



Venezuela

Crisis y Medios

Director

Andrés Cañizález

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre
Francisco Tremonti
José Ignacio Rey
Andrés Cañizález
Gustavo Hernández
Elsa Pilato
Carlos Guzmán
Agrivalca Canelón
Narsa Silva
Carlos Correa
Marcelino Bisbal

Asistente del Consejo

Iván Alonso

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Signet Comunicación Global

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 25.000,00

Número suelto: Bs. 7.000,00

Exterior

Correo ordinario: US\$ 50,00

Correo aéreo América : US\$ 55,00

Otro país (aéreo): US\$ 60,00

Envíe su pago a:

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

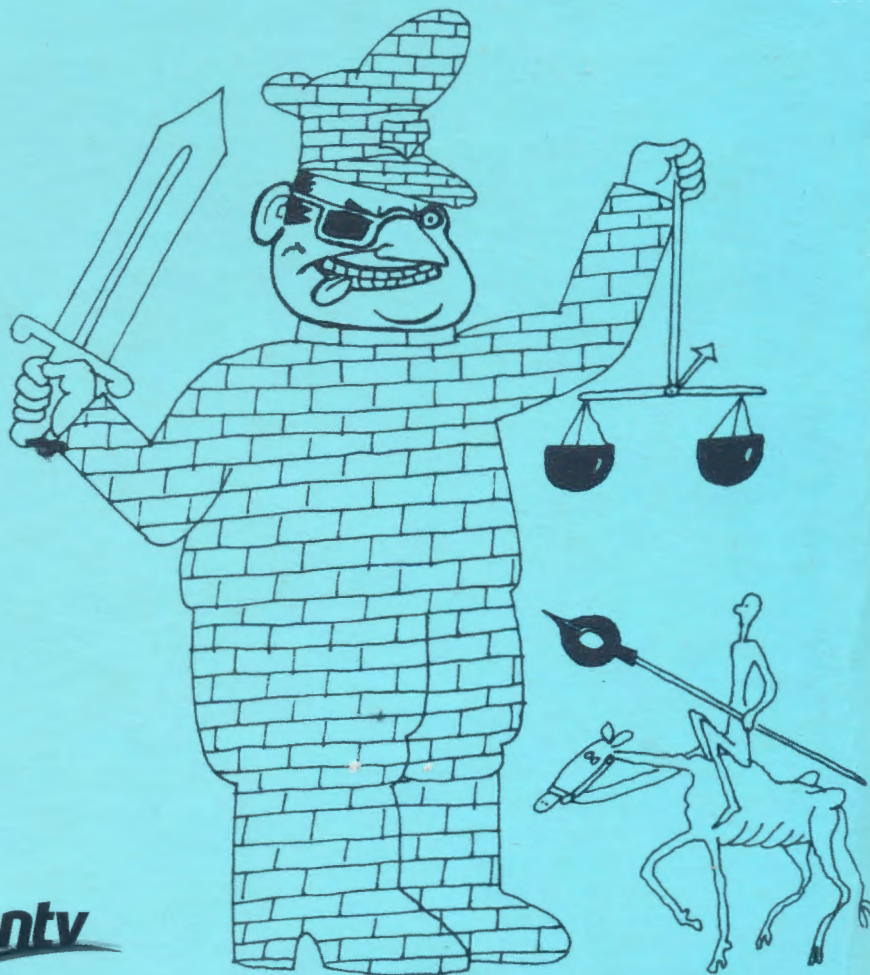
Comunicación no comparte necesariamente las opiniones vertidas en los artículos firmados, que expresan, como es obvio, la opinión de sus autores.

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

Visite nuestra página en la Web:

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

Esta publicación ha sido patrocinada por



comunicación

Nº 119

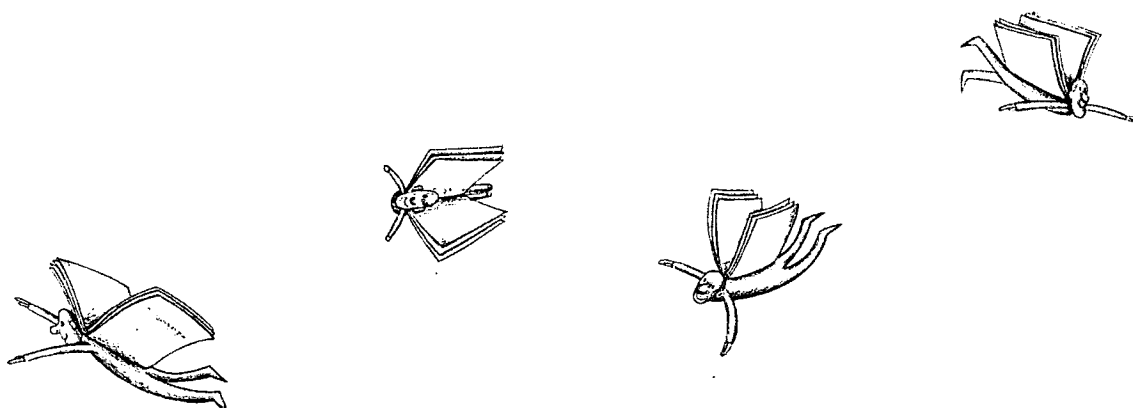
Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

Presentación		2
Entrada	Crónicas desde lo visible, lo simbólico y lo político	4
	■ Lucía Azuaje	
	Meses de conflictividad en el 2002	16
	■ Andrés Cañizález	
	El periodismo venezolano sucumbe a la política	22
	■ Pablo Antillano	
	Desenredando los nudos del silencio	26
	■ Javier Barrios y Belkis Urdaneta Jayaro	
	Ley de Contenidos: retoque punitivo	32
	■ Carlos Correa	
	Medios y destellos de racismo	38
	■ Humberto Jaimes	
	Gestión para una Venezuela diferente	46
	■ Luis Vezga Godoy	
	Comunicaciones sin tregua: cinco reflexiones	52
	■ Jesús María Aguirre	
	La prensa y el golpe: ¿Conspiración militar o mediática?	58
	■ Carla Villamediana	
	Locus solus: Juan David García Bacca	64
	■ David De los Reyes	
Estudios	Los periodistas: ¿Víctimas o victimarios?	72
	■ Olga Dragnic	
	La expresión publicitaria de un acontecimiento político	82
	■ Agrivalca Canelón y Narsa Silva	
	Graffiti en la V República	96
	■ Iván Abreu Sojo	
Hablemos	Teun van Dijk: La prensa tiene que elegir su papel	108
Perfiles		110
Reseña		113
Informaciones		116



Presentación

En nuestro anterior número de la revista ofrecíamos, en lugar de la acostumbrada sección de Documentos, un *Dossier* en donde recogíamos las primeras impresiones de investigadores y comunicadores sobre los sucesos del 11 de abril y los días subsiguientes en relación al papel que habían jugado los medios de comunicación y sus profesionales. Los textos allí ofrecidos constituían un “primer aporte –así lo indicábamos– para este momento de reflexión y análisis en el mundo del periodismo y la comunicación social en Venezuela”.

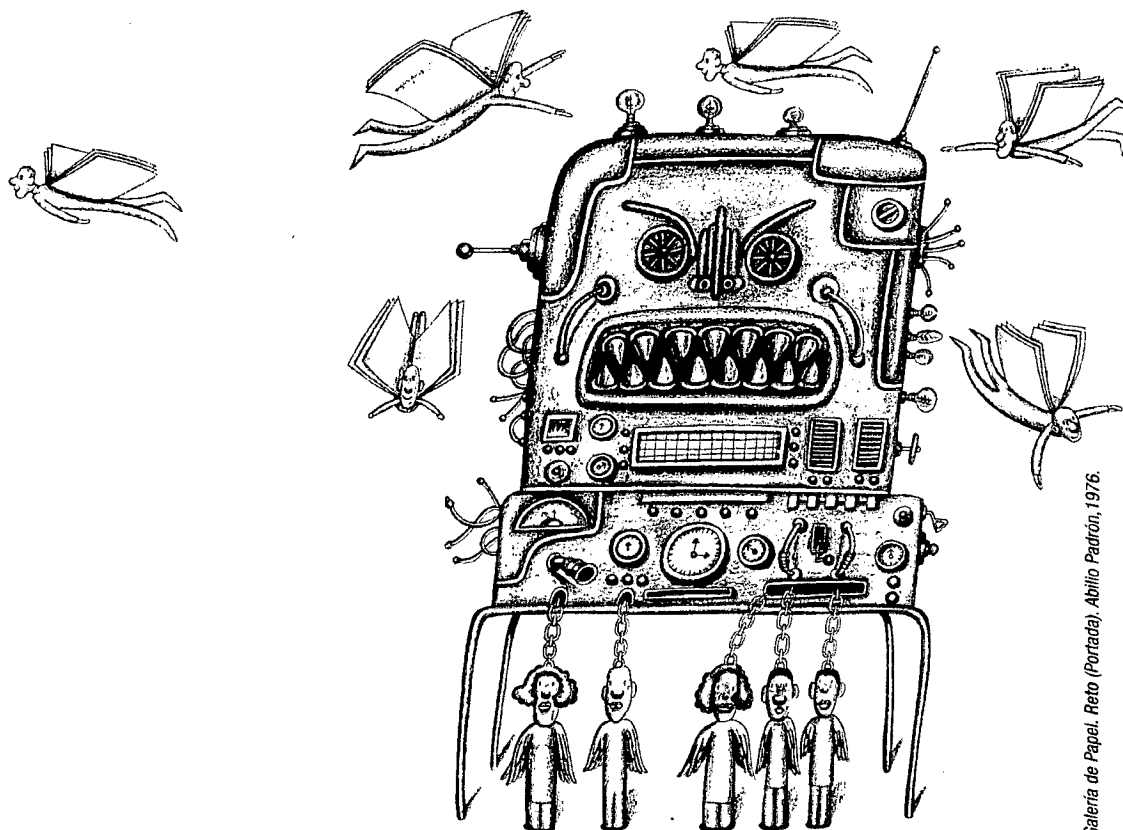
En este preciso instante, estamos cumpliendo con una nueva entrega toda ella dedicada al tema de *Venezuela: Crisis y Medios*. En el contexto que atraviesa hoy Venezuela, los medios y sus periodistas están desempeñando un papel fundamental en la comprensión de la realidad. Sin embargo, sentimos que ciertos medios (tanto privados como oficiales) y algunos periodistas, a pesar de que la *jerarquización temática* ha cambiado porque el Gobierno la ha impuesto torpemente, no están a la altura de los acontecimientos que ocurren y que ellos quieren cubrir. El que los medios estén privilegiando su papel de *actores políticos* (¡que no es lo mismo que de partidos políticos!), por sobre su rol de *puentes de información* (... de información equilibrada y plural), hace que nos estén manipulando y educando conciencias cuando esa no es sus función.

Terrible y triste panorama al que asistimos. El escritor español Javier Marías describe muy bien esta situación a la que asistimos hoy, al decirnos que “Es muy curioso que en un país en el que tantos están sien-

do acusados de corruptos, y a menudo con razón –políticos, banqueros, agentes de bolsa, empresarios, directores de la Guardia Civil–, nadie haya intentado ni logrado corromper a un periodista, según parece (...). Quizá yo sea un pesimista y nuestra prensa sea la única institución a la que no se investiga simplemente porque es la única limpia. Sería perder el tiempo y malgastar palabras. Quizá sería atentar contra la libertad de expresión, contra la democracia, contra la independencia. Esta vez no les pongo comillas, es decir, las cojo sin pinzas ni guantes para ver hasta dónde pringan”.

II

¿Qué nos dicen estos datos de la realidad, que a continuación les ofrecemos? Las más variadas investigaciones sobre las audiencias y su matriz de opinión nos están indicando que la población hoy día tiene una visión de la realidad a través de los distintos *Medios*, en donde el 72% afirma que se entera a través de la TV, el 36% por intermedio de la prensa y el 30% usando la radio. Y si observamos las evidencias acerca de qué *Medios* se prefieren para qué tipo de hecho veremos que la TV es usada, como canal de información, para hechos coyunturales en desarrollo y la prensa es empleada para la profundización al detalle y de revelaciones de informaciones permanentes y los propios perceptores consideran que la TV ofrece mejor información sobre noticias coyunturales. Y en el caso de la TV, que es el medio que ocupa el mayor espacio de nuestro tiempo libre, los contenidos periodísticos ha-



Galería de Papel. Reto (Portada). Abilio Padrón, 1976.

ce ya un buen rato pasaron a ocupar el primer lugar de los hábitos de consumo programático del medio con un 68% para los noticieros y 20% para los programas de opinión, es decir un 88% para el género de información-opinión, y las telenovelas -programación que siempre se llevó el primer lugar de preferencia- con un 43% de consumo durante todos los días. Y después de lo que pasó el 11 de abril y los días subsiguientes, la gente todavía sigue creyendo en los medios: si bien es cierto que estos descendieron en su nivel de credibilidad dando paso a instituciones como la Iglesia, o la Fuerza Armada Nacional, e inclusive a la Sociedad Civil en la calle, los medios de comunicación bajaron cuatro puntos porcentuales y llegaron a 58% de confianza; pero en relación a los comunicadores profesionales estos alcanzaron 80% de solidaridad por su trabajo y apenas 12% de reproche por su actuación.

Esos datos nos están hablando de la tremenda responsabilidad que hoy día tienen los medios de comunicación y sus profesionales ante la realidad de los hechos y la construcción-presentación de esa realidad. Nuestra visión de las cosas, de las que tenemos próximas y de las que están lejos, nos viene dada por la massmediación que imponen los medios y la mediación subjetiva que le impregna el profesional.

III

El momento no puede ser más propicio, pero a la vez más confuso u oscuro, para hablar sobre *los medios, los periodistas, el gobierno y sus responsabili-*

dades. Porque se trata de *responsabilidades* compartidas en la situación que nos ha tocado vivir y que todavía nos toca vivir. Esta nueva entrega de *Comunicación* intenta ejercitar un arriesgado pensar sobre el papel de los medios en el momento presente, acerca del juego de los periodistas en el acontecer inmediato y de inmediatez, sobre la responsabilidad del gobierno en todo este barullo y sobre nuestras propias experiencias. Nuestra intención con este número es la misma que se planteara recientemente Jesús Martín-Barbero en un seminario llevado a cabo en Colombia sobre la necesidad de pensar en sociedad, en nación, pero "pensar en medio de la tormenta"... Decía: "*¿Cómo responsabilizarnos entonces de nuestros errores y nuestros fracasos si no compartimos el discurso en que podríamos nombrarlos? ¿Cómo compartir duelos si ni siquiera podemos llorar juntos? Que es aquel mínimo sin el cual no hay comunidad que subsista. Ahí radica la gravedad última de una situación en la que hasta la lectura que de ella hace la clase pensante, los intelectuales y las ciencias sociales, en lugar de contribuir a tejer convergencias tiende aún a fragmentar y polarizar la sociedad, ya que no hemos logrado poner en común una lectura en la que sea posible dirimir hasta donde llega lo tolerable y comienza lo intolerable. Los intelectuales no estamos proporcionando a este país una lectura de la situación —no confundir con coyuntura— que ayude a la gente a ubicar su cotidiana experiencia de dolor tanto como las retazos de sentido que alientan nuestra esperanza*". Este quiere ser nuestro aporte a la comprensión del país desde nuestro saber de comunicadores e investigadores.

Crónicas

desde lo visible, lo simbólico y lo político



Los sucesos del pasado mes de abril están directamente relacionados con los cambios sociales que ha sufrido Venezuela en los últimos años. Lucía Azuaje toma como punto de partida algunos acontecimientos de nuestra historia reciente tales como el viernes negro de 1983, el Caracazo de 1989 y los frustrados golpes de Estado de 1992 para dotar de un contexto histórico a la coyuntura actual. De igual manera la autora nos muestra la forma como los medios, aquellos por los que Chávez dio su primer mensaje y que lo sacaron del anonimato, se han convertido en pieza fundamental de la configuración social nacional donde unos y otros se ven identificados o apartados

■ **Lucía Azuaje**



Galería de Papel. Eulenspiegel. Abilio Padrón, 1967.

Venezuela ha sido conocida en el mundo a través de los concursos de belleza. Tal vez, un conocimiento más cercano lo tengan aquellos que durante la 2ª guerra Mundial, vieron salir a los suyos hacia esta tierra lejana. Es posible que, para los más versados, Venezuela sea un país petrolero, e inclusive pueda ser recordada por las noticias que recorrieron el mundo sobre el Caracazo del 89, o los dos golpes del 92, hechos a través de los cuales, el actual presidente, Hugo Chávez Frías, salió del anonimato.

Eventos como estos, atrapados en la inmediatez de la noticia y sin contexto, confirman en las audiencias de otras latitudes, la imagen de un país latinoamericano, convulso, plagado de dictadores, pobres e indígenas. Esta manera de conocer al “otro” desde los medios, coloca a estos públicos internacionales en una interpretación de nuestras realidades con una alta carga valorativa, que imposibilita la comprensión de dinámicas socioculturales distintas a las propias.

Si compartimos que la cultura es una configuración compleja de sentidos, que incluye nuestros sistemas de interpretación y representación de la realidad, y que en ella está imbricada nuestra noción de tiempo, entonces es obligante hacer un breve recorrido por el pasado venezolano, para comprender este presente y hacerlo comunicable. De ahí la necesidad de atender algunas categorías psicosociales abordando una cantidad de mensajes recibidos desde el espacio de lo mediático en el caso venezolano, para de esta manera poder acercarnos a ese lugar llamado Venezuela, con un presidente llamado Chávez.

EL CONTEXTO. LA VENEZUELA RICA, DEL MITO A LA REALIDAD

Un viernes de febrero de 1983, el venezolano supo que la economía tenía que ver con su vida, esta se había devaluado aunque él no supiera cómo pasó; por esos tiempos también fue testigo de los asaltos impunes al erario público, la corrupción se hacía visiblemente obscena, supo de los desmanes del poder de una secretaria y de un presidente de papel, que actuaban bajo la mirada cómplice y conveniente de muchos. No faltó quien intentara dar alguna lógica a este escenario telenovelesco.

