

El Estado-Comunicador y su especificidad

Diagnóstico inacabado y estrategias

Resumen

Los trazos del mapa que intenta explicar la estructura comunicacional del Estado venezolano encuentran en este artículo un reflejo para su comprensión. Los signos de los tiempos ubican al país en medio de una transformación política que implica una pugna entre el Gobierno y los medios de comunicación en las que el primero se impone por la vía legislativa, económica y de fortalecimiento de los medios alternativos. El autor revisa cómo se ha gestado la construcción de un “Estado comunicador” desde su plataforma mediática para la proyección ideológica.

Abstract

This article seeks to provide a roadmap for understanding the communications strategy of the Venezuelan state. The country is in the midst of a political transformation which includes a struggle between the government and the media in which the former seeks to impose itself through legislation, economic power and the strengthening of the “alternative” media. The author relates the gestation of a “communicational state” through the use of the government’s media platform to project itself ideologically.

Hay situaciones que son moralmente inaceptables(...) ¿Qué pasó y cómo nos pasó a nosotros?

Hay cosas que no se entienden y gente que todavía reclama un sentido, aunque sea insuficiente.

BEATRIZ SARLO

No ha habido en la historia de Venezuela ni en la del continente, una operación de propaganda como la que ha puesto en marcha el chavismo. Estoy diciendo que no lo hicieron Perón, Fidel Castro ni Torrijos, ninguno de los líderes populistas que mejor han entendido el asunto de la propaganda. La inversión propagandística del chavismo es la más grande de la historia de América Latina. Y, a la vez, es la inversión más equivocada.

AQUILES ESTÉ



Los acontecimientos del 11 de abril de 2002, y todas sus consecuencias y derivaciones, desataron la necesidad de que el Gobierno se dotara de una plataforma mediática que fuera capaz de hacer frente al paisaje de medios privados/comerciales que hasta ese entonces habíamos conocido. En aquel momento, 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 y son contrarios al proyecto político gubernamental. Pocas y raras excepciones encontrábamos, seguimos encontrando, de sentido contrario, es decir, de apoyo abierto y franco al proyecto político bolivariano. La minusvalía gubernamental en materia de medios de comunicación era evidente, como era excesivamente visible el dominio del sector privado y además concentrado en pocas manos.

Pero después de los sonados sucesos de abril de 2002, de la experiencia que ellos dejaron en el sentimiento gubernamental, se empezaron a minar las bases del paisaje mediático que nos era cotidiano. Incluso, los pocos medios con los que contaba el Gobierno en funciones de Estado se verían, de pronto y con verdadera eficacia política, remozados con nuevos equipos y significativos presupuestos. Si hasta ese entonces la *Radio Nacional de Venezuela* y el único canal de televisión con el que contaba el Estado venezolano estaban, desde hacía mucho tiempo, en “terapia intensiva”, ahora se iniciaría toda una línea de modernización y “adecentamiento tecnológico” para hacer del Estado un comunicador ideológico a considerar y tomar en cuenta. Se empezaba a fraguar la novedosa experiencia de conformación de un Estado-Comunicador. La idea, expresada desde sus inicios por diversas voces del Gobierno, no era por los momentos darle forma y estructura a una plataforma de medios alternativos en referencia cultural y educativa y de verdadero servicios público. La estrategia era clara y lo sigue siendo en el sentido de que el Gobierno tiene la necesidad de visibilizar su imagen de “gobierno revolucionario” en todo lo que hace y proyecta a nivel nacional, latinoamericano e internacionalmente. Pero el objetivo no es solamente de proyección de imagen, es también de confrontación ideológica con los sectores internos que se le opongan y enfrenten a través de la “guerra informativa” y de opinión pública que se ha instaurado en el país desde el momento mismo del triunfo del teniente coronel Hugo Chávez Frías.

“

En nuestro país los medios son tolerados y se les permite intervenir en política y hasta criticar ferozmente, no hay un Estado absolutamente represivo y totalitario, pero la represión y los signos de ella se evidencia con la presencia de todo un arsenal jurídico que va dirigido de manera directa a establecer evidentes medidas restrictivas y de supervisión

”

La política de estos años de “proceso bolivariano” se ha instalado en la calle como nos dice repetidamente la historiadora Margarita López Maya, pero también ha encontrado un espacio de representación como son los medios de comunicación. Información y contrainformación, verdades y mentiras, manipulaciones y exageraciones, ideologías enfrentadas, la presencia de una gramática de violencia... han sido los signos mostrados para desestabilizarse mutuamente y en donde el juego político se ha pervertido y se sigue pervirtiendo. Nada ha cambiado, o muy poco.

En fin, estamos en presencia de *profundas mutaciones* del paisaje comunicacional que nos era conocido a nuestras visiones, pero este nuevo paisaje ha trazado unos círculos perversos con nuestros sentidos y conocimiento acerca del rol del Estado en materia comunicacional y cultural. Pero la confusión también se ha instalado en otros asuntos ligados o no al ámbito de la comunicación e información, así en relación con la significación en el presente venezolano de la comunicación popular y comunitaria, incluso de la comunicación ciudadana; con la imaginación política y su quehacer en términos del espacio comunicacional; con la idea que veníamos teniendo sobre la función

de servicio público de los medios en manos del Estado; el sentido de la publicidad y propaganda gubernamental; y hasta el rol de los profesionales de la comunicación se ha puesto a prueba como nunca y...paremos de contar porque la lista es un largo etcétera. Podemos afirmar, ya no como hipótesis, sino como certeza, que si los medios son constitutivos de la manera nueva de ver al país y al mundo en su plenitud; hoy, en la realidad del presente venezolano, ellos actúan como mediaciones entre los distintos procesos que vivimos día a día y éste es tan cierto para un lado como para el otro. Pero en el caso del aparato gubernamental los medios y la mass-mediación que imponen se ha convertido en pieza clave y fundamental para la representación del Gobierno y la imagen del Presidente, de su proyecto político, de sus aspiraciones y hasta de sus apetencias.

Hoy, el actual Estado tiene claridad sobre la significación estratégica de los medios de comunicación como lugar para la política y la confrontación ideológica. Esto se pone en evidencia no sólo en el sentido de sus acciones y medidas frente al aparato comunicacional privado, sino en la creación de toda una estructura o plataforma comunicacional que sea capaz de enfrentar al “enemigo” (tanto interno como externo) y a la vez irradiar a través de la cultura de masas el proyecto y proceso político-ideológico que se desea instaurar o que está en la imaginación del Presidente y sus más allegados. Así, la estrategia se corresponde fielmente con los moldes del Estado fascista¹. El brasileño Renato Ortiz² nos narra lo que fue el papel autoritario del gobierno de Getulio Vargas desde su instauración en 1934 con la idea del “Estado Nuevo” y en donde los llamados “intelectuales orgánicos del gobierno” afirmarán “que los medios de comunicación no deben pensarse como simples medios de diversión sino como armas políticas sometidas al control de la razón del Estado”³. Y el mismo Ortiz nos dirá que “por eso hay un lapso entre el discurso y la realidad, entre la intención y la realización”⁴.

TOLERANCIA REPRESIVA

Con esta construcción H. Marcuse quería decir que en algunas sociedades el poder permite cierto desarrollo y libertad, es decir, lo tolera pero siempre está presente la amenaza antes cualquier “desvarío” que afecte al poder. En nuestro país los medios son tolerados y se les permite intervenir en política y hasta criticar ferozmente, no hay

un Estado absolutamente represivo y totalitario, pero la represión y los signos de ella se evidencian con la presencia de todo un arsenal jurídico que va dirigido de manera directa a establecer evidentes medidas restrictivas y de supervisión, o la presencia de variadas formas de contención y de confrontación que provienen del mismo Gobierno o que son alentadas desde el espacio gubernamental y que diversas fuentes⁵ han logrado identificar a través del seguimiento de sus acciones:

- Uso indiscriminado de las cadenas por parte del Poder Ejecutivo (especialmente la voz e imagen del Presidente de la República. La experiencia también se ha empezado a dar en las distintas regiones del país por iniciativa de los gobernadores militantes en el llamado “oficialismo”).

- Menciones denigrantes o intimidatorias contra personas e instituciones de la oposición. Los medios de comunicación han sido, de manera frecuente y regular, el centro del ataque.

- Agresiones contra reporteros y representantes de los medios durante el cumplimiento de sus funciones.

- Inacción de las autoridades.

