en una sociedad democrática?

7. PROBLEMAS DE VENEZUELA

¿Qué diferencias pueden haber a la hora de reflexionar sobre los problemas del

6. INTERÉS POR LA POLÍTICA

Queríamos identificar cuál era la relación de ser usuario de Internet y su interés por la política. En este caso, aunque en los dos grupos hay un gran desinterés por el tema político, proporcionalmente pareciera que existiera un mayor interés en el grupo de

los usuarios de Internet, en el cual, el 19% de los entrevistados manifestó estar “muy interesado” en la política con respecto al 9,7% que no tienen acceso a la Web (Ver Gráfico No. 3) ¿Es Internet una variable tan importante que aumente el interés de las personas sobre la política? Internet nos puede facilitar el acceso a la información

país entre quienes tienen acceso a Internet y quienes no lo tienen?

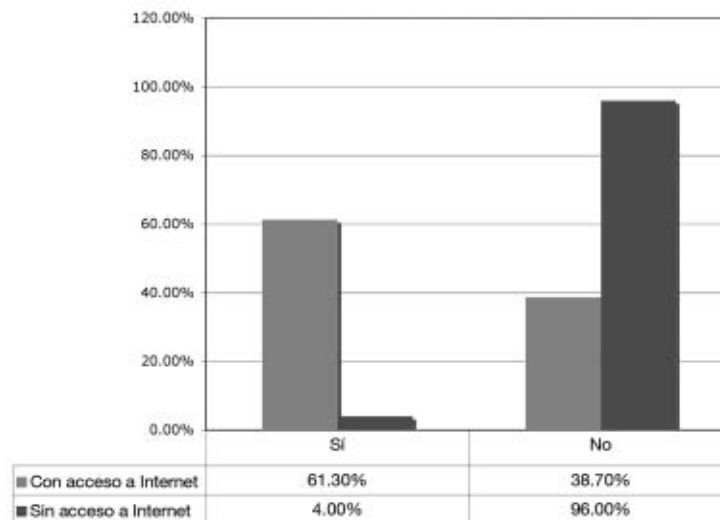
En el grupo de quienes no tienen acceso a Internet los cinco principales problemas del país son: “la violencia” (22,5%); “el funcionamiento de la economía” (20,1%); “la corrupción generalizada y el desorden” (18,3%); “el funcionamiento de la justicia” (10,5%) y “la forma de hacer política” (8,7%) Si lo comparamos con las apreciaciones de quienes tienen acceso Internet encontramos coincidencia en: “la violencia” (21,9%), “el funcionamiento de la economía” (11,4%) y “la corrupción generalizada y el desorden” (21%). Hay dos problemas en los cuales no hay coincidencia. Hay una valoración de mayor importancia en lo relacionado con “la justicia” y “la forma de hacer política” en el grupo que no tiene acceso a la Web que no aparece en aquellos que sí tienen acceso. Para este último grupo, la manera de pensar del venezolano (11,9%) y una mala educación (10%) son los otros problemas más importantes, ambos, vinculados con la necesidad de formación.

8. INTERNET Y EL INTERÉS POR INFORMARSE DE POLÍTICA

Si hay alguna influencia de Internet en el tema político puede identificarse en el campo que le compete: la comunicación. En general, hay coincidencias entre los dos grupos en la forma como se informan sobre política: consideran la familia, los amigos, la radio, los periódicos y la televisión como fuentes importantes para recibir información sobre política. No obstante, hay una percepción diferente cuando la fuente son los compañeros de trabajo. En el caso de los que tienen acceso a la Web, el 50,8% tiene a los compañeros de trabajo como una fuente principal para informarse sobre política, en contraste, con el 35,6% que opinan lo mismo en el grupo que no tienen acceso a la red.

Pero, ¿qué ocurre con Internet como fuente de información política? Los resultados son los siguientes: el 61,3% de quienes tienen acceso a la red se informan sobre política a través de este canal. Aunque es un porcentaje importante, existe otro grupo que no ha incluido entre sus necesidades la utilización de Internet como fuente de información política. Es decir, que un porcentaje importante de quienes tienen acceso a la Web no la usan para obtener información sobre la política del país, teniendo otras preferencias en la

Gráfico 5. Preferencias de quienes tienen acceso a Internet con respecto a informarse sobre política a través de Internet.



Fuente: Opiniones y Valores Políticos de los Venezolanos al inicio del siglo XXI: Presente y Futuro de Nuestra Democracia (Paralelo 2003).

Tabla 2. Comparación entre quienes tienen acceso a Internet y quienes no tienen con respecto a algunas actividades de participación política

	LO HA HECHO		NO LO HA HECHO PERO LO PODRÍA HACER		NUNCA LO HARÍA	
	Con internet	Sin internet	Con internet	Sin internet	Con internet	Sin internet
Firmar solicitudes, cartas, recoger firmas a favor de algo a nivel nacional	33,5%	21,6%	47,8%	45,2%	18,7%	33,2%
Identificar vehículos o vivienda con banderas, con fines de protesta política	21,4%	11,0%	24,3%	26,7%	54,4%	62,3%
Tocar cacerolas	41,5%	24,5%	15,5%	22,0%	43,0%	53,5%
Acudir a medios, llamar a programas de opinión	13,1%	6,2%	37,4%	31,6%	49,5%	62,1%
Firmar una solicitud o petición al gobierno local	19,6%	14,6%	57,9%	55,8%	22,5%	29,6%
Participar de manera activa en alguna elección sindical, profesional, de org. política	15,9%	7,5%	35,7%	36,6%	48,3%	56,0%
Organizarse en un sindicato, asociación de vecinos	12,4%	9,5%	51,7%	48,7%	35,9%	41,8%
Asistir a manifestaciones, marchas, paros, caravanas autorizadas por los org. competentes	34,0%	16,1%	21,1%	25,0%	45,0%	58,9%

Elaboración propia. Fuente: Opiniones y Valores Políticos de los Venezolanos al inicio del siglo XXI: Presente y Futuro de Nuestra Democracia (Paralelo 2003).

búsqueda de información en la red (Ver Gráfico No. 5).

Un ejemplo, del uso de Internet en la obtención de información, son los datos que ofrecen las encuestas cuando se les pregunta sobre la Constitución de 1999 aprobada mediante referendo constituyente (15 de diciembre de 1999). Solamente el 34,9% de las personas sin acceso a Internet señalaron que sí habían leído (parcial o totalmente) la Constitución de 1999. En cambio, este dato fue mayor en el grupo de personas con acceso a la Web,

entre los cuales el 77,1% respondieron que sí habían leído (parcial o totalmente) el texto constitucional de 1999.

9. ACCESO A INTERNET Y LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA

La participación política es otro aspecto que queríamos analizar desde la perspectiva del acceso a Internet. Existen varias formas de participación política y en el contexto de la realidad venezolana en los últimos cinco años se han activado varias

modalidades. Pareciera identificarse algún tipo de manifestación más dinámica en algunas actividades en el grupo de personas que tienen acceso a la red. En el caso de “firmar solicitudes, cartas, recoger firmas a favor de algo a nivel nacional”, en el grupo de quienes tienen acceso a Internet, el 33,5% manifestó que lo había hecho, en comparación con el 21,6% del grupo que no tiene acceso a la red. También llama la atención que el 33,2% de quienes no tienen acceso a la Web manifiestan que “nunca lo harían” en contraste con el 18,7% del grupo que sí tiene acceso a Internet. Algo similar ocurre con otras formas de participación (Ver Tabla No.2).

Actividades como el “tocar cacerolas” o el “asistir a manifestaciones, marchas, paros, caravanas autorizadas” tienen una mayor movilización en el grupo que tiene acceso a Internet, con respecto al que no lo tiene. Uno de los más significativos es el “tocar cacerolas” con un 41,5% de los entrevistados en el grupo que tiene acceso a Internet que manifestó haberlo hecho.

10. ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES

No se puede afirmar que el acceso a Internet influya en la percepción y en la opinión política de los venezolanos. Habrá que esperar un tiempo y el desarrollo de nuevas estrategias de comunicación política en la red para poder identificar alguna influencia más precisa. Esto no minimiza el poder de la Web para fortalecer las ideas políticas en las personas, al ser un medio en el cual existe una gran cantidad de información y posibilidades para crear y mantener redes de información.

Los datos parecieran indicar que existe alguna relación entre el uso de Internet y la motivación de las personas en participar en actividades concretas de carácter político. No quiere decir que sea la única variable que influye en esta disposición, pero sí hay una característica de quienes tienen acceso a Internet en participar en estas actividades. ¿Pudieran estar motivados por los espacios de participación política que están en la red? La investigación no abarcó esa dimensión pero estos planteamientos abren la posibilidad de profundizar en estudios posteriores sobre el tema.

■ Víctor Manuel Pérez Martínez
Licenciado en Comunicación Social de la UCAB, Magister en Comunicación Organizacional de la UCAB y Doctor en Ciencias de la Información.

Referencias

- BITON TAPIA, Jorge Ruben (2005): “Ciudadanía e gobierno electrónico: algunas reflexões” En: *Sociedade do conhecimento. Aportes latino-americanos* Brasil: Universidade Metodista de Sao Paulo-UNESCO. pp. 177-191.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo (2005): *El déficit mediático: Donde España no converge con Europa*. Barcelona: Bosch.
- FRANCSCUTTI, P.; BAER, A.; GARCÍA, J. y LÓPEZ, P. (2005): “La noche de los móviles: Medios, redes de confianza y movilización juvenil”. En: Sanpedro, V. (Edit.) *13-M: Multitudes on line*. Madrid: España.
- GARCÍA MORALES, María Jesús (2002): “Internet como instrumento de información y de comunicación”. En: Tornos Mas, Joaquín (Coord.) *Democracia y medios de comunicación*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005): *Modelos de comunicación en Internet*, Valencia: Tirant Lo Blanch.
- LOZADA, Mireya (2004): “El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina”. En: Daniel Mato (coordinador): *Políticas de Ciudadanía y Sociedad Civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, pág 169. <http://globalcult.org.ve/pub/Rocky/Libro2/Lozada.pdf>
- ¹⁰ Ibid. pág. 170.
- ¹¹ Ibid. pág. 177.
- ¹² Ver página de Conatel: http://www.conatel.gov.ve/indicadores/Indicadores2005/indicadores/anual_internet.pdf
- ¹³ JIMÉNEZ, Carlos (2006): *Indicadores de penetración y uso de Internet en Venezuela*. Documento en línea: http://www.tendenciasdigitales.com/Documentos/Penetraci%C3%B3n_Internet_Diciembre_2005_v1.pdf
- ¹⁴ El sondeo contempló una muestra de venezolanos mayores de 18 años de edad para agosto-septiembre del 2003. El instrumento consta de setenta y cinco (75) variables de contenido, desglosadas en un total de doscientas cuatro (204) preguntas y treinta y tres (33) variables sociodemográficas. El estudio fue diseñado como fuente de datos comparable con otros sondeos en los que se estudia la cultura política de los venezolanos. Todos estos permanecen depositados en el Banco de Datos Poblacionales, sección opinión pública, de la USB y en el Roper Center of the University of Connecticut, USA. Algunas preguntas de este estudio son comparables a preguntas de estudios previos de la cultura política del venezolano como son: Torres-1979; Batoba (Baloyra-Banco de datos)-1983; Welsch-Vargas 1989; CSE (A. Torres)-1989; COPRE (A. Torres)-1990; Welsch-Báez 1993; Molina-1993; Latino Barómetro 1995-1996; World Value Survey 1996, 2000; Red-Pol (Welsch y otros) 1999, 2000. El estudio fue realizado con fondos suministrados por Development Alternatives, Inc.

NOTAS

- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2005) *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia.
- Citado por: LÓPEZ GARCÍA, Guillermo. *Op. cit.* Pág. 40.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo. *Op. cit.* Pág. 40.



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

Pobreza en la prensa venezolana: representaciones estacionarias

Este artículo presenta los principales resultados de un estudio sobre la representación de la pobreza en la prensa venezolana que involucró el examen de 3.126 textos periodísticos correspondientes a los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre del año 2005. Se hace énfasis en la fluctuación del tema pobreza durante el año en cuestión, los fundamentos periodísticos atribuidos a la pobreza, los grupos y personas que la encarnan en la prensa y los criterios de oficio periodístico que caracterizan la representación de la pobreza en tres diarios venezolanos: Últimas Noticias, El Nacional y El Universal

This article details the key results of a study on the representation of poverty in the Venezuelan press. A sample of 3,126 journalistic texts was taken in February, May, August and November 2005. It emphasises the variations in the subject of poverty in relation to the journalistic foundation conferred to poverty, the groups and people who incarnate it in press, and the criteria of the journalistic work that is used to represent the poverty in three Venezuelans newspapers: Últimas Noticias, El Nacional and El Universal.

■ Leopoldo Tablante

El nivel alcanzado por la pobreza en Venezuela, donde este fenómeno ha implicado importantes alteraciones sociopolíticas en el curso de las últimas dos décadas, ha sido nuestra principal motivación para realizar un estudio que se concentre en la representación de la pobreza en la prensa venezolana. Desde la llamada *década perdida* de los ochenta, marcada en nuestro país con el dramático evento de El Caracazo de febrero de 1989, la pobreza, antes de desatar iniciativas políticas, ha ritmado nuestra vida corriente. En este sentido, ella ha sido sobre todo una serie de síntomas enquistados en la cotidianidad y en la percepción de realidad de las personas: el aumento de la tasa de deserción escolar, el desempleo, la economía informal instalada en los corredores viales y peatonales de las ciudades venezolanas y el recrudecimiento del crimen han elevado la hipersensibilidad ciudadana en medio de un ambiente lleno de privaciones, resentimientos y temores ante lo imprevisto.

Así, la pobreza constituye nuestro horizonte y uno de nuestros principales marcos de referencia emocionales. Nuestra visión de país está imbuida por esa experiencia, una experiencia que inspira los temas de la comunicación interpersonal y que, naturalmente, se ha trasladado a los medios de comunicación social.

Con el propósito de plantear el problema de la representación de la pobreza de un modo orgánico, y en vista de que nuestra motivación principal entraña un carácter retrospectivo, este trabajo implicó: 1) el repaso somero de los principales métodos de medición de la pobreza, de su evolución en América Latina y en Venezuela; 2) la comprensión de la pobreza en tanto que objeto de representación social y mediática, es decir, en tanto que signo; 3) la elaboración de un marco teórico que permita referirse a la pobreza como fenómeno de representación, lo que en nuestro caso inscribió el problema en

el marco teórico de la *representación social* (Moscovici, 1976)¹ y en el esquema analítico de la *representación mediática* (Calonge, 2001)²; y 4) la consideración de una serie estudios precedentes en los que la pobreza fue analizada como signo.

Tomando como precedente el estudio coordinado por Rey para observar la representación de la pobreza en las páginas del diario *El Tiempo* de Bogotá (Casa Editorial El Tiempo y UNDP Colombia, 2004), emprendimos el examen de la representación de la pobreza en tres diarios venezolanos de circulación nacional: *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal*. Este trabajo, llevado a cabo entre el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello y el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la misma casa de estudios, examinó un total de 3.126 textos periodísticos alusivos a la pobreza correspondientes a los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre del año 2005. Este *corpus* fue sometido a análisis morfológico y de contenido.

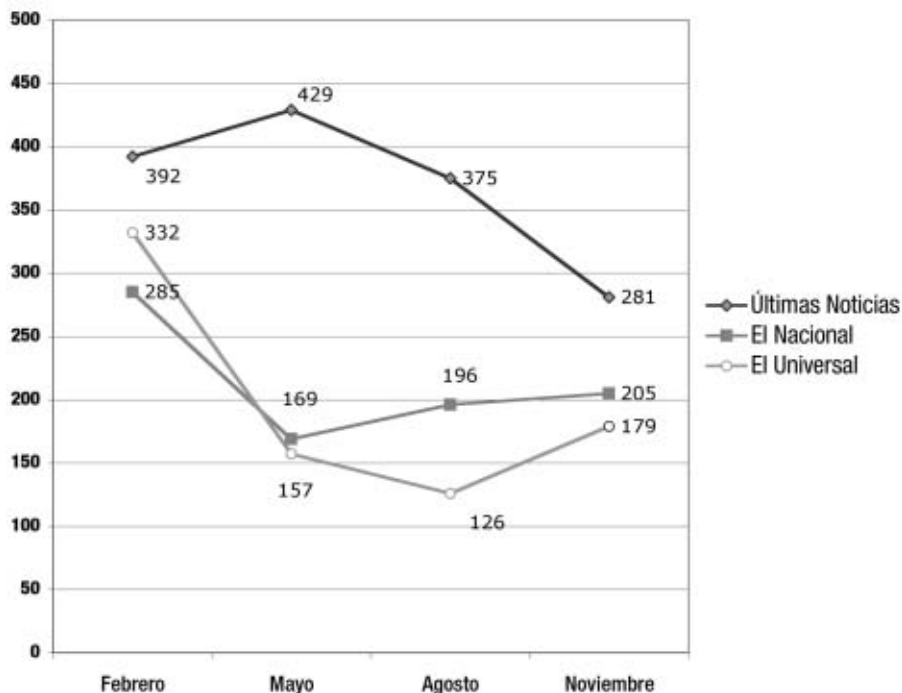
Para normalizar la selección de las Unidades Redaccionales de Pobreza (URPs), nos valimos de varios puntos de referencia extraídos de varios métodos de medición de la pobreza (Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Canasta Normativa Alimentaria, Necesidades Básicas Insatisfechas e Índice de Desarrollo Humano). En este sentido, un material periodístico fue estimado como de pobreza si describía el modo de vida de un grupo social tanto de contexto urbano como rural, si ese modo de vida se caracterizaba por la falta de acceso de ese grupo a bienes y servicios básicos, si la URP aportaba datos u observaciones específicas alusivas a la situación de vulnerabilidad socioeconómica de un colectivo y si la situación de privación era lo más patente del modo de vida descrito.

Con esto en mente, se retuvieron las 3.126 URPs arriba mencionadas. 1.477 provinieron de *Últimas Noticias*, 855 de *El Nacional* y 794 de *El Universal*.

El examen de las URPs retenidas fue realizado a través de variables discriminadas en dos categorías: periodísticas y sociales:

- las categorías periodísticas agrupan variables que designan las técnicas y criterios periodísticos empleados por un diario para representar la pobreza en sus páginas. Estas variables son: superficie redaccional de pobreza (SRP), extensión, sección, fuentes, género periodístico, enfoque, caricaturas, fotogra-

Figura 1
Fluctuación comparada del tema de la pobreza en *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* con referencia a cuatro meses del año 2005



fías, dibujos, infografías, tablas y gráficas y unidades de intermediación;

- las categorías sociales son aquellas que permiten clasificar y medir las representaciones periodísticas sobre el modo de vida de la pobreza asumiéndolo como una dimensión colectiva. Ellas señalan las características sociodemográficas y los territorios que ocupan los grupos pobres, los fundamentos periodísticos atribuidos a su condición de vida así como sus repercusiones. Las variables congregadas dentro de las categorías sociales son: tema, personas por género, personas por género y edad, grupos de pobreza, contexto, fundamentos periodísticos de la pobreza y repercusiones de la situación de pobreza.

Nuestro plan se detiene en el comportamiento periodístico. Sin embargo, la versión periodística sobre la pobreza en Venezuela sugiere pensar en la existencia de una relación entre la empresa periodística (y mediática en general) y los agentes sociales que activan su funcionamiento. Esto prefigura un problema que, saliendo del entorno de la empresa mediática, se interroga sobre una dinámica compleja que puede ser objeto de trabajos ulteriores.

POBREZA: EL PESO DE LA COSTUMBRE

Los resultados de este estudio permiten avanzar que la pobreza es un tema episódico cuyo tratamiento periodístico depende principalmente de la ocurrencia de una catástrofe, natural o social. La catástrofe que determinó el periodismo con respecto al tema de la pobreza durante los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre de 2005 fue la vaguada que tuvo lugar a finales de nuestro primer mes de estudio.