Los tecnócratas comenzaron a ocupar espacio y argumentaban que el problema del país era el petróleo y que la estabilidad política se sostenía en ese recurso y en una

“

Para la gente común, la política está ligada al conflicto, al antagonismo, eso que se disuelve en relaciones y confrontaciones desde el poder como despliegue de la voluntad de unos pocos (García Pelayo, 1998). De alguna forma, esa Venezuela rica, de la cual supo y/o usufructuó en los setenta el venezolano, le fue arrebatada por la política, esa cosa distante a él; allí su desapego, en ella sus sospechas

”

política de evitación de los conflictos sociales. Según estos señores, allí se depositaba nuestra ilusión de armonía. La Estabilización Vs. Privatización era el nudo gordiano de nuestros males. (Naim y Piñango, 1984)

Cinco años después, este grupo tomó posición en el espacio político, liderizando “El Gran viraje” propuesto por el presidente Carlos Andrés Pérez. Ellos, los IESABOYS, aplicaron su modelo neoliberal humanizado, con su respectiva política de shock, para salvarnos de esa ilusión de armonía. El año 1989 se inauguró con una sacudida social, era otro febrero de despertar económico, pero esta vez sus imágenes recorrieron el mundo.

La privatización comenzó a privar nuestras vidas, no sólo de oportunidades materiales sino también del sueño de alcanzarlas. Eso sí, la terapia de shock aplicada, nos despertó de la ilusión de armonía, el descreimiento político surgió y comenzaron a horadar otros valores precariamente instalados. Esa ilusión de armonía, tenía que ver con eso que se llama Democracia.

La historiadora Inés Quintero (2000) sostiene que la construcción que tiene el venezolano a través de su historia de no-

ciones como democracia, ciudadanía o política no tiene referentes históricos, allí nuestra incapacidad de materializarlas como posibilidad real. Cito: “*la idea de democracia se entiende, exclusivamente, como la expresión concreta de una forma de gobierno, de una manera de administrar el poder por parte de quienes tienen el control directo del Estado... una contingencia política cuya perdurabilidad es relativa, (porque) depende de factores imponderables, de la coyuntura política, de la voluntad de un grupo, y no de un mandato social colectivo e inalienable y como tal perdurable*”.

No es de extrañar entonces, que los valores de la cultura política en nuestro país, como en otros países de América Latina, tengan un fuerte vínculo con el mesianismo, el líder carismático y el personalismo. Lo político para el venezolano se funda en una relación pragmática-afiliativa, él es miembro de un partido, y si no lo es, él tiene un amigo, un compadre o un paisano que puede resolver sus demandas.

Por otra parte, Gladys Villaroel (1999) nos ilustra al decir que los venezolanos “*Vivimos la historia como una suerte de tiempo mítico, en el cual cada ciclo nos devuelve al momento fundacional para relanzarnos al futuro*”. Entonces, el sino de Sísifo se cumple en el venezolano como un esfuerzo eternamente frustrado de romper con el pasado. Según esta autora, privilegamos el cambio, siempre estamos construyendo un país inconcluso, provisional, donde todo lo pasado fue peor. No tenemos vivencias de eso que llamamos democracia como práctica de vida, es más bien como un objetivo, algo a alcanzar, pero que no llega a ser. Atrapados en un eterno retorno con el anhelo por lo que ha de venir.

Para la gente común, la política está ligada al conflicto, al antagonismo, eso que se disuelve en relaciones y confrontaciones desde el poder como despliegue de la voluntad de unos pocos (García Pelayo, 1998). De alguna forma, esa Venezuela rica, de la cual supo y/o usufructuó en los setenta el venezolano, le fue arrebatada por la política, esa cosa distante a él; allí su desapego, en ella sus sospechas.

Decía José Ignacio Cabrujas, en su artículo Veinte en conducta (1991): “*Todo político oficial es un ladrón. Todo político en la oposición tiene ganas de ser oficial para volverse ladrón. Los jueces sentencian al pendejo y exoneran al poderoso. No hay tribunal que se resista a una oferta...*”

Las instituciones sociales perdieron credibilidad ante tanta impunidad, la expresión “cuánto hay pa'eso” se legitimó en

la vida del venezolano. Valores como el ser honesto y trabajador, perdieron sentido en el contexto enunciado, se admira a aquel que obtiene rápidamente lo que a otros les cuesta años por conseguir, si lo consigue, tal como nos lo indica Gladys Villaroel, en su artículo "Dos hipótesis sobre la Democracia: actores, discursos y representaciones" (1999). Según esta autora, la admiración del venezolano por el transgresor nace a partir de la percepción que éste tiene de las autoridades, cuando éstas han sido ilegítimas o crueles, y que sólo mediante el ingenio y la rapidez se puede sobrevivir a su poder.

Es obvia, la carga ética de esta alusión, así como la presencia del mito de Robin Hood. Hugo Chávez Frías fue "Tío Conejo", ese "David que se enfrenta a Goliat y lo vence". "*Gracias a Dios que ha permitido ese cambio maravilloso ya que empezó a acabar con los vagabundos*" (Entrevistado el día de la toma de posesión, 2-2-99). Estábamos ante una crisis de representatividad, de legitimidad y gobernabilidad, con un sector civil plagado de incertidumbre, descontento y desapego por los partidos políticos tradicionales. La democracia estaba herida como sistema de gobierno y "San Chávez" nos salvó.

Este barinés, otrora militar y golpista, ajeno a la vida política, personifica las aspiraciones, demandas y resentimientos de muchos sectores de la sociedad, no sólo populares, que se arropan bajo el paraguas de una realidad común: su exclusión de la sociedad y de sus instituciones.

Decía Cabrujas en dos de sus artículos, uno antes y otro después del golpe: (confesiones, 1991):... *aquí hay que declarar una veda presidencial, una prohibición absoluta de elegir al Ejecutivo hasta nuevo aviso, hasta que la cosa pierda costumbre y terminemos de entender qué diablos es lo que nos sucede y para donde nos da la gana de ir... Siete veces es bastante democracia*".

"*Golpistas ha habido aquí muchos a lo largo de estos treinta y cuatro años de gobiernos democráticos... Quién sabe si en este caso la diferencia favorece al Teniente Coronel Chávez Frías, quien por decir lo menos, tuvo la rudeza de asumir sus responsabilidades y decir fui yo... Fastídielo o no, Presidente, la verdad es que el orden legal de Venezuela es una farsa* (El país según Cabrujas, 1992)

Chávez fue ese líder fuerte y no contaminado que demostró con el golpe del 92, y con la contundencia de un "por ahora", que cualquier cosa era mejor que lo que estábamos viviendo.

“

El escenario electoral de 1998 se caracterizó por el cambio, nuevos actores y discursos combaten en nuevos escenarios; (MVR, PPT, Proyecto Venezuela). El descrédito del bipartidismo y sus feroces campañas, así como coaliciones inexplicables despiertan a la sociedad venezolana de su apatía

”

EL TEXTO. EL PODER DE LA VISIBILIDAD

Si consideramos que esta conjunción de elementos, tanto reales como imaginarios, son parte de eso que llamamos la memoria colectiva y que conforma la identidad del venezolano, entonces, tenemos que añadir otro actor social que contribuye a esa construcción: los medios de comunicación.

Es inobjetable hoy su presencia, así como su contribución en la construcción de realidades, estilos de vida, y formas de pensamiento del hombre contemporáneo. Parafraseando a Jhon Thompson, los medios son un espacio de poder, de poder simbólico en la medida en que tienen la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos e influir en las acciones de los otros, creando, interpretando y recreando acontecimientos que nos afectan.

Las imágenes de Chávez rindiéndose ante la pantalla de televisión con un "...y yo, ante el país y ante ustedes, asumo la responsabilidad de este movimiento bolivariano" fueron suficientes para cambiar las vidas de los venezolanos. Un minuto doce segundos, de visibilidad mediática lo convirtieron en hombre público. Se hizo visible la crisis de legitimidad del país.

De aquí en adelante se acababan los secretos, la invisibilidad del poder y sus manejos, el medio se posicionó como un espacio de credibilidad, cobró un nuevo significado en la discusión pública, sin proponérselo. La gente se atrevió a salir a las calles, para ser vista y oída, en y desde los medios. Cacerolazos iban y venían. Chávez estaba preso, estábamos ante una crisis presidencial, los rumores de nuevos golpes estaban a la orden del día. Los medios no se daban a basto, todos querían dar el tubazo.

En el reconocimiento del poder de visibilidad que tienen los medios, será Rafael Caldera, "el arcano" quien capitalice otro momento mediático al realizar una alocución desde el Congreso de la República, que lo catapultó hacia la próxima presidencia. Un hombre de experiencia, del sistema, el hombre de familia que requería el país. Con Chávez en la cárcel y Caldera en la presidencia la democracia representativa y partidista se salvaría. De aquí en adelante se abre una dinámica casi conspiradora desde los medios propiciando una recomposición de fuerzas políticas a favor de un cambio gatopardiano.

Entre tanto, Chávez se va convirtiendo en el referente de los excluidos, esos que como él han sido víctimas del sistema. Así se van liberando los anclajes de los núcleos simbólicos de la cultura política del venezolano que hemos venido nombrando. Es en el gobierno de Caldera cuando Chávez sale de su cautiverio. Para muchos ésta era una manera de desmitificarlo, sin embargo, se fortaleció como opción política, como sujeto elegible en medio de tanto descrédito.

El escenario electoral de 1998 se caracterizó por el cambio, nuevos actores y discursos combaten en nuevos escenarios; (MVR, PPT, Proyecto Venezuela). El descrédito del bipartidismo y sus feroces campañas, así como coaliciones inexplicables despiertan a la sociedad venezolana de su apatía. Aparecen nuevos espacios de despliegue político (Internet), la politización de los actores sociales se hace evidente. El Polo Democrático vs. Polo patriótico serán las posiciones ideológicas del debate.

Por su parte, los medios y la publicidad son elementos claves para el desarrollo de un marketing político nunca antes desplegado en el país y del cual el movimiento bolivariano no está exento. Ya estaba probado el nivel de impacto comunicacional que su candidato capitalizaba.

Todos los candidatos en un gran despliegue mediático intentan posicionarse ante este electorado poco crédulo (tanto

los índices de abstención como las encuestas indican el rechazo a los partidos políticos y a las instituciones). Los asesores políticos acuden a nuevos paradigmas en el manejo de su imagen desde lo mediático. Como un producto más, los candidatos son revestidos de un poder que está en otra parte, no en la desacreditada política. Ahora se destacan otras cualidades, su persona y su carisma, vendiendo a las audiencias que esas nuevas competencias permitirán la estabilidad necesaria para reflotar un país que hace aguas. La propuesta programática pasa a un segundo plano. Desde sus campañas electorales, estos líderes emergentes, cambiaron la propuesta del bipartidismo y sus campañas de mi Estado. Así pudimos disfrutar de una reina de belleza, de un gerente a caballo, o de un Chávez “deportista y artista, destacado cantante y creador de poemas patrióticos”.

En este clima electoral el venezolano pasó de la indiferencia a la movilización masiva. La coalición del “Polo democrático” antichavista obtuvo un 39,97% (Bipartidismo 3,24%) vs. un 56,2% el soberano “Polo patriótico” (3.673.685 sufragistas), esos buenos hijos de un glorioso pasado bolivariano.

EL SUBTEXTO.

EL PODER DE LO SIMBÓLICO

Los procesos de construcción de sentido son un producto psicosocial que nace en las prácticas colectivas y en la interacción cotidiana, su configuración está asociada a la comunicación. Es acercarse a las tensiones entre lo que es comunicable y lo no comunicable.

La Venezuela política de hoy es una Venezuela cargada de nuevos sentidos y resignificación de los símbolos. La bandera, la boina roja, el béisbol, la tierra, la Constitución, la constituyente, el soberano, lo bolivariano, se han resemantizado. El Comandante demostró una mayor y mejor capacidad para mantenerse en sintonía con el sentir de las mayorías excluidas y siempre útiles en períodos electorales. Hugo Rafael les habla con un lenguaje franco, anecdótico, plagado de citas heroicas y venezolanismo. Estas maneras comunicacionales que corresponden al plano de la comunicación interpersonal, e inclusive de lo privado, trastocan las formas tradicionales de la comunicación pública. Chávez irreverente, perturba con sus maneras poco protocolares y campechanas, irritando a los que intentan desca-

“

**La Venezuela política de hoy
es una Venezuela cargada
de nuevos sentidos
y resignificación de los símbolos.
La bandera, la boina roja,
el béisbol, la tierra,
la Constitución, la constituyente,
el soberano, lo bolivariano,
se han resemantizado**

”

lificarlo. Para estos sectores, Chávez no hace ni actúa de acuerdo a las expectativas asociadas al rol presidencial. “Él no es como yo”, contrario a esto, otros sectores identificados con su gestión construyen una percepción inversa: Él es percibido como un hombre de sacrificios, que abandonó la comodidad y los beneficios militares por el pueblo, él quiere a esta patria buena, él entiende mi sentir, él habla como yo, “él es como yo”.

Para comprender esta dinámica de “él es o no como yo” debemos acudir a categorías psicosociales para su comprensión como son la identidad, el etnocentrismo y la polarización social.

La identidad social, es un constructo complejo que nace en nuestra interrelación social con los otros, y que forma parte de ese “self” que nos define también como individuos. Es la vivencia de ser uno mismo y ser simultáneamente miembro de un grupo o comunidad. En esta dinámica peculiar, mecanismos socializadores como la identificación y la internalización se dan dentro de un marco valorativo referencial, es una pertenencia objetiva en términos de oportunidades sociales y subjetiva en términos de la visión que tenemos de nosotros mismos como sujetos y como grupo.

En el caso del discurso chavista estos elementos aglutinadores se van dando por la vía de la diferenciación u oposición, es decir, ese “nosotros” comienza a tomar corporeidad a partir de la comparación

con otros grupos y sectores sociales. Un “ellos” responsable de lo que me pasa, un “ellos” los corruptos, que obstaculizan, critican y atacan continuamente todo lo que el Presidente quiere hacer por y para mí. Finalmente, “ellos” no lo dejan cumplir su misión salvadora y lo descalifican. Por su parte, este “ellos” anuncia que *“ahora si vamos a saber lo que es una dictadura”* (testimonio 2-2-99)

Esta tendencia a categorizar la realidad social en un “ellos” y un “nosotros” es lo que Summer (1906) llamó etnocentrismo, pero también está el mundo que compartimos con esos otros, en el sentido de lo común, que nos permite la interacción. Sin embargo, cuando, producto de la dinámica social, se oponen posturas y discursos ante determinados asuntos, hay una tendencia a reducir la discusión a dos esquemas opuestos y excluyentes, menoscabando la posibilidad de encuentro desde lo común.

La propuesta chavista guarda estas características, el ataque a las instituciones sociales tradicionales (Congreso, CSE, CS), fue su punta de lanza, una constituyente originaria dará paso a la nueva república; los corruptos serán atacados desde un cuarto poder: el poder moral. Un programa económico ambiguo para los sectores de poder, comienza a hacer estragos. “Una Venezuela capitalista, democrática y humanista”. Él derrumba la panacea de la privatización de la industria petrolera, que se manejaba en esos momentos como la salida. Su propuesta gira alrededor de una tercera vía que hará frente al neoliberalismo salvaje, siendo descalificado por esta posición ecléctica.

Un clima de confrontación y pugnas continuas caracteriza esos tiempos. Las advertencias de sus adversarios acerca de la tendencia autocrática y totalitarista del Presidente, se confirman en su amistad con Fidel Castro. Viejas creencias acerca del fantasma del comunismo se activan, se despiertan temores y preconceptos, aparentemente superados luego de la guerra fría, con toda su carga valorativa negativa.

Chávez con un discurso picapleitos alardea sobre esta relación y de los logros de la revolución cubana, alimentando miedos y prejuicios, arraigados en el venezolano medio. De aquí en adelante, todo lo que él exprese será valorado a partir de este referente.

Los viajes del Presidente a países asiáticos y árabes son interpretados como “demoníacos” y provocadores de la furia de nuestro mejor comprador petrolero, los Estados Unidos; se pronostican situacio-

nes apocalípticas a causa de su actitud desafiante. Él, por su lado, habla de la autodeterminación y soberanía de los pueblos, y cualquier señalamiento que ataque su visión queda reducida y simplificada por la vía de la descalificación. El que no es mi amigo es mi enemigo, y por lo tanto enemigo del pueblo.

El discurso presidencial es cada vez más polarizado, “nosotros” los buenos, el pueblo soberano, y “ellos”, las cúpulas podridas que no quieren abandonar sus prebendas y conspiran dentro y fuera del país para desestabilizar esta “revolución pacífica y democrática” y ahuyentar las inversiones extranjeras.

La autodenominada sociedad civil, oponente del chavismo, busca espacios propios y reconocibles: Redes virtuales para dialogar, supervisar (veedores) posicionarse o bien con fines catárticos. El venezolano comenzó a tomar las calles, las plazas, avenidas y centros comerciales para hacer valer su opinión en pro o en contra de la Constitución moribunda vs. La Bolivariana.

Es en este escenario cuando podemos comprender el proceso de polarización social que vive hoy nuestro país. Compartimos la definición de Ignacio Martín Baró (1985) “... la postura de un grupo supone la referencia negativa a la postura del otro grupo, considerado como rival. Se trata, por tanto, de un fenómeno dinámico, un proceso de fuerzas sociales donde el acercamiento a uno de los polos arrastra no sólo el alejamiento, sino el rechazo activo del otro”.

Como vemos, desde la polarización se acepta sólo la perspectiva del propio grupo, toda comunicación es sospechosa y pasa por el tamiz de la identificación o la oposición con cada bando. Ese “ellos” autodenominado inicialmente Polo democrático Vs. “nosotros” el Polo patriótico, presente desde la campaña presidencial, y que favoreció coaliciones insospechadas, invadió todos los espacios. En los hogares se dan fuertes polémicas, todo el mundo tiene algo que decir algo que hacer en pro o en contra de esta “revolución”. Chávez inundó el espacio de lo privado. El país político entró en las casas.