- Ataques directos con explosivos a los medios y destrucción de instalaciones. Cercos contra medios privados.

- El uso de recursos administrativos con medidas de presión. Estos recursos han sido dirigidos muy especialmente, por parte de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), hacia los medios radioeléctricos.

- Desatención de medidas cautelares expedidas por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) a favor de profesionales de la comunicación y de medios de comunicación privados.

- Atropellos y violencia sostenida cometidos por subordinados del Poder Ejecutivo.

- Retiro de publicidad oficial de medios confrontados con el Gobierno.

- Ataques contra reputación de periodistas y amenazas.

- Impedimentos, de diversa índole, para cubrir ciertos actos oficiales a profesionales de la comunicación de medios privados. De esta forma se dificulta el acceso a la información pública.

- Sesgo informativo en medios del Estado.

Es claro entonces, visto todas esas formas de actuación por parte del Estado que se dice democrático, que estamos ante un panorama irracional que atenta peligrosa-

“

Ese “por ahora” pronto se convertiría en lema político. Vendría luego el 6 de diciembre de 1998 cuando el candidato Hugo Chávez Frías se convierte en el nuevo Presidente de la República y allí se muestra un pequeño mundo de relaciones con algunos medios de comunicación impresos y televisivos, siendo los más próximos el diario El Nacional y Venevisión

”

mente contra un ideal de democracia. Es decir, a mayor racionalidad en las actuaciones del poder político en manos del Estado-Gobierno mayor democracia y viceversa. En ese sentido es bueno apuntar lo que expone el jurista mexicano Rodolfo Vásquez cuando afirma que

No todo Estado es ‘estado de derecho’, incluso más ‘no todo estado *con* derecho es un estado *de* derecho’. Una de las características de los estados modernos es, precisamente, su organización a partir de un sistema jurídico que delimite funciones y que permita la resolución de conflictos en el seno de la propia sociedad. Sin embargo, esta vocación de legalidad puede ser perfectamente compatible con estados dictatoriales o autoritarios. La mera existencia empírica de un ordenamiento jurídico no garantiza *ipso facto* un estado de derecho. Para que éste sea posible se deben satisfacer cuatro condiciones internas que resumiría en las siguientes: 1. Primacía de la ley; 2. Respeto y promoción de los derechos fundamentales; 3. Control judicial de constitucionalidad; y 4. Responsabilidad de los funcionarios. Todas ellas condiciones necesarias y, en su conjunto, suficiente para que exista un estado de derecho, y no cualquier estado de derecho, sino (...) un estado *liberal igualitario* de derecho.⁶

Así están las cosas. Es evidente, y no es la primera vez que lo apuntamos, que los medios privados han cometido excesos y que muchas veces la tan “sobada” libertad de expresión ha sido la excusa a esgrimir para cometer evidentes manipula-

ciones informativas y de opinión, o que los medios han sido actores políticos, pero eso no es razón suficiente para que un Gobierno en funciones de Estado haya iniciado desde hace ya un buen tiempo toda una escalada de “guerra” abierta para confrontar a los medios y a los profesionales de la comunicación. Me atrevería a decir que el propio Gobierno es totalmente corresponsable de la confrontación que se vive en diferentes espacios, y muy especialmente en el espacio de los medios. Es lo que nos dice Umberto Eco sobre la prensa, pero que podemos extender a los medios en general:

La función del cuarto poder es, sin duda, la de controlar y criticar a los otros tres poderes tradicionales (junto con el poder económico y el que representan partidos y sindicatos), y puede hacerlo en un país libre, porque su crítica no tiene funciones represivas: los medios de masa sólo pueden influir en la vida política creando opinión. Los poderes tradicionales no pueden controlar y criticar a los medios de comunicación, como no sea a través de los medios de comunicación; de otro modo, su intervención se convierte en sanción, o ejecutiva, o legislativa o judicial; lo cual puede suceder sólo si los medios de comunicación delinquen, o parecen configurar situaciones de desequilibrio político e institucional. Pero como los medios de comunicación y, en nuestro caso, la prensa, no pueden estar exentos de críticas, es garantía de salud para un país democrático que la prensa pueda cuestionarse a sí misma.⁷

Con todo, esa idea no es fácilmente asimilable para ninguna forma de poder, y se la ha hecho más difícil asimilarla al poder político que hoy representa al Estado en Venezuela.

LA CONFRONTACION SE CONVIERTE EN MEDIO

La figura del presidente Hugo Chávez, desde que se lanzó a la carrera política ha estado de alguna manera signada por las cámaras de televisión, los micrófonos y el mundo del periodismo. No hay más que recordar los 73 segundos de su alocución en el momento de la entrega de las armas porque “por ahora” -como dijo- el golpe de Estado había fracasado (4 de febrero de 1992). Ese “por ahora” pronto se convertiría en lema político. Vendría luego el 6 de diciembre de 1998 cuando el candidato Hugo Chávez Frías se convierte en el nuevo Presidente de la República y allí se muestra un pequeño mundo de relaciones con algunos medios de comunicación impresos y televisivos, siendo los más próximos el diario *El Nacional* y *Venevisión*. Ambos medios cubrieron con gran despliegue el triunfo del teniente coronel.

Igualmente, el nuevo Gobierno que se inauguraba contaría entre sus filas de militantes, simpatizantes y curiosos a un buen nutrido grupo de periodistas que luego pasarían, algunos de ellos, a ocupar cargos ministeriales, algún curul en lo que era el Congreso Nacional, o puestos claves en los medios del Estado, y otros se mantendrían esparcidos por distintos medios siempre dispuestos a defender el proyecto político, pero sobre todo el “proceso” que se inauguraba en el país. En ese entonces no se veía en el panorama por venir una confrontación con los medios de la magnitud que hoy conocemos. Había tensión con gran parte de los medios, siempre la ha habido, pero esas tensiones no hacían ver el choque que pronto comenzaríamos a presenciar.

El país y la sociedad toda descubre a un Presidente de la República poco tolerante con las críticas y la disidencia. En la medida que esas críticas se van haciendo cada vez más frecuentes ante un estilo muy particular de dirigir al país; ante la falta de experiencia política en el manejo de la ‘cosa pública’; por los largos discursos al estilo de un Fidel Castro; por las referencias personales, hasta contradictorias a veces, como expresión de política pública; por los análisis y críticas que se le hacen a la nueva Constitución; por las primeras escaramuzas de corrupción estando al frente militares y personas muy allegadas a la figura presidencial; ante la idea, tímidamente esbozada todavía, de querer construir en Venezuela una sociedad socialista... y un largo etcétera, el verbo del Presidente se fue haciendo cada vez más agresivo, polarizante y excluyente. “Sin duda, el discurso descalificador y excluyente es el más venenoso (...), Chávez no ahorra calificativos a la hora de enfrentar a sus oponentes políticos”⁸.

Si alguna fecha tenemos que apuntar y que marcará el punto de quiebre definitivo con gran parte de los medios de comunicación, ésta pudiera ser el 27 de junio de 2001 en ocasión del Día del Periodista. Allí, el Presidente de la República marcará distancia, incluso con aquellos medios que lo habían visto como una ‘esperanza’, expresando “(...) que he sostenido un complejo sistema de relaciones con los medios de comunicación social como parte de un choque histórico”. Recordemos que antes de esas palabras el Presidente, ya fuera en alguna de sus largas cadenas presidenciales o en su programa dominical *Aló, Presidente*, había hecho referencias denigrantes e insultantes contra el diario *El Nacional* y *El Universal* en las figuras de sus editores

“

Aspectos que tienen que ver con la censura previa, el vilipendio, la difamación e injuria, la reputación, la privacidad, la debida transparencia que debe acompañar a los actos públicos, la información libre y visible, la responsabilidad de los medios y los periodistas, la imagen de los funcionarios públicos y otros están en el centro de la polémica mostrando cuán distintos son los caminos por los que circula el análisis

”

Miguel Enrique Otero y Andrés Mata respectivamente, alusión directa al director ejecutivo de *Globovisión*, Alberto Federico Ravell. Llegó hasta a meterse con el caricaturista Pedro León Zapata porque simplemente no le había agradado una de sus caricaturas que hacía alusión crítica al Gobierno y el mundo militar. Los ejemplos se van repitiendo hasta llegar a los actuales momentos y así vamos viendo cómo los medios resultan los enemigos y culpables de que el “proceso” no avance todo lo que debería avanzar –según palabras de muchos funcionarios públicos e incluso de gente cercana al Gobierno- y se va poniendo en evidencia una diabólica, además de sutil, estrategia que va cercando poco a poco a la libertad de expresión, a la libertad de opinar y hasta hace visibles los resortes de la autocensura. Daría la sensación, después de ver cómo la *confrontación* se ha convertido en medio gubernamental y especialmente presidencial, de que este Gobierno juega al miedo de los venezolanos y de los medios. Y volvemos a repetir algo que ya dijimos antes: el Presidente de la República y el Gobierno que él representa es corresponsable de las situaciones de polarización y de confrontación que vivimos los venezolanos y donde los medios se han convertido en piezas claves y caja de resonancia de la mediación social y política del presente.