Pese a que la frecuencia de este tema en los tres diarios venezolanos analizados sea superior a la registrada por otras publicaciones periódicas latinoamericanas (en *El Tiempo* de Bogotá, por ejemplo, los materiales periodísticos referentes a aspectos explícitos de la pobreza no superaron el 0,8% de la superficie redaccional total durante los meses de febrero, mayo, agosto y septiembre de 2002) los valores siguen siendo escasos tomando en cuenta la importancia de la pobreza en términos demográficos así como su capacidad de movilización política.

Como consta en la tabla 1, el fundamento periodístico principal de la pobreza es de índole natural (manifestado en la forma de una catástrofe que atenta contra

Tabla 1. Fundamentos periodísticos de la pobreza según lo publicado por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en el año 2005

	<i>Últimas Noticias</i>	<i>El Nacional</i>	<i>El Universal</i>
Económicas	7,99%	8,32%	3,74%
Políticas	2,31%	6,11%	2,97%
Institucionales	15,25%	19,38%	9,34%
Culturales	2,58%	5,04%	0,55%
Geográficas	4,00%	1,50%	0,55%
Demográficas	1,16%	0,53%	0,22%
Infraestructura	2,42%	2,21%	3,08%
Sociales	10,78%	9,47%	2,64%
Naturales	26,97%	31,77%	48,79%
Otras	0,16%	0,62%	0,22%
SF	26,39%	15,04%	28,24%
Total	100%	100%	100%

Figura 2

Extensión de los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *Últimas Noticias* en 2005

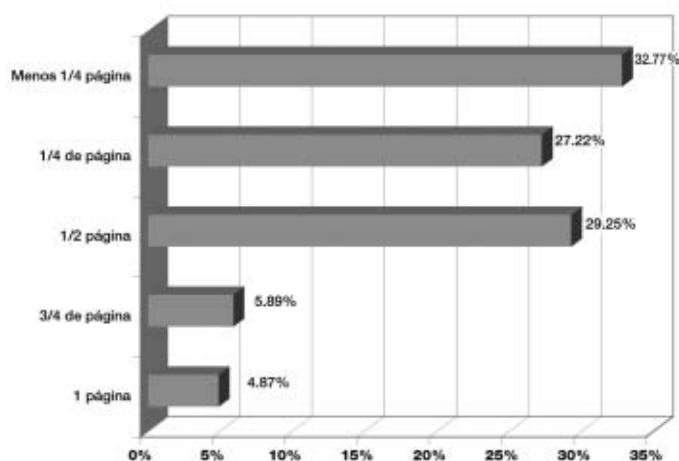
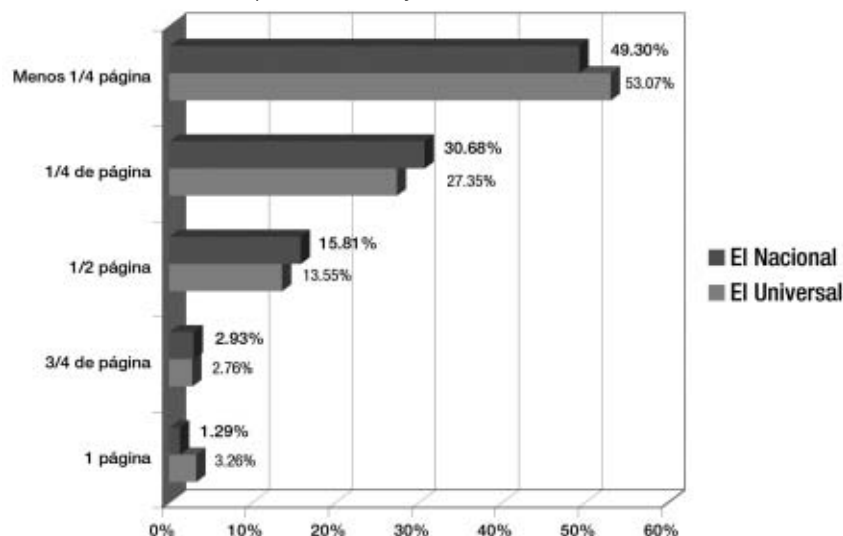


Figura 3

Extensión comparada de los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *El Nacional* y *El Universal* en 2005



la integridad de amplios grupos sociales), aun cuando en buena parte de los casos la pobreza representada en la prensa ni siquiera cuenta con un fundamento sino que se limita a ser una situación dada, en cierta medida parte indisociable del medio ambiente.

El abordaje periodístico recorre la trayectoria de este núcleo figurativo, con lo cual la dinámica reporteril se torna urgente y circunstancial. Ello fomenta la objetivación de la pobreza como emergencia, lo que banaliza su estructura de perpetuación y la ancla en tanto que un conjunto de disfunciones sociales supeditadas a un evento imprevisible³.

Si la cobertura periodística de la pobreza es circunstancial, sus productos son, en términos de extensión –tal como consta en las figuras 2 y 3–, modestos.

El aumento de materiales alusivos a situaciones de pobreza en momentos de catástrofe natural daría a pensar que el asunto goza de *mérito periodístico*. Sin embargo, así como el número de informaciones y comentarios suscitados por este tema alimenta la pauta de los tres diarios observados, el interés periodístico suele atomizarse en textos breves –principalmente noticias aisladas; ver a este respecto la figura 13– que no alcanzan a nutrir materiales de largo aliento. En estos textos, la pobreza sobresale como un conjunto de hechos parciales que se desvanecen justo después de ser enunciados o se simplifican en anécdotas graves aunque predecibles: las privaciones de un grupo familiar en un refugio, el suspenso de otro que espera indemnización a raíz de la pérdida de su vivienda, la absorción de sus miembros –principalmente de género masculino y entre la adolescencia y la adultez temprana– en la espiral de la violencia y, en todos los casos, la efusión y su resignación consecuente ante el hecho *natural* de la muerte.

Este tratamiento noticioso brinda sin embargo pistas para comprender las técnicas y dinámicas periodísticas aplicadas en la cobertura de la pobreza en la prensa venezolana.

A juzgar por el desempeño de los tres diarios aquí estudiados, el periodismo nacional atiende las manifestaciones de la pobreza registradas en contextos urbanos nacionales muy por encima de las que se suscitan en contextos rurales nacionales y, sobre todo, en contextos foráneos, como puede apreciarse en la figura 4.

Este interés habla de una sintonía relativa entre periodismo y contexto que, en el ambiente masificado de la gran

Figura 4

Extensión comparada de los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *El Nacional* y *El Universal* en 2005

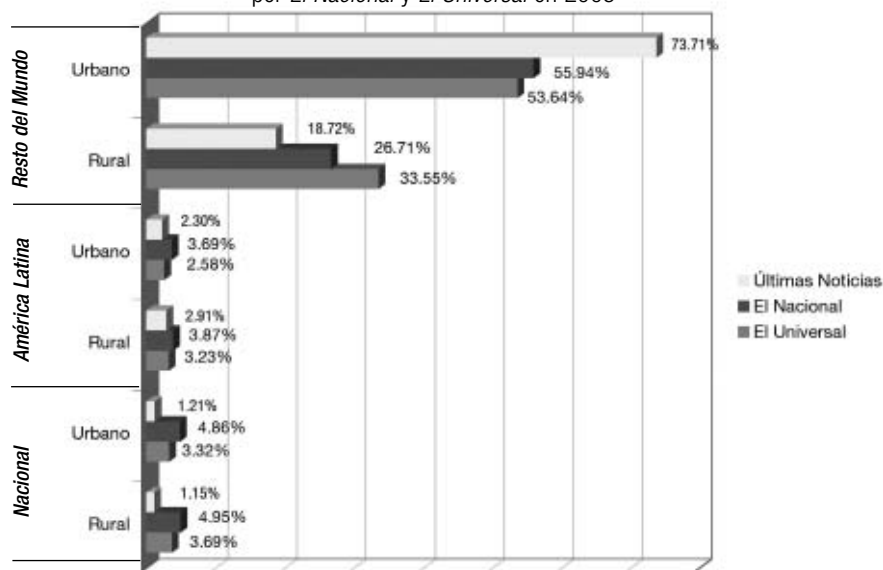
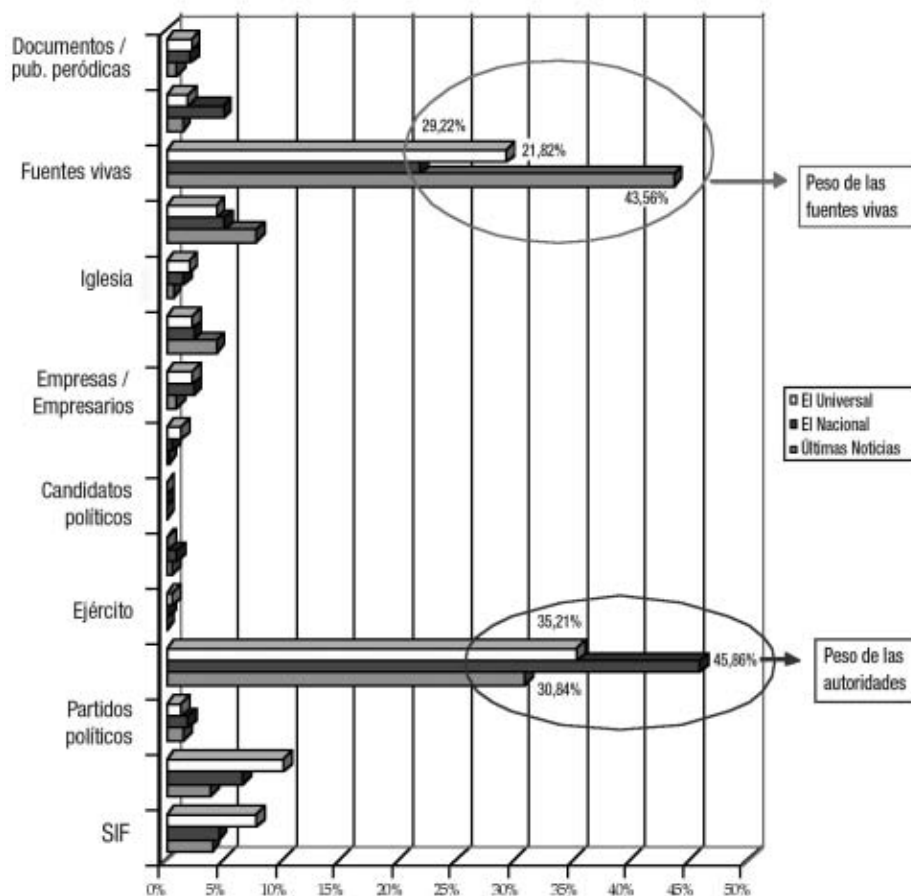


Figura 5

Fuentes citadas en los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* durante el año 2005



ciudad, asegura el funcionamiento de un contrato simbólico⁴ entre una empresa informativa, su lectoría mayoritaria y sus fuentes primordiales.

En los lugares urbanos de la pobreza se acumulan fallas naturales y estructurales padecidas por sus habitantes. Por lo tanto, las personas y grupos que habitan en esos espacios suelen ser asumidos como fuentes de información primaria. Tal como puede observarse en la figura 5, esas fuentes vivas anticipan el rol de las autoridades como proveedoras de otros datos.

En suma, como puede verificarse en la tabla 2, las situaciones de pobreza agudizadas en contingencias de catástrofe generan, además de la situación de vulnerabilidad de amplios grupos sociales, acciones institucionales. Si bien la acción institucional no necesariamente se expresa en forma de soluciones, al menos se manifiesta a través de pronunciamientos congruentes con su función ideal.

Las autoridades reinterpretan el caos reinante en los espacios sociales de pobreza como su responsabilidad. Ello no impide que sus labores y atenciones se manifiesten al término de una secuencia acumulativa de negligencia, falta de prevención y planificación. En este sentido, sus declaraciones se limitarán a describir un siniestro y a dar parte tanto de sus secuelas como de las acciones desplegadas para controlar y normalizar la situación. Aquí tienen lugar dos operaciones discursivas paralelas: una que focaliza el modo de vida de la pobreza en un grupo de ciudadanos comunes y otra que, de manera tácita, atribuye a unas autoridades (que de común actúan tarde o ineficientemente) las faltas que perpetúan las privaciones del modo de vida del primer grupo. El periodista se comparte entonces entre los espacios sociales de pobreza, las personas que hacen su vida en ellos y unas autoridades entre colapsadas o desentendidas.

El comportamiento de las fuentes guarda estrecha relación con las personas y grupos que encarnan la pobreza en la prensa y que la representan iconográficamente. Como consta en las figuras 6, 7, 8, 9, 10 y 11, estas personas son en su mayoría hombres entre la adolescencia y la adultez temprana, de fenotipo mestizo-negroide y que se alternan entre ciudadanos perjudicados por situaciones de pobreza (que, en última instancia, pueden llegar a ser víctimas de hechos violentos o victimarios).

Tabla 2. Repercusiones de las situaciones de pobreza según lo publicado por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en el año 2005

	<i>Últimas Noticias</i>	<i>El Nacional</i>	<i>El Universal</i>
Económica	8,13%	6,99%	6,19%
Política	7,86%	7,68%	3,36%
Institucional	23,54%	23,27%	24,91%
Cultural	2,12%	1,23%	0,82%
Geográfica	3,21%	1,77%	2,31%
Demográfica	6,28%	10,29%	17,97%
Infraestructura	0,54%	0,15%	0,30%
Social	45,28%	47,08%	41,31%
Natural	2,21%	0,00%	1,42%
De acción social o filantrópicas	0,59%	0,92%	1,34%
Otras	0,23%	0,61%	0,07%
Total	100%	100%	100%

Figura 6

Género de las personas que encarnan la pobreza según lo publicado por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* durante el año 2005

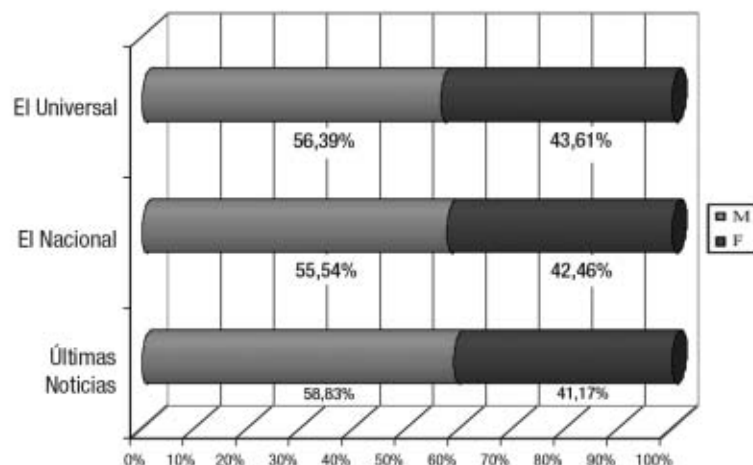
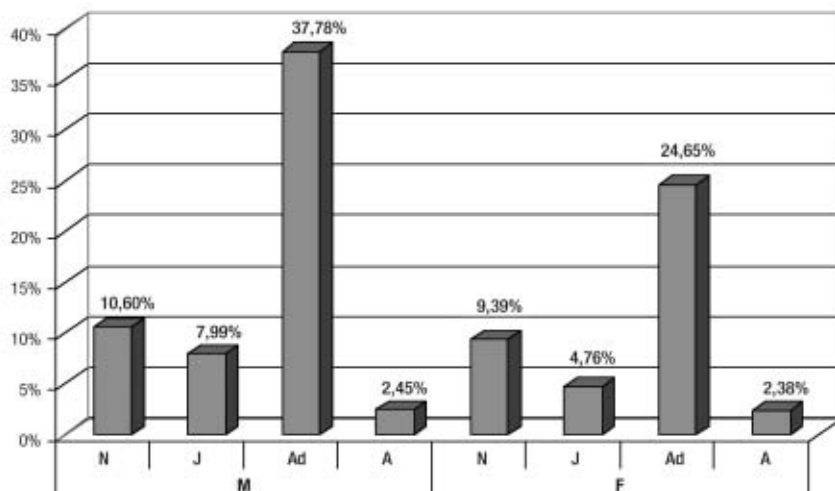


Figura 7

Género y edad de las personas que aparecen en los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* durante el año 2005



Cuando la pobreza se conjuga en plural, los grupos mencionados son ciudadanos perjudicados por situaciones de precariedad, sistemáticamente desatendidos por las autoridades competentes. Así, la pobreza prefigura como una dimensión existencial que oscila entre imágenes-testimonio vinculadas con personas que sufren sus rigores o la cotidianidad exterior de un hombre que suele desenvolverse a la intemperie (esta última versión de la vida de pobreza puede inspirar caricaturas).

Es decir, según la mayor o menor cercanía de un diario con respecto a los espacios sociales de pobreza, ella será el objeto fotográfico de un retrato –manera de darle verosimilitud al testimonio de algún individuo pobre (el caso de *Últimas Noticias*)– o de un plano general que insertará el cuerpo de personas y grupos pobres en ambientes de espacios sociales degradados (los casos de *El Nacional* y *El Universal*).

Antes de proseguir, quisiéramos incorporar una explicación sobre el anteriormente referido aspecto étnico de la pobreza:

El hecho de que el reportero gráfico encuentre en individuos mestizo-negroides el campo de la representación⁵ prevaliente de la pobreza venezolana permite considerar la posibilidad de que ésta se encuentra caracterizada por un elemento fenotípico. Esto daría cuenta de un rezago histórico de exclusión social que puede confundirse erróneamente en nuestro presente con la tendencia de las empresas periodísticas consideradas hacia la segregación social. Si bien la apariencia del personaje pobre emblemático no debe en ningún caso sobrevalorarse ni ser empleada como elemento perentorio de juicio, estimamos que es útil al menos por dos razones: en primer lugar, porque permite describir el carácter de las imágenes atribuidas periodísticamente a la pobreza venezolana y, en segundo lugar, porque permite relativizar, a través del rol mediador y difusor de la prensa, la creencia de la existencia en Venezuela de una democracia igualitaria.

La lectura periodística general de la pobreza, esbozada en los párrafos precedentes, inspira textos que traducen dos enfoques menores alternativos: una corriente de denuncias emitidas por las personas y grupos pobres y una corriente estimativa y personal que puede dar lugar a escritos que se turnan entre la diatriba política (este es el nivel retórico que corresponde a la columna de opinión) y la proactividad altruista.

El primer efecto retórico pertenece a quienes sufren las situaciones de pobreza. Estas personas pueden pronunciar denuncias en el contexto de una situación de pobreza cubierta por un diario. También, convencidos del efecto amplificador de la prensa, pueden dirigir peticiones deliberadas –a menudo remitidas a un funcionario público de alto rango o, incluso, al mismo Presidente de la República, quien, por razones instrumentales, será ensalzado– para obtener la satisfacción de alguna demanda personal. El segundo efecto retórico corresponde a unos comentaristas que, por lo general, se referirán a las apariencias perceptibles de la pobreza y que las transformarán en abstracción.

Esta contraposición esquematiza el discurso sobre la pobreza: ella se plantea ya sea como el modo de vida perteneciente a sectores socioeconómicamente vulnerables o como el efecto negativo de una serie de políticas deficientes. Por momentos, este grupo de textos puede anunciar otros de tono voluntarioso que plantean la pobreza como situación resoluble a través del concurso de voluntades particulares aliadas a iniciativas de rescate social animadas por la empresa privada.

Sin embargo, la pobreza no es tema frecuente de opinión y aún menos de editoriales (*El Nacional* es el único diario entre los tres que publica editoriales todos los días; en los cuatro meses estudiados del año 2005, la pobreza apenas motivó 7 editoriales). Su figuración como objeto de reflexión es esporádica.

En el caso puntual de las columnas de opinión, un primer indicador de la falta de interés que despierta la pobreza es la carencia de dibujos inspirados por este tema.

Esta asociación del dibujo con la columna de opinión no es arbitraria. Los dibujos suelen incorporarse a las páginas de la prensa como puntal gráfico de la idea principal de un texto de carácter analítico o crítico. La carencia de artículos de opinión cuyo objeto central sea la pobreza repercute en la baja proporción de dibujos. Así, la pobreza se constituye en un tema lateral, apenas susceptible de extrapolarse a partir de sus síntomas.