LA DEMOCRACIA. EL PODER DE LO POLÍTICO

Algunos autores sostienen que la crisis en nuestro país no es sólo económica o partidista, sino que también es una crisis de sentido, y que ésta se fundamenta en una

66

Nuestra frágil institucionalidad democrática quedó en evidencia durante el golpe de Estado del mes de abril, la constitución y sus mecanismos revocatorios pasaron a un segundo plano, las instituciones públicas elegidas por vía popular desaparecieron, todo en un solo decreto, en un solo día

99

profunda desesperanza y ausencia de visión a futuro. Un ejemplo de ello es nuestra visión democrática, concepto al que es obligante regresar, si queremos comprender nuestras contradicciones de hoy.

Emilia Bermúdez señala (2000) que esa distancia entre la “democracia vivida” y la deseada es cada vez mayor en el venezolano porque sus experiencias han sido poco satisfactorias, y que por ello, hemos revalorado la otrora autoridad, disciplina y la mano dura frente a los corruptos causantes de la crisis. Estos planteamientos permiten agregar un nuevo elemento a la discusión, el nuevo sentido de lo militar, no sólo porque éste es el área de origen del actual presidente, sino que además, es un sector de gran credibilidad para él.

Desde el principio de su mandato Chávez dedicó gran parte de su discurso a reconfigurar la imagen que el venezolano común tiene de los militares. De ahora en adelante soldado y pueblo soberano serán parte de una misma entidad “nosotros los salvadores de la patria buena de Bolívar” vs. los otros, los corruptos, los de la cuarta república.

De hecho, los militares ocupan funciones no tradicionales de su rol en la administración pública, con su respectivo impacto en la dinámica interna de las organizaciones públicas; sin contar que en sus manos descansa gran parte de los programas de desarrollo social, asunto muy criticado no sólo entre la sociedad civil, sino

también dentro de la milicia. Lo interesante es que, si bien su presencia en el ámbito público generó posiciones encontradas, estos nuevos actores sociales hoy son interlocutores para ambos bandos y ambas causas, en esta Venezuela polarizada.

Es nuestra opinión que el presidente Chávez no previó el escenario en el cual este sector manifestara su disenso de manera expresa a través de los medios de comunicación social y mucho menos que dieran apoyo a sus detractores. Él calificó estos eventos como hechos aislados, generando un efecto boomerang que comenzará a hacer estragos en su gestión durante el primer semestre del 2002, con un impacto de incalculables consecuencias como fue el fallido golpe de Estado de abril.

Consideramos que la hipótesis de Gladys Villaroel con relación a nuestra percepción del transgresor se confirma en este escenario. Los estratos A y B, así como la debilitada clase media, perciben hoy a Chávez como una autoridad amenazante, que no los representa, que los excluye y atenta contra sus intereses, y que “sólo a través del ingenio y la rapidez se puede sobrevivir a su poder”.

Nuestra frágil institucionalidad democrática quedó en evidencia durante el golpe de Estado del mes de abril, la constitución y sus mecanismos revocatorios pasaron a un segundo plano, las instituciones públicas elegidas por vía popular desaparecieron, todo en un solo decreto, en un solo día.

Si bien la cara visible fue un empresario, lo militar fue y es un componente clave en la situación actual, sobre todo para aquellos que se sienten excluidos del poder y que intentan variar la correlación de fuerzas actual (Sectores políticos relegados por el gobierno; grupos económicos lesionados en sus intereses; una clase media e intelectual que no se siente representada y que teme al comunismo, entre otros) Entonces, no importa de qué manera, la consigna es salir de Chávez, y ya!!!

Otro asunto a destacar en los eventos de abril es que el mesianismo, como argumento de descalificación a los chavistas, dejó de ser una característica típica de los sectores populares para serlo también de los sectores opositores a Chávez. También quedó demostrado que la violencia, la retaliación y la persecución sin ley, constatada a través de las pantallas del televisor, tampoco eran sólo atributos de los sectores populares, agrupados en los llamados Círculos Bolivarianos, auspiciados por este gobierno.

Ambos sectores han sido estimulados por sus interlocutores legítimos, para relacionarse desde la revancha, la violencia, el

ataque, confirmando otra característica propia de la polarización social, “la imagen en espejo” la cual consiste en que la imagen que se tiene del “otro” es idéntica pero inversa. En otras palabras, ambos oponentes se ven como la inversión de la bondad o la maldad, lo que cambia es la calificación (oligarcas/comunistas), esto poco tiene que ver con la veracidad o no de la calificación en cuestión, ya que se apoya y se refuerza en el estereotipo y/o el prejuicio. Un ejemplo de ello es la generalización, exageración y simplificación del “otro” en una fórmula peligrosa: ser pobre, es decir bolivariano, es decir violento. Tener propiedades, es decir oligarca, es decir corrupto.

Otro asunto a considerar es el tratamiento heroico dado por los medios a los que conspiraron y participaron del hecho. Los nuevos Salvadores de la patria, intentaban justificar sus acciones, ofreciendo una justificación moral a las mismas. El día doce, Rafael Poleo y más tarde Teodoro Petkoff, ambos comunicadores de medios impresos y oponentes a Chávez, denunciaban el golpe. Esto sin contar que los canales noticiosos internacionales hacían análisis semejantes a estas posturas, refiriéndose a lo sucedido como un gobierno de facto (CNN); inclusive en la Cumbre de Costa Rica, la mayoría de los presidentes se pronunciaban al respecto, exigiendo la continuidad institucional y democrática.

Y aquí retomamos los planteamientos tanto de Inés Quintero como de Emilia Bermúdez, en líneas anteriores. Debemos preocuparnos por el sentido que el venezolano ha construido con relación a la Democracia, llámese representativa, esa que entró en crisis por clientelar y populista, y ahora la tan deseada y decretada Democracia participativa, recién estrenada en la nueva constitución en su artículo seis. Y no queda otra que preguntarnos si ¿Contamos con una cultura política que haga valer este mandato? Evidentemente que no. Esta democracia participativa es una forma de hacer política desconocida para el venezolano. La búsqueda de la paz, la justicia y de la razón a través de la organización activa de la sociedad es un planteamiento que le es ajeno.

El venezolano sólo conoce del “le participo que...”, como forma de relación con el poder. Para lograr un cambio en este sentido es necesario generar condiciones, aprendizajes y experiencias colectivas, aún cuando, paradójicamente, Venezuela sea un país con un gran número de ONG registradas.

“

Desde el inicio de su campaña, el presidente de Venezuela, se posicionó como un hombre mediático, no sólo por su presencia continua en los mismos, sino también porque en la práctica él es el único interlocutor legítimo del gobierno, del Estado y del pueblo “mismo”

”

Hablar de Democracia participativa implica un nuevo sistema de relaciones entre el Estado y la ciudadanía, la cual toma forma y se expresa en la vida cotidiana en el reconocimiento de asuntos de interés común, que se abordan y resuelven desde lo colectivo, dentro de un clima de respeto y tolerancia por las posiciones divergentes acerca de estos mismos asuntos. En otras palabras, se requiere de una alta capacidad de negociación y de diálogo para la toma de decisiones colectivas. Y esto pasa por unas condiciones muy distintas a las vividas en estos últimos años, donde la comunicación pública no existe, la participación es ejercida desde el ataque sin cuartel a un “enemigo” que encarna todos los males sociales del país y que por ello se justifican acciones y discursos ética y políticamente reprobables. Toda invitación a la reflexión, al encuentro y al diálogo es descalificada, tomada como una debilidad o en el mejor de los casos como una actitud complaciente y leguleya.

El clima de confrontación, revancha y tensión política coloca al país y a sus habitantes en una disyuntiva donde eso que llamamos democracia está en juego.

DISCURSOS, RESIGNIFICACIONES Y SENTIDOS. EL PODER DE LA PALABRA

Tradicionalmente se ha considerado el lenguaje como un proceso de una repre-

sentación mental de la realidad, que por desarrollarse en el mundo de las ideas es diferente a la acción. Esta creencia está arraigada en la gente común cuando dice “en este país sólo se habla y no se hace nada”. Consideramos que para los teóricos de la comunicación del país, lo vivido en Venezuela en los últimos años les ha permitido evidenciar como nunca antes, el impacto de la producción discursiva en nuestras vidas.

No hay dudas de que el lenguaje no sólo significa y da sentido a la realidad de una manera dinámica, va más allá, la constituye: es una acción humana que se desarrolla en relación con otros y configura, inclusive, nuestro devenir. En este orden de ideas, algunos actores sociales tales como el gobierno, los medios de difusión masiva y los movimientos sociales cobran relevancia desde su acción discursiva. Acercarnos a su discurso nos permite descubrir la construcción de sentidos que está conformando la vida del venezolano en estos tiempos de transformación.

Candido Monzón (1996) señala que en el mundo de hoy lo mediático es el lugar donde se dirimen los asuntos de interés público, “*el mundo de la imagen, de los periodistas, han pasado de testigos de la actividad pública y política a actores, los líderes políticos aprenden técnicas de comunicación y persuasión... todos estamos envueltos en un nuevo espacio público dominado por la información.*”

Reducir los asuntos de la vida pública a 19 pulgadas puede ser determinante en la configuración de la democracia o la mediocracia (David Swanson, 1996) sobre todo si consideramos que la democracia es un régimen político frágil, que depende de la palabra y de sujetos “dialogantes”.

En el análisis presentado hasta ahora, se puede evidenciar el papel clave que han jugado los medios en la conformación de la opinión pública venezolana en los últimos años, ya que ha sido el lugar donde se han medido las correlaciones de fuerza, las alianzas y las confrontaciones.

Desde el inicio de su campaña, el presidente de Venezuela, se posicionó como un hombre mediático, no sólo por su presencia continua en los mismos, sino también porque en la práctica él es el único interlocutor legítimo del gobierno, del Estado y del pueblo “mismo”. Usando sus propias palabras: “*Todos los venezolanos tenemos el derecho a estar informados por diferentes fuentes... yo no soy periodista pero sí comunicador social, no necesitamos intermediarios...*” (22-03-01) Y esto es cierto. Una de las cualidades de nuestro

carismático presidente es su capacidad comunicativa, la cual se ha ido sofisticando, a tal punto que ha creado una red mediática para contrarrestar las informaciones que dan sus detractores, calificados como antipatrióticos, sobre todo a los dueños de los medios a quienes señala como mentirosos, canallas y manipuladores, con intereses ocultos a los intereses del pueblo.

En sus cadenas semanales utiliza los códigos, recursos propios del espectáculo audiovisual con absoluta fluidez. Sus puestas en escena están plagadas de folklorismo, satirizaciones, dramatizaciones, e informalidad, rompiendo con la solemnidad de un Jefe de Estado que habla al país sobre los asuntos que le competen. Kathleen Hall (1988) sostiene que los medios han cambiado la naturaleza del discurso público, y que la tendencia en el nuevo manejo de imagen es darle un aire conversacional a las alocuciones presidenciales, pero que estas deben guardar un delicado equilibrio ente lo solemne y lo íntimo.

En el caso de nuestro gobernante, éste equilibrio no existe y es abiertamente cuestionado por ello. A pesar de las críticas, su controversial discurso no baja de tono, así como tampoco tiene límite en el manejo del tiempo de transmisión, afectando la programación privada. Su retórica está plagada de dicotomías, de bandos, de contraposiciones continuas y reiteradas: ellos los malos, los "otros", los que no quieren el cambio, es decir, las élites, la Sociedad Civil, los medios, los partidos, etc.

Usa una estructura discursiva absolutamente personalista y autoreferencial: él es el que denuncia a los que sabotean u obstaculizan la revolución pacífica. En todas partes hay enemigos que él debe desenmascarar, así va enfrentándose a los intelectuales, la Iglesia, los medios. Él es el que da las buenas noticias acerca de su gestión, él es el que defiende a sus colaboradores de la insidia de los medios. "Él sí ejerce la libertad de expresión", conquista constitucional bolivariana. Él es el portador de la verdad y por ello es atacado, acude con frecuencia a autores para dar validez "cientificista" a sus argumentos. Atacarlo a él es atacar lo que él representa: al soberano, ese pueblo que no tiene acceso y no se puede defender.

El mandatario nunca va directamente al grano, divaga y se pierde en digresiones para explicar la importancia de las acciones que comenta. Da largas argumentaciones, sin ofrecer todos los detalles.

La polarización es consustancial a su discurso matizado con figuras retóricas, tales como, anécdotas, familiaridades, ci-

“

Los medios transforman los hechos en noticia y éstas en temas. La cobertura informativa será un elemento clave para crear y sostener un tema en el espacio público, que a su vez se refuerza a través de otros medios de difusión, sin olvidar que el poder de omisión está también en sus manos

”

”

tas bíblicas, citas bolivarianas, refranes, "movilizadores emocionales" a través de los cuales el mandatario mantiene un tono conversacional y espontáneo con la audiencia, jugándose en la intimidad, la cercanía, la confianza de un amigo, un consejero, un maestro, todo lo cual refuerza el "nosotros" en contraposición a un "ellos": "Con nosotros está la voz del pueblo, la voz de Dios. Dios va con nosotros, con nosotros está el amor".

Cuando descalifica a sus oponentes suele sembrar dudas con relación a la calidad del trabajo que ellos realizan: "Quién, pero quién le ha dado esa potestad".

Estas maneras provocadoras e inclusive pendencieras, en algunos casos, despiertan inmediatamente reacción, cada palabra es exaltada como prueba de su autoritarismo y del destino fatal que nos espera a la vuelta de la esquina. La respuesta de los atacados, o sus defensores es tanto o más agresiva que la inicial, lo cual nos ha colocado en una espiral de violencia verbal, expresada desde los medios de comunicación, quienes cierran sus espacios al oficialismo, y se abren a sus rivales, arengando la contienda continua, propiciando la radicalización de las posiciones de ambos bandos, quienes se arrojan bajo el manto de la legítima defensa y de la libre expresión, justificando el estilo ofensivo como necesario al ser expresado en el propio grupo y condenable en el adversario.

Los medios llenan el vacío del país, con relación a una oposición orgánica. Los comunicadores sociales son estimulados a tomar partido y casi de manera natural se erigen como representantes de la oposición. Esto traerá consecuencias incalculables porque se trastocó el tratamiento noticioso, se legitimó el rumor, se filtra la información alimentando la contienda, propiciando la radicalización de las posiciones. Ambos bandos se arrojan bajo el manto de la legítima defensa y de la libre expresión, justificando el estilo ofensivo como necesario en la práctica periodística, dado lo condenable del estilo de los adversarios.

Entre tanto, las audiencias también se posicionan, se reafirman y cohesionan en sus identificaciones grupales. El "otro" es construido como una amenaza permanente, que obliga a la movilización social, bloqueándose los mecanismos de comprensión y acercamiento entre los rivales a partir de la imagen que cada uno tiene del enemigo.

LA TEMATIZACIÓN DE LA VIDA PÚBLICA. EL PODER MEDIÁTICO

Dominique Wolton (1999) plantea que en la comunicación política se pone en juego la selección de los temas sobre los cuales se ajustan los enfrentamientos cognitivos e ideológicos en un momento determinado, y que a tal selección se adhieren las audiencias.

Tradicionalmente, se ha señalado que los mass medias no instalan la agenda política, ya que estos "fuerzan la atención hacia ciertos problemas. Construyen imágenes públicas de las figuras políticas. De continuo sugieren objetos en torno a los que pensar y formas de sentir y pensar acerca de los objetos que presentan" (Berelson y Janowitz, 1966). Adicionalmente, se ha dicho que los políticos adaptan sus prácticas políticas al funcionamiento de los medios, estableciéndose una relación dinámica y dependiente.

Los medios transforman los hechos en noticia y éstas en temas. La cobertura informativa será un elemento clave para crear y sostener un tema en el espacio público, que a su vez se refuerza a través de otros medios de difusión, sin olvidar que el poder de omisión está también en sus manos.

Esta disponibilidad de expresión y de visibilidad de los puntos de vista de los medios, tiene un gran poder configurador en nuestras opiniones, inclusive en aquellos que pueden no haber elaborado una

posición propia con relación a determinado tema. Lo que se quiere destacar es que los medios tienen gran influencia al jerarquizar lo que es o será importante en la vida pública, pero, su grado de influencia dependerá de la “centralidad” que tengan estos temas en la vida colectiva, de las condiciones sociales en las cuales se insertan y de las características propias de cada medio.

En el caso que nos ocupa, consideramos mucho más pertinente hablar de lo que algunos autores han llamado agenda Building (corrección del concepto de setting) que parte de la idea de que la agenda se “construye” a partir de relaciones de poder, en un intercambio en el que cada parte actúa y reacciona ante la acción de la otra, en función de sus intereses, sus valores, sus recursos y sus limitaciones.

A partir de la realización de una investigación en el primer trimestre del 2001, relacionada a la tematización de la opinión pública, pudimos conocer cómo los medios privados y el gobierno instalan el temario, favoreciendo la polarización que vivimos hoy, a partir de la construcción de dos realidades. Además, pudimos constatar sin proponérselo como los medios se fueron posicionando como interlocutores de la oposición. De manera ilustrativa algunos de los resultados encontrados:

¿Sobre qué habla el presidente a lo largo de sus discursos? De los medios, como esos que “*le vendieron su alma al diablo*”; los logros de la revolución pacífica magnificados desde la comparación continua con los regímenes anteriores; las relaciones internacionales, como una afirmación de la soberanía y la hermandad de los pueblos; la constitución, como una referencia obligada; el pueblo, como una prolongación de sí mismo; y los militares, como una presencia indiscutible e indispensable en la nueva república.

¿Cuál es el temario de ambos poderes mediáticos? Tres temas construyeron esta agenda, desde perspectivas antagónicas.

El decreto 1011, relacionado a la supervisión de la educación privada invade el espacio de lo público. Los medios intentaron hacer de este problema un asunto nacional. Para los afectados esto era la prueba concluyente acerca de la ideología cubanizada y militarista del presidente. Luego de gran polémica, Chávez se pronuncia “*todos tienen derecho a una educación integral y de buena calidad, que no puede ser manejada al antojo de los dueños del capital*” (22-01-01) Descalifica la nueva propuesta: “*El proyecto de la sociedad civil es muy débil y tiene base de are-*

“

Este año, de manera sistemática la calle va siendo tomada por diferentes sectores del país exigiendo demandas de todo tipo. Esto es calificado desde el gobierno como eventos desestabilizadores, subestimando al adversario porque “esta revolución no la para nadie”

”

na”. Llama a la unidad nacional por encima de los privilegios individuales.