CONSTRUYENDO EL ESTADO-COMUNICADOR

Ante la *imposibilidad* de que el actual Gobierno se pueda “hacer” con el complejo sistema de medios controlándolos de manera absoluta, ha escogido dos vías que el tiempo medirá el grado de efectividad de cada una de ellas, aún cuando ambas se han puesto a operar de manera casi paralela.

Una de esas vías, como ya apuntamos antes, es la jurídica, es decir, dotar al Estado de todo un instrumental de leyes que en ocasiones pueda accionar de acuerdo a los niveles de control y censura que se requieran. No es la presencia del Estado-Censor o el Estado-Represor tal como lo habíamos conocido fuera y dentro del país, es la figura de un Estado-Legalista que en “situaciones extremas” tiene el mandato de la Ley que le obliga accionar jurídicamente y judicialmente medidas. De igual manera, ante unas instituciones como la judicial que han sido secuestradas de forma descarnada y visible, es el recurso de la sentencia por parte del Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) o de cualquier juzgado o de medidas provenientes y solicitadas desde la Fiscalía General de la República las que se ponen en práctica para cercenar o limitar dosis importantes de libertad de expresión y de información. Los ejemplos más significados, por su trascendencia en el ejercicio libre del periodismo y en las consideraciones sobre el Derecho a la Información, han sido la sentencia 1.013 (junio de 2002) del TSJ elaborada por el magistrado Jesús Eduardo Cabrera; la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte, diciembre de 2004); la sentencia 1.942 (julio de 2003) de la Sala Constitucional del TSJ; la Ley de Reforma del Código Penal (marzo de 2005) y la decisión judicial del Juez Sexto de Control (enero de 2006) en donde se prohíbe a los medios publicar información privilegiada sobre el caso del Fiscal Danilo Anderson ya que esa información es competencia del Ministerio Público y no de los medios de comunicación. Estas medidas, como ya se ha dicho, han tenido consecuencias para el ejercicio del periodismo y para la actuación de los medios frente al poder político actual. Aspectos que tienen que ver con la censura previa, el vilipendio, la difamación e injuria, la reputación, la privacidad, la debida transparencia que debe acompañar a los actos públicos, la información libre y visible, la responsabilidad de los medios y los periodistas, la imagen de los funcionarios

públicos y otros están en el centro de la polémica mostrando cuán distintos son los caminos por los que circula el análisis. Es que no podría ser de otra manera, ya que los intereses en juego son distintos y raras veces se encuentran o los actores en acción no quieren que se encuentren. Es la exacerbación del debate y es esa "(...) exacerbación la que lo vacía de cualquier efecto, es decir, produce como único efecto de conjunto el envenenamiento de la lucha política (...) Se turba la opinión pública, y ésta es fundamentalmente escéptica. El resultado final, también allí, es el envenenamiento de la lucha política"⁹.

El otro camino que ha seguido el Gobierno es la estructuración de una plataforma de medios preparada, justificada además, para la contrainformación, la guerra informativa y la confrontación ideológica. Quien fuera viceministro del Ministerio de Comunicación e Información (MCI) William Castillo, lo llegó a decir sin tapujos:

(...)en los años 2001-2002 cuando comienza la agudización de la crisis política en Venezuela surge en el Ejecutivo el interés por replantearse el tema de los medios, por razones muy claras; es un Gobierno que está sometido a una guerra mediática implacable, a un bombardeo mediático que evidentemente lo obliga a tener que dar respuesta y se encuentra con unos medios que no estaban preparados para eso. Y allí surgen algunas iniciativas(...)Una vez sucedido el golpe de estado y recuperado el poder político, pero entrando en una fase de crisis política muy intensa, los medios oficiales asumieron el rol de defensa política del Gobierno, sin ambages, sin cortapisas, claramente asumido de manera consciente y necesaria.¹⁰

Cuando Hugo Chávez Frías llega al Gobierno se encuentra con un escenario de medios públicos más bien pequeño y reducido a casi escombros en materia de infraestructura tecnológica, además de exhibir una programación de muy baja calidad y de escasa sintonía. Para 1999 el parque público de medios apenas contaba con la señal de *Venezolana de Televisión (VTV)*, una señal radial en amplitud modulada (630 AM) para el centro del país y una señal en frecuencia modulada (91.1 FM). Además de la agencia de noticias oficial *Venpres*.

Sin embargo, el panorama cambiará drásticamente no sólo en cantidad de medios de propiedad directa del Estado, sino en el volumen de medios que llamaremos para-estatales ya que nacen por iniciativa del Gobierno quien los aupa jurídicamente, publicitariamente y además los ayuda en la compra de los equipos requeridos para su instalación e inmediata puesta

“

No es posible saber si existe claridad conceptual en el Gobierno acerca de lo que debe ser una política pública en materia de comunicaciones, pero lo que sí es evidente y no requiere de muchas comprobaciones empíricas es que para el aparato gubernamental la política comunicacional tiene la naturaleza de ser una estrategia más bien ideológica

”

en producción. Al igual que no podemos olvidar el conjunto de cadenas presidenciales y el programa dominical *Aló, Presidente*. Esta estructura mediática pronto será ampliada con nuevas iniciativas y alcances hasta configurar un Estado-Comunicador sin precedentes en la historia republicana del país, y nunca conocida en gobierno alguno en la América Latina. En tal sentido, la política comunicacional del actual Gobierno se conforma desde el propio concepto que alude a la idea de una política comunicacional gubernamental y no estatal. No es posible saber si existe claridad conceptual en el Gobierno acerca de lo que debe ser una política pública en materia de comunicaciones, pero lo que sí es evidente y no requiere de muchas comprobaciones empíricas es que para el aparato gubernamental la política comunicacional tiene la naturaleza de ser una estrategia más bien ideológica y de confrontación en defensa del “proceso” y del “proyecto político” que poco a poco, ante la opacidad del Gobierno, hemos ido descubriendo y poniendo en evidencia.

Pero a pesar de ello, no parece ser suficiente el hecho de contar con esa respuesta de política comunicacional gubernamental para enfrentar, desde ese ángulo, el espectro mediático privado ya

que el mismo presidente Hugo Chávez lo ha venido diciendo en el sentido de no estar conforme con lo que se está haciendo en materia comunicacional. Pero es que en el curso de los hechos y en las declaraciones hay diferencias dentro del mismo tren ejecutivo ante lo que tiene que ser la política comunicacional. Para algún sector la política comunicacional es promoción de obras, de imagen, de realizaciones, de proyectos y para otro grupo lo comunicacional debe asumirse bajo la forma de una política de educación e ideologización hacia lo que significan los cambios que se están y que se deben operar en el país. Es decir, mientras que para unos la política comunicacional es asunto de publicidad-propaganda y de imagen en su sentido más estricto, para otros la política de comunicaciones es un problema de discusión intelectual y de asumir un cuerpo de ideas que le den sentido y coherencia al ‘proyecto’ y al ‘proceso’ con el único objetivo de la formación y la educación más que en la mera información y propaganda.

PLATAFORMA GUBERNAMENTAL

Pero la interrogante se hace presente en la discusión que se plantea entre un sector y el otro, incluso en el seno de la sociedad afecta al Gobierno y en la que no lo es: ¿Quién fija la política comunicacional del Gobierno en función de Estado? ¿Más allá de la presencia de un MCI que tienen entre sus funciones fijar esa política, quién realmente la establece y desde qué parámetros? Todas las miradas se dirigen hacia la figura presidencial, hacia sus alocuciones “encadenadas” y hacia el *Aló, Presidente*. No es casual que la agenda informativa y de opinión en todos los medios la “paute” en gran medida la voz de Hugo Chávez Frías, pero también la agenda declarativa, en suma, de política comunicacional y de política pública para cualquiera de las áreas y sectores del aparato gubernamental central y descentralizado sea establecida dominicalmente por el *Aló, Presidente* y seguida de manera uniforme por todo el tren ejecutivo y las más cercanas figuras del chavismo gubernamental y de todos los grupos políticos que apoyan a este Gobierno.