La vaguedad inherente al tema pobreza, que intensifica su figuración en tanto que secuela de una catástrofe, es aún más perceptible en su calidad de manifestación imponderable. Más allá de los puntos de referencia simbólicos organizados por un sentido común periodístico transferible a la lectoría, la pobreza no cuenta con recursos que sistematicen ni sus mag-

Figura 8

Género y edad de las personas que aparecen en los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *El Nacional* y *El Universal* durante el año 2005

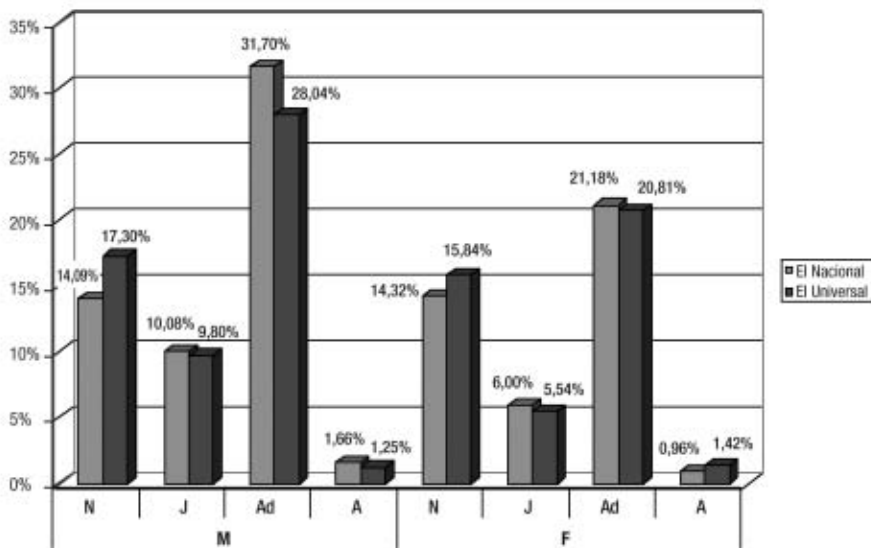


Figura 9

Grupo étnico de los actores que aparecen en las fotografías sobre pobreza publicadas por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en el año 2005

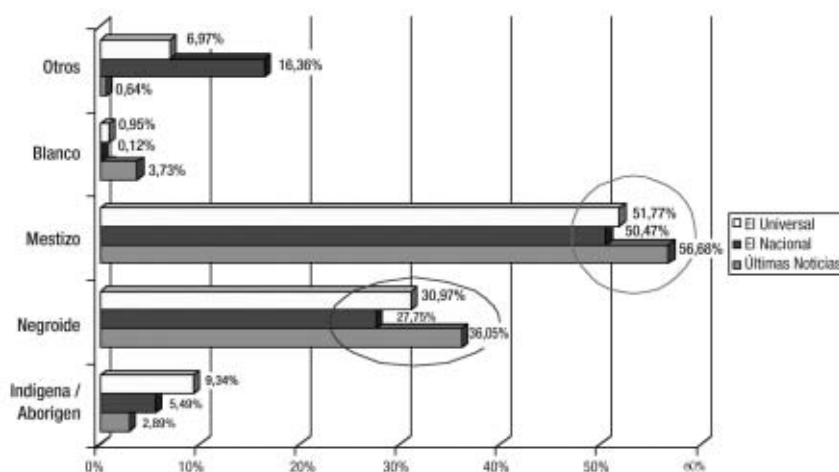


Figura 10

Grupos en los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *Últimas Noticias* en 2005

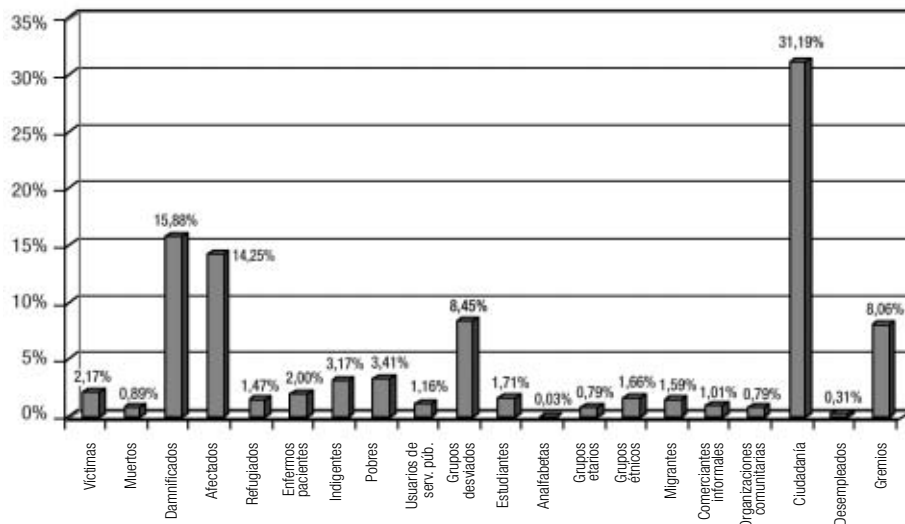


Figura 11
Grupos en los materiales periodísticos sobre pobreza publicados por *El Nacional* y *El Universal* en el año 2005

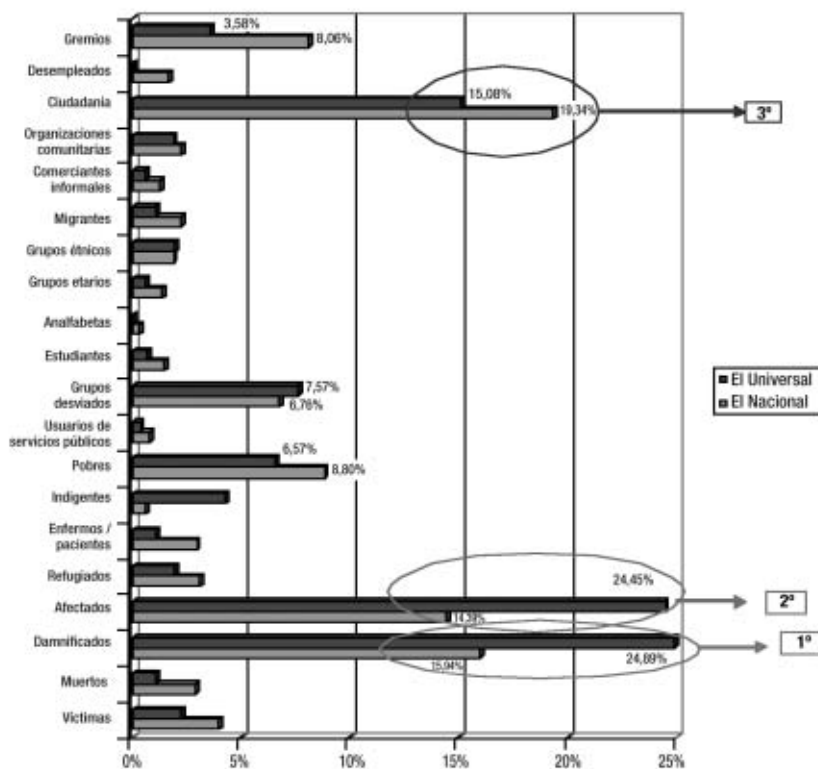
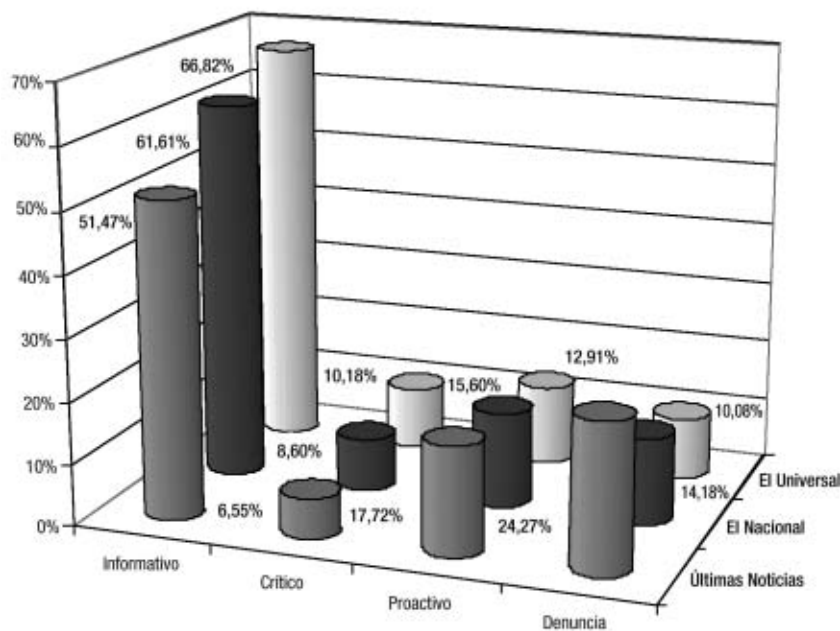


Figura 12
Enfoque con que es abordado el tema pobreza según lo publicado por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en el año 2005



el producto de líneas editoriales deliberadamente trazadas o, más bien, una ampliación producida por la convergencia de representaciones sociales individuales en la empresa periodística?

Los contenidos de los diarios son elaborados por individuos –reporteros de planta y comentaristas externos– que tienen, como cualquier persona natural, una lectura predeterminada del medio social. Si los diarios privilegian inercias informativas compatibles con su propio desenvolvimiento empresarial, no es menos cierto que ellas se conforman a partir de representaciones sociales que les son pre-existentes. Por lo tanto, un diario no debe ser asumido como la *inteligencia central* que auspicia un pensamiento homogéneo sobre un problema denso; por el contrario, se trata de un organismo social en el que pueden sintetizarse versiones particulares sobre asuntos diversos. Este enfoque conecta las representaciones sociales y mediáticas e, incluso, establece entre la segunda y la primera una relación de dependencia.

Aunque la directiva de un periódico tenga la potestad de discriminar entre lecturas preferenciales sobre la pobreza en Venezuela, no es menos cierto que estas lecturas son producto de percepciones de la realidad que ciertos individuos reconvierten en signo. El consenso relativo en torno a la idea de que la pobreza es el conjunto de síntomas que sigue a una catástrofe, natural o social, y de que los pobres son los personajes *que corresponden* a semejante estado de cosas plantea la necesidad de observar la relación dinámica entre quienes aportan los contenidos para los medios y los medios propiamente dichos. Así, el análisis se proyecta hacia otro ámbito: la empresa periodística como sistema de propagación de representaciones sociales previamente formadas. Insertas en una lógica industrial de producción simbólica, estas representaciones se homologan en una corriente editorial que puede transformar la pobreza en un problema naturalizado y con tendencia a permanecer estacionario.

■ **Leopoldo Tablante**
Comunicador Social de la UCAB.
Investigador del CIC-UCAB.
Profesor de pregrado en la UCAB
y Profesor del Postgrado en
Comunicación Social de la misma
Universidad.

nitudes ni sus procesos. Es por ello que son pocas las tablas, gráficas o infografías que le son consagradas.

En fin, la representación de la pobreza en los tres diarios estudiados se plantea como una eventualidad que, a pesar de sus

estragos masivos y reiterativos, supedita la supervivencia de los grupos socioeconómicamente más frágiles a un caos estructural e institucional empeorado por la discrecionalidad del poder político. Ahora bien, ¿es esta representación mediática

Figura 13

Tratamiento del tema pobreza por género periodístico según lo publicado por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en 2005

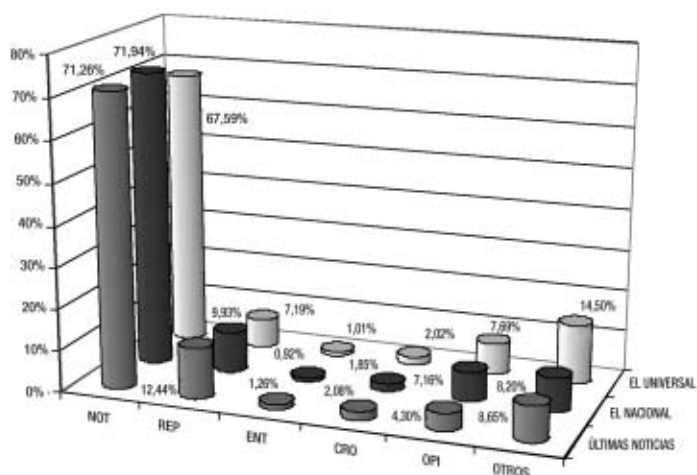


Figura 15

Tablas y gráficos sobre aspectos relativos a la pobreza publicados por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en el año 2005

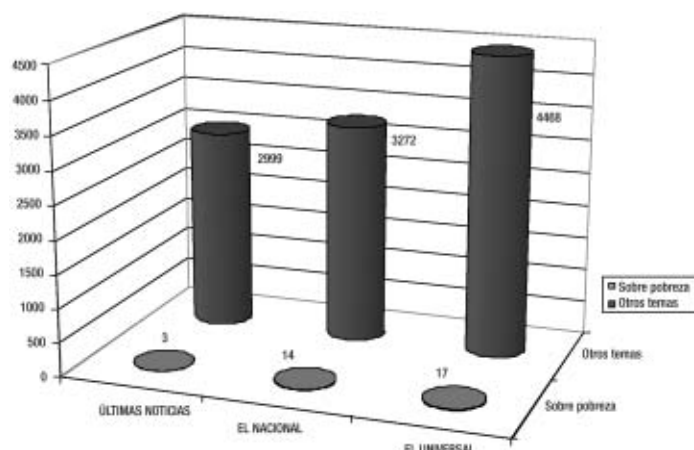


Figura 14

Dibujos sobre pobreza publicados por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en 2005

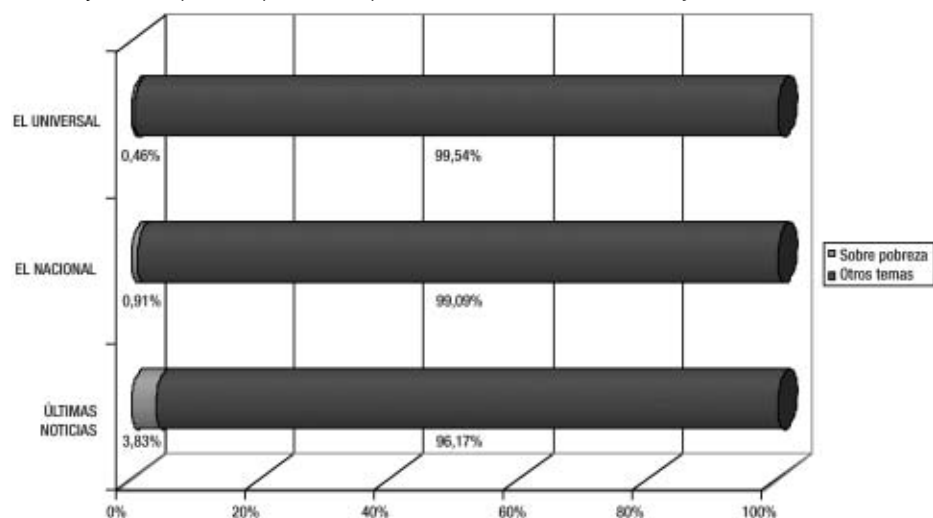
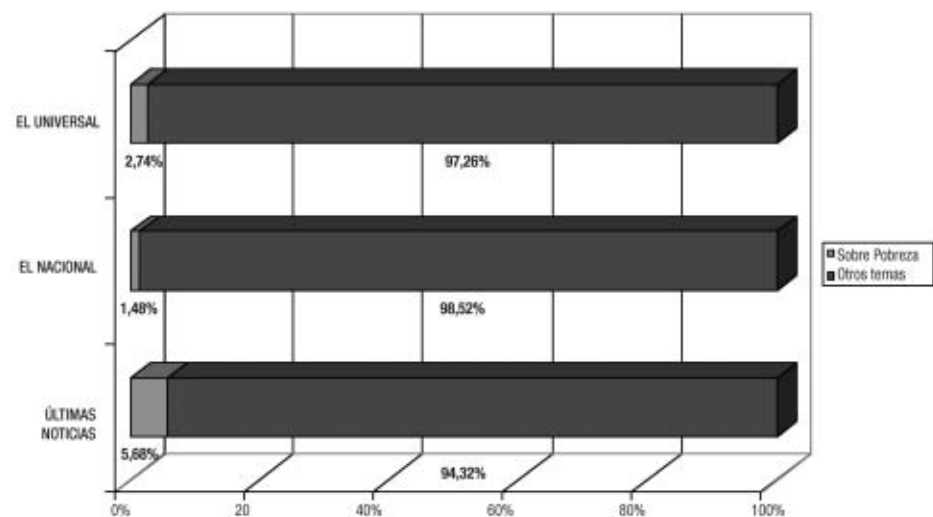


Figura 16

Infografías sobre pobreza publicadas por *Últimas Noticias*, *El Nacional* y *El Universal* en 2005



Referencias

CALONGE COLE, S. (2001): “La representación mediática. Un enfoque teórico”. En: Casado, E. y Calonge S. (eds.). *Conocimiento social y sentido común*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, Fondo Editorial de Humanidades y Educación, 15-55.

Casa Editorial El Tiempo (Dirección de Responsabilidad Social) y UNDP Colombia (2004). *La pobreza en las páginas de El Tiempo*. Bogotá: Casa Editorial El Tiempo y UNDP Colombia. Recuperado el 29 de julio de 2008 de http://www.pnud.org.co/areas_documentos.shtml?x=955&cmd%5B82%5D=c-1-02001&cmd%5B85%5D=c-1-02001&conds%5B0%5D%5Bcategory.....1%5D=02001&als%5BVA-REA%5D=02001.

JODELET, D. (1993): “La representación social: fenómeno, concepto y teoría”. En: Moscovici, S. (ed.). *Psicología social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós, colección Cognición y desarrollo humano, 469-494.

MOSCOVICI, S. (1973): Prólogo a Herzlich, C. *Health and Illness*. London: Academic Press.

_____(1976): *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.

VERÓN, E. (1985): “L’analyse du contrat de lecture : une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse”. *Médias : expériences, recherches actuelles, applications*. Paris: Irep.

Notas

¹ Moscovici (1976) se refiere a las representaciones sociales como:

un *corpus* organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres vuelven la realidad física y social inteligible, se insertan en un grupo o dentro de una relación cotidiana de intercambios y liberan los poderes de su imaginación (pp. 27-28).

En esta definición el autor incorpora la idea de que la representación social permite a los individuos aprehender su mundo, aventurarse a comprenderlo y comprenderse dentro de él.

En otro texto, Moscovici (1973) habla de las representaciones como de:

sistemas de valores, ideas y prácticas que tienen una doble función: en primer lugar, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo social y material y dominarlo; y, en segundo término, permitir la comunicación entre los miembros de una comunidad, aportándoles un código para el intercambio social y un código para denominar y clasificar de manera inequívoca los distintos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal (p. XIII).

De un punto de vista más abarcador, Denise Jodelet, seguidora de los postulados de Moscovici, plantea la representación social como

una forma de conocimiento específico, la saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. El sentido más amplio designa una forma de pensamiento social.

Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

La caracterización social de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás (Jodelet, 1993, pp. 474-475; cursivas de la autora).

En suma, tanto Moscovici como Jodelet consideran las representaciones sociales como un cuerpo de conocimientos que, permitiendo a los grupos aprehender la realidad social, los cohesionan en torno de materias que forman parte de su vida cotidiana. Esos conocimientos activan la comunicación interpersonal y permiten a las personas organizar y clasificar los objetos sociales. Su epistemología es de tipo *ingenuo* (de sentido común), lo que permite asumirlas como un producto vital que expresa el *pensamiento social*.

² La profesora venezolana Sary Calonge Cole, autora de un estudio sobre la representación de la escuela básica en la prensa venezolana (Calonge, 1999, pp. 45-60), realizó un esfuerzo teórico y metodológico notable para adaptar los conceptos fundamentales de la teoría de las re-

presentaciones sociales a un esquema analítico formulado para entender el rol potenciador de la prensa en la formación de representaciones sociales. En este sentido, Calonge extendió el concepto de representación adosándole, en lugar del epíteto *social*, el adjetivo de *mediática*. La *representación mediática* designa la manera como los medios de comunicación social transmiten ciertos contenidos de interés colectivo. Esa manera –indisociable de la naturaleza técnica de los dispositivos mediáticos– determina el modo como tales contenidos se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos.