Si bien la discusión del decreto 1011 no logró su objetivo, si logró movilizar a los sectores medios de la población a realizar sus primeros escarceos en la calle para manifestar su descontento, inclusive a organizarse en una ONG, lo cual confirma que el grado de influencia de la agenda dependerá de la “centralidad” que tengan estos temas en la vida ciudadana.

Chávez ha señalado continuamente la ausencia de respaldo por parte de los medios a su gestión, es por ello que él es el llamado a publicitar los logros, es en este período donde se hace explícita la confrontación. Él, con nombre y apellido, ataca a los dueños de dos periódicos nacionales, calificándolos como faltos de ética, inconsecuentes e indignos del legado de sus predecesores. Los identifica como oligarcas y sentencia “*esto hay que saberlo, nosotros estamos en un combate ideológico (...) no lo van a lograr*”. Por su parte, El Nacional inaugura este año con una editorial que le responde directamente al mandatario, atacando su comportamiento antidemocrático, su estilo pendenciero y poco respetuoso a la majestad presidencial “*... no utilice el nombre de Miguel Otero Silva para disparar por mampuesto: Búsquese sus propios argumentos y deje en paz a los muertos (...) El país sabe muy bien quienes somos, jamás hemos*

sido conspiradores ni golpistas. Ojalá se pudiera decir lo mismo de quienes habitan ahora Miraflores”. (16-01-01) Este será el inicio de una serie de enfrentamientos directos en todo el año 2001.

El Universal también es atacado: “*Saludo Sr. Mata. sepan los venezolanos que Ud. caballero Mata está actuando de manera mal intencionada en contra de Venezuela. Así lo denunció a Ud. y al diario El Universal*” (29-03-01)

La Sociedad Interamericana de Prensa es invitada para pronunciarse sobre el acoso del mandatario, y ésta condena al gobierno alertando acerca de la libertad de prensa. La respuesta de Chávez no se hace esperar, desarma el discurso del Presidente de la SIP. El Sr. Danilo Arbilla, fue jefe de prensa durante la dictadura uruguaya, con todo lo que eso implica.

Para el Presidente siempre hay una conspiración que no permite la realización del sueño, y que sirve para ocultar al pueblo hechos y verdades. Así justifica su voluntarismo y discrecionalidad. Él se debe a la voluntad del pueblo, al cual debe proteger “*se quiere hacer ver al mundo que Venezuela es un nido de narcotraficantes, guerrilleros, y que aquí protegemos a esos señores... mentira de mil leguas, es una falta de respeto, no es contra mí, es un atentado contra el pueblo venezolano*”

Los medios enfilan sus ataques a los organismos del Estado, haciendo gran énfasis en la corrupción del FUS y del “Plan Bolívar 2000” en manos de los militares. Los cambios en el sector de la cultura, ahora llamada “revolución cultural”, serán atacados ferozmente por los intelectuales del país. Así como el estilo del presidente, que ahuyenta las inversiones extranjeras.

En esta investigación se hizo evidente que es Chávez quien determina la agenda de los medios y los medios cual manager le colocan el rival de turno semanal, distrayéndonos de los problemas de fondo. El estancamiento productivo, el incremento del desempleo y de la economía informal, la salud, la seguridad, la educación, etc.

A pesar de lo expresado la popularidad del presidente se mantiene con un 67%, según las encuestas de Datanálisis (23 de febrero). El Nacional tituló “*Popularidad de Chávez contiene conflictividad social*”. Es evidente el sesgo del titular, esta sólida popularidad es incomprensible para el “otro”, que entiende la acción gubernamental desde un populismo nada distinto a lo vivido. Y nos vemos obligados a recurrir al impacto psicológico que en la autoestima tiene el hecho de ser reconocido como sujeto. Ese pueblo, hasta

ahora una entelequia para los gobiernos de turno, dejó de ser un voto para ser un sujeto político con voz, y su voz es Chávez.

Decíamos en aquel momento que Chávez había quedado atrapado en la magia de la televisión, cada semana nuevas puestas en escena, nuevas anécdotas, y la querrela con los medios se volvió costumbre. Daba la impresión de que él era el productor y presentador de un canal televisivo, ajeno al impacto del mensaje. Suponemos que él no entendía su rol y su cuota de responsabilidad ante los mismos problemas que denunciaba. Por su lado, los medios utilizan estos factores para atacar al contrincante, unas veces como correa de transmisión y otras como instalador de agenda, en un peligroso juego de todos contra Chávez, la fuente más lucrativa en los últimos tiempos.

Es importante destacar que en este gobierno nada es definitivo hasta que Chávez lo confirme en la radio o la televisión. Muchas veces hemos sido testigos de las reacciones de las autoridades por su desconocimiento de las decisiones presidenciales. La centralización de la información oficial es un hecho, así como lo es su interpretación de lo que nos pasa. Vivimos en un suspenso continuo ¿Qué dirá Chávez hoy? ¿Qué le responderán mañana? Esto nos ha colocado a todos frente al televisor, contemplamos al país desde la pantalla chica, como un gran espectáculo de entretenimiento.

El año pasado se caracterizó por dimes y diretes, vivimos de las respuestas viscerales de los contendientes. La ciudadanía contempla el combate, alimentando el pesimismo y la impotencia ante tanto desafuero. Entre tanto, el país espera.

LAS AUDIENCIAS TOMAN LAS CALLES

Ambos, gobierno y medios, han secuestrado el derecho de la ciudadanía a la información, han abusado de la libre expresión y utilizado sus recursos para defender espacios de poder e influencia en la población, negando y estigmatizando al "otro", desatendiendo la responsabilidad que ambos tienen para con todos los venezolanos. Desde sus discursos excluyentes se desdibuja el interés colectivo, desaparecen las reglas mínimas de convivencia y del respeto a lo público y, por ende, eso que llamamos el país.

Daniel Heradstveit escribió en 1981 un libro sobre el conflicto árabe israelí, en el cual señalaba que en el proceso de estereotipación del "enemigo", a éste se le atribuía

66

Pruebas "contundentes", planes, recomendaciones, convocatorias, firmas, circulan por Internet.

Todos con un solo fin, Chávez, "el enemigo". Es decir se asumen como grupo con sentido de pertenencia y objetivos. Ellos ahora si son un "ellos" diferenciado y oponente

99

todo lo malo como una característica estable, y lo bueno a factores circunstanciales; además, el enemigo tiene muchas opciones en cambio uno se ve forzado a reaccionar, y por último se enfatizan más sus creencias o palabras que sus intereses o acciones (Citado por Martín-Baro, 1985)

Esta referencia nos permite decir que cualquier semejanza con la realidad es pura coincidencia. Así se vive la Venezuela de hoy. Los datos presentados nos permiten visualizar el contexto que sirvió de base a los hechos del 11 de abril hasta los momentos, donde el rumor y el descreimiento invadió nuestra realidad.

Enumerar eventos tiene poco sentido, sin embargo, es importante establecer algunas interconexiones que nos permitan dilucidar este hoy. Por ejemplo, en noviembre de 2001, terminó el plazo de la Ley Habilitante y entramos en una dura polémica acerca de los cuarenta y nueve decretos, con fuerza de ley, que regirán la vida económica del país.

El sector empresarial saltó a la palestra indignado y de manera contundente rechazó estas leyes, sumándose a la convocatoria de la Confederación de Trabajadores de Venezuela, organización gremial desprestigiada, que cobró vuelo y legitimidad en este nuevo entorno. Con un llamado a paro nacional el 10 de diciembre, el empresariado venezolano debutó en estas lides, haciendo una demostración de

fuerza. Ya desde este momento se gesta una alianza visible antichavista, que coadyuvará en los hechos de abril.

La sociedad civil reivindica la palabra escuálidos, utilizada por el mandatario de manera peyorativa, para descalificarlos; hacen franelas, pines etc. La bandera comienza a ser identitaria, ya no pertenece a los "otros" y asume sin fin de presentaciones.

El rechazo se va expresando de distintas maneras, vestirse de negro, usar elementos de luto, identificar los carros, el sonido de las cacerolas se moderniza en un CD.

La red virtual se convierte en un vehículo para la cohesión de los opositores, ya no con fines catárticos o de veedores, no, ahora es un espacio de reorganización y agrupamiento para alcanzar fines, lo cual favorece el encuentro con interlocutores de otras latitudes e ideologías, inclusive extremas. Grupos foráneos, anticastrista, fascista, ultraizquierdistas o ultraderechistas participan de esta radicalización. La circulación de información es de tal desproporción que colapsa los correos electrónicos, incluso de otros no tan adeptos para una posible captación.

Pruebas "contundentes", planes, recomendaciones, convocatorias, firmas, circulan por Internet. Todos con un solo fin, Chávez, "el enemigo". Es decir se asumen como grupo con sentido de pertenencia y objetivos. Ellos ahora si son un "ellos" diferenciado y oponente.

Este año, de manera sistemática la calle va siendo tomada por diferentes sectores del país exigiendo demandas de todo tipo, que comienzan a ser capitalizados por este sector. Esto es calificado desde el gobierno como eventos desestabilizadores, subestimando al adversario porque "esta revolución no la para nadie". Entran en el juego de "hay viene el lobo", el presidente alardea acerca de la fuerza del pueblo, a quien invita a salir a la calle para medirse con la oposición, en una especie de puja.

Cualquier fecha servirá de excusa para desafiar al contrincante, El 23 enero, el 4 y el 27 de febrero, serán fechas de marchas y contramarchas, alimentando el clima de tensión política. Cada bando es dueño de la verdad, es dueño de la democracia, es dueño del país, eso sí sin el "otro", el enemigo.

LOS MEDIOS. EXCESOS U OMISIONES

Los medios de comunicación comienzan a participar de esta trama, de manera mucho más radical, exaltando con un gran des-

pliegue informativo toda movilización de la opositora sociedad civil, paso a paso, minuto a minuto, se refuerza de manera vicaria sus conquistas. Se va ampliando la convocatoria. Inclusive, los cacerolazos que forman parte de la protesta contra las alocuciones presidenciales, son reportadas como hecho noticioso. Así se va redimensionando la percepción que se tiene sobre el poder disminuido del gobierno y su capacidad de convocatoria. El "otro" aparece en pantalla, con fines comparativos para probar su debilitamiento, o en todo caso para demostrar su violencia, salvajismo e incivilidad, que justifica mi proceder. La capacidad que tiene el medio de simplificar la realidad, editarla e interpretarla juega a favor de la estereotipación del contendor, tal como lo señala Heradstveit.

En unas entrevistas de calle uno de los entrevistados decía *"yo ahora no les doy real, que vayan a pedirle a Chávez"* (2-05-02).

PDVSA, formará parte del nuevo temario de la agenda mediática, una decisión presidencial acerca de cambios en su junta directiva, será la nueva punta de lanza para desarrollar una cadena de protestas y de apoyo nunca antes vista. El presidente asume este problema dentro del espacio de la disciplina y de la autoridad, como buen militar. En la calle, esto es interpretado como una prueba más de su arbitrariedad e irrespeto. Es defendida la meritocracia en contraposición a los "ineptos que apoyan al gobierno".

PDVSA por primera vez será un asunto importante. Pasa a ser la causa aglutinadora del descontento, es un espacio desde donde se puede acceder al interior del país. Una decisión netamente administrativa, que en otro escenario no pasaría de noticia de segundo día, es transformada en un problema de interés nacional. La desubicación y torpeza del Presidente es tal que se permite despedir a los gerentes que liderizan el reclamo desde la pantalla televisiva. Estas imágenes recorrerán el mundo. Venezuela pasa a ser monitoreada desde los noticieros internacionales.

La desobediencia de varios militares que hacen ejercicio de su libertad de expresión, sin ninguna medida en sus planteamientos, también formará parte del hecho noticioso. La toma de una plaza en el este de la ciudad, será erigida como bastión de la libertad vs. el oeste de la capital, donde los sectores populares se apostaron al resguardo del palacio presidencial, hace ya bastante tiempo. Desde la definición de sus espacios, la confrontación de clases se hace explícita. Asunto que se

manejaba solapadamente en los discursos de ambos bandos.

Un clima de convulsión social se está gestando. Desde los medios se está viendo y construyendo la percepción de un Chávez vencido, acorralado y sin apoyo. La clase media se da permiso para salir, son acompañados por los líderes de los partidos tradicionales, los de la "cuarta república", quienes salen de su encierro para incorporarse, la Patria los llama. El país debe ser salvado de la debacle inminente y ellos tienen algo que ofrecer. Carlos Andrés Pérez aparece en nuestras vidas nuevamente.

Un nuevo paro CTV-Fedecámaras en apoyo a PDVSA y a la meritocracia mancillada, será la batalla decisiva por el poder. El gobierno descalifica estas acciones y los convocantes deciden decretar un paro indefinido. Guerra de titanes. Las condiciones están dadas, comienza la cuenta regresiva.

Las cadenas del gobierno intentan acallar el encadenamiento de los medios de comunicación en su apoyo al paro y a la marcha. Esto es denunciado ante la comunidad internacional. El Gobierno en un tono calmo habla de normalidad y niega la necesidad de decretar un estado de excepción.

La pantalla partida como ícono de la escisión del país se hace presente, el desafío y el descalzo se apodera de los medios radioeléctricos. La desobediencia civil al calor de la sugestión, propia de los movimientos de masas, permite cambiar el rumbo de la marcha al grito de "ni un paso a tras" y de un ¡Se va, se va, se va, se va...! triunfante. El candor de las imágenes invitaba a la gran fiesta. El golpe mediático está montado, la oposición en la calle, de manera masiva marcha victoriosa hacia el palacio presidencial.

El trabajo mediático de meses logró su cometido, transmitir la idea de que Chávez estaba solo. El enemigo quedó reducido a un sujeto. El chavismo como sentir de las grandes mayorías estaba desdibujado en las mentes de estos animados marchantes. Es nuestra opinión que el desvío de la ruta de la marcha, no fue tan inocente, ni tan espontáneo como se intenta señalar, así como tampoco sus lamentables consecuencias. De ello darán cuenta el tiempo y el esfuerzo que se dediquen para aclarar los mismos.

Los eventos son conocidos por todos, lo que no significa que las interpretaciones sean compartidas. Lo que no podemos negar es que todos quedamos atrapados en un juego perverso de intereses y deseos. Después de tales niveles de exaltación,

muchos amanecieron con la sensación del deber cumplido, suponemos que otros regresaron a la desesperanza. Los medios lo confirmaban, un narrador nos leyó la renuncia del Presidente. Oímos y leímos acerca de ella. Quedamos atrapados en el trastocamiento de los significados, oímos que lo sucedido no era un golpe sino un acompañamiento a la sociedad civil, que *"Chávez no está preso... está en custodia"* (Carmona).

Vimos, unos con complacencia, otros con estupor, la cacería de brujas contra los gobernantes chavistas, la destrucción de la embajada cubana, las entrevistas de los nuevos héroes de la patria, y por supuesto, la autoproclamación y el decreto que de un plumazo desaparecía la institucionalidad democrática. De aquí en adelante, regresamos al entretenimiento televisivo, el vértigo informativo ya no era necesario, estábamos en buenas manos, en todo caso, siempre se puede acudir a la señal por cable.

LA REFLEXIÓN. LA GRAN AUSENTE

El silencio de los medios, solo podía significar que en el país no estaba pasando más nada, todos suponíamos el beneplácito de todos sus habitantes. Con la renuncia de Chávez desaparecía, de un plumazo, el chavismo, y si quedaba alguno, claro, estaría preso.

Desde la señal por cable pudimos conocer que en las calles no sólo se dieron saqueos. Allí estaba un pueblo a pie, reuniéndose, discutiendo, marchando, que exigía desenmascarar el golpe de Estado silenciado, exigían ver a Chávez. No eran hordas demoníacas, no, era gente como Ud. o como yo, venezolanos, que aún en sus diferencias se encontraban en dos palabras: Democracia y libertad.

Muchos, inclusive con violencia, se plantaron ante los medios exigiendo la verdad y cuestionando la autocensura. No vimos qué pasó pero Chávez regresó, mas no necesariamente la gobernabilidad.

Con suspicacia el venezolano se acerca a los medios de comunicación, muchos inclusive no saben quienes subvierten el orden hoy, en quién creer después de lo vivido, no saben si sus opiniones apoyarán la conspiración o la resistencia. El rumor se ha apoderado del país. Otro madrugonazo rueda por la autopista de la información, con instrucciones y plan de defensa incluido. Las conspiraciones y los profetas del desastre proliferan. Nuestros sistemas de alerta están agotados, la sensación

de inseguridad y miedo nos llevan al extremo de prepararnos para la guerra inminente. Cuenta un estudiante que conoce de una comunidad que "ha almacenado alimentos, agua y han preparado bombas molotov, e inventariado las armas" (UCV, 8-06-02). Hay un agotamiento que nubla la visión y el sentido común.

Por su parte, los medios se defienden, se victimizan, se justifican, se radicalizan, en fin, se niegan a retomar el rol que les corresponde en la sociedad: "Los medios nunca han transmitido propaganda desestabilizadora", Alberto Federico Ravell, 11-06-02.

Un ambiente de caos, inevitabilidad, angustia, llena nuestra vida, no hay manera de regresar a la cotidianidad. La estigmatización social se ha exacerbado, toda oposición es conspiradora, todo pobre es chavista. La comunicación, eso que es "poner en común" desapareció y por ende el sentido democrático. La tolerancia es entendida como fragilidad, la rectificación como abdicación, cualquier gesto conciliatorio es una trampa, la pluralidad es hoy una palabra vacía de sentido.

La paz es entendida como aniquilamiento del "otro". La imposición de mi visión en exclusión del "otro" seguirá alimentando la polarización social. ¿Dónde queda la democracia que ambos sectores asumen como bandera? Pensamos que el escenario de una guerra civil es una dolorosa posibilidad.

LA BÚSQUEDA DE UNA SOLUCIÓN

Sí es posible sobrevivirnos como Nación, escasamente hace dos años Vargas nos dio esa lección. La salida seguirá estando en la palabra, debemos encontrar la manera de restablecer la comunicación, reencontrarnos como comunidad, reencontrarnos con la realidad del otro.