El *Aló, Presidente* se ha convertido en la “estrella” de la política comunicacional del Gobierno. Esta alocución dominical, que ya llega casi a los 300 programas, lo que hace es aprovechar y sacarle partido al halo mediático y carismático que envuelve a la figura del Presidente de la

República. El periodista Alonso Moleiro lo describe así:

Cinco horas seguidas pontificando sobre política, economía, agroindustria, comercio, informática, comunidad. Cinco horas haciendo apología al anecdótico personal y popular. Cinco horas interactivas frente a la pantalla, haciendo de la política un espectáculo, haciendo de la información una causa, sin cortes comerciales, sin almuerzos, sin idas al baño, sin momentos de descanso para el gañote. Cinco horas seguidas caminando y hablando sin parar(...) ¿Existe en el mundo otro programa televisivo como éste? No podemos afirmarlo. No sabemos(...) si en algún rincón del mundo, exista un fenómeno mediático tan elocuente, obsesivo, incansable, sermoneador y egocentrista; con el mismo impacto en las masas; con la misma influencia sobre la marcha de la opinión pública. Cada lunes, sabremos lo alta que vendrá la marea de la semana luego de constatar por dónde vino esta vez *Aló, Presidente*.¹¹

Pero tan importante es este programa, que ya ha pasado a convertirse en un medio de comunicación con todas sus reglas y estructura comunicacional, incluso hasta con su lenguaje propio. Y tan significativo es en materia de política comunicacional que la Ley de Presupuesto Nacional para este año planea gastar 5.269 millones de bolívares a razón, para un total de 52 programas para todo el año 2006, de 1.013.439.200 millones de bolívares por programa. La única voz disidente en relación a este medio tan particular en que se ha convertido el *Aló, Presidente* es la del asesor de imagen gubernamental y quien fuera uno de los artífices del programa televisivo *La Hojilla* y hoy conductor del programa *La Réplica*, ambos en VTV, Néstor Francia que recién declaraba que

El Presidente está sobreexposto; el Presidente habla sobre temas que no le competen, como béisbol y artistas de TV; debería referirse a aspectos importantes. El *Aló, Presidente* debería tener un temario político central, más lo referido a las obras que se adelantan, como el desarrollo endógeno. Pero no de Roció Dúrcal ni el campeonato de béisbol; que lo haga Aristóbulu Istúriz, como ministro de Deportes¹²

Aló, Presidente ha dejado huella en lo que a política comunicacional se refiere. Se llega a decir que sus más estrechos colaboradores y ministros se enteran de las políticas públicas que sus respectivos despachos deben emprender por intermedio de estas alocuciones semanales. Desde que el Presidente de la República inició la transmisión del programa en el año 2000 por VTV, con apenas dos programas a lo largo de ese año hasta el mes de febrero de este año, se han transmitido 190 programas, para un total de 866 horas en el aire y el promedio por programa fue de 4 horas y 34 minutos. A partir del año 2002

“

El Aló, Presidente se ha convertido en la “estrella” de la política comunicacional del Gobierno. Esta alocución dominical, que ya llega casi a los 300 programas, lo que hace es aprovechar y sacarle partido al halo mediático y carismático que envuelve a la figura del Presidente de la República

”

el programa se empezó a transmitir bajo el formato de “resumen” y “repetición” ocupando un total de 283 horas en el aire, con un promedio de 1 hora y 26 minutos por programa repetido y/o resumen y el número de programas transmitidos fue de 196. El formato de este programa ha sido imitado por gobernadores en distintas regiones del país a través de los medios radioeléctricos regionales.

En el terreno de la voz y palabra del Presidente debemos hacer referencia a las llamadas “cadenas presidenciales” que se contemplan, como instrumento de “razón de Estado”, en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones en su artículo 192 y avaladas todavía mucho más por el artículo 10 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión en su artículo 10 que hace referencia a “modalidades de acceso del Estado a espacios gratuitos y obligatorios”. El uso de estas alocuciones ha servido para cualquier propósito: transitando entre el proselitismo político, como instrumento electoral, como medio de fijación de política pública, como forma de agresión a la oposición e incluso a la ciudadanía tanto nacional, como regional e internacional y hasta como medio de politización e ideologización. La empresa AGB Panamericana ha venido llevando la cuenta del tiempo total en el aire y las ci-

fras son sorprendentes: el 2 de febrero de 1999, que fue el día en que tomó posesión, se dieron cuatro cadenas presidenciales que totalizaron un total de 8 horas de duración en el horario matutino, vespertino y lo que llaman “*prime time*”. Desde esa fecha hasta finales del mes de febrero de 2006, la pantalla venezolana ha sido expuesta a 1.339 cadenas presidenciales, con un total de 810 horas y 57 segundos de transmisión (este tiempo equivale a más de 33 días ininterrumpidos de cadena) (ver Cuadro I). La fuente de los canales de televisión nos señalan, a manera de muestra, que las pérdidas que sufrieron los canales privados de TV en el año 2002 por este tipo de intervención llegaba casi a los 6.500 millones de bolívares. Durante los sucesos de abril de 2002 y en sus tres primeros días el Gobierno usó este recurso más de 30 veces con un promedio de 15 a 20 minutos de intervención. El uso de este recurso se ha venido dando a la discrecionalidad y diríamos que al “humor” del Presidente de la República, incluso se ha llegado al caso de que el propio Presidente aúpa y corea al auditorio para la solicitud de la cadena presidencial.

Pero no todo queda aquí. En cierta oportunidad, en los primeros años del Gobierno, el Presidente llegó a declarar de manera enfática en uno de sus tantos *Aló, Presidente* que él era el Estado (“El Estado soy yo”) y en ese sentido Hugo Chávez Frías hace un manejo muy personal de los denominados medios del Estado venezolano. Alguien ha dicho que él siente que son “sus medios de comunicación” y desde esa perspectiva hay que analizarlos porque una gran parte de sus contenidos están referidos a la personificación e idealización de la figura del Presidente y a los ideales voluntaristas del llamado “proceso”.

Es muy difícil lograr ubicar datos e información sistemática y que resulte confiable desde el Gobierno y los despachos referidos al tema de lo comunicacional, de ahí entonces que hacer un diagnóstico de “las comunicaciones del régimen” es casi una tarea que siempre resultará bastante aproximada de la realidad. Recordemos que estamos en presencia de un Gobierno que es poco transparente en el manejo de la información pública como bien público. Entonces, ante esa dificultad el recuento que ofrecemos, siempre resultará incompleto pero nos ilustrará en la idea que tiene este Gobierno de lo que debe ser el manejo de lo comunicacional y la necesidad de crear una estructura de medios “afecta” que se ha venido dando

muy poco a poco, pero que hoy tiene una densidad que políticamente y comunicacionalmente hay que tomarla en consideración. Para el Gobierno es muy importante dotarse de una “nueva comunicación” que pasa por remozar la que se encontraron dentro del aparato estatal, pero también es consustancial al “proyecto” ampliar la existente.

“Crear una nueva comunicación es romper con la que ha modelado buena parte de nuestra conciencia social durante 79 años de radio y 52 de televisión puestas al servicio de los intereses del poder económico, político y cultural instituido. La tarea no resulta nada sencilla. Es titánica, pero debemos asumirla con mucha fuerza, si es que queremos demoler el viejo régimen a nivel ideológico”.¹³

1) Empecemos por el principal canal del Estado, *Venezolana de Televisión (VTV)*. Desde que este Gobierno asumió funciones por allí han pasado seis presidentes hasta los momentos. Cada uno de ellos le ha impreso su sello particular que ha ido desde el cambio o “modernización” del logo del canal (el último cambio le costó al país unos 75 millones de bolívares), la puesta en el aire de algunos programas que han servido de respuesta en el campo de la guerra informativa y opinática (como *La Hojilla*), hasta el aumento considerable de la nómina de personal. Lo que sí es indudable es que *VTV* ha ido cambiando y modernizando su tecnología hasta llevar la señal de *Canal 8* a todo el territorio nacional. En el año 2003 se le gastaron al canal 98 millones de dólares vía crédito adicional para tan sólo iniciar su recuperación. En el 2005 se le instalaron 47 nuevos transmisores, y se invirtieron más de 100 millones de bolívares que sirvieron para tres nuevos estudios con equipos de alta tecnología digital, una nueva sala de prensa totalmente digitalizada y el plan de reforzamiento de la distribución de la señal a través de la instalación de todo un grupo de transmisores nuevos. En el presupuesto de este año (ver Cuadro II) se contemplan 18 mil millones de bolívares para *VTV*.