³ La objetivación vuelve real (“materializa”; Del Río Pereda, 1996, p. 311) un esquema de conceptual (Moscovici, 1976, p. 107). Una abstracción mental se realiza en el mundo del aquí y el ahora o, como lo expresa Moscovici, un esquema conceptual se vuelve real (1976, p. 107). Las ideas sobre un determinado objeto de representación no son sólo creación intelectual sino reflejo de algo que existe en el exterior. “Objetivar es reabsorber un exceso de significaciones materializándolas” (Moscovici, 1976, p. 108). Es decir, la objetivación concentra una serie de significaciones en la evocación de una imagen. Sin embargo, Jodelet (1993) estima que este proceso no es automático sino que consta de tres fases:

— la selección y descontextualización del elemento objeto de representación: se separa de su ambiente una imagen con capacidad de concentrar sentidos susceptibles de ser discursivamente extrapolados por los miembros de un grupo social;

— la formación de un *núcleo figurativo*: “[...] los conceptos teóricos se constituyen en un conjunto gráfico y coherente que permite comprenderlos de forma individual y en sus relaciones” (Jodelet, 1993, p. 482). Por ejemplo, el concepto de *pobreza* puede elaborarse a partir de insumos, lingüísticos o icónicos, tanto de personas como de espacios sociales connotados o como una condición de vida precaria derivada de la ocurrencia de una catástrofe. Estos núcleos figurativos darán pie a la articulación de un discurso genérico que buscará *entender* el fenómeno, sus elementos desencadenantes y sus repercusiones;

— la naturalización: en esta fase el núcleo figurativo ya funciona espontáneamente. Es capaz de demarcar fenómenos y por ello se le atribuye un *estatuto de evidencia* (Jodelet, 1993, p. 483).

Objetivar implica transferir conceptos e ideas a esquemas e imágenes concretas (Moscovici, 1976, p. 288). Objetivamos, por ejemplo, cuando atribuimos el concepto de *pobreza* a un conjunto de personas alojadas en ciertos espacios sociales, volcadas a la economía informal o a la delincuencia, que no tienen acceso a bienes y servicios y que, vulnerables a la catástrofe –natural o social–, no gozan sin violencia o grandes sacrificios de las ventajas de la sociedad de consumo.

En suma, la palabra cobra cuerpo *naturalizando* el símbolo real al mismo tiempo que *clasificándolo* (Moscovici, 1976, p. 110).

El anclaje es el proceso de incorporación definitiva del elemento objetivado a nuestros procesos cognitivos (Del Río Pereda, 1996, p. 311). El elemento objetivado, convertido en

signo (en imagen evocadora o en palabra), está preparado para incorporarse al discurso social. El anclaje de un concepto acaba por incorporarlo a la memoria colectiva y teje una red de significaciones. Concepto e imagen anclados estabilizan la representación, que será compartida espontáneamente y que, incluso, puede dar pie a una forma de ver y vivir la realidad social.

Jodelet (1993) entiende el proceso de anclaje como asignación de sentido (como creación de una “red de significados”) (p. 486); como instrumentalización [sic] del saber (“la estructura gráfica se convierte en guía de lectura y, a través de una ‘generalización funcional’, en teoría de referencia para comprender la realidad”) (p. 487) y como enraizamiento en el sistema de pensamiento (“la representación no se inscribe sobre una tabla rasa, sino que siempre encuentra ‘algo que ya había sido pensado’, latente o manifiesto”) (p. 490). En relación con este último punto, Casado (2001) explica que el conocimiento objetivado se *ancla* cuando se aloja en los sistemas cognitivos preexistentes dentro de la mente del individuo (“en los sistemas simbólicos previos”) y, más tarde, se incorpora a la red de relaciones sociales (p. 79). Para Jodelet (1993) el vínculo dinámico existente entre objetivación y anclaje proporciona un sistema de interpretación de la realidad y de orientación de los comportamientos (p. 488). Por ejemplo, a menudo nuestra lectura de una crónica de sucesos en un diario pasa por conceptos con gran poder de estigmatización como lo sería la noción de *marginalidad*: por sí sola, esta palabra ya conlleva una serie de imágenes de referencia a las que se recurre casi por acto reflejo y con las que creemos poder *sentir* la realidad.

⁴ Eliseo Verón llama “contrato de lectura”, noción que caracteriza el posicionamiento de los medios de comunicación de masas de cara a su audiencia. Para Verón, este posicionamiento implica dos caras que implican estudios paralelos: el discurso mediático y la recepción.

Un análisis semiológico sin estudio sobre el terreno permite conocer en detalle las propiedades del discurso del soporte tal como éste *se presenta* [...] pero no nos indica de qué manera el contrato de lectura así construido se articula (más o menos bien) a los intereses, expectativas, imaginarios de sus lectores. Un estudio de terreno sin análisis semiológico del contrato de lectura es un estudio *ciego*: se estudian las actitudes y las reacciones de los lectores y de los no lectores con respecto a objetos de los que no conocemos las propiedades que hacen de ellos, precisamente, objetos de lectura (Veron, 1985, p. 219).

⁵ La opinión pública, cuya materia envolvente son las representaciones, posee para Moscovici tres dimensiones: la actitud (la orientación –positiva o negativa– de un actor con respecto a un objeto dado), la información (la organización de los conocimientos que maneja un grupo con respecto a ese objeto) y el campo de la representación o imagen (modelo social, contenido concreto del que se derivan proposiciones sobre aspectos precisos del objeto). La imagen es llamada por el autor “campo de representación” porque contiene los rasgos característicos de un objeto y fija su contorno simbólico.

Balance de diez años en comunicación



MARCELINO BISBAL



■ Sebastián De la Nuez

Marcelino Bisbal abrió el foro presentando a los invitados, dos periodistas y un siquiatra. La idea central era analizar estos diez años de régimen chavista desde el ángulo de los medios de comunicación. Cómo estos diez años han sido mediatizados. El primero que habló fue Héctor Bujanda, ex redactor de la revista Éxito. El segundo, Alonso Moleiro, jefe de redacción de la revista Contrabando y articulista en Tal Cual. Y el tercero, Axel Capriles, autor del libro (Santillana, 2009) La picardía del venezolano o el triunfo de Tío Conejo.

HÉCTOR BUJANDA

Uno entiende el presente del proceso bolivariano viendo sus antecedentes. Allí están las claves. Y sin embargo, elegimos formas de lectura que por lo general nos llevan a un callejón sin salida. Alrededor de los acontecimientos del 11 de abril cristalizan vicios, deficiencias y vulnerabilidades del oficio periodístico. Entré como jefe al periodismo: de jefe de “Espectáculos”, en *El Nacional*, pasé a jefe de “Política” en el mismo periódico, y eso no fue ningún trauma porque las dos fuentes son realmente parecidas. Por ejemplo, una maldad comunicacional puede enterrar a un artista o a un político por igual. El ejemplo es Rosales cuando dice que quienes apoyan a Chávez son una cuerda de parásitos. Lo suelta en una televisora de Miami: eso entierra a un político. Viví ese periodismo, formé parte incluso de una serie de políticas dirigidas a purgar esa maquinaria comunicacional. Se purgaron esas maquinarias: tengo un amigo en *Globovisión* que cubría la fuente económica pero hoy en día está en la trastienda de *Globovisión*. Está el caso de otro periodista en *El Universal*, a quien pusieron de editor nocturno. Incluso, poniendo ejemplos más concretos, tuve que despedir a una periodista por haber publicado un colgante en página interna que decía, el 12 o 13 de abril, que los PM también dispararon. Es decir, la quitada de charretteras fue a todos los niveles. No se podía ha-

blar de golpe de Estado. Entonces estamos hablando de unos medios que se autopurgaron.

Si los medios se hubieran propuesto desmascarar las grandes debilidades del régimen, lo hubieran podido hacer “a punta” de periodismo, y esa es una carencia tremenda. Y como las deudas del chavismo, podríamos hacer una lista de las deudas que tiene la oposición. Por donde lo veas, te consigues siempre una imagen terrible de este país. Aquí no hay una referencia modélica. No existe. Porque los civiles, cuando han tenido la oportunidad, han hecho los desmanes más grandes. Recordemos que el 27F, la respuesta gubernamental fue una represión bárbara contra la gente. Por ningún lado tenemos un país con referencias públicas, que podamos decir “ese es el país que queremos”.

Pero también hay espacios abiertos: sigo pensando en la construcción del Estado del bienestar, es decir, Venezuela hoy, y el mundo, es un lugar para construir, para arriesgar. Es posible que el fenómeno Chávez, hombre a quien se tiene por “agallúo”, alguien ganado para las grandes aspiraciones, tenga su contraparte en Obama, quien en su medida es también un hombre “agallúo”, como Sarkozy, y el colombiano Uribe. Ahora están hablando de la era post secular de la política, la fervorosa necesidad de creer en alguien y en algo. Porque el tema de ser propietario de algo no basta, porque viene la crisis finan-

ALONSO MOLEIRO, AXEL CAPRILES Y HÉCTOR BUJANDA



ciera, que es abstracta, y arruina todo tu presente. Hay amenazas sistémicas que no puedes controlar ni siquiera con tu propio sentido de la responsabilidad. Como decía Ulrich Beck, el sociólogo alemán, nos exigen constantemente soluciones personales a problemas que son sistémicos. Eso pasa también en Venezuela y a nivel global, sea con la economía o con la política.

Hay una visión de que el chavismo es el PSUV, y resulta que no, que el chavismo es profundamente informal. El poder es una amalgama cívico-militar alrededor de Chávez, pero hay otras capas del chavismo donde suceden las cosas más interesantes y me hacen pensar que estamos en el comienzo de un proceso. Ese comienzo es Chávez; ahora le toca a la sociedad hacerse cargo de una cantidad de cosas. Y voy a poner un ejemplo de lo que cuesta en Venezuela hacerse cargo de algo. El petróleo es una maldición que nos persigue, porque es una riqueza que se produce prácticamente sola. Se produce y algo le cae a uno. En Venezuela hay posibilidades de no movilizarse, de no actuar. Y qué pasa en un país cuando la gente no se moviliza, y más complejo aún, te movilizas y no consigues respuesta. La nueva gente que trabaja en la Alcaldía de Liber-

tador está en los cerros para reconstruir el hábitat. Pero se encontraron con que la gente te dice que ya participó. Un amigo que está ahí me lo contaba. Cuando llegan para pedirles un proyecto, contestan que no, “ya participamos”. Y entonces, ahora quieren que les hagan todo, “porque ya yo participé y no conseguí nada”.

La gente se cansa cuando no lleva en la sangre la voluntad de participar. Al principio se emociona porque cree que van a bajar los recursos porque Chávez lo dijo, y va a los ministerios, consigna mil recaudos pero el dinero nunca llega o llega tardísimo, así que ya ese impulso comunitario se fractura y cuesta mucho volverlo a levantar. El chavismo se está enfrentando a eso.

Hay espacios para construir país. Esos espacios hay que bregarlos, y la sociedad los va a tener que exigir. Ese es el proceso que se inició en 1998, que tuvo un empuje en 2002 y que está ahorita recalentado; pero es que hay que retomarlo. Es la única manera de buscar nuevas formas de organización social y política. Admiro a las organizaciones más o menos anarquistas del chavismo, que no se inscriben en el PSUV, que trabajan en sus localidades, que le arrancan al Estado recursos pero no están rindiendo pleitesía ni a Chávez ni al

Estado ni al PSUV. Esa gente es la potencia de verdad de este proceso. A esa gente nadie la invitó a salir el 13 de abril, pero salió a la calle. Eso corrobora que hay un chavismo que es libertario en muchos sentidos. Es decir, sabe que tiene un aliado en Miraflores, y se pelea con esa figura constantemente. Es cierto que hay un fenómeno de hiperliderazgo. Y hasta que no consigamos las formas institucionales que representen a la gran mayoría no vamos a tener un proyecto de país. No podemos pensar en construir algo bajo el lema “la sociedad de propietarios”, creo que no hay nada que buscar por ahí.

ALONSO MOLEIRO

Cuando hablamos de comunicación, de periodismo, casi siempre se establece de manera convencional o se hace una evaluación como muy fácil según la cual el Presidente se enfrentó a ciertos poderes y rompió con las claves naturales de la comunicación y con la dictadura de medios y periodistas. Creo que eso es una verdad a medias, es decir, claro que lo que ha logrado Chávez ha quedado como una hazaña, porque es la ruptura de la tutela, del dominio de la televisión comercial en los

ánimos de la gente, porque aquí hasta hace poco el país creía lo que las televisoras decían. Los políticos les temían a las televisoras y a sus dueños y se desarrolló esta agenda de la que hablaba Héctor. Es decir, cierto sector de la derecha liberal empezó a propagar una campaña en contra del parlamento, de los políticos: como una matriz de opinión según la cual había que tener un hombre con guáramo que dejara la habladera y resolviera el problema. Y, como dijo una vez Eduardo Fernández, el fulano hombre con guáramo llegó, se llama Hugo Chávez Frías, es decir, que de alguna manera esa derecha liberal le hizo el trabajo. Hay, por supuesto, muchos otros factores, otras causas; pero es verdad, se hizo un trabajo.

Chávez no es de ninguna manera precursor, creador, de la antipolítica, pero sí fue uno de sus continuadores más eficientes de los años 90. Chávez cabalgó sobre ese discurso; buena parte de la clase media votó por él porque estaba buscando soluciones automáticas, inmediatas, sin negociación. La sola palabra negociación, que es una de las claves políticas civilizadas, todavía es muy mal vista por el chavismo, pero no por el lado antipolítico, sino por el lado marxista; el que negocia es el que pacta, el que traiciona la esperanza popular. Entonces, negociar, acordar o pactar, o aceptar que yo podría estar equivocado, está mal visto: si negocio estoy claudicando pues soy la continuación de la verdad, de la historia y de la esperanza popular.

De manera que no puedo negociar ni pactar nada de lo que yo represente, y como lo que yo represento es la esperanza popular, los demás son la oligarquía. Creo que cuando toque glosar este periodo de diez años y lo que quede, tendremos que pensar en *Aló Presidente*, que es un programa que junta buena parte de las técnicas de la televisión comercial en un solo compacto, que ha tenido una influencia impresionante en las percepciones populares. Yo siento que esa influencia ha cedido un poco a fuerza de saturación.

En los años 2004 y 2005 *Aló presidente* se oía en estéreo: las cosas que allí decía eran de manera automática consigna y motivo para organizarse. Muchas veces vi que Andrés Izarra le construyó a Chávez sets televisivos en Miraflores que eran una suma de todos los programas de televisión que hemos visto: Dossier, Almorzando con Orlando, La feria de la alegría, El bingó de la bondad, Sábado gigante... Era todo al mismo tiempo. Había un panel de gente que pedía cosas, un panel de minis-



ALONSO MOLEIRO

“

Aunque hay cosas muy interesantes en la organización comunal, y en algunos supuestos sociales, a mí me preocupa ver cómo en la sociedad venezolana se han ido incubando un montón de valores que tienen la misma inspiración piramidal de obediencia de vida.

”

tros que contestaba; una cosa insólita. Aquel señor durante siete horas sin ir al baño, sin pararse para respirar. Era un asunto demencial, pero valdría la pena algún día recogerlo como un fenómeno comunicacional insólito. Es decir, muchos dictadores se sirvieron de los medios para poner lo que querían. Hitler lo hizo. Y era el gran coco de algunos escritores como Orwell. La radio, el cine, eran cosas que se imponían. Chávez ha hecho eso de manera muy hábil y ha logrado romper esa hegemonía de la televisión clásica.

De 1999 a 2002 hubo un primer Chávez y un primer Estado comunicacional en el país. Es verdad que los periodistas venezolanos y el estamento intelectual hicieron una interpretación muy clásica, sin

arraigo, sin una comprensión completa de lo que estaba pasando en principio; es verdad que Chávez demostró ser un hombre extremadamente astuto, pero también agarrado de ramas teóricas y a veces contradictorias. Uno se pone a pensar en tipos como Ceresole o cosas como *El oráculo del guerrero* y se ríe. En ese momento el Presidente entiende de manera muy clara que los medios tienen un poder que debe confrontar. Y también a los periodistas, quienes estaban montados en un poder del cual no tenían una conciencia exacta. El Presidente bajó a la arena, al lugar de los periodistas, a enfrentarlos directamente. Para mí, el 11 de abril fue, antes que un golpe militar clásico, una rebelión popular que el Presidente promovió con muchísimo denuedo. Acentuó las contradicciones sociales y políticas del país para enfrentar a una oposición sin mayor proyecto a mediano plazo, sin una visión absoluta de lo que estaba pasando. Una oposición que cometió todos los errores posibles, y que concretó lo que probablemente sea el año más negro del periodismo venezolano, que es 2002.

Sin embargo, el creador y autor de esa tragedia fue Hugo Chávez Frías, y es el responsable político de todo lo que pasó en ese momento. Ningún presidente responsable puede permitir que la ciudadanía se enemiste de esa forma en torno a su persona. Venezuela sigue parada sobre un aparato de caos y de odio extremadamente peligroso. No tengo razones para creer que Chávez sea un marxista o un socialista doctrinario, como puede serlo Vladimir Acosta; Chávez es un hombre con muchísima audacia, con vocación de poder, un militar que ha venido encontrando en algunas claves del marxismo clásico elementos que le funcionan, que le sirven, cosas que él estaba buscando desde hace mucho tiempo.

En realidad, hasta 2006 sigue este proceso de absoluto caos mediático. Para ese momento, tanto Héctor Bujanda como yo estábamos fuera del país, y cuando llegué a Venezuela encontré perturbación y me asombré al ver la televisión. El programa de Orlando Urdaneta, por ejemplo. Para mí eran cosas de un país que se había vuelto loco. Pero al mismo tiempo veía el canal 8 con su fomento permanente de ese conflicto como vía para eliminar al adversario, para debilitarlo.

Lo cierto es que comenzó una especie de debate muy intenso entre los periodistas que habían sido parte de una situación (probablemente fueron usados) con su incompreensión de lo que teníamos enfrente.

Pasamos un tiempo haciéndonos exámenes mutuos de probidad y de ética, y lanzándonos acusaciones sobre el tipo de periodismo que estábamos haciendo. Durante esos años el presidente Chávez llamó a dialogar; cuando vio que el asunto se le iba de control hizo un esfuerzo por normalizar un poco la cosa. De hecho, en muchos *Aló presidente* lo dijo, invitó a la oposición, dijo que la respetaba, llamó a diálogo, creó una mesa de negociación. Cuando ganó el revocatorio creó gabinetes móviles donde estaban gobernadores de oposición. En el interior del mapa estratégico del Fuerte Tiuna, Chávez ordenó a su gente entenderse en lo básico para estabilizar el país y entrar en la fase actual. La fase en que él nos impone su proyecto político.

La otra cosa que quería decir es que es claro que acá el estamento opinático venezolano, que incluye a los periodistas como sector fundamental, ha cometido errores de bulto, se ha equivocado y ha hecho una interpretación convencional de las cosas, pero para mí es un problema que va de segundo en la lista de preocupaciones. Aunque hay cosas muy interesantes en la organización comunal, y en algunos supuestos sociales, a mí me preocupa ver cómo en la sociedad venezolana se han ido incubando un montón de valores que tienen la misma inspiración piramidal de obediencia de vida. Yo no veo cuándo es que vamos a poder salir de eso. En Venezuela está desarrollándose un modelo autocrático clásico con elementos perturbadores y habría que evaluar el sistema comunicacional del Estado venezolano y de sus periodistas. Se evalúa de manera bastante deportiva el ejercicio periodístico en el mundo no chavista y nunca se hacen evaluaciones del otro lado.

AXEL CAPRILES

Creo que en la época de la Coordinadora Democrática, una de las personas que más debe haber agarrado cámara fue Jesús 'Chúo' Torrealba, porque estaba de director de medios y siempre se agarraba el show para él. Durante al menos dos años agarró medios de una manera bárbara. Y me cuentan que cuando llega y monta *El radar de los barrios*, las primeras veces que empieza a subir cerros y barrios para hacer entrevistas, juraba que todo el mundo lo conocía. Resulta que no había una sola persona que lo hubiera visto y reconocido.