Compartimos la posición del Profesor Marcelino Bisbal, en el sentido de que hay que regresar a lo conversacional, abandonar el pensamiento único, mantener un apoyo crítico al gobierno, y desde esa plataforma construir la salida.

Luego de los eventos de abril, amplios sectores de la población entiende que el país no es Chávez, que hay un día después y que debe formularse reglas que solucionen pacíficamente los conflictos venideros es decir vía negociación, para ello la despolarización es indispensable.

Diría Norberto Bobio "entiendo por Estado democrático aquel que se funda en un pacto de no agresión entre distintos

grupos políticos, y en la estipulación, entre estos mismos grupos, de un conjunto de reglas que permitan la solución pacífica de los conflictos que puedan surgir" Hacia aquí apuntamos.

Ahora queda preguntarse ¿Quién va a establecer las reglas para la convivencia, el diálogo y el encuentro desde las diferencias? ¿Cómo puede lograrse el consenso?

No es fácil, pero los medios tienen mucho que hacer y que decir, ellos deben regresar a su papel de mediadores, ellos tienen el poder de tender los puentes comunicacionales entre las partes, para la reflexión necesaria y abrir los caminos para la reconstrucción Nacional.

■ **Lucía Azuaje**
Psicóloga social
Profesora de la Universidad
Central de Venezuela

Nota de Redacción:

Parte de este trabajo fue presentado como Ponencia en el XXIV Scientific Meeting International Society Political Psychology Cultures of violence, cultures of Peace. México, 2001

Notas y referencias bibliográficas

- BERGER, Peter L. Y Thomas Luckmann: *Modernidad, pluralismo y crisis del sentido- La orientación del hombre moderno*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1997.
- BERMÚDEZ, Emilia y Martínez Giraldo. "Hugo Chávez: la articulación de un sentido para la acción colectiva". *Cuaderno Venezolano de Sociología*. Espacio abierto. Vol 9, Nº 1.2000
- BOBIO, Norberto. *El futuro de la Democracia*. Fondo de Cultura económica, segunda edición. México. 1996/2000
- BOURDIEU, Pierre: *Contrafuegos*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1999.
- CABRUJAS, José Ignacio: *El país según Cabrujas*, Monte Ávila /Latinoamericana, Caracas, 1992.
- CHOMSKY, Noam: *Actos de agresión*, Editorial Crítica, Barcelona, 2000.
- FERNÁNDEZ, Pablo: "La función de la psicología política", Boletín de la Avepsa, Volumen IX, Nº1, Caracas, Abril de 1986.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor: *Consumidores y ciudadanos*, Editorial Grijalbo, México, 1995.
- GAUTHIER G, GOSSELIN A Y MOUCHON J. *Comunicación y Política*. Editorial Gedisa. España, 1998
- GUARESCHI, Pedrinho A. y otros: *Os constructores da informacao*, Editora Vozes, Petropolis, Brasil, 2000
- LOZADA, Mireya. "Ahora... todos por Venezuela". Revista *AVEPSO*. XXII, No. 1, Caracas, 1999
- MAAREK, Philippe J.: *Marketing político y comunicación*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y Germán Rey: *Los ejercicios del ver*, Gedisa Editorial, Barcelona, 1999.
- MARTÍN-Baró, Ignacio. "Polarización Social en el Salvador". *Revista Estudios Centroamericanos*. ECA. 1985
- MONS, Alain: *La metáfora social*, Ediciones Nueva visión, Buenos Aires, 1994.
- MONTERO, Maritza y otros: *Psicología política Latinoamericana*, Editorial Panapo, Caracas, 1987.
- MONZÓN, Cándido: *Opinión pública, comunicación y política*, Editorial Tecnos, Madrid, 1996.
- NAIM, Moisés y Ramón Piñango: *El caso Venezuela una ilusión de armonía*. Ediciones IESA, Caracas, 1989
- PICHON-RIVIÈRE, Enrique y Ana Pampliega: *Psicología de la vida cotidiana*, Ediciones Nueva visión, Buenos Aires, 1998.
- PUYOSA, Iria: "Análisis del discurso político de Hugo Chávez Frías. Gesta de un Mesías", *Revista Comunicación*, Nº 104, Caracas, Cuarto Trimestre de 1998.
- QUINTERO, Inés: "Las herencias políticas del venezolano de hoy", Mimeo. Gumilla, Caracas, 2001.
- RODA, Rafael: *Medios de comunicación: Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*, Editorial Siglo XXI, Madrid, 1989.
- SILVA, Carlos: "El populismo poblado: Psicopolítica del hartazgo y el voto real", *Revista AVEPSO*, Volumen XXII, Nº 1, Caracas, 1999.
- THOMPSON, John B.: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1998.
- TOURAINÉ, Alain (1995) *¿Qué es la democracia?* Fondo de Cultura Económico. Argentina
- VILLARROEL, Gladys: "Dos hipótesis sobre la Democracia Venezolana: Actores, discursos y representaciones", *Revista AVEPSO*, Volumen XXII, Nº 1, Caracas, 1999.
- WOLF, Ferencz: "La sociedad transpolítica: del ágora al condominio", *Revista AVEPSO*, fascículo Nº 7, Caracas, 1996.
- Wolton, Dominique: *Comunicación Política*. Ediciones Gedisa. Barcelona. 1999
- Diario *El Nacional*: Lunes, miércoles y viernes. Primer Trimestre de 2001.
- Diario *El Universal*: Lunes, miércoles y viernes. Primer Trimestre de 2001.
- Vespertino *Tal cual*: Lunes, miércoles y viernes. Primer Trimestre de 2001.
- Cadenas presidenciales* de los días 8-02-01, 15-02-01, 22-03-01, 29-03-01

En Venezuela, el papel de los medios de comunicación y de los periodistas ha estado en intenso debate desde que el presidente Hugo Chávez asumió el poder. El clímax de la crisis política de abril, en la cual la prensa, en su sentido más amplio, fue protagonista, de ninguna manera debe hacernos olvidar que el país viene conociendo una traumática relación entre el poder político y el sector comunicacional. A nuestro juicio este proceso tuvo un punto relevante en el mes de enero, cuando simpatizantes del jefe de Estado, un día después de que éste criticara duramente al diario El Nacional, manifestaron a las puertas del impreso

■ **Andrés Cañizález**

La ola de confrontación que se vive en Venezuela tocó directamente a la prensa con una manifestación de partidarios del presidente Hugo Chávez a las puertas del diario *El Nacional*, hecho inédito en el país. La noche del lunes 7 de enero varias decenas de militantes del Movimiento V República (MVR) y de los Círculos Bolivarianos, creados por el presidente Chávez, se apostaron a las puertas del diario y por más de una hora impidieron el acceso al medio de comunicación, hasta que intervino un cuerpo policial.

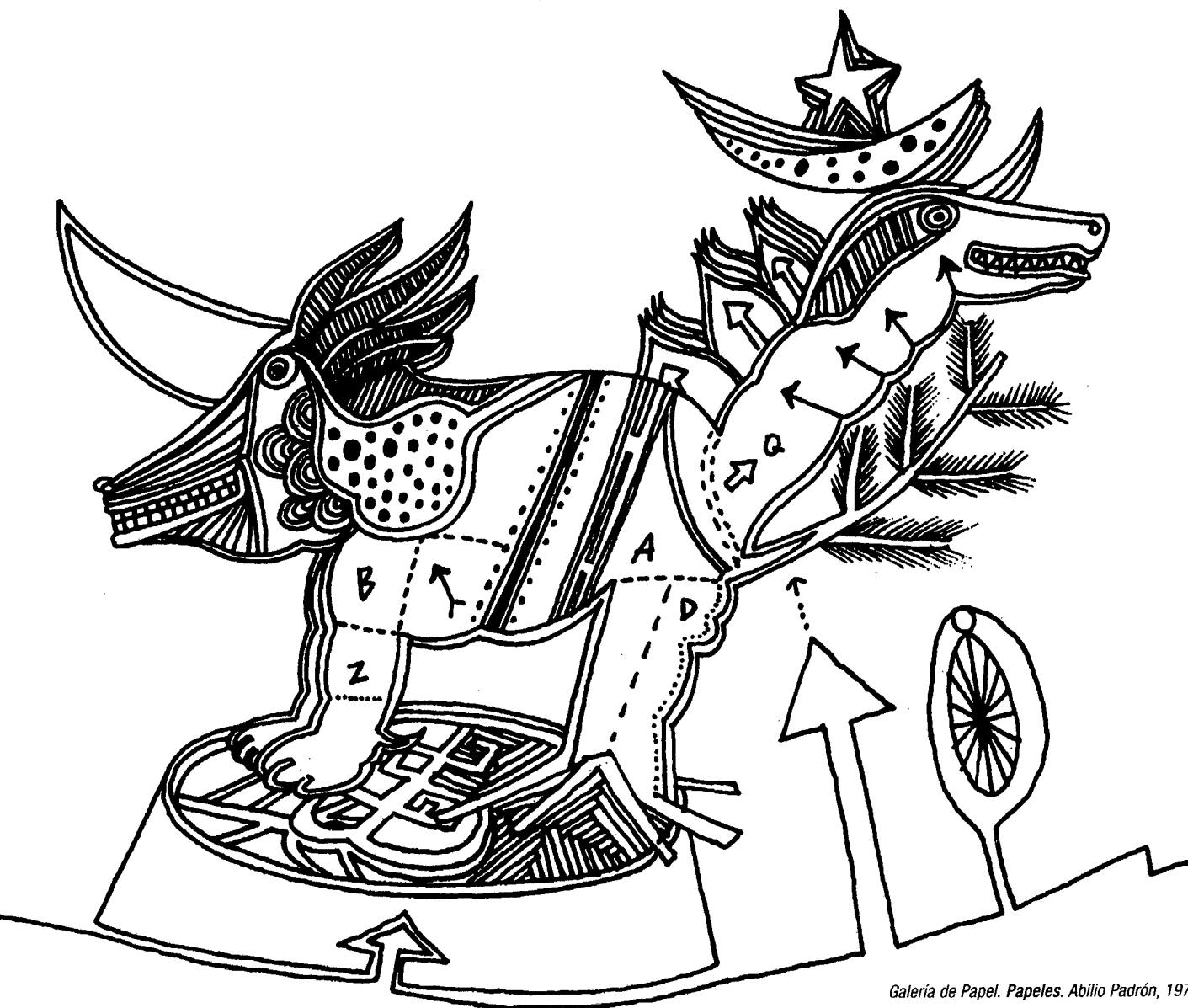
Este tipo de manifestación, sin precedentes en el país hasta ese momento, ocurrió un día después de que Chávez atacara a *El Nacional* en su programa radial "Aló, presidente".

"Deploramos muchísimo este hecho, sobre el cual veníamos alertando. Los constantes ataques verbales (del presidente) van mermando el clima de respeto para el libre ejercicio del periodista y la libertad de expresión", aseguró en aquel momento Gregorio Salazar, secretario del Sindicato de Trabajadores de la Prensa. "Estamos entrando en un período de conflictividad, en la cual los colegas deben estar allí por razones profesionales y se han convertido en un blanco de estos grupos ligados al MVR", dijo Salazar, quien a la par es representante regional para América Latina de la Federación Internacional de Periodistas (FIP).

"El diario *El Nacional* lo que da es lástima", había dicho el día anterior el presidente venezolano al criticar "la campaña contrarrevolucionaria" de este medio de



Meses de conflictividad en el 2002



comunicación en contra de su gobierno. “Me han dicho que esta posición ha hecho caer las ventas de este pobre periódico, que ahora debe quitar préstamos bancarios para sobrevivir”, indicó con tono mordaz el jefe de Estado venezolano.

Paradójicamente, durante la campaña electoral de 1998, en la que resultó electo Chávez como presidente, *El Nacional* fue acusado por sectores políticos de ser “prochavista”. Alfredo Peña, ex director del medio, fue cercano colaborador del gobierno, pero en el último año marcó distancia.

El editor del diario, Miguel Henrique Otero, expresó que la manifestación realizada por los partidarios de Chávez es “un intento de amedrentamiento”. “Es una agresión contra un medio que publica lo que ocurre en la calle y no lo que ellos quieren”, dijo Otero, quien en ese momento advirtió que actos semejantes podrían producirse contra otros medios.

Los ataques verbales de Chávez contra la prensa han sido constantes desde el año 2000. Incluso ha señalado por su nombre a los propietarios y en más de una ocasión dejó entrever tácticos señalamientos por cuestiones impositivas o de sucesión en la propiedad de los medios.

Ya en su informe del año 2000, el relator de libertad de expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Santiago Cantón, expresaba preocupación por el tono del discurso presidencial. “Las expresiones del presidente Chávez (...) en forma intimidatoria, en contra de comunicadores sociales y medios de comunicación, emitidas desde la posición de autoridad que ocupa el primer mandatario, podrían tener un efecto intimidatorio sobre la prensa y la sociedad”, indicó.

El Comité para la Protección de Periodistas, con sede en Nueva York, y la organización Reporteros sin Fronteras, con sede en París, de la misma forma alertaron durante el año 2001 que el discurso presidencial podía incentivar a partidarios del gobierno a atacar a los medios y a los profesionales de éstos.

A lo largo de los últimos meses del 2001 y los primeros del 2002 se han registrado agresiones verbales contra periodistas, fotógrafos y camarógrafos en distintas manifestaciones públicas. En enero, el canal de noticias *Globovisión*, señalado en varias ocasiones por Chávez como “contrarrevolucionario”, indicó a sus trabajadores que no usen distintivos que los identifiquen con la empresa para evitar agresiones. El diario *El Universal*, por su parte, reforzó la fachada de su entrada con una verja metálica.

“

**Ya en su informe del año 2000,
el relator de libertad de expresión
de la Comisión Interamericana
de Derechos Humanos,
Santiago Cantón, expresaba
preocupación por el tono
del discurso presidencial**

”

Por su parte, Carlos Correa, doctor en Ciencias de la Comunicación e investigador sobre el tema de libertad de expresión, recaló que los sucesos a las puertas de *El Nacional* “son un elemento más en una cadena de hechos que no crean un clima favorable para el pleno ejercicio de la libertad de expresión”. A su juicio, los partidarios de Chávez tenían derecho a manifestarse públicamente pero no a impedir el ingreso o salida del medio de comunicación, a tocar cacerolas y amenazar a los periodistas y menos aún a tomar fotografías de las personas que estaban dentro del edificio.

“Todo esto constituye un acto intimidatorio”, precisó Correa. En su opinión, si Chávez y sus partidarios están en contra de algún medio, por considerar que dicen mentiras, podrían dejar de comprarlo o crear nuevos medios que reflejen fielmente sus intereses. “Se trata de que todos se puedan expresar libremente”, dijo.

El 27 de junio de 2001, cuando se celebró el día del periodista en Venezuela, Chávez reconoció que desde que llegó al poder en febrero de 1999, ha mantenido “un complejo sistema, muy complejo, de relación con los medios”. A su juicio, esto era “inevitable”, debido a las relaciones de la prensa, radio y televisión con “el poder económico”.

**REACCIONA EL SISTEMA
INTERAMERICANO**

El caso de *El Nacional* marcó un giro importante. La Comisión Interamericana de

Derechos Humanos (CIDH) conjuntamente con su Relatoría para la Libertad de Expresión, rechazó rápidamente la manifestación de los simpatizantes del presidente y emitió la primera de numerosas medidas cautelares dictadas en los primeros meses del 2002 en aras de exigir garantías al ejercicio pleno de la Libertad de Expresión en Venezuela.

El 16 de enero, una semana después de los sucesos a las puertas del diario, la CIDH confirmó una visita preparatoria del secretario ejecutivo del organismo y ex relator sobre Libertad de Expresión, Santiago Cantón, que se realizó en febrero y que fue seguida, posteriormente, por una misión en pleno de los comisionados en mayo.

En enero, cuando se conoció esta decisión fue recibida con beneplácito entre medios de prensa, gremios periodísticos y activistas de derechos humanos.

“Nosotros lo valoramos como un hecho positivo porque le va a permitir a la CIDH hacerse un panorama directo, en el propio lugar de los hechos y sobre esa base ver que acciones tomar en el futuro”, comentó en aquel momento José Gregorio Guarenas, coordinador de la Vicaría de los Derechos Humanos, ligada a la Iglesia Católica. Guarenas, quien en dos oportunidades durante el año 2001 acudió a la sede de la CIDH, en Washington, para presentar casos relacionados con Venezuela, dijo que acciones como ésta, de evaluar “in situ”, constituye “una muestra que la defensa de los derechos humanos no tiene frontera”.

La CIDH dictó medidas cautelares el 9 de enero, después de recibir una denuncia del diario *El Nacional*, cuya sede fue bloqueada por más de una hora el día 7 por unas cuatro decenas de simpatizantes del presidente Hugo Chávez. La CIDH le pidió a las autoridades protección para los periodistas e instalaciones de *El Nacional*, realizar una investigación de los sucesos, determinar responsabilidades y dar las garantías para el libre ejercicio de la libertad de expresión en este país.

Velozmente, al conocerse la decisión de la CIDH de hacer una evaluación en el terreno en Venezuela, el canciller Luis Alfonso Dávila realizó un viaje no previsto a Washington donde se entrevistó con autoridades del Sistema Interamericano de Derechos Humanos. “El respeto a los derechos humanos y a la libertad de expresión son inquestionables y están garantizados en la Constitución de la República”, aseveró. De acuerdo con el ministro, aunque se han generado polémicas con los medios, aseveró que el derecho a la disi-

dencia, la crítica y la protesta están garantizados “al extremo de que durante el ejercicio de nuestro gobierno ningún ciudadano ha sido agredido, reprimido o sometido a prisión por ejercer esos derechos”.

LA CIDH NO SE SALVÓ DE LA INTOLERANCIA

El secretario de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Santiago Cantón, debió interrumpir, en medio de agresiones verbales, la presentación, el 8 de febrero, de una evaluación preliminar sobre la libertad de expresión en Venezuela, lo cual reflejó el agitado y polarizado clima político local. Cantón, realizó una visita de tres días a Caracas, ofrecía una conferencia de prensa para presentar sus comentarios preliminares, pero debió suspenderla cuando se generaron situaciones de violencia verbal, y también física, en la sala donde se desarrollaba la presentación en un lujoso hotel de Caracas.