¿Y qué decir de los contenidos? Es evidente que hay una nueva dinámica en la programación de *VTV* y ésta se pauta fundamentalmente después de los sucesos de abril de 2002. Un sencillo análisis morfológico de la programación de *VTV* llevada a cabo por el investigador Bernardino Herrera del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO,UCV)¹⁴ durante cuatro días tomados de meses diferentes del año 2004, nos muestra que “La televisión del Estado venezolano se ha convertido en un canal de noticias, al con-

“

Desde que el Presidente de la República inició la transmisión del programa en el año 2000 por VTV, con apenas dos programas a lo largo de ese año hasta el mes de febrero de este año, se han transmitido 190 programas, para un total de 866 horas en el aire y el promedio por programa fue de 4 horas y 34 minutos

”

centrar la mitad del tiempo. Pero si se suman el tiempo que dedica a la propaganda, mayormente oficial y partidista, y el tiempo que dedican a transmitir alocuciones presidenciales y/o oficiales, se captura el 74 % del total de programación. De este modo, todos estos géneros, cuyo centro discursivo es la obra de Gobierno y su discurso político, se han apoderado del canal de ‘*todos los venezolanos*’¹⁵. Incluso en el propio seno del chavismo hay críticas hacia lo que representa *VTV* como canal de televisión. Es nuevamente el publicista Néstor Francia que lo dice sin ambages: “*VTV* es un canal sin personalidad. Es un nicho de unos pocos fanáticos que sólo se habla a sí mismo”¹⁶.

2) Hoy *VTV* se encuentra acompañada de un pequeño canal de televisión que poco a poco ha ido creciendo en estructura y en presupuesto como lo es *Vive TV*. Este canal irrumpe en el espectro comunicacional televisivo el 11 de noviembre de 2003 y aparece “como canal cultural venezolano con características formales y de contenido dirigido sustancialmente a las comunidades, como fuente y escenario de una realidad”. Era la expresión de identidad que le acuñaba su primera presidenta y fundadora Blanca Eckhout. En el año 2005 *Vive TV* logró expandir su señal y ya cuenta con una

red de productores independientes y comunitarios. Se presenta como “canal de televisión alternativa” y es financiado enteramente por el Estado. Desde esa ubicación, para este año 2006 la Ley de Presupuesto le asigna casi 7 mil millones de bolívares. Transmite en señal abierta, por cable y satélite.

3) Aparece el sueño de la integración continental. Esta se venía y se viene mostrando desde diversos ángulos como el político, el económico y el energético. Sólo restaba el comunicacional y cultural y allí está la iniciativa ya convertida en realidad de *Telesur*. Este canal irrumpió con sus primeras imágenes el 24 de julio de 2005 a través del satélite NSS 806 (New SK Satellite). Es el mismo satélite que transmite las señales de *CNN*, *HBO*, el *Canal FOX*, *Cinemax*... que los podemos encontrar en *Directv*. Se trata de una sociedad multietatal en donde Venezuela cuenta con el 51% de las acciones y el resto distribuido entre Argentina (20% y reserva de selección de programas), Cuba (19%) y Uruguay (10% y reserva de selección de programas). El capital de arranque fue puesto en su totalidad por Venezuela y para ello se contó con 2.5 millones de dólares. Hoy, se le asigna en el presupuesto del 2006 la cifra de 2 mil millones de bolívares. ¿Cuánto ponen el resto de los socios?

El canal cuenta actualmente con algunas dificultades, en el sentido de que Brasil nunca se adhirió al proyecto, aunque inicialmente se llegó a decir que se retransmitiría por intermedio de *TV-Comunitaria* que es un canal difundido por un sistema de televisión prepagada; en Uruguay la señal ha sido prohibida por problemas políticos con el Congreso; salió sin que se haya dado explicación alguna su principal promotor y quien fuera el Director General de *Telesur*, Aran Ahorian; así como problemas de carácter técnico que han impedido que la experiencia pueda llegar a Centroamérica, México, Chile, Perú y Colombia. De igual manera, muchos países de América Latina no han permitido la entrada de la señal ya que existen dudas sobre los fines de *Telesur*.

4) El circuito estatal de radio está conformado por: 1-*Radio Nacional de Venezuela (RNV)* que constituye el vértice de este circuito no sólo por su trayectoria de ser la primera emisora de radiodifusión del Estado, sino por su significación como emisora radial estatal. La modernización también llegó a *RNV*. Desde el año 2004 *RNV* cuenta con una señal de onda corta interna-

cional. Este hecho fue siempre una promesa incumplida en los anteriores gobiernos. En el año 2005 se instalan nuevos transmisores para llegar a todo el territorio nacional, y para ese mismo año se esperaba que RNV conformara su propio circuito con la adhesión de cuatro emisoras propiedad de Sudeban. Hoy, RNV cuenta con 3 emisoras, una dedicada a noticias y opinión exclusivamente durante 24 horas (630 AM), el canal clásico (91.1 FM) y el internacional. El presupuesto que se le asigna a RNV para este año 2006 alcanza la cifra de 2.300 millones de bolívares; 2-El grupo de emisoras que forman el circuito YVKE Mundial con un total de 4 estaciones (YVKE Mundial Caracas 550 AM, Mundial Zulia 1070 AM, Mundial Los Andes 1040 AM y Mundial Margarita 1020 AM); 3-Recientemente, en mayo de 2005, el circuito se agrandó con la salida al aire del canal juvenil de RNV, Activa 103.9 FM.

5) La agencia de noticias del Estado, Venpress, pasó a llamarse Agencia Bolivariana de Noticias (ABN). Ella también se ha visto remozada desde su identidad gráfica con nuevas siglas, hasta la modernización del software para redactar y transmitir noticias, al igual que una nueva estructura organizativa. La ABN tiene corresponsalías en casi todos los estados del país, además proporciona un servicio, conjuntamente con los despachos noticiosos, de audio y video. Asimismo, ha logrado extenderse internacionalmente a través del convenios con agencias internacionales como la cubana Prensa Latina y la española EFE. Para el año 2005 se tenía en proyecto abrir cinco corresponsalías en el extranjero: Brasil, Argentina, Colombia, EE.UU y España. Su presupuesto para el año 2006 alcanza la cifra de 3 mil millones de bolívares.

6) En el ámbito de las telecomunicaciones ya se ha creado la empresa Corporación Venezolana de Guayana (CVG)-Telecom. Se trata de una unidad de telecomunicaciones que responde a la CVG y a la empresa EDELCA (Electrificación del Caroní). Lo único que se sabe es que esta unidad ofrecerá, a partir de este año 2006, una red de alta velocidad para el transporte de datos, pero más adelante aspira a proveer servicios de internet y televisión por cable a localidades que no sean atractivas para la inversión privada.

7) La red también está sirviendo de escenario para la confrontación y la divulga-

“

Hoy VTV se encuentra acompañada de un pequeño canal de televisión que poco a poco ha ido creciendo en estructura y en presupuesto como lo es Vive TV. Este canal irrumpe en el espectro comunicacional televisivo el

11 de noviembre de 2003

”

ción. El MCI ya cuenta con una vasta red digital que incluye las páginas web del propio MCI (www.mci.gob.ve), de VTV (www.vtv.gov.ve), Telesur (www.telesurtv.net), de la ABN (www.abn.info.ve), de la RNV (www.rnv.gov.ve), de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (www.leyresorte.gov.ve) y hasta de los Productores Independientes.

Desde el 20 de mayo de 2005 empieza a aparecer en la red Ven-Global News, que no es más que un boletín informativo bilingüe (español-inglés) que tiene como objetivo ofrecer a escala internacional un resumen semanal de las informaciones de la actualidad venezolana. Es un espacio para la contrainformación tal como se apunta en su carta de presentación al decirnos que “Básicamente, incluye noticias que generalmente no aparecen en los grandes medios, acostumbrados a informar desde una óptica que no siempre es la más imparcial, y que por su novedad e impacto son altamente importantes dentro del proceso que vive el país”.