Ese es el poder de los medios en Venezuela. Los mismos medios se creen mu-



AXEL CAPRILES

“

En cuanto al ataque continuo del Gobierno contra los medios, ¿cuáles medios? Es prácticamente una estación de televisión que tiene una señal limitadísima, porque ¿qué otros medios hay que estén realmente atacando al Gobierno? Los demás están mediatizados

”

cho más influyentes de lo que son. En cuanto al ataque continuo del Gobierno contra los medios, ¿cuáles medios? Es prácticamente una estación de televisión que tiene una señal limitadísima, porque ¿qué otros medios hay que estén realmente atacando al Gobierno? Los demás están mediatizados; la cadena de periódicos populares más grande del país está mediatizada por asuntos familiares que bien conocemos. Realmente, ¿cuántos medios tenemos con influencia sobre algo?

Comienzo con dos comentarios sobre dos cosas que me sucedieron esta mañana: hace varios años, cuando mi papá se fue a vivir a España por los secuestros, por los robos que le habían hecho y las veces que lo habían amarrado a la cama con pistolas

sobre la cabeza. Cuando recogimos todas sus cosas me encontré con una colección de la revista *Life*. Había un número de los años sesenta en que pintaban a Venezuela como la nación del futuro. Era un país de esperanza, y Caracas una ciudad insólitamente bella, digna, llena de posibilidades. Te pintaban a Venezuela como el país de América Latina que había alcanzado los mayores índices de salubridad pública, altísimos índices en educación, una de las pocas democracias sostenidas. Vi la revista cuando me desperté esta mañana. Y encontré a mi hijo saliendo a la universidad. Me contó que en la noche lo paró la Policía Metropolitana en un puesto de Altamira. Siempre le caen a los chamos y los martillan y los acosan. La otra vez lo tiraron al piso: recordé que en mi juventud yo me sentía siempre desamparado frente a la autoridad. A mí me daba miedo la policía. Y sé que esa sensación de desamparo del ciudadano frente a la autoridad, o frente al Gobierno, o frente al poder, fue poco a poco pasando. Hubo algunos cambios institucionales en Venezuela que a uno le dieron cierta seguridad. Pero hoy creo que se han perdido totalmente y estamos otra vez frente a las imágenes de la autoridad arbitraria.

Si tuviésemos la oportunidad de mirar esto a distancia, si pudiéramos tener la oportunidad de trasladarnos en el tiempo y ver el proceso histórico desde el futuro, creo que veríamos estos diez años como la fase final de un proceso de dislocación y desmembramiento de la sociedad venezolana: un momento de transformación, una ruptura de una forma de ser y de vivir que nos caracterizó durante mucho tiempo. Una sociedad que se formó en torno a unos mitos que ya no funcionan, como el del héroe, el de la abundancia, el del igualitarismo, y una serie de mitos que han dominado la cultura subjetiva del venezolano durante todos estos tiempos.

Yo vería estos diez años como la fase final del petroestado: una sociedad caracterizada por la psicología de la abundancia. Esto que estamos viviendo es parte de la manifestación de la turbulencia de esos procesos de descomposición y de decadencia de una sociedad, y de transformación hacia otras formas de organización social. Parte de esos desajustes vienen dados por la inviabilidad del modelo. En Venezuela nunca ha existido el liberalismo porque nunca ha existido capitalismo y menos todavía una derecha liberal. ¿Cómo puede existir neoliberalismo en una sociedad que vive fundamentalmente del Estado? Y en eso yo creo que

tal vez Venezuela es una de las pocas sociedades en el mundo que vive del Estado. Casi todas las otras naciones tienen un Estado que vive de lo que produce la sociedad. En esta sociedad hay un Estado que controla su principal recurso, que representa más del 50% del PIB de la nación.

Sin embargo, ese modelo dejó de funcionar y crecer. Un Estado que con sus riquezas naturales alimenta a toda una población, es inoperante. Empezaron a haber carencias y necesidades, situaciones-límite que llevaron a una crisis de transición importante en la que aparece el chavismo. El chavismo es expresión de las grandes necesidades y carencias que dejó el modelo imperante; no es un cambio de ese modelo, sino profundización de ese mismo modelo llevado hasta sus últimas consecuencias.

Lo que sucede habitualmente con las transiciones y turbulencias es que los liderazgos que surgen son carismáticos, fundamentados en procesos de identidad. En este sentido debe tomarse en cuenta lo que dijo García Márquez cuando se vino de Cuba con Chávez en el avión (dijo que nunca había conocido a alguien tan venezolano), es algo que podemos llamar carácter o personalidad social. Tal vez Chávez personifica la estructura básica del carácter venezolano. Su liderazgo como tal nunca ha sido una categoría política sino categoría psicológica: va utilizando la ideología política que tiene a mano para conectar con esa población y con esa sociedad. Pero lo fundamental son los procesos de identidad y la conexión emocional. Y la expresión de una serie de aspectos latentes en esa psicología.

Esa sensación de inclusión de la que se habla funcionó a nivel simbólico y un poquito a nivel material por la vía del consumo, pero no trajo transformaciones serias en la sociedad puesto que mantenemos todavía los mismos porcentajes de pobreza de 1998. Hay un incremento de la ciudad informal, de la ciudad marginal. No ha habido transformaciones en términos reales. Sin embargo hubo una sensación de inclusión que fue importante y que alimentaba esa necesidad de identidad. En casi todos estos momentos de crisis siempre se apela a esas identidades muy arcaicas y fundamentales como pueden ser las religiosas y las étnicas.

Ha sido un proceso histórico que nos ha ido llevando a una situación de desmembramiento de la sociedad, del Estado venezolano, y estamos cayendo en una situación de anomia social. Venezuela cumple con todos los indicadores de ingober-



nabilidad y de debilidad del Estado semejantes a los de países africanos. Estamos en una situación donde no hay Estado en multitud de zonas geográficas. Todo el eje del Orinoco, toda la zona de San Fernando de Atabapo para arriba está fuera del control del Estado. Hay zonas en Caracas fuera del control del Estado, donde no entran las autoridades o la policía, salvo pacto con bandas de la zona. En general tenemos una ausencia de Estado en prácticamente todo el territorio nacional y en la sociedad venezolana. Estamos viviendo una situación de anarquía. Esas personas que llegan con armas largas y se mueven tranquilamente, secuestran a la gente y se van, están funcionando autónomamente. Hay toda una lógica independiente del Estado, fuera del control del Estado.

Por la riqueza petrolera existe aún cierto control cuando utiliza su forma de poder coercitivo sobre ciertas personalidades o empresas; pero si el Estado tuviera que ejercer el poder sobre todos al mismo tiempo, no podría. Sin embargo, da la apariencia de tener poder y estructura suficiente. Esa es la pintura de estos diez años.

Hay una psicología de supervivencia donde las personas salen de su oficina y se van corriendo para llegar a sus casas o ranchos antes de que los maten. Todo el mundo está tratando de vivir su vida sin un proyecto colectivo o posibilidad de una red. Este tipo de sociedad no tiene mucho futuro. En lo económico falta poco para que implomone tanto en la parte petrolera como en la producción general del país. Ya prácticamente el campo está en lo mínimo, ya no hay posibilidad de produc-

ción en el campo, en la ganadería, en las industrias. Estamos llegando a una situación de desvanecimiento tal del poder de producción de la sociedad que esto va a traer una turbulencia mayor. Quizás surja un nuevo proyecto para reconstruir el país pero hay que sentirlo, verlo, en el largo plazo.

Ese mito del héroe que el Presidente ha exacerbado tanto hasta convertir todo en bolivariano. Y donde él se constituye en líder fundamental del proceso, nos lleva también a un mito que tiene que dejar de funcionar. Si ustedes ven todo lo que ha sido la nacionalidad venezolana, se construyó a partir del mito de Bolívar, con una racionalidad política muy clara, muy argumentada a mediados del siglo XIX. El mito del héroe nos lleva y nos remite al individualismo. El héroe es un individuo que se cree que tiene la razón, que está por encima de todo y hace grandes hazañas.

Sin embargo, hay una sociedad que debe funcionar en red, como una comunidad, estableciendo lazos de funcionamiento, sistemas de asociatividad para el trabajo en equipo: una red que permita el trabajo comunitario.

Ese mito del héroe también está resquebrajándose y también la idea de la pertenencia. En una sociedad moderna, contemporánea, comenzamos a necesitar la competencia, el mérito, el conocimiento como forma de movimiento social. Aquí todos estos mitos empiezan a resquebrajarse y se hace necesaria otra forma de mirar el mundo. Creo que el chavismo es un grito desesperado para mantener el *statu quo* de lo que fue la Venezuela de la abundancia, del individualismo.

Honduras: comunicados en defensa de la libertad de expresión

I- BLOQUEO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El golpe de Estado perpetrado en Honduras el domingo 28 contra el presidente Manuel Zelaya, se ha constituido también en un flagrante atentado a la libertad de expresión, con medios de comunicación intervenidos, programas clausurados, periodistas acosados y ciudadanía perseguida por ejercer su derecho a opinar.

La población estuvo en oscuridad informativa casi durante 48 horas, a partir del domingo 28 de junio, ya que los golpistas cortaron durante más de cuatro horas la energía eléctrica, el servicio de telefonía, hubo bloqueo informativo con televisoras y emisoras fuera del aire.

Canal 8, el canal del gobierno es uno de los medios de comunicación que está fuera del aire desde el domingo, canales de noticieros internacionales fueron censurados, después de un “apagón” de energía eléctrica, *Radio Cadena Voces* no volvió a su programación habitual, y periodistas de programas radiales y televisivos han suspendido su transmisión ordinaria.

Los capitalinos intentaban realizar llamadas telefónicas desde números fijos lo que era imposible, mientras tanto probaban realizar llamadas desde los teléfonos celulares pero eran constantes las interrupciones.

El director de *Radio Cadena Voces* Dagoberto Rodríguez, lamentó la interrupción de energía eléctrica que afectó al bulevar Morazán, zona donde están las instalaciones del medio de comunicación.

Asimismo, dijo haber recibido, el lunes, tres llamadas telefónicas supuestamente de grupos afines al gobierno de Zelaya, expresando amenazas contra el medio de comunicación.

Además, el periodista y director del programa *Hable como habla*, Eduardo Maldonado, quien colaboraba con Zelaya en la encuesta de opinión popular, está protegido por la embajada de Estados Unidos. Lo mismo pasó con *Radio Progreso*, *Globo*, así como *Canal 36* que sigue fuera del aire.

En todo el país se ha restringido la operación de radioemisoras independientes y de estaciones de televisión por cable. Algunas operadoras de televisión por cable, desde el domingo, han cortado la señal de



Guatevisión, *Teletica* y *CNN*, para impedir que la población reciba información alternativa.

El Comité por la Libre Expresión (C-Libre), pide que se restablezca la operación libre de todos los medios que han sido intervenidos y exige que no se vuelva a cometer este tipo de violaciones a la libertad de expresión. Asimismo, deplora la falta de información a la ciudadanía sobre lo que está aconteciendo en el país.

Comité por la Libre Expresión (C-Libre), una Coalición de periodistas y miembros de la sociedad civil constituida para promover y defender la libertad de expresión y el derecho a la información en Honduras.

2-BLACK OUT MEDIÁTICO EN TORNO AL GOLPE DE ESTADO

Reporteros sin Fronteras está muy preocupada por las consecuencias que pueda tener sobre la libertad de información el golpe de Estado del 28 de junio de 2009.

El golpe militar que destituyó del poder al presidente Manuel Zelaya estuvo seguido de un toque de queda, durante el cual se suspendieron las frecuencias de varios medios de comunicación audiovisuales.

“Por principio, condenamos un golpe de Estado contra un presidente elegido democráticamente, que justifica todos los temores en materia de respeto de las libertades fundamentales, y entre ellas la de informar. Las suspensiones o cierres de medios audiovisuales, tanto locales como internacionales, manifiestan la clara voluntad que tienen los golpistas de ocultar los acontecimientos. La Organización de los Estados Americanos (OEA) y la comunidad internacional deben exigir, y conseguir, el levantamiento de este ‘black out’ mediático”, declaró la organización.

Como consecuencia del golpe de fuerza militar, en el momento en que se inició el toque de queda la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) tuvo que notificar a los operadores del cable la prohibición de que emitieran algunos canales internacionales como *Telesur*, *Cubavisión Internacional* y *CNN Español*. Las frecuencias de *Radio Globo*

y otras varias emisoras también se vieron afectadas por bloqueos y cierres.

Afuera de la capital, cuatro horas después de producirse el golpe, unos 25 militares invadieron los locales de *Radio Progreso*, una emisora perteneciente a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), y obligaron a la redacción a cesar toda actividad. En un comunicado, su director, Ismael Moreno, subraya que algunos lugareños se pusieron en medio, evitando que se produjeran violencias más graves. *Radio Progreso*, ahora en el punto de mira de los militares, todavía no ha decidido cuando reanudará su programación.

La toma del poder por los militares, y la investidura en el Congreso de Roberto Micheletti para la presidencia, han provocado manifestaciones de apoyo al presidente Manuel Zelaya. En Tegucigalpa, unos miembros de la Asociación de Taxisistas de Honduras atacaron violentamente a un fotógrafo del diario *El Heraldo*. Los manifestantes apedrearon al periodista y después le dieron una paliza, cuando estaba en el suelo.

“En tiempos normales, los periodistas hondureños ya padecen una gran inseguridad. En las actuales circunstancias hacemos también un llamamiento a la responsabilidad de los medios de comunicación. Que se cuiden mucho de contribuir a una polarización de la opinión pública, lo que correría el peligro de exponer a sus periodistas a represalias aún mayores”, concluyó Reporteros sin Fronteras.

3-LA VERDAD NOS HARÁ LIBRES

Hemos seguido atentamente y con profunda alarma los acontecimientos que desde el jueves 25 de junio han proyectado sobre el pueblo hondureño la sombra tenebrosa de los preparativos de un golpe de Estado. En efecto, fue en esa fecha cuando empezaron a desplegarse miembros de las Fuerzas Armadas por las calles de Tegucigalpa. El domingo 28 de junio se consumó el golpe. En la mejor copia de los antiguos cuartelazos que creíamos ya superados, el Presidente de la República fue despertado en la madrugada por un destacamento de las Fuerzas Armadas, encañonado, y obligado a abordar un avión que lo llevó a Costa Rica, donde apareció ante los medios aún en pijama y sin calcetines.

Desde entonces, *Radio Progreso*, cuyo director es nuestro compañero y miembro de la CPAS, el jesuita Ismael Moreno Coto, ha sufrido, primero, la interrupción

de sus emisiones, forzada por una patrulla de soldados que amenazaron con destruir los aparatos en caso de no ser obedecidos. Y eso, a pesar de la concentración popular que, a las puertas de la emisora, se mostró dispuesta a defender “la voz del pueblo”. *Radio Progreso* ha reanudado después sus emisiones con cautela y bajo amenaza, y su frecuencia ha sido interferida una y otra vez. Lo mismo ha ocurrido con otros medios radiales y televisivos, incluso algunos de cable. Evidentemente, unos gobernantes que, para reforzar su gobierno, sienten la necesidad de impedir la transmisión de la información y su pluralismo, muestran claramente la duda que los acosa sobre su propia legitimidad y las arenas movedizas sobre las que se mueven.

Radio Progreso ha llamado desde el viernes 26 de junio al “diálogo para la negociación” entre las instituciones representativas de la democracia en Honduras y miembros de instituciones de la sociedad civil. Diálogo negociador, como única herramienta razonable para discernir entre propuestas y proyectos diversos de país. El diálogo y la negociación son las herramientas de la democracia. El uso de la Fuerza Armada y, luego, de la Policía, para reprimir a la ciudadanía que no aprueba el golpe de Estado, son las herramientas de un poder que teme, y por eso ha prohibido, el derecho de manifestación, de asociación, de movilización, de libre expresión de la opinión, de un debido proceso, y, sobre todo, de inviolabilidad del domicilio y de la integridad física y mental de las personas. Son las armas de la dictadura.

Radio Progreso ha vuelto a expresar el viernes 3 de julio su convicción de que “el diálogo para una salida negociada es, sin duda, el único camino para evitar que nos hundamos en un derramamiento de sangre”. *Radio Progreso* piensa que la dirigencia del Partido Liberal ha llamado en auxilio de su proyecto socialmente elitista a las Fuerzas Armadas y ha abusado de ellas, y ahora también de la Policía, para dar y mantener un autogolpe de Estado civil, que impone al país por procedimientos anticonstitucionales un régimen autoritario y represivo que no garantiza –por mucho que así se proclame– la celebración y la limpieza de las próximas elecciones en noviembre de este año.

Radio Progreso piensa también que, más allá de las disputas, aparentemente extremas entre dos facciones [grupos] del gobierno, “la sociedad civil tiene derecho a salir a la calle y hacer sentir su voz

no porque el gobierno del Presidente Manuel Zelaya Rosales haya sido un buen gobierno, sino porque el remedio de un golpe de Estado nos trae una enfermedad política y social mucho peor que la que tenemos con la improvisada y caótica administración” del Presidente Zelaya y su grupo.

La Comisión Provincial de Apostolado Social (CPAS) de la Provincia Centroamericana de la Compañía de Jesús, comparte la valoración analítica de *Radio Progreso*, y, en todo caso, considera que el camino hacia la libertad política democrática sólo se puede garantizar si las diversas fuentes de opinión pública pueden hacer su propio aporte en la búsqueda de la verdad.

La CPAS, por lo tanto, se solidariza sin vacilación alguna con *Radio Progreso*, con el Equipo de Reflexión, Información y Comunicación (ERIC), y con el director de ambos, P. Ismael Moreno Coto, S.J., y con todas las trabajadoras y trabajadores que, desde aquellos, dan su aporte a la democracia como ciudadanas y ciudadanos que buscan la verdad con libertad desde la opción por los pobres. Estos, en último término, son los que van a sufrir más por el rompimiento de las frágiles libertades de la democracia en Honduras y en cualquier otro país de América Latina y del Caribe, y del mundo. A los pobres queremos servir nosotros en la búsqueda de la paz inseparable de la justicia y la defensa de los valores culturales democráticos, que incluyen la participación en la vida pública de la sociedad civil.

Apelamos al amor a la patria de todos los implicados en la disputa política en Honduras y hacemos un llamado al diálogo y la negociación para que se busquen caminos que devuelvan a Honduras al Estado de Derecho, que reclama toda la comunidad de naciones y pueblos.

Exhortamos a los Gobiernos de México y Centroamérica a acoger generosamente a los refugiados y desplazados forzados que esta crisis provoque desde Honduras.

Comisión Provincial de Apostolado Social (CPAS) de la Provincia Centroamericana de la Compañía de Jesús ante los acontecimientos en Honduras:
Francisco Iznardo, s.j.
Coordinador Apostolado Social.
Provincia Centroamericana de la Compañía de Jesús

El ensayo político como éxito editorial

Ensayos políticos, textos de historia y novelas que recrean los momentos más álgidos de la política contemporánea se han convertido en los libros más buscados por los lectores venezolanos, ávidos de explicaciones sobre el proceso que vive el país bajo la presidencia de Hugo Chávez.

“A partir de 2003 se produce un auge del ensayo político, como producto natural de la necesidad de explicación al fenómeno que vive la Venezuela actual”, dijo a la AFP Ulises Milla, director de la editorial Alfa.

En Caracas, las vitrinas de las librerías exhiben títulos como *Ideas para debatir el socialismo del siglo XXI*, de Margarita López Maya, *Hugo Chávez sin uniforme*, de Alberto Barrera y Cristina Marcano, o *El poder y el delirio*, del historiador mexicano Enrique Krauze, todos con el rostro del presidente venezolano en la portada. “Una foto de Chávez ayuda a las ventas”, reconoció Milla. “Al final, él termina siendo el centro alrededor del cual gira todo, la razón por la cual se publican estos libros” “Hay una búsqueda de la identidad, un deseo por conocer cuál es la raíz de lo que está ocurriendo en la actualidad política”, refiere Milla.