Carlos Correa, estuudio de la libertad de expresión y coordinador del Programa Venezolano de Derechos Humanos (Provea), comentó que la forma abrupta en que debió concluir Cantón su presentación “refleja el clima de intolerancia que no está haciendo bien a la labor informativa”. “Este tipo de eventos no favorecen el desarrollo normal de una visita como esta y tampoco ayuda a que pueda hacerse un seguimiento ecuánime de la situación de los derechos humanos en Venezuela, y en particular sobre la libertad de expresión”, señaló.

Simpatizantes del presidente Chávez acusaron de “vendidos” a los delegados de la CIDH, mientras gritaban consignas como “digan la verdad”. También se registraron enfrentamientos entre seguidores del jefe de Estado y opositores al gobierno. En lo que originalmente sería una conferencia de prensa, estuvieron presentes numerosas personas que no ejercen el periodismo profesionalmente.

Al concluir esa visita de Febrero, el secretario ejecutivo de la CIDH reiteró que “la libertad de expresión no es sólo la libertad de poder expresarse, sino que comprende también que no existan consecuencias negativas por lo expresado”. Pidió, asimismo, que los propios medios de comunicación de Venezuela generen códigos de ética y los cumplan y que no sea el Estado el que regule, a través de leyes, las programaciones o contenidos. Recalcó que debe existir pluralidad y equidad en los medios, para representar las distintas opiniones presentes en la sociedad.

“

El golpe de Estado y restitución en el poder del presidente Hugo Chávez, entre el 11 y 14 de abril, no sólo puso en crisis al sistema político sino que también arrojó a los medios de comunicación públicos y privados

”

El secretario ejecutivo de la CIDH, que hasta el año pasado fue el relator especial para la libertad de expresión de este organismo, que depende de la Organización de Estados Americanos (OEA), expresó su preocupación porque el clima político de enfrentamiento que vive en Venezuela influya en la cobertura informativa. Dijo que algunas situaciones de agresiones contra los periodistas y medios podrían llevar a la autocensura.

La CIDH el 9 de enero dictó medidas cautelares a favor del diario *El Nacional*, y pidió a las autoridades medidas especiales de protección para todos los medios informativos del país. Sin embargo, el 31 de enero estalló un explosivo contra la sede del diario *Así es la noticia*. A partir de ese momento, en tanto, se evidenció una mayor movilización callejera, en la que los simpatizantes de Chávez han agredido verbalmente a periodistas. Para Cantón, en el país debe generarse un clima de tolerancia en el debate político y precisó que el Estado “tiene el rol principal” en ese sentido.

VENEZUELA BAJO OBSERVACIÓN INTERNACIONAL

La primera visita de la CIDH abrió camino a una cadena de misiones internacionales de observación a Venezuela, gran parte de organismos independientes y de gremios que reúnen a propietarios de medios.

En esa lógica se inscribió una misión de alto nivel de la Sociedad Interamericana

de Prensa (SIP) que concluyó el 22 de febrero una visita de una semana al país. En ese momento, el gobierno venezolano ratificó su argumento de que “existe plena libertad de expresión” y para ello puso como demostración que “no hay ningún periodista preso, ni nadie está detenido por expresar su opinión, tampoco ha sido cerrado ningún medio de comunicación”. El presidente de la SIP, el estadounidense Robert Cox, y el vicepresidente del organismo, el uruguayo Danilo Arbilla, recalcaron que no hay muertos, pero existe un clima de intimidación y agresión hacia la prensa, alimentado por el discurso presidencial.

“Si el Presidente no cambia su actitud frente a los medios, veo un futuro muy peligroso en materia de libertad de prensa”, aseguró Cox para quien “no se puede decir que hay libertad de información ni de prensa si los periodistas están trabajando permanentemente bajo amenazas y con miedo”. La SIP recomendó a la Fiscalía General de Venezuela que se establezcan responsabilidades en los 42 casos más recientes de agresiones contra medios de prensa y periodistas, para dar un ejemplo claro de que estas acciones no deben continuar.

La visita a Caracas de la SIP coincidió con la divulgación del balance anual 2001 del Instituto Internacional de la Prensa (IPI) que formuló una serie de críticas a la política y el discurso del presidente venezolano a quien atribuye una “actitud hostil” hacia los medios. De acuerdo con el IPI, “la retórica agresiva de Chávez, quien ha calificado a periodistas de no patriotas, contrarrevolucionarios y enemigos de la ley, ha contribuido al clima de intimidación y hostilidad hacia la prensa”.

EL GOLPE TAMBIÉN ARROJÓ A LOS MEDIOS

El golpe de Estado y restitución en el poder del presidente Hugo Chávez, entre el 11 y 14 de abril, no sólo puso en crisis al sistema político sino que también arrojó a los medios de comunicación públicos y privados. Venezuela pasó de un extremo a otro, con el derrocamiento de Chávez por el alto mando militar, un gobierno interino de horas del empresario Pedro Carmoña y posteriormente el regreso al poder del jefe de Estado electo en las urnas en diciembre de 1998, en un proceso intenso vivido en 48 horas.

La cobertura informativa, especialmente de la televisión, también pasó de un

extremo a otro entre el 11 y el 14 de abril, cuando se vivió la crisis. La abundante e inmediata información sobre la caída de Chávez y el ascenso de Carmona, tuvo como contracara el casi absoluto mutismo sobre el retorno del presidente. Para estudiosos de la comunicación, la crisis política ha puesto sobre el tapete la necesidad de debatir sobre la responsabilidad de los medios de informar a la ciudadanía más allá de sus intereses.

Esto, además, está condimentado en el caso de Chávez por el uso excesivo y arbitrario, como ha reconocido la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), de las cadenas nacionales de radio y televisión que según el gobierno “buscan contrarrestar la conspiración mediática”.

Incluso en el caso de las excesivas cadenas y la ilegal interrupción de las señales de televisión, la tarde del 11 de abril, los canales de televisión se “la jugaron”, en palabras de Alberto Federico Ravell, director general de *Globovisión*, para garantizar el acceso de la ciudadanía a la información de lo que estaba pasando. Gracias a los modernos sistemas satelitales y a la propia alimentación local de la televisión por cable, varios canales venezolanos evadieron la censura que intentó poner el gobierno. Sin embargo, se retrajeron al momento de informar sobre la salida de Carmona y el regreso de Chávez. Ante esta situación, miles de personas apelaron a las señales de televisión internacional de servicios de cable o satélite por suscripción, en tanto que la mayor parte de la prensa escrita alegó “razones de seguridad” para justificar la ausencia de diarios. El domingo 14 no hubo prensa, salvo una excepción, *Últimas Noticias*.

A juicio de Marcelino Bisbal, periodista, profesor universitario y estudioso de la comunicación, con todos estos sucesos que vivió el país “se nos abre un periodo para pensar en el tipo de periodismo que veníamos haciendo y que queremos hacer. Pero la reflexión tiene que ser de lado y lado”, porque también debe cuestionarse el rol de los medios de comunicación en manos del Estado.

El presidente Chávez, tras retornar al poder con un discurso conciliador, lanzó el 15 de abril un ramo de olivo a los medios en su primera conferencia de prensa. Pidió “perdón” a los propietarios de las empresas comunicacionales del país por haberlos agredido verbalmente. Asimismo, llamó a sus simpatizantes para que “no se metan” con periodistas, camarógrafos y fotógrafos, porque “ellos no son responsables de la política informativa de

sus medios”. Esta es la primera vez que Chávez lanza un mensaje en ese sentido en sus tres años de gobierno.

Y EL DEBATE SIGUE

Desde mediados de abril y a lo largo de mayo se ha generado un clima de debate sobre el papel de los medios los periodistas y el Estado, especialmente en coyunturas como la actual crisis política venezolana. Se han producido una cadena de foros, intervenciones, seminarios y encuentros. Es un clima de intercambio y reflexión públicos sobre la profesión que era desconocido en el país desde hace largos años, y sobre lo cual tienen cuota de responsabilidad entidades como el Colegio Nacional de Periodistas (CNP), el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) y también las escuelas que forman a los futuros profesionales.

En mayo, por ejemplo, dos instancias de la Universidad Central de Venezuela (UCV), la Escuela de Comunicación y el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), realizaron varios foros en Caracas, en tanto en ciudades como Maracaibo y Barquisimeto también se abrieron espacios a la reflexión. En ese marco, y con un nutrido grupo de invitados extranjeros, se lanzó la iniciativa de un observatorio de la información.

Si nos guiamos por las palabras del profesor universitario y director del diario *Últimas Noticias*, Eleazar Díaz Rangel, los medios de comunicación, especialmente la televisión, tuvieron un “silencio histórico” el 13 de abril. A su juicio, el papel protagónico de los medios en la crisis política del país es previo a Chávez, y se remonta justamente al descrédito vivido por los partidos políticos tradicionales, lo cual otorgó mayor influencia a la prensa, que goza de alta credibilidad, y favoreció el triunfo electoral del actual presidente. Los editores de los medios, con los que hablé como investigador a mediados de la década pasada, se encontraron con un poder que ellos no habían buscado”, comentó.

En este marco se creó el 14 de mayo el capítulo venezolano del *Media Watch Global*, una iniciativa nacida en el seno del Foro Social Mundial (FSM). Este observatorio de prensa fue presentado por el director del periódico *Le Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet, quien estuvo en Caracas junto a un grupo de comunicadores latinoamericanos y europeos que también promovieron similar iniciativa en Brasil.

En el marco de la presentación del *Media Watch Global*, se conoció el testimonio del periodista venezolano Andrés Izarra, quien renunció a la gerencia informativa de *Radio Caracas Televisión*, uno de los dos principales canales televisivos del país. Aseveró que el 13 de abril, colocado ante la disyuntiva de reforzar “el silencio informativo, que me parecía inaceptable, o renunciar, decidí irme en ese mismo momento”. Según el periodista, quien trabajó anteriormente con varias cadenas informativas de Estados Unidos, su equipo tuvo información sobre lo que acontecía y diversos testimonios de personas ligadas al gobierno de Chávez, pero se le ordenó “cero chavismo en pantalla”.

Para el director de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello, Max Römer, “la respuesta que faltó por parte de los medios el pasado mes de abril fue el equilibrio informativo, tanto de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios (...) un mes después de los sucesos seguimos sin ese equilibrio”.

El amplio debate sobre los medios en Venezuela se reflejó también en la realización de una mesa redonda internacional organizada por el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) y la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) el 31 de Mayo y 1 de Junio. En esa misma línea, IPYS ha creado una corresponsalía en el país para hacer seguimiento a estos temas que han cobrado mayor relevancia con la crisis política.

Parte del origen de esta crisis, no sólo política, sino que ha colocado a los medios en el centro del debate, tiene que ver con el propio ejercicio profesional en el país, que no solo está marcado por la orientación editorial de la empresa. Pablo Antillano, periodista y escritor, quien ha estado presente en varios de los debates registrados entre abril y mayo, recalzó que “en los últimos meses, y tengo miles de ejemplos porque estoy haciendo un estudio, se vienen observando prácticas sesgadas entre los periodistas. Esto es el uso irregular de las fuentes, la toma de posiciones políticas y ausencia de rigor en la búsqueda de la información”.

□ **Andrés Cañizález**
 Director de la Revista *Comunicación*
 Profesor de la Universidad
 Central de Venezuela

Fundación
Centro Gumilla



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

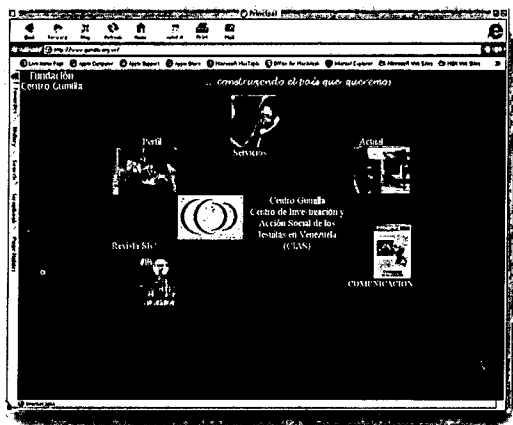
Correo ordinario	Bs. 25.000
Suscripción de apoyo	Bs. 50.000
Número suelto	Bs. 2.500

EXTRANJERO

Correo ordinario	US\$ 55
Correo aéreo América	US\$ 60
Otros países	US\$ 65

Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve
 REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve
 UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve
 ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve



Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve

UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org.ve

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve

Visite nuestra nueva página en internet

www.gumilla.org.ve

Tan recio es el conflicto político de estos días que hasta los humoristas se han dividido en bandos irreconciliables. Por consiguiente, es explicable que en otros oficios, en otros menesteres, de menos jovialidad pero igual genio, encontremos dos sectas similares e irreductibles. Tal es el caso del periodismo y, por extensión, de los medios y la información.

Dos importantes contingentes de periodistas de diversos medios, irreconciliables e irredentos, han desempolvado viejas nociones del intelectual comprometido, del compromiso y la militancia, para justificar sus coartadas cotidianas, a veces emocionales, a veces conceptuales. A unos y a otros les ha dado por lanzar arena en los ojos de los lectores para llevar agua a su propio molino, para que la razón de sus convicciones se trasmute en revelación divina, exaltada, unívoca, vencedora y poderosa.

Ambos grupos actúan en nombre del bien común. Ambos grupos invocan la defensa de la democracia, de la justicia y de la redención. Cada grupo actúa en nombre de la libertad de expresión y acusa al adversario de manipular la información, de mentir, de promover un escenario político de consecuencias diabólicas.

Ambos grupos han encontrado justificable que se violen los principios fundamentales del oficio periodístico, porque no les parece que sea un momento prudente para hacer periodismo, ya que el momento es para ser militante y comprometido. Porque lo que esta en juego es más importante que todo.

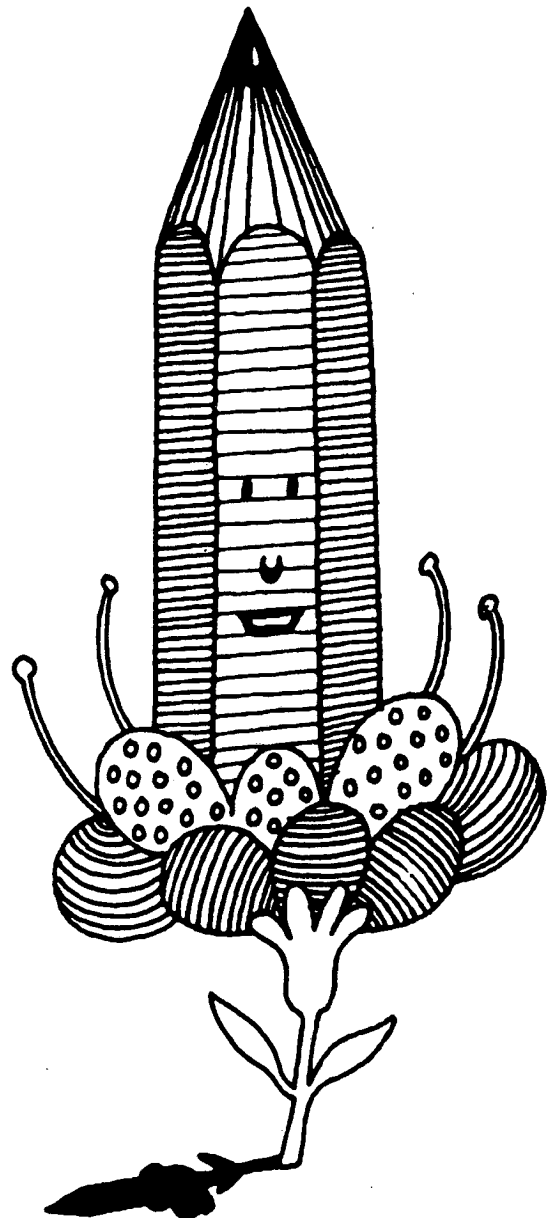
No dejan de ser de enorme importancia las huellas testimoniales de esta perspectiva que han expresado, no solo los consabidos columnistas de opinión sino, reporteros de formidable envergadura en el momento actual del periodismo venezolano. Y quedaran para la historia del diarismo los editoriales explícitos de *El Nacional*, *El Universal* o *El Impulso* para citar solo algunos de los más importantes que han sostenido que lo que está en juego es más importante que el periodismo, y esa es su la conclusión.

UN MEDIO NO TIENE PORQUE SER NEUTRAL, PERO PUEDE SER CREÍBLE, ES DECIR PERIODÍSTICO

En la mayoría de estos artículos, editoriales o manifiestos, se confunde periodismo con "objetividad" o "imparcialidad".