8) El otro renglón que debemos referir es el relativo a la industria editorial y la publicación de varios impresos. El Ministerio de Comunicación e Información contaba, hasta hace poco, con una publicación impresa de aparición a veces mensual y en

ocasiones cada dos meses. Nos estamos refiriendo a *Palabra y Media*. Se trataba de un impreso de formato tabloide, de distribución gratuita y que tenía como fin el ir dando cuenta de todos los proyectos y realizaciones del Gobierno en materia comunicacional. Con la salida de Andrés Izarra del MCI la publicación dejó de circular.

Dentro del MCI se creó una colección de pequeños libros, más bien cuadernos de comunicación e información, bajo el lema de “Colección Comunicación Responsable” de la cual ya se han editado tres títulos: *-Psicoterapia mediática/ La disociación psicótica* de Erick Rodríguez (2005, 61 páginas), *-Los medios contra el árbitro electoral* de Luis Britto García (2005, 69 páginas) y *-Libertad de expresión* de Daniel Hernández (2005, 40 páginas). Según apunta el MCI, en relación al objetivo de estas breves publicaciones, “este esfuerzo editorial es divulgar análisis, investigaciones, propuestas y reflexiones que orienten e iluminen el debate público sobre los medios masivos de información, su uso responsable y la necesaria participación de la comunidad y del pueblo en la democratización de la comunicación en Venezuela”.

Igualmente, se viene editando desde comienzos del año 2005 la revista *Patria Grande* que tiene como orientación promocionar y difundir los logros del Convenio de Cooperación entre Cuba y Venezuela.

9) Dentro de todo este plan (más que eso en los actuales momentos) de expansión de las comunicaciones del Estado, el Gobierno ha proyectado poner en órbita para el año 2008 su propio satélite. Para ello ya se cuenta, vía convenio, con el proyecto de que la China construya el satélite con un potente transmisor de 24 bandas, con capacidad para el envío y recepción de voz, imágenes e información, tendrá un peso de 6 mil kilos y será colocado en la órbita 82.7. Además, una vez que esté en órbita tendrá un uso complementario como será la difusión en todo el continente de la programación del canal multiestatal Telesur. Según informó el Ministerio de Ciencia y Tecnología, este satélite será utilizado para el manejo de informaciones estratégicas del Estado, entre ellas datos e imágenes para apoyar a los medios y programas sociales nacionales. El mismo día del anuncio del proyecto el Presidente de la República anunció la idea de colocar en órbita otros satélites al decir: “Este es el primer satélite de comunicaciones, pero después debe venir el satélite de observación y monitoreo territorial”.

Toda esta plataforma está adscrita al Ministerio de Comunicación e Información que tiene como función establecida la de crear la política comunicacional del Gobierno y para ello debe proyectar una vasta red de comunicaciones que sirvan para orientar, educar y promover la obra de Gobierno y lo que significa el “proceso” y el “proyecto”. El MCI se ha regionalizado a través de las Oficinas de Información Regional (OIR) que poco a poco van cubriendo el territorio nacional. Las primeras OIR que se establecieron están ubicadas en Maracaibo, San Cristóbal, Barquisimeto, Puerto La Cruz y Maracay. Según declara el MCI los objetivos de estas OIR son: “(...)articular las políticas informativas y comunicacionales con los entes adscritos al MCI y los organismos gubernamentales, apoyar la consolidación de los medios comunitarios y alternativos, y fortalecer los vínculos con los medios regionales, universidades, organizaciones sociales y productores nacionales independientes”.

Por el despacho del MCI han pasado ya doce ministros, lo cual habla de que no hay conformidad con la proyección comunicacional del Gobierno y del propio Presidente. Cada vez que el Presidente de la República lanza alguna queja sobre la política comunicacional, es casi segura la remoción del despacho y el nombramiento de un nuevo ministro para el MCI. Quizás lo que apunta el periodista Boris Muñoz en un reportaje sobre el tema de las “comunicaciones del Gobierno” explique los cambios de nombre que allí se han dado:

¿Pero qué hay detrás de estas variaciones? Una tremenda tensión entre el deseo de transmitir los logros de la gestión de Gobierno en forma simple y efectiva, y el de brindar una comunicación formativa ideológicamente. La gran paradoja de estos cambios de alto nivel es que pone en riesgo una política de comunicación que apenas ahora encuentra rumbo, mientras la interrogante ¿quién está haciendo la política comunicacional de la revolución bolivariana? sigue sin respuesta ¹⁷

AVANZADA ALTERNATIVA

Hasta aquí lo que tiene que ver con la estructura de medios ligados directamente al Gobierno en su papel de Estado. Pero hay otros medios, que a la zaga, se suman a los que hemos descrito y que forman parte de otras instituciones y poderes públicos. A estos medios los vamos a denominar con la designación de “medios para-estatales” o “medios para-públicos”. Constituyen un conjunto de medios en donde hay injerencia del Gobierno ya sea

CUADRO I
CADENAS PRESIDENCIALES

Año	N° de cadenas	Minutos transmitidos min/seg	Horas transmitidas h/min/seg	Horas promedio
1999	94	4687:24	78:07:27	0:49:52
2000	146	6414:51	106:54:51	0:43:56
2001	118	7084:09	118:04:09	1:00:02
2002	163	4514:09	75:14:09	0:27:42
2003	203	10098:33	168:18:33	0:49:45
2004	375	7445:09	124:05:09	0:19:51
2005	217	6545:40	109:05:40	0:30:10
2006	23	1866:44	31:06:44	1:21:10
TOTAL	1.339	48656:39	810:56:42	0:36:20

Fuente: Empresa AGB Panamericana

Las cifras del año 2006 llegan hasta el mes de febrero de 2006

a través de la inserción de pautas publicitarias, con la compra de los equipos e instalaciones, hasta con el aporte de cuantiosas cifras para su “fortalecimiento”.

1) En primer lugar, nos tenemos que referir a los llamados medios alternativos y comunitarios. En los últimos dos años han ido creciendo en volumen gracias al soporte económico emanado desde el Gobierno, amén de la presencia de la Ley de Radios Comunitarias que es bastante flexible para el otorgamiento de las concesiones. Inclusive, el Gobierno ha venido desarrollando a escala nacional talleres de capacitación para la instalación y desarrollo de esta forma de comunicación. Las cifras en cuanto al número de este tipo de medios son bastante imprecisas, al punto que diversas fuentes gubernamentales manejan números distintos. Se habla de unas 400 emisoras de radio comunitarias, 36 televisoras y unos 100 periódicos de distinta periodicidad. Sin embargo, cuando vamos a la fuente de CONATEL allí nos encontramos con que existen 91 radios comunitarias habilitadas administrativamente, pero también se nos dice que hay muchas más esperando la habilitación pero que están en fase de operación y prueba. A propósito del evento “Primer Diagnóstico Social Participativo de los Medios Alternativos” (abril de 2006) CONATEL indicó que hay unas 3.000 emisoras de radios comunitarias que están operando ile-

galmente, pero también dijo que el organismo está procesando aproximadamente 1.300 solicitudes de habilitación de emisoras comunitarias.

Insistimos en que las cifras son muy inexactas de lo que realmente debe haber en la realidad. Así por ejemplo, la página web de la Asamblea Nacional nos dice que existen 163 medios radioeléctricos habilitados, de los cuales 18 son televisoras abiertas y 145 emisoras de radio. Según esta misma fuente la distribución por Estado es como sigue (ver Cuadro III).

En cuanto al medio impreso, la misma fuente refiere la cifra de 72 impresos que ellos denominan comunitarios. La distribución por entidades es como sigue (ver Cuadro IV).

Otras fuentes como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) habla de 25 plantas televisivas, 146 emisoras de radio y 17 periódicos de carácter comunitario y alternativo. La mayoría de los llamados medios alternativos y comunitarios forman la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA).