También las novelas históricas de contenido político tienen gran acogida entre los lectores en Venezuela. *El pasajero de Truman*, de Francisco Suniaga, que recrea la historia de Diógenes Escalante, candidato de consenso para ocupar la presidencia en 1945 y a quien la locura súbita se lo impidió, desatándose una crisis que terminó en golpe, es reconocida como el best-seller del último año.

En 2005 había sido éxito de ventas la novela *Falke*, de Federico Vega, sobre un grupo de jóvenes residenciados en Europa que a principios del siglo XX deciden desembarcar en Venezuela para derrocar la tiranía de Juan Vicente Gómez.

Héctor Bujanda, investigador en el Instituto de Estudios Avanzados de Caracas y autor de la novela *La última vez*, ambientada en los días del “Caracazo”, cree que el secreto de esas obras es haberse asomado a momentos conflictivos del pasado “con la mirada del presente”.

“Hay una idea de que los dilemas actuales han estado siempre presentes en la historia de Venezuela. Los periodos de



grandes crisis institucionales y de lucha por el poder necesitan un discurso cultural. La gente quiere relatos de mayor alcance, que conecten con sus angustias y que den algunas respuestas”, señaló Bujanda.

Los librereros coinciden que el interés de sus lectores cambió radicalmente en el último lustro. “Antes vendíamos principalmente literatura. Ahora es mucha la gente que viene buscando ensayos. Los clientes no han cambiado, pero sí sus preferencias, y eso ha tenido también una respuesta de los autores”, según Nikolai Herrera, de la librería Noctua de Caracas.

La publicación de ensayos políticos y textos de historia de Venezuela no sólo nutre a las editoriales privadas en Venezuela, sino también a las del Estado, como El Perro y la Rana o Monteávila, que tienen además su propia red de librerías.

En esas librerías abundan los textos sobre el Che Guevara, Fidel Castro, la revolución cubana y la guerrilla en Colombia. También hay libros de la marxista Marta Harnecker y de la colección de *Le Monde Diplomatique*.

El Perro y la Rana acaba de cumplir su tercer aniversario y se precia de haber editado hasta ahora cerca de 1.500 títulos y más de 40 millones de ejemplares. Su director, Miguel Márquez, asegura que la editorial ha sido una “respuesta urgente, necesaria, incluyente, magnífica y revolucionaria, a tono con el país que estamos viviendo y sus políticas de inclusión”.

Nina Negrón (AFP)

(¿)La revolución será Twitteada(¿)

La blogósfera internacional también está en llamas a propósito de los desórdenes en Irán. Después de las protestas por los resultados en las elecciones, la información ciudadana se hizo paso entre el desorden y el bloqueo de información. Particularmente del lado de los opositores, la lucha por Internet ha sido inmensa. YouTube y otros servicios de video, blogs, sms, Facebook y Twitter han sido los espectadores de esta lucha en primera fila.

Si usted, por cualquier razón, está alejado de la noticia, meterse en YouTube y en Twitter es sumergirse en el conflicto casi en vivo y directo. Y si hay cosas que aún no quedan claras (algo que podría ser fácilmente el caso dado lo complejo del conflicto y del país) en YouTube también se consiguen documentales e informes que buscan aclarar los antecedentes.

Los videos que se ven en estos documentales, tomados en 1979, recuerdan alarmantemente a los de hoy.

Muchos de los que participan dentro de los foros en Internet se preguntan si los titulares que han leído en estos días a través de blogs y periódicos online son los mismos que se leyeron en papel hace 30 años.

El elemento que hace al espectador caer en cuenta de que todo ocurre en esta época es el flujo avasallante de comunicación gracias a la tecnología.

Al entrar en Twitter (*#Iranelection*) se siente la fuerza de los que están activos por la oposición a Ahmadinejad. Pero esto no sorprende demasiado: Irán es uno de los países en los que se ve más desahogo a través de blogs y medios en la red. De acuerdo con el trabajo audiovisual *Iran, a Nation of Bloggers* (disponible en YouTube y altamente recomendable) el país es el tercero con más autores en línea.

Quienes retan al régimen en Internet conocen los recovecos por los que se escapa de la censura y del brazo de la ley en República Islámica. Vale recordar que el año pasado se discutió castigar con pena de muerte a autores de Weblogs que promovieran la corrupción. En cualquier caso, es por Twitter que más se ha compartido enlaces útiles, videos, códigos para tener acceso a la red e información de afuera dirigida a la gente dentro y viceversa.

Estamos frente a un conflicto que esquivo a los medios tradicionales (¿o frente a medios tradicionales tratando de esquivar un conflicto?). La información corre dentro y fuera de Irán.

La crisis se cuenta con palabras nuevas y en distintas direcciones; y el uso de la tecnología hace la diferencia.

Laura Vidal

La existencia hertziana de Globovisión está contada: “un remedio peor que la enfermedad”

Reporteros sin Fronteras teme dentro de poco que se suspenda la frecuencia hertziana de *Globovisión*. El último procedimiento llevado contra el canal, el 16 de junio de 2009, abre esta posibilidad. Dos días después, el Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) ratificó el principio en virtud de que el canal podía ser condenado penalmente.

“El presidente Hugo Chávez avisó recientemente que *Globovisión* dejaría las ondas por no modificar su línea editorial. Presionó a la administración y a la justicia en ese sentido. Hablando de un ‘problema de salud pública’ al respecto, el Presidente ha elegido un remedio peor que la enfermedad. La suspensión de su frecuencia hertziana sería el punto culminante de un auténtico acoso pleitista, jurídicamente discutible, en contra del canal por su contenido. Que el canal no sea libre de reproches no quita nada a la gravedad del proceso. No es digno de una democracia como Venezuela que el capricho del Jefe del Estado sea lo único en decidir del futuro de un medio de comunicación. Una vez liberado de *Globovisión*, Hugo Chávez dispondrá de un espacio televisual hertziano totalmente abnegado pero renuncia a un filtro mediático, lo que podría llevar a una radicalización de la oposición. Esta configuración es un revés para el pluralismo y el debate”, deplora Reporteros sin Fronteras.

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) entabló, el 16 de junio de 2009, un cuarto procedimiento administrativo contra *Globovisión*. Los tres anteriores, que entre otras cosas podían llevar a la suspensión de antena de 72 horas, se apoyaba en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte) de 2004. Esta vez, se usa el artículo 171 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones de 2000, que dispone que “el que utilice o permita el uso de servicios de telecomunicaciones para los cuales está habilitado, como medios para coadyuvar en la comisión de delitos”, será sancionado con la revocatoria de la habilitación administrativa o concesión.

En materia de “contribución al delito”, se le reprocha a *Globovisión* las declaraciones formuladas en su canal por Rafael Poleo, director del diario *El Nuevo País* y

de la revista *Zeta*, invitado al programa “Aló Ciudadano” del 13 de octubre de 2008. Este opositor decidido afirmó entonces, en contra de la opinión del presentador Leopoldo Castillo, que Hugo Chávez “terminaría como Mussolini” (ver enlace: <http://www.youtube.com/watch?v=Sgkeo0DI3lk&feature=related> y su transcripción abajo). El Presidente Hugo Chávez y sus partidarios consideraron dicha frase como una “incitación al magnicidio”.

El canal destacó que las declaraciones de un invitado no le podían ser imputadas. La abogada de *Globovisión*, Ana Cristina Nuñez, también ha planteado una cuestión de derecho: la revocación de la frecuencia sólo puede intervenir en la base de una condena previa. Ahora bien, el último procedimiento administrativo contra *Globovisión* coincidió con el recurso a la Fiscalía General de la República, encargada de establecer si un delito se cometió durante el programa.

Para vencer el obstáculo, el Tribunal Supremo de Justicia rechazó, el 18 de junio de 2009, un recurso presentado por el canal en 2003 que ponía en tela de juicio algunas disposiciones de la Ley de Telecomunicaciones, particularmente la posibilidad de condenar penalmente a *Globovisión* como persona moral. Fue esta condición previa la que falló para motivar la suspensión de *Radio Caracas Televisión (RCTV)* de las ondas hertzianas, en mayo de 2007. En su sentencia, el TSJ también garantizó la censura preventiva del contenido de algunos medios de comunicación por el poder ejecutivo, según él “compatible con la libertad de prensa”.

Por haber difundido mensajes de la oposición durante las huelgas del sector petrolero en 2002-2003, *Globovisión* fue condenada, el 5 de junio, a una multa de 2,3 millones de dólares ajustada, el 16 de junio, a 4 millones de dólares.

Finalmente, el Gobierno anunció una revisión de todas las frecuencias radios hertzianas y audiovisuales del sector por cable. Ya limitado a Caracas y a sus alrededores, *Globovisión* podría seguir emitiendo vía cable, al igual que *RCTV* actualmente.

Reporteros sin Fronteras



Aló Ciudadano

13 de octubre de 2008

Rafael Poleo: La historia se repite, tú sigues la trayectoria de Benito Mussolini y la trayectoria de Chávez y es igualita, por eso yo digo, con preocupación que Hugo va a terminar como Mussolini, colgado con la cabeza pa' bajo.

Leopoldo Castillo: Eso no lo puede decir Poleo, porque eso puede ser, puede ser apología del delito, puede interpretarse, puede ser instigación...

Rafael Poleo: Yo lo digo de manera precautelativa, cuídate Hugo, no termines como tu homólogo Benito Mussolini colgado con la cabeza pabajo, porque tú a quien te pareces es a Mussolini y a Mussolini en su etapa inicial del fascismo, que es lo que es Chávez, porque eso es un insulto al socialismo y al comunismo, decir que Chávez es socialista o comunista, lo que pasa es que es más fácil y a la gente se le olvidó ya en la historia qué es el fascismo. Pero Chávez lo quien es un fascismo trasnochado, Chávez lo que es fascista.

Reporteros sin Fronteras desaprueba en el fondo las declaraciones de Rafael Poleo, pero considera que son la responsabilidad de éste y no de *Globovisión*.

A propósito de los 11 años de Vale TV

La directora de *Vale TV* (María Eugenia Mosquera) nos ha enviado algunas precisiones en relación a la pequeña historia del canal con el ánimo de dejar claro lo que es *Vale TV*, a once años de su fundación:

1. *Vale TV* es una Asociación Civil sin fines de lucro, denominada *Valores Educativos Televisión*, cuya estructura jurídica independiente y directiva la conforman el Arzobispo de Caracas y dos Obispos designados por él, la junta es renovable cada dos años.
2. ASO TV es otra Asociación Civil, independiente de *Vale TV*, que la conforman representantes de los tres canales de televisión privados: *Rctv*, *Venevisión*, *Telegen* (Don Omar Camero, Marcel Granier y Miguel Dvorak), de cuya asociación yo soy la Secretaria Ejecutiva. La directiva es elegida anualmente. Ambas Asociaciones son independientes entre sí, tanto en estructura como en la directiva y por ende llevan Libros por separado.
3. ASO TV sólo tiene funciones de asesoría externa en las áreas de Ingeniería, Legal y Presupuesto, para lo que cual se firmó un convenio entre ambas Asociaciones en 1998. Hoy en día ASO TV aporta el 40% del presupuesto total de *Vale TV*, el 60% restante es autogestión: publicidad institucional de responsabilidad social.
4. La conceptualización y creación del canal me fue designada por el anterior Arzobispo de Caracas Monseñor Velazco (Q.P.D), quien a su vez me colocó al frente de la Dirección General del canal, decisión compartida por unanimidad por los miembros de ASO TV. Luego de la conceptualización los canales designaron a nuestra disposición un asesor en cada área, personalmente llevé todas las negociaciones y trámites legales con Conatel, hasta que nos dieron la autorización de salir al aire el 4 de noviembre de 1998. En ese documento aparece toda la Red del Canal 5 (28 frecuencias). Las decisiones admi-



“La concesión de Vale TV, señal 5 Caracas, nos fue renovada en el 2007 y lo que se ha especulado sobre la pérdida de las otras 27 frecuencias restantes, aún cuando apareció publicado en la Gaceta Oficial es falso, pues anualmente hacemos la solicitud de expansión”



nistrativas y de personal son internas y exclusivas de *Vale TV*.

5. Desde el 2005 *Vale TV* se sostiene económicamente bajo un esquema mixto: mecenazgo y publicidad institucional, lo que en el canal denominamos *Pantalla Corporativa*.
6. Desde el comienzo nos hemos identificado como un canal cultural, pues en lo personal no creo en la televisión educativa.

7. Para el momento el Dr. Rafael Caldera (Presidente de la República) entrega la red del *Canal 5* al Cardenal Velazco, en la figura jurídica del Arzobispado de Caracas, deja claramente estipulado y por escrito que: “la Televisora Nacional, *Canal 5*, tiene varios años en desuso y el Estado no está en capacidad de sostenerlo económicamente” (como se recordará, el viejo *Canal 5* tenía varios años repitiendo algunos partidos de baseball y de basket del *Canal 8*).

8. La concesión de *Vale TV*, señal 5 Caracas, nos fue renovada en el 2007 y lo que se ha especulado sobre la pérdida de las otras 27 frecuencias restantes, aún cuando apareció publicado en la Gaceta Oficial es falso, pues anualmente hacemos la solicitud de expansión, haciendo hincapié en los dos últimos años que estamos preparados para salir en: Valencia, Maracaibo, Pto. Ordaz y Barquisimeto, para lo cual se introdujeron ante Conatel en fecha 20/03/2007, los proyectos técnicos, administrativos y financieros respectivos, tal y como lo solicita dicho organismo.

María Eugenia Mosquera

La cultura sufre un recorte dramático

La reducción llegó a la cultura. Y con ésta el drama de las instituciones, que este año tendrán que arreglárselas con unos más que bajos presupuestos. Con la aprobación en la Asamblea Nacional, el pasado 11 de diciembre de la Ley de Presupuesto para el Ejercicio Fiscal 2009, el Ministerio de Cultura sufrió una reducción en términos nominales de un 14%. Si se aplican las fórmulas de inflación y devaluación ese porcentaje podría crecer hasta 25 ó 30%. Es decir, que el sector Cultura recibirá este año una asignación de BsF 939 millones, menos que lo que se calculó para el cierre de 2008 en 1,07 millones. Son los museos –que en teoría recuperarán su autonomía institucional de la Fundación Museos Nacionales (FMN)– los que han sufrido el mayor recorte: 85%, en comparación con el 30% que se les redujo en 2008. La razón: se destinó el mayor peso del presupuesto al pago de los más de 800 trabajadores, debido a los problemas laborales de homologación de cargos y sueldos del pasado año. Por lo que las instituciones tendrán que realizar las programaciones expositivas, actividades culturales, publicaciones, y mantenimiento general de la edificación con un 15% de la partida. Es así como, por ejemplo, el Museo de Arte Contemporáneo, que el año pasado recibió 250 mil BsF, este año tendrá tan sólo 154.630, lo mismo que se le asignó al Bellas Artes. El Museo de Ciencias dispondrá de 103.088; el Alejandro Otero de 114.500; el Cruz-Diez de 117.779; al Jacobo Borges 103.080; al Michelena 101.000; y a la Galería de Arte Nacional 164.266 mil. Es decir que, mensualmente, los museos nacionales tendrán solamente para gastar un poco más de 12 mil bolívares fuertes. “Esto es prácticamente un cierre técnico”, adelanta uno de los trabajadores de la FMN, que prefiere mantener el anonimato. “A mediano plazo, ¿cómo justificas tener unos empleados preparados y bien pagados si los tienes jugando banca? Con ese presupuesto harás entre una y cuatro exposiciones al año”. “¿Cómo haces si la inflación de este año va escalando a más de 30% y nos dejan con un presupuesto por debajo de eso? Al mes, el museo se va a mantener con lo mismo con



lo que yo aportó para mi casa”, afirma otro empleado.

CINE DOLARIZADO

En 40% disminuyó el aporte del Estado al Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. Así lo informó Iván Zambrano, presidente de la Asociación Nacional de Autores Cinematográficos, quien agregó que si bien no se han anunciado recortes en los apoyos oficiales a la producción, desarrollo de guiones y coproducciones, se verá afectada la industria local, pues los costos de los negativos se han incrementado en 30% y los de los materiales para copias en 70%. El cineasta Diego Rísquez confirmó que en efecto Kodak, principal proveedor de material cinematográfico, tenía una subvención de Cadivi para traer películas vírgenes y lamentablemente ésta ya no existe. “Digamos que todos nuestros insumos son dolarizados, y ahora todo pasó a dólar libre lo que incrementa los costos”, comentó. Afortunadamente, el sector cuenta con el Fondo para la Promoción del Cine. “Las implicaciones dependerán de cuánto sea la recaudación de Fonprocine, que el año pasado generó alrededor de BsF 30 millones; se espera un incremento para este año”, comentó Zambrano, al tiempo que informó que el aporte del Estado estuvo por el orden de los BsF 14 millones el año pasado. En el caso del resto de la plataforma del cine



Ministro Héctor Soto

(Cinemateca, Amazonia, Villa del Cine) el recorte fue de 30%.

TEATRO EN EL REFRIGERADOR

En el teatro no se produjo reducción alguna. Y es que mal podría disminuirse el aporte estatal para el sector cuando está congelado desde hace seis años. Así lo afirma Guillermo Díaz Yuma, director del Centro de Creación Artística, quien aunque está con su grupo entre los que reciben más dinero (BsF 170 mil), considera que es insuficiente para gastos operativos. Carlos Arroyo, director nacional de teatro del Instituto de Artes Escénicas y Musicales del Ministerio de la Cultura, reconoce que al no incrementarse los presupuestos se produce una compleja relación entre los grupos y los costos del nuevo país. “Sin embargo, el Estado siente que debe acompañar a la comunidad no sólo en el tema económico, sino con iniciativas de organización como Uneteatro, apoyo a la circulación de los bienes artísticos, creación del Sistema Nacional del Artes Escénicas y Musicales”.

La danza, por su parte, sufrió un recorte de 40%, según el director nacional del sector, Reinaldo Mijares. No obstante, al igual que Arroyo, piensa que la discusión no debe quedarse sólo en el tema económico.

Dubraska Falcón-Angel Ricardo Gómez
El Universal

LIBROS

El pasajero de Truman

FRANCISCO SUNIAGA
MONDADORI. COLECCIÓN LITERATURA
MONDADORI
VENEZUELA, 2008

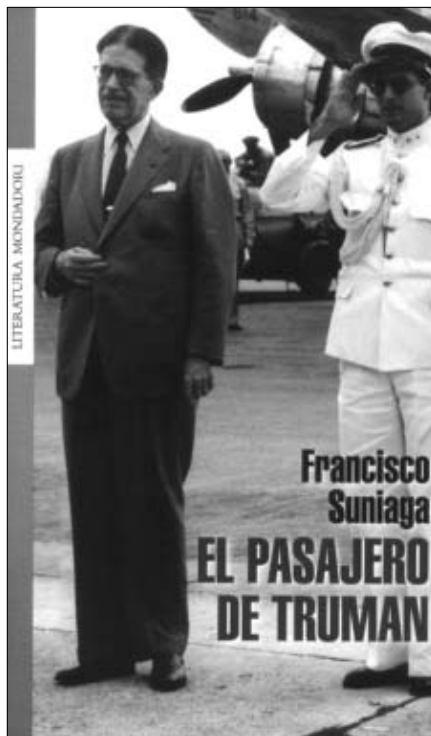
No abrigo dudas, *El pasajero de Truman* es una gran novela y una gran historia. Francisco Suniaga recrea la aventura humana del embajador Diógenes Escalante, un tachirense de los tiempos de Cipriano Castro, a quien el azar rescató del primitivismo venezolano de las primeras décadas del siglo, y le abrió las puertas de Europa. Se inició como cónsul en Liverpool, y a partir de ahí hizo carrera en las embajadas del Viejo Mundo, y en el escenario de la Sociedad de las Naciones.

En la historia venezolana del siglo XX se dieron pocos personajes como Diógenes Escalante, y, sin duda, ninguno como él con el signo de la buena fortuna y, al propio tiempo, de la adversidad. Frente a ese destino dual, Suniaga ha podido escribir una espléndida biografía del personaje; no obstante, no habría disfrutado de los privilegios de la dimensión imaginaria, porque Escalante era el protagonista propicio de una gran novela.