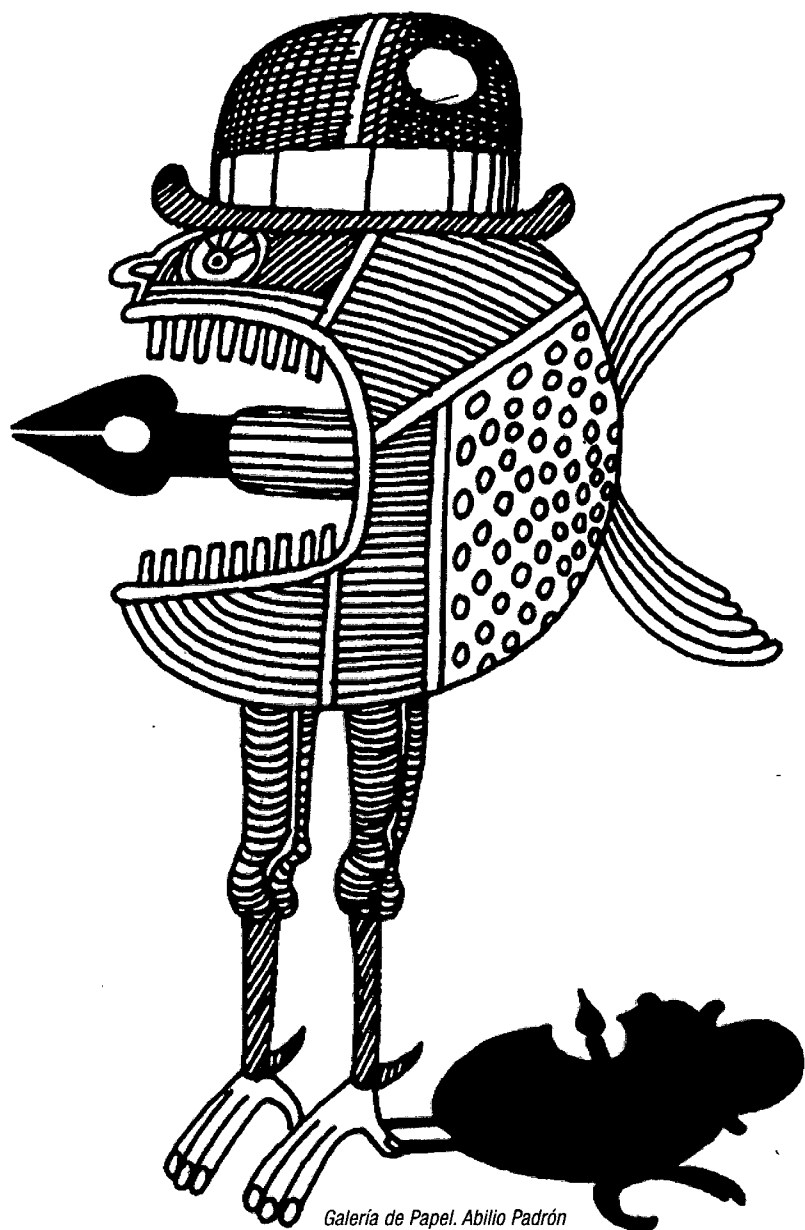
Los medios de comunicación de masas han configurado desde su surgimiento una forma diferente de relación entre los factores de poder y la ciudadanía; situación, dicho sea de paso, que se ha acentuado luego del advenimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación. En este estado de las cosas, las coyunturas relevantes de una sociedad, como puede ser el juicio de los actos públicos, pasan indefectiblemente por el filtro de los mass media, que no en pocas ocasiones termina siendo el filtro de los propietarios de los medios. A partir de estas conclusiones Pablo Antillano se traslada a la actual coyuntura política venezolana y nos acerca al sesgo que ha predominado en los mensajes de la prensa venezolana

■ **Pablo Antillano**



Entre el arsénico y la cicuta

El periodismo venezolano sucumbe a la política



Galería de Papel. Abilio Padrón

Como si ambas cosas fuesen lo mismo. Y se dice que no es el momento de ser objetivos sino el momento de derrocar la tiranía, que no es el momento de ser neutrales sino el momento de sacar al gobernante, que no es el momento de ser imparciales sino el momento de defender la revolución.

Se olvidan estos periodistas y editorialistas que ni en el periodismo venezolano ni en el de los países democráticos se han entendido nunca los términos de neutralidad, imparcialidad u objetividad como sinónimos de una ausencia de posición o una orientación a no tomar partido. Se olvidan que *El País* de España tiene una posición y que la misma es diferente de las posiciones de *El Mundo* o de *ABC*. Que la revista *Panorama* de Italia se lee como una revista de las izquierdas mientras la revista *L'Espresso* es leída como una revista con una posición conservadora de derecha. Posiciones diferentes tienen *Le Figaro*, *Nouvel Ob*, *Le Monde* o *Il Manifesto*. Y nunca, jamás, han renunciado a sus puntos de vista los diarios norteamericanos, unos más republicanos y otros más demócratas. Han objetado sistemas de gobierno, pero intentan preservar siempre el buen periodismo.

Olvidan también, estos propagandistas metidos a periodistas, aquella vieja conseja que recorre la historia del periodismo venezolano según la cual Miguel Otero Silva se ufana de nombrar un director socialdemócrata en *El Nacional* durante los gobiernos socialcristianos. Y viceversa. Todo para ser fiel a los mandatos del periodismo universal que impli-

can que nunca serán complacientes ni obscuramente aburridos, que velarán por los bienes públicos y los intereses de la colectividad frente a cualquier tipo de Poder y especialmente frente al estrambótico poder del Estado.

Sin embargo ni unos ni otros, ni los internacionales ni los locales, decidieron nunca antes abandonar el buen periodismo.

DEFENDER LA LIBERTAD NO IMPLICA DEFENDER EL MAL PERIODISMO

La desesperación política, la impaciencia y en muchos casos la arrogancia llevó a muchos editorialistas y periodistas a sostener que los medios habían sustituido a las organizaciones políticas. Se lo repitieron tanto a sí mismos que terminaron por creérselo y por vender esta falacia a los lectores. De esta manera los medios de uno y otro bando —oposición y gobierno— terminaron por convertirse en maquinarias de propaganda y arenas de combates.

Esto puede constatarse en materiales como el que hace poco leímos en *El Impulso*. Una nota editorial emblemática de este síndrome del periodismo militante titulada: “¡Larensel!... ¡reacciona!” con abundantes referencias a William Drummond y Oriana Fallaci en la que se sostiene:

“Por esto, en la inmoral -a cuenta de descarriada-, hora actual venezolana, los medios de comunicación social no pueden verse reducidos a la insensible “neutralidad” que, conforme al interés de perpetuarse en el poder -¿hasta el 2023, no?-, reclama aviesamente el presidente Hugo Chávez. Y, ¿no oponer entonces ningún obstáculo a la progresiva y descarada socavación de las más preciadas libertades públicas? No, señor, qué va. Una y mil veces, no.

Porque, ¿es válido invocar el principio de “imparcialidad”, con miras a que la prensa acalle la crítica, aún cuando ella, en efecto, resulte a veces excesiva o desmedida? ¿No es connivencia criminal ser “neutral” frente al delito, la violación sistemática, y el imperio intolerante de la arbitrariedad? En un país sin oposición, y donde a su vez proliferan el autoritarismo, el abuso y la rapacidad más obscena, ¿hay algo reprochable en que la prensa lidere la divergencia, y haga el natural contrapeso, al menos mientras se recomponen los actores sociales?”

Con coartadas similares a ésta, ambos grupos han entonces aceptado prácticas informativas en las que se silencia o se oculta información, permiten descarada-

“

Y en ese sentido nadie duda que sobre el periodismo y los medios habrá mucha tela que cortar, especialmente en los signos visibles del sesgo y la vulneración de los principios esenciales de la profesión del periodista que ha producido el exceso de politización de los medios

”

mente que la opinión se metabolice en información, que se dé pasto a la llama del rumor, que se de crédito al panfleto militar, que se legitime el documento no confirmado, que no se contraste la diatriba, que se de cauce a la opinión interesada de terceros, que no se discutan las premisas sobre las que se sustentan las campañas, que no se investiguen los actos de corrupción, que no se investiguen las fortunas súbitas, que queden impunes los crímenes políticos, que no se evalúen los intereses de los protagonistas.

DEL PERIODISMO COMBATIVO AL ANTIPERIODISMO SESGADO

Los tiempos que seguirán a la actual crisis política que sacude a Venezuela serán ricos en libros, investigaciones y análisis que evaluarán su impacto sobre los diversos oficios y segmentos de la venezolanidad contemporánea. Y en ese sentido nadie duda que sobre el periodismo y los medios habrá mucha tela que cortar, especialmente en los signos visibles del sesgo y la vulneración de los principios esenciales de la profesión del periodista que ha producido el exceso de politización de los medios.

Por lo pronto reseñemos aquí la primera evaluación que en diversos foros y encuentros con periodistas se han hecho sobre la conducta de los medios antes, durante y después de la profunda crisis de abril de 2002, donde se discutieron algunos de los síntomas más visibles de ese

quebranto de las bases del periodismo, algunos como los que enumeraremos a continuación:

■ **Exceso de discrecionalidad en la interpretación intencionada de la noticia.** Gobierno, propietarios de medios y periodistas tomaron explícitas posiciones políticas. El periodista ya no entrevista sino que se convierte en un personaje litigante. Coincidencia o sumisión con el editor o contratante. Títulos intencionados que apoyan la perspectiva editorial y no la importancia noticiosa. Intencionada apertura informativa (primeras páginas, titulares de radio y televisión) con la opinión de terceros, actores políticos en línea.

■ **Usos irregulares de las fuentes.** Auspicio, promoción y propaganda de fuentes informativas de un solo sector. Contraste suspicaz y sistemático de las noticias provenientes del sector adversario y credibilidad automática en las fuentes coincidentes con el propio interés. Omisión del contraste de las informaciones y opiniones sobre el otro. Manejo interesado, acrítico, antidemocrático y delictivo de la fuente militar. Adulancia y credibilidad incondicional al informe militar de fuentes interesadas. Adulación y propaganda a la información oficial y protogubernamental.

■ **No se verifican informaciones de terceros.** Aquí basta citar las recomendaciones de los grandes periódicos del mundo: “Es una práctica común e imprescindible en el periodismo moderno que las informaciones que se tramiten al lector sean debidamente veraces y comprobadas. En el caso de que sean informaciones provenientes de terceras personas deben ser sometidas a rigurosos procesos de confirmación. Es siempre recomendable la consulta con otras fuentes vinculadas a la información y en todos los casos controvertidos obtener versiones de ambos lados”.

■ **Sobrevaloración del rumor y las formas condicionales de la información** Credibilidad en rumores, advertencias y suposiciones no comprobadas. Valoración abusiva de las formas condicionales como habría, no se descarta, podría, al parecer, se comenta que... etc.: “podría suspender las garantías”, “podría encarcelar a los periodistas”, “podría poner en peligro la libertad de expresión...”, “desearía el regreso del pasado”, “impondría un gobierno totalitario” etc.

Entre otras cosas el manual de estilo de *El País* de España dice: “Los rumores no

son noticias. Cuando el rumor sea utilizado por alguna persona o grupo como arma arrojada contra otro, se podrá denunciar este hecho, pero sin citar las acusaciones difundidas mediante esa argucia”.

❑ **Exhibición pueril de la opinión editorial en la noticia.** Los reporteros y redactores de los diarios y noticieros ya no se rojan con frases como: “no es hora de hacer periodismo objetivo sino de luchar contra la opresión”, “esta marcha es mayor que esta”, “esta ley que obviamente atenta contra la pesca, contra el progreso, contra los campesinos”, “este gobierno que incorpora a las grandes mayorías excluidas”, “el señor que se vio obligado a llenar el vacío de poder”, y una larga lista de eufemismos que sustituyen el dato crudo por una opinión o una adjetivación intencionada.

❑ **Excesos de opinión en la información** Reporteros de televisión convertidos en grandes estrellas y autoconvencidos de la enorme importancia de sus propias opiniones. Reporteros y redactores que reproducen no sólo la opinión editorial del medio sino la opinión de terceros interesados. La confusión entre publicidad, propaganda política, legítima opinión e información que campea en los medios radioeléctricos. La manipulación de la imagen audiovisual y los excesos de opinión de los reporteros “in situ” del tipo: “pero esa medida esta orientada a todas luces a buscar tales o cuales objetivos”.

❑ **Dificultades expresivas que intentan ser atenuadas con opiniones personales y adjetivaciones que debilitan la información** La falta de entrenamiento o falta de pericia en las técnicas del análisis, de la conducción de la reflexión en el texto, las dificultades del proceso de meditación del periodista, las trabas entre la expresión del redactor y lector conducen a muchos periodistas a la adjetivación súbita. Lo conducen a sostener a rajatabla afirmaciones que no están probadas en la línea argumental del texto o del alegato.

❑ **Ausencia de rigor.** Un viejo sabio del periodismo, Walter Lippman, ya había advertido hace más de cincuenta años que una de las conductas más “congénitas” del reclamo de la verdad, entre los amateur o los iniciados, es interrogar y exprimir a los expertos, y forzarlos a responder alguna herejía que tenga la apariencia de una convicción. En los debates que se generan entre esos “expertos” —que hoy son los opinadores profesionales— nosotros podemos

muchas veces formarnos una opinión sobre cual de los dos ha ganado, cual ha tenido la victoria dialéctica, pero siempre estamos virtualmente indefensos contra las falsas premisas, que ninguno de los contrincantes ha desafiado, o indefensos de los aspectos que se omiten involuntaria y negligentemente, y que ninguno de los dos ha incluido en sus argumentos.

Es el caso de dos siquiátras que discuten sobre la insanidad de un gobernante, o el conflicto televisivo entre dos contrincantes, Barreto y Santana por ejemplo. Se orienta al público a dilucidar quien ha ganado, pero se le impiden las reflexiones que permiten discernir la validez de la confrontación, las premisas o causas de la misma.

Falta de rigor es también ausencia de investigación, desprecio por la comprensión documental. Descontextualización, suspensión del discurso de causalidad, ausencia de complejidad

❑ **Retórica del espectáculo y el entretenimiento** A la ausencia de rigor contribuye la nueva retórica de los medios en los que la noticia debe ser corta, breve, entretenida... que son formas retóricas adquiridas del mundo de la publicidad y el entretenimiento.

Una emisora de radio se considera más exitosa si tiene más titulares y más noticias que si tiene pocas noticias bien trabajadas y estudiadas. Lo mismo ocurre con la televisión y con los impresos, en menor medida... Estas formas retóricas atentan contra el rigor de la documentación, del contraste, de la investigación y abandonan al espectador y al lector a merced de los efectos y el manejo del espectáculo.

¿QUÉ HACER?

La actual confrontación política, y este montón de arena en los ojos impide ver a periodistas y medios, militantes y combativos, que estas prácticas de mal periodismo debilitan sus propias causas. Afectan la imagen de calidad periodística que se exigen los medios de envergadura, debilitan la contundencia de sus denuncias y campañas, erosionan la credibilidad en torno a sus posiciones e intereses, y los hace vulnerables a su utilización por parte de terceros.

Los lectores y las audiencias audiovisuales se sentirían seguramente más confortadas con medios que, sin neutralizar sus claras posiciones políticas o culturales, les ofrecieran un flujo de información más confiable y un periodismo de mayor calidad.

No es difícil reconstruir el sistema informativo venezolano, severamente deteriorado, si se reestablecen algunos principios del periodismo orientados a: atenuar el exceso de opinión de las mesas de redacción en los contenidos informativos y maximizar la eficiencia de los materiales en el cumplimiento de las líneas editoriales del periódico y del compromiso con el público, haciendo visibles los síntomas del desajuste, discutiendo instrumentos de juicio y de decisión editorial para contribuir a superar la situación, motivando la comprensión y el ejercicio de la participación

Pero muy especialmente cumpliendo las normas clásicas del buen periodismo:

- 1) Verificación de la información obtenida de terceros.
- 2) No dar crédito al rumor o al chisme que afecta a terceros sin la debida comprobación.
- 3) Usar las fuentes con precisión.
- 4) Evitar los condicionales: habría, no se descarta, podría, al parecer, se comenta que... etc.
- 5) Perseguir el rigor y la precisión.
- 6) Utilizar con propiedad los apoyos documentales.
- 7) Transmitir las noticias, evitando la propia opinión sobre las mismas. Impersonalidad.
- 8) Informar siempre en base a hechos, y contrastar opiniones de diversos bandos en casos controversiales.
- 9) No acusar a nadie, ni considerarlo sospechoso de algún delito, si no se cuentan con indicios suficientes y capaces de ser suscritos por instituciones externas al periódico.
- 10) Reproducir las citas con exactitud.
- 11) Titular en concordancia con los materiales informativos.
- 12) Cultivar la elegancia lingüística, evitar las groserías y expresiones ofensivas para alguna de las audiencias de periódico.
- 13) Uso ponderado de las encuestas para evitar ser utilizadas en conflictos de intereses. Normas para su uso.

De otra manera moriremos envenenados, sea con arsénico chavista o con cicuta golpista.

❑ **Pablo Antillano / Periodista**

Red Informativa
Nacional
Fe y Alegría



Galería de Papel. Abilio Padrón, 1990.

Desenredando los nudos del silencio

En los sucesos del mes de abril fueron muchas las aristas que se abrieron, se generaron preguntas que necesitan respuestas a distintos niveles, incluyendo la actuación de los Medios de Comunicación Social (MCS).

¿Qué pasó?, por qué los medios de comunicación, especialmente la televisión, decidieron en un momento determinado desafiar al Ejecutivo Nacional, bajo la premisa de la libertad de expresión y 24 horas más tarde niegan el derecho a la información a todos/as los/as venezolanos/as.

En el mes de febrero visitó el país el Relator Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, y en su informe en el punto número 9 afirma; que una de las preocupaciones centrales reflejaban que algunos medios de comunicación social, tenían un comportamiento que bordeaba la línea divisoria que hay entre la actividad periodística y los medios como actividad empresarial. Esta línea no estaba claramente definida.

Para reflejar la situación especialmente de los días 12 y 13 de abril se resume en las palabras del periodista Andrés Izarra, exgerente de producción del El Observador (RCTV), al ser interrogado sobre la censura previa de esos días señaló: “Renuncié porque en el canal se impuso una línea editorial de arriba que censuraba toda información relacionada con el chavismo... nunca experimenté una censura de una forma tan explícita y vulgar como ésta... La ecuanimidad se perdió al establecer una línea parcializada con una aventura política que estaban tratando de refrendar los medios”.

Pocos fueron los medios de comunicación que cubrieron totalmente la información surgida durante el 11, 12, 13 y 14 de abril. En realidad esto no es un descubrimiento nuevo; precisamente esas omisiones de parte de grandes medios de comunicaciones lo que ha causado parte del gran debate mediático actual. Para la historia quedará la labor de instituciones como Radio Fe y Alegría, que a pesar del clima de tensión y las presiones salieron al lugar de los hechos y cumplieron con el deber periodístico. En este trabajo dos de los miembros de esta emisora nos cuentan detalladamente su experiencia

*“No hay historia muda.
Por mucho que la quemem,
por mucho que la rompa,
por mucho que la mientan,
la historia humana se niega
callarse la boca”*

Eduardo Galeano

- Javier Barrios
- Belkis Urdaneta Jayaro

CONFLICTO EMPRESARIAL A CONFLICTO DE PAÍS

Una de las fechas emblemáticas de la agudización de la situación política, y una expresión de la radicalización de las posiciones fue el paro general convocado por FEDECAMARAS y apoyado por la Confederación de Trabajadores de Venezuela (CTV), el 10 de diciembre de 2001. El objetivo era que el Ejecutivo Nacional rectificará sobre las 49 leyes promulgadas por la Habilitante, siendo las leyes de Tierra y Pesca, las más cuestionadas por estos sectores. Por su parte el gobierno nacional, en la misma fecha, realizó una concentración de campesinos, para promulgar la Ley.