En lo que tiene que ver con estos medios habría que discutir la consideración de qué estamos entendiendo, en los actuales momentos, por comunicación alternativa y comunicación comunitaria. Lo alternativo y lo comunitario se enfrentaba, por allá en los años setenta y ochenta, por definición a cualquier forma de dominación

CUADRO II
PRESUPUESTO PARA EL SECTOR
DE LAS COMUNICACIONES ESTATALES

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Presupuesto 2006
Fortalecimiento de los medios alternativos y comunitarios	Centro fortalecido	117	5.718.385.833
Campañas comunicacionales del MCI	Campaña	16	72.825.415.894
Promoción y difusión de la agenda del Gobierno en el ámbito nacional e internacional	Producto	10.124	3.531.614.167
Comunicaciones presidenciales y eventos oficiales	Programa	13.951	16.250.000.000
Producción del programa <i>Aló, Presidente</i>	Programa	52	5.269.884.106
Desarrollo de la industria audiovisual nacional independiente	Hora	6.000	7.100.000.000
Transferencia para financiar los proyectos de la C.A. Venezolana de Televisión (VTV)	Bolívares	18.129.538.080	18.129.538.000
Transferencia para financiar los proyectos de la Corporación Venezolana de Telecomunicaciones (VIVE)	Bolívares	6.939.631.260	6.939.631.260
Transferencia para financiar los proyectos del Servicio Autónomo Radio Nacional de Venezuela (RNV)	Bolívares	2.300.444.358	2.300.444.358
Transferencia para financiar los proyectos del Servicio Autónomo Imprenta Nacional y Gaceta Oficial	Bolívares	874.791.634	518.302.114 Por recursos ordinarios
Transferencia para financiar los proyectos de la Agencia Bolivariana de Noticias (ABN)	Bolívares	3.187.102.632	1.825.546.854 Por recursos ordinarios
Transferencia para financiar los proyectos de Telesur (TV Sur)	Bolívares	2.018.716.756	1.182.137.3344 Por recursos ordinarios
TOTAL			141.590.900.000

Fuente: Ministerio de Comunicación e Información. Proyecto de Ley de Presupuesto 2006

viniese ésta de donde viniera, ya fuera la del Estado o la de las grandes industrias culturales. Además, esas formas de comunicación interpelaban a actores de la sociedad civil, al mismo Estado, así como también a la racionalidad mercantil de los grandes medios de comunicación. Trataban de diferenciarse de las comunicaciones concebidas bajo el parámetro de la racionalidad instrumental, así como de los lenguajes dominantes de producción.

¿A qué viene esta esquemática discusión? Creemos que esa precisión conceptual sigue estando vigente. Porque no se concibe un conjunto de medios alternativos y comunitarios aupados desde el Gobierno y mucho menos es comprensible su intromisión y “animación” para gestionar el desarrollo de estas formas de comunicación. Es comprensible que un Gobierno que quiere tener injerencia en todos los procesos sociales por la idea del poder que él encara y que aspira a mantener en forma hegemónica, intervenga auspiciando a la comunicación alternativa y comunitaria. El Ministerio de Comunicación e Información cuenta para tal fin con una Dirección General de Medios Comunitarios y además promueve las ayudas económicas necesarias. Cómo se puede entender entonces que en el actual presupuesto para el año 2006 se contemple para el “fortalecimiento de los medios alternativos y comunitarios” la cantidad de 5.718.385.833 millones de bolívares que deben ser orientados para el fortalecimiento de 117 centros de comunicación comunitaria y alternativa. ¿Segundas intenciones?

2) Otros medios que hay que sumar a la conformación del Estado-Comunicador son aquellos surgidos en instituciones que deberían estar separadas del poder Ejecutivo, pero que en la realidad del actual proyecto político no es así. Hagamos referencia a la televisora de la Asamblea Nacional (ANTV) que está operando desde el año 2005 por el puente establecido con las principales compañías de televisión por suscripción como son *Supercable*, *Net Uno*, *Intercable* y *Directv*. Para este año 2006 el presupuesto pautado es de 14 mil millones de bolívares.

Igualmente, hay que hacer referencia a la idea de dotar a la Alcaldía Mayor de una estación de televisión que ya tiene nombre y presupuesto, además de la requerida habilitación para operar. Lo que había sido el edificio del viejo y desaparecido Cine Principal será la sede de la televisora *Ávila TV* que ya cuenta con un presupuesto de 18 millones de bolívares. El Alcalde Mayor

CUADRO III
NUMERO DE MEDIOS RADIOELECTRICOS
COMUNITARIOS-ALTERNATIVOS
POR ESTADO

Estado	No. de medios radioelectricos	Radios comunitarias	TV abierta comunitaria
Amazonas	2	2	-
Anzoátegui	7	6	1
Apure	8	8	-
Aragua	7	6	1
Bolívar	7	6	1
Carabobo	2	2	-
Delta Amacuro	1	1	-
Distrito Capital	10	8	2
Falcón	3	2	1
Guarico	1	-	1
Lara	29	28	1
Mérida	19	17	2
Miranda	15	14	1
Nueva Esparta	4	4	-
Sucre	4	4	-
Táchira	12	9	3
Trujillo	9	9	-
Yaracuy	9	7	2
Vargas	2	1	1
Zulia	12	11	1
TOTAL	163	145	18

CUADRO IV
NUMERO DE PERIÓDICOS
COMUNITARIOS-ALTERNATIVOS
POR ESTADO

ESTADO	NÚMERO
Anzoátegui	1
Aragua	1
Bolívar	1
Carabobo	6
Cojedes	1
Distrito Capital	45
Lara	2
Mérida	1
Miranda	6
Monagas	1
Táchira	1
Trujillo	2
Vargas	2
Zulia	2
TOTAL	72

dijo en su momento "(...)que se trata de un proyecto que incorpora a los productores nacionales independientes, a los medios alternativos-comunitarios que van a surgir y ser apoyados a instancias intermediarias por el Gobierno Nacional". Junto con la televisora *Ávila TV* se creará la Escuela Metropolitana de Producción Audiovisual que debe formar a los productores audiovisuales independientes.

3) El otro conjunto de medios que han venido apareciendo como soporte al proyecto político y al "proceso" son aquellos que conforman la plataforma de portales, páginas web y hasta "weblogs". El número es difícil de detectar, pero allí están haciendo la "revolución en la red". Algunos muy conocidos y de excelente producción gráfica son *www.aporrea.org* que ya tiene

tres años y con un promedio de 25 mil visitas diarias según dicen sus productores; también está *www.el23.net* que quiere "mostrar la lucha diaria de un barrio y sus procesos sociales". Se refiere la cifra muy tentativa de 110 sitios web. La mayoría de estos medios en la red permiten abrirse a otros medios impresos y radiales comunitarios-alternativos, así como a "links" comprometidos con el "proceso".

4) El otro aspecto a considerar son todo un conjunto de medios, algunos de alcance nacional, que sienten simpatía por los lineamientos del "proceso" y del "proyecto". Medios que de alguna manera se han alineado con todos los cambios que en el país ha venido produciendo el Gobierno de Hugo Chávez Frías. Allí destacan el diario *Panorama* del Estado Zulia,

Ultimas Noticias, el diario *Vea*, *El Diario de Caracas* de distribución gratuita, la revista *Question*, la revista *Exxito* y la revista *Pax*, de reciente aparición. Las ediciones de estos diarios y revistas se nutren de un volumen de páginas de publicidad gubernamental que representan cuantiosas cifras.

En fin, esta es la estructura muy aproximada que nos presenta hoy el panorama de medios en manos del Gobierno en su papel de Estado. Como se puede apreciar, estamos en presencia de un Estado-Comunicador que ha visto en la comunicación y en la información el espacio privilegiado para la lucha entre las diferencias y para el combate, como le gusta referir muy a menudo al Presidente de la República, contra aquellos que lo adversen

por pensar diferente. Esta plataforma de medios en que se ha empeñado el Gobierno en estructurar en los últimos tiempos, pone a prueba dos consideraciones que considero clave de apuntar: el papel del Estado y de las políticas públicas en comunicación, y la articulación del Estado con este ámbito tan estratégico como lo es la comunicación.