La ficción le ha permitido recrear al personaje y sus circunstancias, los avatares de la política, el desenlace de 1945, las implicaciones inverosímiles de la crisis de Diógenes, y remontarse, asimismo, a la amistad del embajador con aquel senador Truman tan poco conocido que iba a la residencia de Massachusetts a tomarse unos tragos, y quizás a tocar piano en la intimidad.

En la crisis de 1931, cuando los andinos descubrieron que Gómez estaba muy viejo y que el "presidente de papel" era caraqueño, trataron de jugarle una pasada al dictador. Surgió el nombre de Escalante, pero cuando lo visitó, el zamarro general no abrió la boca. El embajador se quedó con la intriga y con la idea de que, de todos modos, había estado muy cerca de lo que nunca había imaginado.

En 1941, López Contreras pensó en su sustituto, y quiso enaltecer la Presidencia con un civil. Ningún nombre mejor que su compañero de colegio, estaba lejos de



la intriga y era un hombre civilizado. López tuvo que reconocer que después de cinco años en el poder, su influencia no alcanzaba para decidir quién habría de sucederlo. Viejos militares lo pusieron en tres y dos, y le impusieron que, además de tachirense, también debía ser militar.

Cuando, en 1945, Medina Angarita piensa en su sucesor, reaparece el nombre de Diógenes. No pertenecía al sanedrín de los aspirantes del PDV que habían negado la reforma constitucional y la elección universal y directa del presidente. Escalante operó el gran milagro de unir a todos los partidos, incluido el que hacía oposición más intransigente. Medina, asediado por la candidatura de López, escogió a Diógenes porque era el gran amigo. Medina jugó con las cartas de 1941, como si le dijera a López: "Si lo querías en el 41, ahí lo tienes ahora".

Para un hombre ajeno al maquiavelismo, el dilema de enfrentar al gran amigo debió ser una de las brutales presiones que lo llevaron, junto con las de ser candidato presidencial (y recibir regalos tan venezolanos como una mula), al colapso final.

No fue, obviamente, un fenómeno repentino. La crisis venía de lejos. Uno de los momentos más admirables de la novela es aquel en que Escalante sale de la Casa Blanca, de su tertulia con su viejo amigo el presidente Harry S. Truman, y ve entrando por la misma puerta que él sale al general López Contreras, y piensa de inmediato que Truman es un truhán que lo engaña.

Francisco Suniaga se documentó en largas conversaciones con los protagonistas que rodearon a Escalante en días tan decisivos: Ramón J. Velásquez, o Román Velandia, y Hugo Orozco, o Humberto Ordóñez. El último era el secretario de Escalante en la embajada en Washington, y el primero, el secretario que Escalante descubrió al apenas leer su entrevista en *Ultimas Noticias*.

El reportero, amigo de Lola, una hermana de Escalante, logró que le confiara papeles y discursos del candidato, y con sus palabras armó la mágica entrevista, cuyo texto puede leerse en el volumen 45 de *El pensamiento político venezolano del siglo XX*, con el espectacular título de: "Ni un paso atrás en el camino de las conquistas alcanzadas". El título era ya un programa político.

Tanto el pensamiento de Escalante como el diálogo de los interlocutores son expresiones de agudeza y talento. Conviene detenerse en la tesis de la impaciencia venezolana que arranca en la historia con los "grandes cacaos". Añoro en la novela las impacencias de Rómulo Gallegos cuando demandó de Medina la verdad del trágico suspenso. El novelista escribió un bello artículo, sensible y humano: "Mi adhesión a Escalante".

El desenlace adquiere el dramatismo del candidato que se niega a concurrir a la cita presidencial "porque le han robado las camisas". Las implicaciones de la tragedia se produjeron en serie: el 18 de Octubre, la caída de Gallegos, la dictadura militar. En suma, *El pasajero de Truman* invita a pensar en la fatalidad de un país que resigna su destino al albur de un solo hombre.

Simón Alberto Consalvi

LIBROS

El mundo de Cabrujas se ríe desde el camerino

EL MUNDO SEGÚN CABRUJAS

JOSÉ IGNACIO CABRUJAS
EDITORIAL ALFA. COLECCIÓN HOGUERAS
ABRIL, 2009. 318 PP.

La más reciente publicación de José Ignacio Cabrujas, dramaturgo venezolano fallecido en 1995, contiene la risa de quien se ríe de la condición humana y por eso se sabe vigente. La obra contiene algunos artículos de opinión tomados de la prensa nacional en etapas tan importantes de nuestra historia política del siglo XX como los años previos al Viernes Negro, la depresión de finales de los 80, la decadencia del gobierno de Pérez y la gobernabilidad después de las intentonas golpistas de 1992. Muchos de sus cómplices revisaban en esos papeles viejos alguna clave jeroglífica que permitiera comprender estos años de cambio político, social y orbital. Ese “¿qué nos pasó?”, como si los cambios fuesen un autobús que alguien se perdió por desconocer la ruta. Los lectores viudos de Cabrujas aún creen que algunos horizontes fueron proyectados allí, que algún punto de fuga se esconde en las letras del articulista, ensayista distraído, mamador de gallo y creador de las ficciones más inteligentes que la telenovela local vivió.

Pero la compilación bien lo vale, aunque nunca sea suficiente, se le agradece el olor a nuevo y el formato portátil. Es un libro que reedita la nostalgia y la chispa de quien hizo protagonista de sus dramas a una audiencia en sus butacas del teatro o la sala de la casa, en la época en la que el televisor era un objeto comunal y dejaba de ser estúpido por algunas horas.

Acercarse al autor significa escudriñar en las aristas donde los poetas y los cronistas llegan primero que sociólogos, políticos y planes quinquenales: el alma de los pueblos. Vemos en Cabrujas una pluma militante, incómoda y creativa, necesaria, que pudo hacerle una autopsia a un cadáver que olía mal hacía mucho



tiempo pero tardamos en atender. Una página al azar de este nuevo oráculo de mesa de noche nos acerca a un intelectual que dialogaba con su época, que sufría de inconformismo y además retaba al aparato estatal con un múltiple nivel de discursos que hoy está extinto en nuestra prensa cotidiana: “Aquí marchamos ricos y pobres, compartiendo un territorio, en el mejor de los casos, pero fabricando al mismo tiempo dos países irreconciliables: uno que se denomina Venezuela, a falta de mejor nombre, y otro sin rótulo, un país clandestino, cuyas aspiraciones culturales nada tienen que ver con el de la inmensa mayoría”.

El libro de Cabrujas, aunque costoso porque comprar un libro hoy en Venezuela es un lujo, es una joya que sabe al olor de los caramelos del recuerdo. Desde los tiempos de *El Sádico Ilustrado* hasta los extintos *Diario de Caracas* y *El Nacional* como los conocimos, Cabrujas intercaló sus pasiones y sus miedos por un país arenoso al capricho de los vientos de las revoluciones. Quizás sí, al libro le falte la compañía de los titulares de la época, un manual mínimo del contexto que vivió, para los recién llegados a la telenovela nacional. Él mismo nos bajó el telón, pero se ríe desde el camerino.

Luis Carlos Díaz

**DISERTACIONES**

Universidad de Los Andes. Volumen I.
Número 1. Julio-diciembre 2008

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Ya está disponible en línea el primer número del *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*. Esta publicación electrónica es una revista científica, arbitrada e indexada, editada por la Universidad de Los Andes, conjuntamente entre el Departamento de Comunicación Social de la ULA Táchira y el Laboratorio de Investigación Educativa Simón Rodríguez (LIESR) de la ULA Trujillo.

Disertaciones ofrece en su primera edición los siguientes artículos: “El Periódico Escolar propicia un Ciudadano Comunicativo”, de Tomás Byrne; “El periódico digital –laboratorio, un estudio descriptivo sobre su pertinencia en la formación de periodistas”, de Patricia Henríquez y Carmen Aidé Valecillos; “Análisis de la estrategia discursiva de Hugo Chávez de cara a la creación del PSUV”, de Reinaldo Cortés, Belisa Méndez y Rosiris Materán; “La Infografía en los medios impresos. Estudio descriptivo de La Infografía en el Diario *La Nación*”, de Reinaldo Cortés e Ismar Sánchez; “Las páginas de opinión en el caso de Radio Caracas Televisión: un acercamiento a *El Nacional* y *Últimas Noticias*”, de Carmen Aidé Valecillos, Alexandra Torres y Mailé Colmenares; y finalmente, “Integración latinoamericana en la Web: Diseño de un sitio en Internet para la difusión del ALBA”, de Raquel Álvarez, Evelin Hernández, Elizabeth Montoya, Diana Cuevas y Johana Flórez.

La revista se distribuye gratuitamente por Internet y se edita en un volumen anual, distribuido en dos números, correspondientes al primer y segundo semestre del año. Además, tiene como fin difundir trabajos de investigación inéditos que se desarrollan en instituciones académicas venezolanas en el área temática de la Comunicación Social, específicamente en las líneas de: (i) Sociedad y Tecnologías de la Información y la Comunicación; (ii) Comunicación y Política; (iii) Periodismo; y (iv) Comunicación y Cultura.

REVISTAS

COMUNICAR

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN,
VOLUMEN XVI, 32.
1º SEMESTRE, MARZO DE 2009

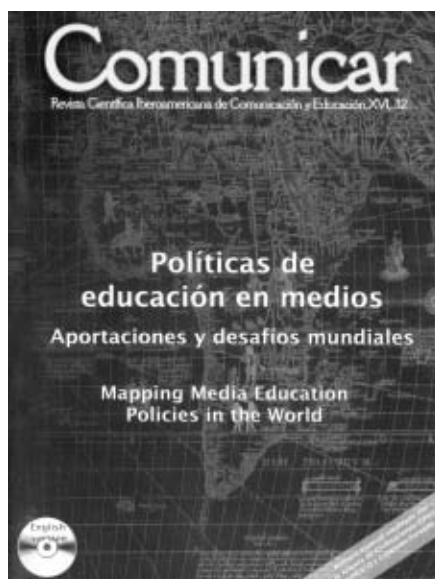
Este número especial sobre “Políticas de educación en medios. Aportaciones y desafíos mundiales” (*Mapping Media Education Policies in the World*) ha sido coeditado con la Alianza de Civilizaciones (ONU), UNESCO y Comisión Europea.

Como indica su título, por una parte pretende inventariar las líneas mundiales, si bien prevalece el contexto europeo, que se han desarrollado últimamente a partir de la toma de conciencia sobre la importancia del conocimiento y educación de los medios en la sociedad de la información, y, por otra parte, ofrece enfoques consensuados para su aplicación en las agendas públicas.

La primera parte desarrolla puntos fundamentales en la educación en medios: su definición y su competencia fundamental, así como su implementación desde una perspectiva intercultural, con temas como desarrollo y derechos humanos, como intereses principales. Sus contenidos van orientados a la buena gobernabilidad, el desarrollo económico y la ciudadanía bien informada, de acuerdo a los variados contextos culturales.

La segunda parte muestra cómo en todo el mundo, en las dos últimas décadas, han surgido transformaciones que revelan la inevitabilidad de la educación en medios y la alfabetización mediática. La educación en medios, como se demuestra en varios artículos, ha progresado a través de la investigación y de la práctica, que ha promovido diversas reformas en torno a los llamados nuevos “alfabetismos”: la representación cívica, las tecnologías de la información y la revisión del currículo.

La tercera parte del monográfico enfatiza la creciente relevancia de la educación en medios fuera de los sectores tradicionales de educación, con otros



actores involucrados, ya sea en torno a la juventud o a los medios de comunicación.

Hoy está consolidándose la convicción de que la educación es parte de las obligaciones de servicio público de radio y televisión, y la educación en medios debería encontrar su lugar dentro de esta misión. Pero el sentido de lo público también puede hallarse en los medios privados. Como señala, Salomón, el futuro de la educación en medios ha de entenderse “como parte del proceso de autorregulación” insistiendo en la necesidad de desarrollo de políticas públicas para la convergencia digital, ya que se prevé que todos los países van a aumentar considerablemente sus medios.

La educación en medios tiene el potencial de fomentar la gobernabilidad, reducir las desconexiones entre viejos y nuevos medios con diferentes niveles culturales, y ayudar a lograr los objetivos de la Declaración del Milenio, sobre todo, la erradicación del analfabetismo.



LÍBERO

Revista do Programa de Pós-graduação
da Faculdade Cásper Líbero
Ano XI. Nº 22. Dez. 2008

En esta vigésima segunda edición de la revista semestral, que cumple 11 años, se dejan entrever las dos líneas fundamentales de investigación construidas en el desarrollo del postgrado: una, referida a los profundos cambios en los procesos de producción y distribución de los contenidos mediáticos, que implican convergencia, relativización del tiempo y espacio, nuevas formas de construcción del conocimiento, nuevas sociabilidades y acceso desigual a los recursos tecnológicos; la otra, centrada en el periodismo, vocación fundamental de la Facultad Cásper Líbero, con sus interfaces con el entretenimiento.

En la primera vertiente son significativos los artículos de Renato Seixas y Katiúscia Lopes: Signo de la relación, energía, medio ambiente y comunicación; de Jean Caune, Las relaciones entre cultura y comunicación: núcleo epistémico y forma simbólica; de Cosette Castro, Las industrias de contenidos digitales en Latinoamérica: un análisis necesario.

En la segunda vertiente destacan los aportes de Carlos Acosta: Nuevas tecnologías y la enseñanza del periodismo; de Francisco Sant' Anna, Radioperiodismo en Brasil: un periodismo sin periodistas; de Eugênio Bucci, Derecho de libre expresión y derecho social a la información en la era digital.

Dado el impacto comunicacional que tuvo el mayor accidente aéreo de la aviación comercial brasileña (17 de julio de 2007), resulta aleccionador el estudio de Cremilda Medina y Sinval Medina: Representación periodística del mayor accidente de aviación comercial brasileña: grandezas y limitaciones. El mismo permite valorar la incidencia de los medios en el tratamiento de las situaciones de catástrofe, que reflejan tanto el papel de los lectores en la orientación de las pautas como las tensiones entre las políticas de los empresarios, jueces y periodistas.



Conferimiento de la Orden Andrés Bello a Antonio Pasquali

Diálogo con la obra de Pasquali

Discurso

Quisiera asumir esta perspectiva de la lectura como diálogo, más que la perspectiva del informe, para compartir con ustedes mi recepción activa de los aportes del Dr. Antonio Pasquali en la búsqueda y afianzamiento de los “valores trascendentales en nuestra sociedad”, razón que justifica el conferimiento de la Orden Andrés Bello. Y, al decir valores trascendentales en este caso no me refiero al horizonte general de la verdad que es empeño de las universidades y de toda empresa de saber teórico-práctico, sino a sus mediaciones más mundanas en la sociedad mediática.

Precisamente fue Andrés Bello, quien en su “Discurso de Instalación de la Universidad de Chile” en 1844, al centrar sus reflexiones sobre el destino de las universidades en el estado presente de la Nación Chilena, destacaba “la influencia moral i política de las ciencias i de las letras” en el conjunto de saberes para construir un país naciente (Universidad Cecilio Acosta, 2005: 24). Quiero situar en esta perspectiva la contribución del Dr. Pasquali a la academia y al país.

Culminados mis estudios de filosofía y mientras realizaba mis prácticas docentes en un liceo de Caracas, inicié los cursos nocturnos de periodismo en la primera sede de la UCAB, en Esquina de Jesuitas. Si mi generación, ya había quebrado los muros filosóficos de la escolástica y se había abierto al diálogo más amplio con la cultura moderna y específicamente laical, no podía menos que confrontar los retos de las comunicaciones y de la cultura de masas.

La Iglesia católica, a pesar del documento conciliar *Inter Mirifica*, viraje que marcaba el cambio del anatema al diálogo, tras su larga historia de posturas condenatorias y diatribas defensivas, no estaba bien pertrechada para dilucidar ética y po-

líticamente las turbulencias que se avecinaron.

Mientras la revista *SIC* se introducía tímidamente en el mundo audiovisual con las clasificaciones del bien intencionado Centro de Cultura Fílmica y la UCAB abría su Escuela de Periodismo gracias a la iniciativa de Alberto Ancízar, la distancia entre los círculos eclesiales y culturales seguía siendo abismal y había una cierta guetización que olía a sacristía.

Vivíamos la ambigüedad de quienes nos fascinábamos ante películas del neorealismo italiano, de la *nouvelle vague*, del cine tercermundista, de quienes celebrábamos con fruición las primeras transmisiones satelitales, pero a la vez teníamos que escuchar los denuestos contra una pseudocultura icónica, producida por la bohemia decadente del mundo periodístico, del *star system*, o dicho más criollamente de la farándula, y por otra parte contaminada por un cine peligrosamente subversivo.

En este clima esquizofrénico el filósofo Antonio Pasquali daba la bienvenida al nuevo mundo audiovisual, instaurado sobre todo por la cinematografía y la televisión, con un texto formativo *Antología de textos para la cátedra de información audiovisual* (1960).

En un artículo anticipatorio de 1958, incorporado a la antología, con el título “Los intelectuales y el lenguaje audiovisual”, el profesor de ética asume un compromiso intelectual que ha sostenido ardentemente hasta sus más recientes publicaciones y entrevistas, atento a las últimas innovaciones. Afirma con aires proféticos:²

La tarea del intelectual contemporáneo, de reconducir a dimensiones humanas y espirituales porciones más grandes y tangenciales del quehacer técnico, no

“La lectura de todos los buenos libros es como una conversación con las personas más interesantes...”
decía Descartes.

(Descartes, citado por Proust, p.31)

“La lectura es exactamente una conversación con personas mucho más sabias e interesantes que aquellas que podemos tener la ocasión de conocer a nuestro alrededor”
(Ruskin, citado por Proust, p.33)

“(...) Pues, la lectura, en contraste con la conversación, consiste para cada uno de nosotros en recibir la comunicación de otro pensamiento, pero siempre en soledad, es decir, disfrutando de la potencia intelectual que uno tiene en la tranquilidad (...) permaneciendo en ese pleno y fecundo trabajo del espíritu sobre sí mismo”
(Citado por Proust, p. 33)¹.

■ Jesús María Aguirre



tiene en rigor precedente en el devenir histórico del hombre (Pasquali 1960: 55).

Ahí mismo encontramos embrionariamente las derivaciones éticas de esta visión humanista, que marca su trayectoria vital con una postura coherente. Está aún por hacerse un estudio del conjunto de su obra, pero por mi parte quiero destacar algunos vectores significativos de una estrategia teórico-práctica que resumo en tres claves interrogativas:

a) ¿Cómo constituir unas ciencias de la comunicación, penetradas de la dimensión ética para la comprensión de los nuevos procesos socio-técnicos, que condicionan el espacio público?

b) ¿Qué estrategias organizar para la gran tarea continental de generar medios y formas autóctonas de expresión que den voz a los pueblos marginados o silenciados en un mundo globalizado?

c) ¿Con qué método actuar para transformar unas realidades resistentes a los cambios y obstructoras de las utopías posibles.

LA CONSTITUCIÓN DE UNAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Su primer intento va orientado, en contraposición a Mc Luhan, no tanto a dilucidar

el tema de los medios tecnológicos, sino a la comprensión de los procesos sociales comunicativos, y para ello trata de instaurar una Teoría de la Comunicación a través de un nuevo sistema categorial de la relación en los dominios sociológicos. En esta tarea se sirve de conceptos surgidos en contextos tales como la filosofía de la sociedad, la cibernética, y la teoría de la información, entre otros (Pasquali 1963: 36).

Este giro humanista en las ciencias del hombre, a despecho de las tensiones entre las corrientes positivistas e irracionistas, abrirá inéditas perspectivas de carácter ético-político tanto para el análisis de la postración cultural de nuestros pueblos como para la elaboración de políticas comunicacionales.

Desde los *Fundamentos gnoseológicos de una ciencia de la moral*, baste con seguir obras como *Comprender la comunicación*, *La comunicación cercenada*, *El orden reina*, *Bienvenido Global Village* o *Del futuro*, para sentir la omnipresencia del tema ético sea de la perspectiva de la superación de la razón instrumental, sea de la inclusión de la dimensión de la justicia entre los intercambios asimétricos entre países metropolitanos y periféricos. Los títulos de algunos capítulos ilustran esta afirmación: “Ética y comunicacio-

nes” (Pasquali: 1978), “La dimensión moral del comunicar” (Pasquali: 1998), “Comunicación cercenada, democracia menguante” (Pasquali: 1990), “Exigencia de una moral futurista” (2002), ensayo que recoge una cita inspiradora de Teilhard de Chardin para las nuevas generaciones: “en el océano misterioso de las energías morales que es necesario explorar y humanizar, se embarcarán los navegantes más audaces del futuro” (Pasquali 2002:39).

No conozco los resultados económicos de las ventas de sus libros, pero en treinta años de docencia e investigación en el área soy testigo de la impronta de su pensamiento en el desarrollo de la conciencia ética de numerosos estudiosos y profesionales de la comunicación así como en el giro socio-político de las investigaciones sobre comunicación, que inspiró las políticas públicas, tal como comprobé en un estudio biblio-hemerográfico (Aguirre 1996).

LA GRAN TAREA CONTINENTAL

Si hay algún avance notable en la epistemología de las ciencias sociales es la de la conciencia de su carácter regional. Como observa Anthony Giddens es improbable

“

Cuando en el año 1963 Pasquali escribía: “Una fuerza política en el poder que se deje corromper por presiones oligárquicas o que acate implícitamente el principio de l'état c'est moi mal puede garantizar, en efecto, la reincorporación de las más selectas élites culturales”, sin duda pensaba más en los riesgos de la plutocracia que en los de la bota militar recién sacudida

”



que en las ciencias sociales se descubran leyes universales en el sentido que se les otorgan en las ciencias naturales. Lo cual no implica sumarse al individualismo metodológico. Las generalizaciones en las ciencias sociales son de carácter histórico, es decir, están circunscritas en un tiempo y en un espacio, puesto que nacen de precisas mezclas de consecuencias buscadas y no buscadas de acción (Giddens, 1995:369).

En Pasquali, aunque no hallamos una afirmación explícita de esta índole, se la da por supuesto en su posicionamiento, es decir en su *locus* de autoreferencia intelectual y en su interés por el proyecto de integración latinoamericana.

Desde la mencionada antología hasta sus últimas obras vuelca su pensamiento al conjunto latinoamericano, no solamente como objeto de análisis sino como proyecto utópico, que posibilite la presencia significativa del continente en el proceso de mundialización.

Hay sobradas referencias desde sus primeras obras hasta las últimas sobre esta, llamémosle, obsesión latinoamericanista, pero lejos de los actuales discursos patrioterros y de las declamaciones antiimperialistas, atiborradas de interpretaciones anacrónicas del siglo XIX. En este sentido nos rememora más a Andrés Bello, que

hizo patria latinoamericana a partir de la lingüística y del derecho internacional, sin tener que escupir hacia arriba contra la pérvida Albión o insultar a los progenitores del Tío Sam.

Pasquali se mantiene en las coordenadas latinoamericanas tanto cuando escribe cada una de sus obras y ensayos sin perder la perspectiva mundial con sus desequilibrios, como cuando en su trayectoria incursiona en cargos internacionales, que incluso lo llevan a ocupar el papel de subdirector general de la Unesco para el sector de la comunicación.

A su gestión durante la fundación y dirección del Ininco, en cooperación con Luis Aníbal Gómez, Osvaldo Capriles, Elizabeth Safar, entre otros, se debieron el impulso dado a los Seminarios sobre la Investigación de la Comunicación en América Latina, la constitución de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación Alaic y la presentación del Informe Mc Bride *Un solo mundo, voces múltiples*, en Venezuela, dentro del marco de la XII Asamblea General de la Asociación Internacional de Investigadores.

Un investigador riguroso como Gómez Palacios, tras una acuciosa exploración de los autores con mayor influencia a través de medio centenar de entrevistas a exper-

tos, pone en segundo lugar a Antonio Pasquali, después de Mattelart y el grupo chileno; seguido a continuación del boliviano Luis Ramiro Beltrán, el argentino Eliseo Verón y el brasileño Paulo Freire.

Considero que, este resultado, no deja de ser admirable, dada la mala distribución de nuestras editoras nacionales y el hecho de que aún no existía Internet (Fuentes Navarro 1992: 14), y de más está decir que su proyección internacional honra al gentilicio venezolano.

LA MEDIACIÓN DE LA PRAXIS

Una tercera clave, inseparable de su pensamiento y de su método es la de la praxis transformadora. En el prólogo de la primera edición de *Comunicación y Cultura de masas* confiesa su deseo que su teoría y datos lleguen a ser “causas eficientes de una praxis concreta y reformadora” (Pasquali 1972: 37)...Pero este deseo en su caso personal será el activador de una práctica que utilizará todos los dispositivos a su alcance para aplicarlos consecuentemente.

Pocas personas que me escuchan sabrán, por ejemplo, que hace cuarenta y dos años el Dr. Antonio Pasquali y el Dr. Padre Pedro Pablo Barnola estaban reunidos en

esta universidad y en este mismo campus, debatiendo con otros colegas el Anteproyecto de Ley de Cine (Pasquali 1972: 548). Más conocido es su protagonismo en la fundación del Ininco y sobre todo en el desarrollo del Proyecto Ratelve, primer esfuerzo sistemático de implantación de las Políticas de Comunicación, que conciben la comunicación social como un servicio público y democrático (Aguirre 2005: 24).

Lamentablemente hoy como ayer, los regímenes antidemocráticos o al menos con libertad condicionada por la falta de la división de poderes, se amparan en el soberanismo informativo para justificar las acciones represivas en sus espacios internos, desvirtuando el sentido de unas políticas democráticas de comunicación.

Cuando en el año 1963 Pasquali escribía: “Una fuerza política en el poder que se deje corromper por presiones oligárquicas o que acate implícitamente el principio de *l'état c'est moi* mal puede garantizar, en efecto, la reincorporación de las más selectas élites culturales”, sin duda pensaba más en los riesgos de la plutocracia que en los de la bota militar recién sacudida (Pasquali 1972: 83). Pero hoy la historia ha revirado el contexto y algunos antiguos seguidores de Pasquali pretenden ver en las actuales políticas de comunicación la concreción de sus planteamientos, aunque dudo que el talante del doctor, más cercano al civilismo de Andrés Bello³, sea fácilmente seducible por las botas militares y los monólogos mediáticos.

UN EXCURSO FINAL

Últimamente los detractores del Dr. Antonio Pasquali han tratado de descalificarlo por sus contradicciones políticas en el campo de la comunicación, resentidos por la distancia crítica que ha asumido frente al “último dictador televisivo”, pero ello puede explicarse por el astigmatismo de los intelectuales regimentados, más proclives a aceptar consignas epitáticas que a desarrollar reflexividad comunicativa.

¿Acaso no hemos visto con nuestros propios ojos a esos intelectuales con la jactancia que da la cercanía al poder, hacerse eco del índice dedocrático, creando, y manipulando leyes en la Asamblea con el solo objeto de imponer una sola voluntad de mando? ¿Dónde queda la ética de los funcionarios cuando convierten la intuición “pienso, luego existo” en el juicio

“

Últimamente los detractores del Dr. Antonio Pasquali han tratado de descalificarlo por sus contradicciones políticas en el campo de la comunicación, resentidos por la distancia crítica que ha asumido frente al “último dictador televisivo” pero ello puede explicarse por el astigmatismo de los intelectuales regimentados, más proclives a aceptar consignas epitáticas que a desarrollar reflexividad comunicativa.

”

oportunista de “hay pienso, luego subsisto”, acompañando la solidez de los argumentos con el calibre de las amenazas de las bandas que arremeten contra los canales de TV., la Nunciatura y la Conferencia Episcopal, la Sinagoga o la Embajada de turno? ¿O es que no hemos experimentado en los mismos recintos académicos las argucias para recusar jurados menos afines y otorgar títulos doctorales fraudulentos?

Como advierte el pensador Edward E. Said, en un clima en que la “política es omnipresente” el intelectual no tiene huida posible:

Los intelectuales son de su tiempo, están inmersos en la política de masas de las representaciones encarnadas por la industria de la información o los medios, y únicamente están en condiciones de *ofrecer resistencia a dichas representaciones poniendo en tela de juicio* las imágenes, los discursos oficiales y las justificaciones del poder vehiculadas por unos medios cada vez más poderosos –y no sólo por los medios, sino también por líneas completas de pensamiento que mantienen el statu quo y *hacer que los problemas actuales sean contemplados desde una perspectiva* aceptable y sancionada–, ofreciendo lo que Mills denomina visiones desenmascaradoras o alternativas, *en las que, por todos los*

medios a su alcance, el intelectual trata de decir la verdad (cursivas nuestras) (Said 2007: 40).

He pretendido exponer ante ustedes las resonancias que la lectura del Dr. Antonio Pasquali, como intelectual de la comunicación, ha ido suscitando en mí y en otros colegas con ecos similares, aunque sin pretender ser su intérprete, sobre todo cuando todavía tiene mucho que decir entre nosotros, quienes aspiramos a un con-saber y con-vivir democráticos.

Ustedes tienen la palabra.

REFERENCIAS

- AGUIRRE, Jesús María (1996): *De la práctica periodística a la investigación comunicacional*. Fundación Polar y Ucab.
- Revista *Anuario ININCO* (2005): “Democratizar la comunicación: el caso Venezuela”, en, N° 17, pp.17-38.
- BELLO, Andrés (2005): *Discurso de Instalación de la Universidad de Chile*. Maracaibo: UNICA.
- GIDDENS, Anthony (1986): *Constitution of Society*, Polity Press, Cambridge (versión en castellano, Ed. Amorrortu, Bs.As.).
- ININCO (1976) *Proyecto RATELVE. Diseño de una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*. Ed. Suma, Caracas.
- PASQUALI, Antonio –comp. – (1960): *La información audiovisual. Antología de textos*. Ed. EBUCV, Caracas.
- ____ (1963): *Fundamentos gnoseológicos para una ciencia de la moral*, EBUCV, Caracas.
- ____ (1963y1972): *Comunicación y cultura de masas*. Monte Avila Editores.
- ____ (1967): *El aparato singular: análisis de un día de TV*. Monte Avila Editores.
- ____ (1978): *Comprender la comunicación*. Monte Avila Editores.
- ____ (1990): *La comunicación cercenada*. Monte Avila Editores.
- ____ (1991): *El orden reina*. Monte Avila Editores.
- ____ (1997): *Bienvenido Global Village*. Monte Avila Editores.
- ____ (2002): *Del futuro*. Monte Avila Editores.
- SAID, Edward W. (2007): *Representaciones del intelectual*.

Notas

- 1 PROUST Marcel (2005): *Sobre la lectura*, Libros del Zorzal.
- 2 SOCORRO, Milagros (oct.-nov. 2006): entrevista a Antonio Pasquali, en revista *VEINTIUNO*: “Internet ha realizado la utopía del todos emisores”, p.16;
- 3 GIUSTI, Roberto (2009): Entrevista a Antonio Pasquali, en el diario *El UNIVERSAL*, p.1-2
- 3 Véase la obra de Iván Jaksik en que se resalta al aporte de Bello a la institucionalización de los estados nacientes: *Andrés Bello. La pasión por el orden*. Bid&co.editor. UCAB, 2007.

Palabras de Antonio Pasquali al conferírsele la orden Andrés Bello

Pasé largos momentos buscando la palabra justa y breve para agradecer a la Universidad, a la Orden y a todos ustedes este generoso gesto. No la encontré, y me excuso. Les diré llanamente que recibo con mucha gratitud este honor que me otorga una Institución moral e intelectualmente pulcra, honra del país. El recipiendario se queda con la consabida mixtura de sentimientos contradictorios, entre la satisfacción narcisista y el preguntarse si realmente se lo merecía. Agradezco al Presentador doctor Aguirre su amistosa emboscada, el haberme obligado a mirarme en ese espejo que fue su generosa intervención, que de paso me permitió constatar por enésima vez cuán necios son esos extravíos de la razón llamados horóscopos: su espejo reflejó la imagen, en la que me reconocí, de un perseverante testarudo, todo lo contrario de cuanto se nos atribuye a los geminianos.

Señor Rector, Señoras y Señores,

En realidad de verdad, como amaba afirmar mi maestro García Bacca, daría por sentado que el significado más profundo de la honorificencia que recae en mi persona en esta precisa coyuntura histórica, es que ella expresa el reconocimiento a una causa más que a un individuo, por lo que me apresuro a compartirla espiritualmente con todos quienes me tocó interactuar y dialogar, que fueron y son parte sustantiva de lo que pude ser y hacer. La causa premiada a la que me refiero es la de los muchos –y en Venezuela, lo digo con orgullo, somos más numerosos que en otros lares– que hemos dedicado nuestras vidas a exigir se practique con justicia distributiva ese derecho universal siempre escamoteado que Lafayette definió una vez por todas en 1788: *la libre communication des pensées par tous les moyens possibles*, la libre comunicación de las ideas por todos los medios posibles; un postulado práctico que no se limita a pautar una deontología periodística o a medir políticas democráticas, sino que se yergue como principio ontológico de mi ser social, condición de posibilidad de mi relacionalidad con el otro. ¡Dura faena la de asegurar la Libertad y el Pluralismo comunicacionales del Artículo 58 de nuestra Constitución en las ti-



nieblas de una oscurantista dictadura mediática presidencial, frente a un proceso masivo de intoxicación ideológica y en medio de las más estridentes desigualdades, en que unos son compulsivamente degradados, humillados a la autocensura o silenciados, y otros pueden hablar en cadena a todo el país a razón de 46 minutos diarios durante diez años! Es por esta razón que sin la menor retórica agradezco profundamente a la Orden y la UCAB la deferencia que recibo: por su valiente y alentador significado político, porque ustedes han podido condecorar a otros pero eligieron a quien abrazó esa causa y esos valores libertarios, y enfrenta con las solas fuerzas de la razón los estragos de una comunicación hipercomercializada y degradante ayer, y hoy el horror de una comunicación gubernamental unidimensional, en dosis tóxicas, enmudecedora y sembradora de odio entre venezolanos. Si mi argumento no condujera a la paradoja y el malentendido, debería incluso felicitarlos por estarme condecorando, porque al hacerlo ustedes muestran al país que están claramente alineados con la causa de la democracia en comunicaciones, se constituyen para todos nosotros en importante estímulo a seguir luchando por ella, y lanzan una esperanzadora señal a la opinión pública de que no habrá claudicaciones con valores humanistas y sociales, morales y políticos que consideran no-negociables.

Señor Rector, Señoras y Señores,

Vistos los criterios que rigen el otorgamiento de la Orden que hoy recibo de esta ilustre Universidad, creo que debo concluir mis breves palabras con un “credo” personal acerca del principio epistemológico que ha sido mi norte a lo

largo de toda mi vida de investigador y de servidor público internacional y nacional. Sin ser insensible a los aportes de la sociología, de la política, de la economía o incluso de grandes corrientes del pensamiento contemporáneo, varios de los cuales atesoré con provecho, siempre abordé la Comunicación desde el ángulo de la Filosofía Moral y de sus principales categorías, que son todas categorías de la Relación. ¿Cuál es la razón profunda del estrecho parentesco que siempre he creído ver entre Comunicación y Moral, por qué las considero tan consustanciales? Porque ambas conciernen el reino de la Relacionalidad a escala antropológica, de la Intersubjetividad, pudiendo incluso llegar a afirmarse que así como en el pasado hubo morales de la virtud, de la coexistencia negociada o de la utilidad, nuestra época es la de una moral comunicacional. No sólo por el nudo hecho del incommensurable peso que tienen hoy las comunicaciones, para las que gasta la humanidad el trece por ciento de las riquezas que produce anualmente, sino por constatar que la parte mayor de la relación humana es hoy mediatizada por tecnologías, lo que lleva pronto a constatar que el control de dichas tecnologías es *ipso facto* control de mi relación con el otro, y que un predominio de comunicación vertical, impositiva y esclavizadora es causa más que efecto de una relación social despótica. Todos los grandes sistemas morales, todas las grandes utopías de la humanidad, fueron hermenéuticas de una relacionalidad humana pacificada; el sumo Platón pudo así sentenciar que la virtud suprema, era *Dikaíosúne*, la Justicia, una virtud de relación, de convivencia. Hoy, nuestro principal ámbito de relacionalidad y de intersubjetividad es el de la Comunicación, lo que reconfirma el estrecho parentesco entre Moralidad y Comunicabilidad y la necesidad de erigir o reconstruir en la intersubjetividad, en la persona, en el comunicador, en nuestros portavoces vicarios los baluartes de la reciprocidad y el respeto mutuo, principales garantías de sociedades libres y abiertas.

Muchas gracias

Miércoles 10 de junio de 2009.

Galería de Papel



Galería de Papel. Rivoltare. Dayana Santiago y Germán Sandoval. 2009

RIVOLTARE

Desde el 2006, Dayana Santiago y Germán Sandoval, bajo el nombre de *Rivoltare*, han colaborado en un cuerpo de trabajo plástico interdisciplinario, que incluye escultura, gráfica, fotografía e intervenciones sociales.

El psiquiatra existencialista suizo Ludwig Binswanger, analiza la esencia del ser dividiéndola en tres partes: el mundo de las cosas, el mundo de las relaciones y el mundo de las auto-relaciones. Para esta oportunidad se ha planteado la combinación en el trabajo de estos tres ámbitos. En este sentido, dando una importancia al espacio y su construcción, esta propuesta está profundamente intervenida por el contexto en el cual fue realizada, considerando el trabajo intrínsecamente unido al *lugar* en un sentido intimista y social. El *lugar* es definido en términos tanto de espacio como de tiempo, convirtiendo su relación con el cuerpo en soporte.

El cuerpo como soporte en la contemporaneidad del arte, es un tema que ha incluido al contenido de la obra del artista, sus capacidades perceptivas en relación a la sensorialidad de su cuerpo. En este caso se añaden las connotaciones del tatuaje, como incisiones permanentes que mantienen al artista vinculado con la obra y sus procesos creativos. Éstos, de alguna manera, funcionan como notas a pie de página de lo que el artista es. Inclusive con objetos como botas, sillas o hasta un martillo, este compromiso del espacio íntimo con la difusión pública se muestra como una progresión del proceso de producción.

Tendrá en este sentido mucho que ver la evolución que sufren los medios comunicativos propios de la revolución informática contemporánea, así como la expansión que domina las prácticas de diseño, publicidad y demás empresas dedicadas a la imagen con la definición de la construcción discursiva de la realidad, así como los



mecanismos de elaboración de matrices de conocimiento, en este caso referidas a la imagen y su difusión. Este fenómeno tiene un carácter fundamental en la elaboración de discursos contemporáneos, procurando una expansión de las prácticas estéticas que es, en principio, una de las necesidades, para nosotros, de esta producción editorial.

El aumento en el campo de acción de estas prácticas estéticas, incide directamente en la interpretación del arte y de lo que consideramos real. La estatización de la vida representa un triunfo de la banalización, aunque éste, por su mero fundamento estético, sea ingenuamente considerado superficial, como si no conllevara consecuencias fundamentales sobre las formas de nuestra experiencia. Aun así, los desarrollos artísticos con contenidos más genuinos no perderían su validez más allá de la imagen, ni mucho menos perderían su carácter comunicacional y reflexivo.

Dayana Santiago y Germán Sandoval

Rivoltare, 2009

<http://rivoltare.tumblr.com/>



- Cesarismo mediático
- Opinión pública en Venezuela: ¿hay razones para la esperanza?
- Chávez-Lovermark
- 10 años de imagen en la Venezuela revolucionaria
- ¿El gran comunicador?
- Mel Zelaya, Michael Jackson y el hiperliderazgo de Chávez: crónica de un mes con Aporrea
- Romper la casa del nosotros
- El proceso político bolivariano en la revista *Comunicación* (1998-2008)
- La democracia en Venezuela: ¿apoyo difuso?
- Internet y su influencia en la opinión política de los venezolanos
- Pobreza en la prensa venezolana: representaciones estacionarias
- Balance de diez años en *Comunicación*
- Conferimiento de la Orden Andrés Bello al Dr. Antonio Pasquali