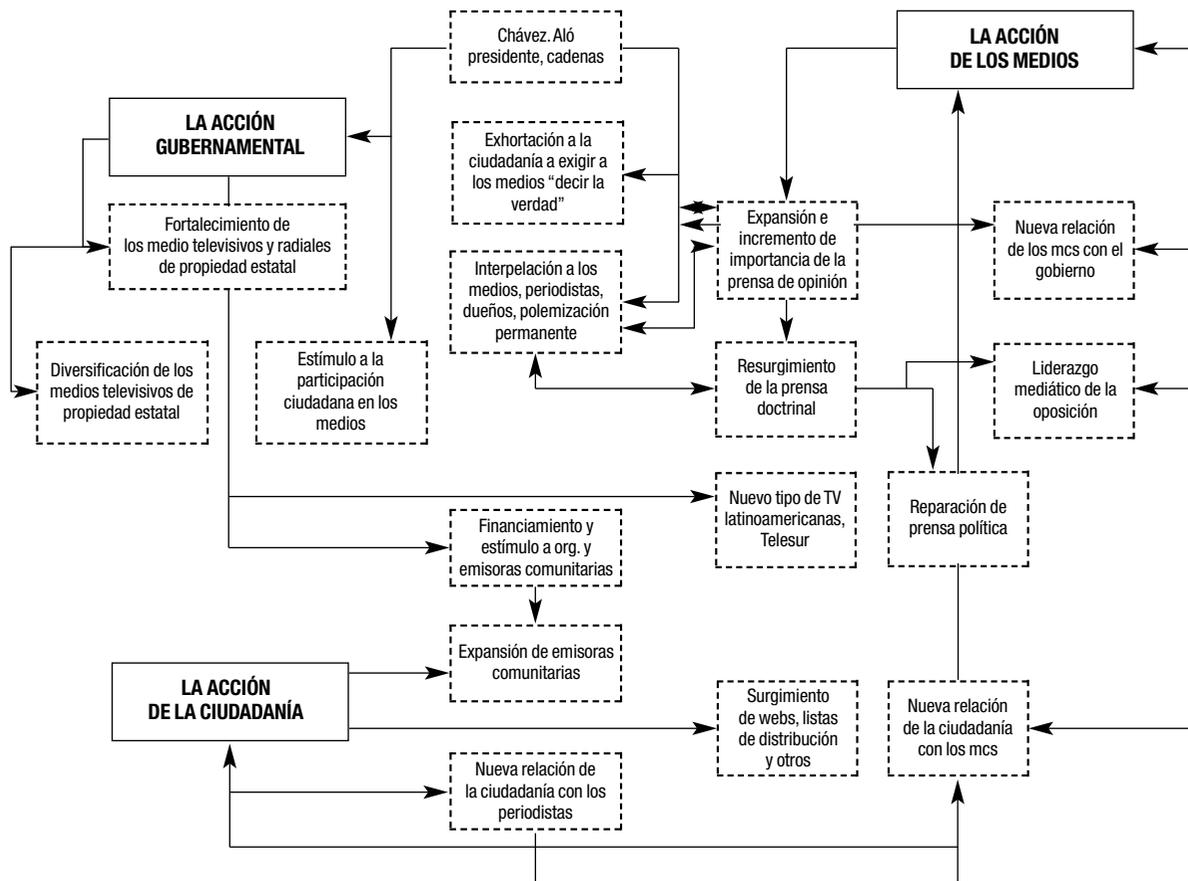
Está claro, dentro de todo este mapa nada global, que el gran artífice de toda esta estrategia ha sido y lo sigue siendo el presidente Hugo Chávez Frías. Él dicta la pauta, es decir, fija la política a seguir. Se supone que la política tiene la tarea de orientar, y desde la voz del Presidente se ha pautado esta línea de orientación: “este año aumentará la contraofensiva mediática”. Pero ya hemos visto como esa contraofensiva se plantea fortaleciendo y remozando los medios realmente estatales, pero también diversificándolos no sólo aumentando el número de unidades comunicacionales de propiedad directa, sino aupando el surgimiento de otros medios financiados directamente desde el Estado.

Tal como planteamos en el texto, el paisaje de medios en el país cambió, y como lo refiere la investigadora Mariela Torrealba en un papel de trabajo inédito: “Encontramos diversas y numerosas evidencias de cambio en el espectro comunicacional reciente. Simplemente enumerarlas desborda los límites preestablecidos para este trabajo. Proponemos preliminarmente éstas y otras evidencias de cambio no detalladas en atención a tres nudos problemáticos (ver gráfico)”¹⁸

La única duda que tenemos de todo este mapa presentado, que desborda los límites de nuestra imaginación, es lo que tiene que ver con la efectividad político-ideológica y que tratándose de medios nada sabemos acerca de sus públicos, de su penetración, de su “rating” e incidencia en las audiencias a las que se supone debe llegar, es decir, de su impacto. No hay mediciones al respecto. Sólo la presencia de un buen caudal de medios que poco a poco ha ido creciendo e inundando el espectro comunicacional del país. Se abre

entonces la interrogante a ese respecto. Lo único que nos muestra esta mapa es el grado de importancia y significación que le ha otorgado el Estado y los entes cercanos a él al tema de los medios y su cultura de masas, lo que no significa que estemos en presencia de un Estado que hace de la información y la comunicación un bien de servicio público. Todo lo contrario, para este Gobierno la información es crear una única verdad, una sola comunicación, una sola información, una sola cultura... y para ello ha estructurado todo esta plataforma ofreciendo una “alternativa revolucionaria” frente a la amenaza casi constante de la diferencia, la pluralidad e incluso de la disidencia.

■ **Marcelino Bisbal. Profesor titular de la Universidad Central de Venezuela y de la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro fundador del Consejo de Redacción de *Comunicación***



Citas

- 1 En ese sentido es importante la lectura del ensayo de Umberto Eco (1997): "El fascismo eterno", en el libro *Cinco escritos morales*. Editorial Lumen. España. El autor italiano nos indica una lista de características típicas de lo que el llama "Ur-Fascismo" y apunta que "(...)tales características no pueden quedar encuadradas en un sistema; muchas se contradicen mutuamente, y son típicas de otras formas de despotismo o fanatismo, pero basta con que una de ellas esté presente para hacer coagular una nebulosa fascista" (pp.48-49).
- 2 Ortiz, Renato (2001). "Brasil: sociedad, cultura y nación. La mediación de las industrias culturales en la percepción cotidiana de la identidad nacional", en el texto compilado por Jesús Martín-Barbero: *Imaginario de nación. Pensar en medio de la tormenta*. Editado por el Ministerio de Cultura de Colombia. Colombia.
- 3 *Ibidem.*, p.63
- 4 *Ibidem.*, p.63
- 5 Veá los Informes de Reporteros Sin Fronteras, Informe Anual de PROVEA, al igual que los Informes sobre la situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información en Venezuela editados por la Fundación Konrad Adenauer, Espacio Público y el IPYS.
- 6 Vásquez, Rodolfo(2003). *¿Qué es el Estado de derecho? Un punto de vista liberal*. Editado por el Instituto Tecnológico Autónomo de México. México.
- 7 Eco, Umberto (1997). "Sobre la prensa", en el libro *Cinco escritos morales*, op.cit., p.63-64
- 8 López Maya, Margarita(2005). *Del viernes negro al referendo revocatorio*. Alfadil Ediciones. Venezuela, p. 239
- 9 Eco, Umberto (1997). "Sobre la prensa", en el libro *Cinco escritos morales*, op.cit., p.90-91
- 10 Delgado Flores, Carlos (2005). "Un Ministerio para la pax mediática". Foro en la redacción de la revista *Comunicación* No. 129, primer trimestre 2005. Editada por la Fundación Centro Gumilla. Venezuela, p. 72-73
- 11 Moleiro, Alonso(2005). "El show de Hugo: la verdadera revolución", en la revista *Comunicación* No. 129, op.cit., p.83
- 12 En entrevista al diario *Tal Cual* del 10-04-2006. Venezuela, p. 6
- 13 Hernández, Daniel (2005). "Profundizar en el debate teórico para demoler la ideología del viejo régimen", en la publicación *Palabra y Media*, No. 4, Año 1, junio de 2005. Editada por el Ministerio de Comunicación e Información (MCI). Venezuela, p.18
- 14 Herrera, Bernardino(2004). "VTV: nueva dinámica de la TV del Estado...", en el *Anuario IN-INCO*, No. 16, Vol. 1, 2004. Editada por el Instituto de Investigaciones de la Comunicación(ININCO), de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.
- 15 *Ibidem.*, p. 34 y ss.
- 16 En entrevista a la revista *Exxito*, año 2, No. 19. Venezuela, p.38. Ver al respecto el reportaje de Boris Muñoz (2006). "Perdidos en el mensaje oficial". Venezuela.
- 17 *Ibidem.*, p. 38
- 18 Torrealba, Mariela (2006). *Situación mediática y crisis política (Venezuela 199-2006)*. Papel de trabajo para la tesis doctoral. Venezuela.