El resultado: la posibilidad de diálogo y consenso fue desechada por ambos sectores. A partir del mes de enero, cada vez que celebraba o conmemoraba diferentes fechas se llamaba a marchas y contra marchas. Al paso del tiempo todas estas actividades se convertirían en algo casi rutinario del calendario nacional y del trabajo de los periodistas.

La cantidad de protestas y actividades hizo que poco a poco, comenzara el descenso del número de persona que participaban en estas actividades, sobre todo en la oposición. En los lugares simbólicos como la Plaza Francia empieza a disminuir el número de personas. Como lo confirma en uno de los editoriales del periódico *Tal Cual* titulado “¿Dónde está la oposición?”.

Pero un hecho empezó a cambiar lo que estaba sucediendo y convertirse en una oportunidad para la oposición, el presidente Hugo Chávez Fría, decidió nombrar a Gastón Parra, como el nuevo presidente de PDVSA y a la junta directiva que lo acompañaría en el ejercicio de sus funciones. Según la opinión de la Nómina Mayor de PDVSA esta forma de nombramiento rompía con el ejercicio de la meritocracia y le abría camino a la partidización en el nombramiento de los cargos.

El conflicto se agudizó y trascendió las paredes de la empresa, para hacerse del dominio público bajo el lema “PDVSA es de todos los venezolanos”. En el proceso de diálogo y de mediación del conflicto se suceden varios eventos que terminan por romper las posibilidades de solución. FEDECAMARAS y la CTV apoyan la posición de la Nómina Mayor de PDVSA y prácticamente se decreta la cuenta regresiva, no sólo del conflicto de PDVSA, sino de la estabilidad política del país.

Ahora era la CTV que con apoyo de FEDECAMARAS convocaba a un Paro Nacional, para el 9 de Abril, que tenía como

“

Uno de los aspectos que se pudo visualizar a través de este operativo fue que los niveles de conflictividad eran básicamente en Caracas.

En las diferentes regiones se respiraba cierta normalidad y había un ambiente de esperar cómo se iban a desarrollar los acontecimientos en la capital del país

”

objetivo: “la renuncia del presidente y comenzar un proceso que permitieran, en un breve lapso nuevas elecciones”. Durante esta fecha es necesario recalcar varios sucesos: por un lado el gobierno decide interrumpir con cadenas informativas cada media hora para dar su versión de los hechos. Los dueños de las televisoras comerciales resuelven partir la pantalla en dos, en un lado las cadenas con su historia y por el otro la pauta informativa mostrando acciones de la oposición. Al final de la tarde la CTV y apoyada por FEDECAMARAS prologan el Paro Nacional por 24 horas más. El 10 de abril se decide convertir el Paro en una Huelga indefinida. Con el diálogo roto, los ánimos caldeados por todo el ambiente político que se fue generando a lo largo de 100 días, se citó a una marcha que tenía como punto de partida el Parque del Este hasta PDVSA de Chuao. El número de personas sobrepasó las 500 mil, según los datos de los organizadores. Al llegar a PDVSA Chuao, la manifestación cambió de programa y se decidió marchar hasta Miraflores. El Palacio desde que comenzó el Paro se había convertido en punto de reunión de todos/as aquello/as afecto al gobierno, por lo tanto el escenario para una posible confrontación entre los dos bandos estaba servido. Ahora, le tocaba a las Fuerzas de Seguridad del Estado evitar que esto sucediera, como lo había hecho

en las marchas y contra marchas de meses anteriores. Pero eso, no sucedió, el resultado de ese día fue 15 muertos, más de cien heridos, los generales de las Fuerzas Armadas solicitan al Presidente la renuncia y un Presidente anuncia que “no renunció”. Radio Fe y Alegría le da cobertura a estos acontecimientos en todo el país entendiendo que la gente tiene derecho a estar informada.

EL LÍO ES EN CARACAS...

Los medios dominantes de comunicación están en pocas manos, que son cada vez menos manos, y por regla general actúan al servicio de un sistema que reduce las relaciones humanas al uso mutuo y al mutuo miedo

Eduardo Galeano

La Red Informativa Nacional Fe y Alegría, se encuentran conformada por 9 emisoras ubicadas en diferente regiones del país (Zulia, Mérida, Apure, Anzoátegui, Bolívar, Delta Amacuro y Caracas), interconectadas entre sí vía satélite y unida en el ámbito latinoamericano con 80 emisoras que conforma América Latina en Red (ALRED) perteneciente a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

A comienzo del mes de abril y frente al conflicto de PDVSA se activó un operativo denominado “*Con todas las Voces*”, que consistió en variar la programación a un nivel básicamente informativo y colocar en el micrófono a todos los actores que intervienen en la confrontación política que se estaba planteando, incluyendo las voces de las comunidades y especialmente las zonas populares.

Uno de los aspectos que se pudo visualizar a través de este operativo fue que los niveles de conflictividad eran básicamente en Caracas. En las diferentes regiones se respiraba cierta normalidad y había un ambiente de esperar cómo se iban a desarrollar los acontecimientos en la capital del país. Este era el primer elemento que se comenzó a desmontar. Cuando los demás MCS hablaban que el país entero pedía la salida del presidente, la Red Informativa Nacional de Fe y Alegría (RIN) comprobaba que esto era una verdad a medias. La fuerza del Paro y de las manifestaciones se centraron en la ciudad capital.

Al comienzo del paro se llevó a cabo un foro radial nacional, con el tema “*Qué*

necesitamos para Dialogar”, donde participaron representantes de diferentes organizaciones sociales, académicos y los aportes de los oyentes, con el propósito de generar una matriz de opinión, que pudiera colocar los intereses de todos/as los venezolanos/as en la agenda pública. La radio abrió espacio para todas las opiniones siempre tratando de apostar al diálogo y al entendimiento. Los equipos de periodistas desarrollaban reuniones diarias de planificación y análisis de la situación con el objeto de construir agendas temáticas que permitieran ir a la discusión del país que sueñan los ciudadanos y los actores políticos. Se le proponía a los oyentes hablar sobre el proyecto de país.

PREPARÁNDOSE PARA LA MARCHA DEL 11A

La línea de trabajo asumida para el 11 de abril era de cubrir periódicamente la marcha que partió desde el Parque del Este y la concentración de Miraflores. La meta era mantener el equilibrio periodístico, no sólo con lo que estaba sucediendo en la capital del país, sino también hablar de los acontecimientos en las diferentes regiones. La RIN asumió cumplir con el artículo 58 de Constitución Bolivariana de Venezuela que señala: *“La comunicación es libre y plural, y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución...”*.

Cuando la marcha de la oposición llegó al punto final que era PDVSA Chuao, los organizadores tomaron la decisión de llegar hasta el Palacio de Miraflores, con la finalidad de pedir la renuncia del presidente Hugo Chávez. En ese momento la RIN empezó a advertir que si las dos manifestaciones se encontraban se podría generar dificultades. Todo fue de normalidad hasta que la marcha llegó a la avenida Baralt, después; disparos, confusión, cadena presidencial, pronunciamientos militares y silencio.

El equipo periodístico de la RIN realizó un esfuerzo en tratar de brindar información equilibrada y veraz. La trasmisión de todas las incidencias se llevó a cabo durante toda la noche del 11 de Abril. Además, de dar la palabra a los militares, a los representantes de la oposición, se trató por todos los medios de obtener las incidencias de lo que estaba sucediendo en el Palacio de Miraflores.

66

Cuando la marcha de la oposición llegó al punto final que era PDVSA Chuao, los organizadores tomaron la decisión de llegar hasta el Palacio de Miraflores (...). En ese momento la RIN empezó a advertir que si las dos manifestaciones se encontraban se podría generar dificultades

99

Se puede afirmar, que Radio Fe y Alegría desde que se anunció la presunta renuncia del presidente, lo puso en duda por dos razones básicas: en primer lugar porque se había logrado entrevistar algunos diputados de Movimiento Quinta República (MVR), quienes asentaban que Hugo Chávez Frías, presidente de la República Bolivariana de Venezuela, no había renunciado; y segundo, aunque por el resto de los MCS, se leía el texto de la renuncia, nadie mostraba el documento firmado. En este momento se mantuvo una cobertura también para América Latina con ALRED donde se desarrollaron análisis e interpretaciones conjuntas con periodistas de Argentina, Chile, Perú, Ecuador, y España sobre la Hipótesis del Golpe de Estado. Esto permitió que el Mundo contara con la otra cara de la noticia.

VIERNES 12-A... DEL DESCONCIERTO A LA ACCIÓN

La mañana del viernes 12, se decide por estrategia comunicacional de la RIN, abrir los micrófonos a la gente. La participación de los oyentes fue al principio como pequeñas gotitas y después se convirtió en un aguacero. La gente empezó hablar y expresar su opinión entorno a lo que estaba sucediendo, cuestionando todo lo que había pasado. Se puede acotar que la opi-

nión de los oyentes ese día tuvo dos momentos. En la mañana las expresiones de las personas eran de desconcierto, de no saber en que circunstancia había sido la renuncia del Presidente, decepción, cuestionamientos, tristezas. Las opiniones empezaron a transformarse en el transcurso del día a medida que se fueron dando algunas entrevistas y situaciones. La mayoría de las llamadas iban enfocadas a la invitación de alguna acción u organización para la protesta pacífica. La Convención Americana de Derechos Civiles y Políticos establece en su artículo 13: *“Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección”*.

También se recibieron numerosas denuncias de allanamientos que estaban realizando los Cuerpos de Seguridad de Estado en diferentes comunidades populares de Caracas y el resto del país. A la par se entrevistaron a las personalidades que estaban conformando el Gobierno de Facto, de igual forma hubo comunicación con representantes de Primero Justicia, Javier Elechiguerra, Cecilia Sosa, entre otros.

También reseñaron las detenciones de quien era hasta ese momento Ministro de Relaciones Interiores Rodríguez Chacín y del diputado Tarek William Saab, quienes fueron sujetos de agresiones por parte de la comunidad y violaciones a los derechos humanos, tal como lo declaró el diputado, Tarek William Saab en el momento de ser trasladado en una patrulla de la Policía del Hatillo.

Uno de los sucesos que empezó a darle un viraje a lo que estaba aconteciendo en el país, fue la rueda de prensa convocada por el Fiscal General de la República, Isaías Rodríguez, donde catalogaba lo acaecido como un Golpe de Estado y afirmaba que el Presidente Chávez no había renunciado y que se encontraba comunicado en el Fuerte Tiuna. En ese momento los canales de televisión y las emisoras de radio sacaron del aire la rueda de prensa, *“La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación..., debe estar prohibida por la ley”*¹, pero Radio Fe y Alegría continuó transmitiendo las declaraciones del Fiscal General.

LA CARMONADA

Eran las cinco y media de la tarde del viernes 12 de abril, las televisoras y las emisoras radiales entraron en cadena. El motivo; el anuncio del primer decreto de los que algunos llamaban el Gobierno de Transición. En resumen, por medio de ese instrumento legal se disolvían todos los poderes (Legislativo, Judicial, Poder Moral), además le daba facultad a Carmona Estanga de remover gobernadores y alcaldes. En Radio Fe y Alegría, se mantenían la línea de la información y el análisis, por lo cual pudo afirmar que se estaba frente a un Golpe de Estado.

Desde el día anterior había desaparecido casi por completo del resto de los MCS las figuras que representaban al gobierno derrocado, entre las cosas que se afirmaban era que la mayoría estaban “escondidos” o solicitando asilo en diversas embajadas latinoamericanas. Sin embargo, Radio Fe y Alegría en su esfuerzo por mantener el equilibrio informativo logró una entrevista con Aristóbulo Isturiz (Ministro de Educación), en este sentido lo primero que hay que señalar es que Isturiz se encontraba en su apartamento, aunque los Cuerpos de Seguridad del Estado, habían allanado las casa de su madre y hermana. Segundo, él se había dirigido a un canal de televisión,

“

Desde los estudios de la RIN en Caracas, se entrevistaron al Ministro de Relaciones Exteriores del Gobierno de Carmona Estanga, Rodríguez Iturbe, quien señaló “Todo esta normal, el gobierno se encuentra despachando y preparando la visita del Secretario de la OEA, César Gaviria”

”

para pedirle a sus directivos, que por favor no siguieran informando a través de los noticieros que él estaba huyendo, ya que se encontraba en su casa, situación que nunca fue difundida por este medio. Tercero, afirmó que el presidente nunca firmó la renuncia, por lo tanto Hugo Chávez estaba detenido, era un presidente preso y cuestiono el decreto de Carmona denunciando que estábamos ante un golpe de Estado.

Con la entrevista a Aristóbulo Isturiz, se cerró por ese día las transmisiones. Era hora de planificar el trabajo del próximo día. Los últimos acontecimientos le permitió a los periodistas y directivos de la RIN intuir que el sábado 13 de abril, podría haber la posibilidad de un giro, lo nunca se imaginaron era lo que iba suceder esa tarde.

**EL AMANECER...
Y EL DEBER DE INFORMAR**

*Creo que finalmente votaré
por la sabia orientación de las aves
por la benevolencia de la lluvia
y el sentido del humor de los delfines*

Mario Benedetti

En la noche del 12 de abril, comenzaron diferentes movilizaciones en las comuni-

dades populares de Caracas. Gente de los barrios del Valle y Coche llegaron hasta el Fuerte Tiuna solicitando la liberación del Presidente y que fuera él mismo, quien les dijera que había renunciado. Situaciones parecidas se generaron en algunos barrios del oeste de Caracas, cacerolazos de más de una hora de duración presagiaban que el amanecer iba a ser algo distinto.

Durante las primeras horas de la mañana del sábado 13 de abril, los directivos de Radio Fe y Alegría se reunieron, para hacer un análisis de la situación y establecer un plan de trabajo que les permitiera continuar con las transmisiones. Se había tenido información que la emisora podría sufrir algún tipo de “intervención”, por lo cual era necesario afinar la forma de trabajar y las estrategias, para ese día.

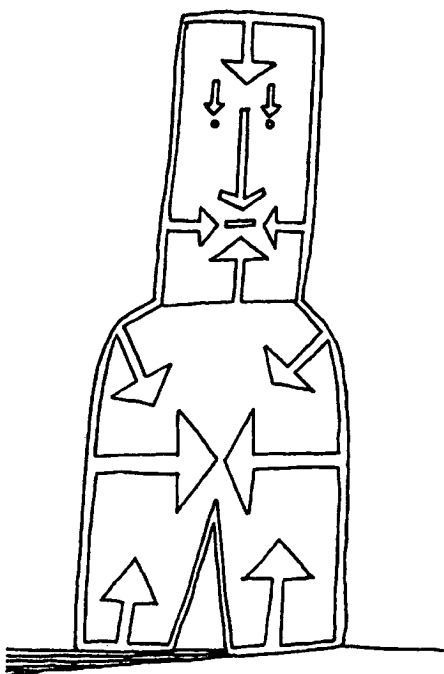
Mientras se desarrollaba esta reunión, comenzó una serie de movilizaciones de los barrios, que se dirigían a dos puntos de la ciudad, el Palacio de Miraflores y el Fuerte Tiuna. Según las denuncias de los oyentes estas movilizaciones empezaron a ser reprimidas básicamente por la Policía Metropolitana.

La decisión de la Junta Directiva era continuar con la línea informativa, es decir, el operativo *Con Todas las Voces* y no sacar al aire ninguna información que no fuera verificada, armar un equipo para atender las denuncias y dar orientaciones. Las declaraciones, entrevistas y opiniones no podían ser llamados a la violencia.

A las dos de la tarde se reiniciaron las actividades informativas, con acontecimientos ya confirmados: el levantamiento del comandante Baduel en Maracay, las movilizaciones hacia el Fuerte Tiuna y Miraflores, entre otras. El equipo periodístico y voluntario de la RIN estaban en diferentes puntos de Caracas, incluyendo el Fuerte Tiuna y Miraflores.

Bajo ese esquema se trabajó, es importante recalcar que la dificultad de ese día era conseguir a alguien del Gobierno de Facto o de los grupos de oposición, para que dieran declaraciones de lo que estaba transcurriendo en las calles de Caracas.

A su vez el silencio del resto de los MCS era evidente. Mientras a través de las ondas de la radio se informaba de las marchas, concentraciones, la entrada de los ministros del gobierno derrocado al Palacio de Miraflores, la recuperación del canal del Estado, los canales estaban en otra “onda”, comics, musicales y novelas. “*El 13 de abril de 2002, los ciudadanos estuvieron en una situación de ausencia de información acerca de lo que ocurría en diversos lugares de la ciudad de Caracas y*



otros lugares del interior del país. Este hecho constituye una violación al derecho de los ciudadanos al acceso a la información".² Las pocas informaciones eran para decir que el país estaba "normal" y que todo eran "rumores". Un rumor que según la prensa extranjera se situaba alrededor de un millón y medio de personas entre Fuerte Tiuna y Miraflores.

Radio Fe y Alegría logró tener a uno de sus periodistas en el Palacio de Miraflores, desde la entrada de los ministros del presidente Chávez, por lo cual se pudo tener certeza de lo que estaba aconteciendo dentro de las paredes del Palacio presidencial.

Desde los estudios de la RIN en Caracas, se entrevistaron al Ministro de Relaciones Exteriores del Gobierno de Carmona Estanga, Rodríguez Iturbe, quien señaló "Todo esta normal, el gobierno se encuentra despachando y preparando la visita del Secretario de la OEA, César Gaviria". También se logró entrevistar a María Isabel de Chávez, quien pidió "respeto por la vida del presidente y su familia".

En horas de la tarde comenzaron los conatos de saqueos en algunas zonas de Caracas, la siguiente decisión era la de informar o no y el cómo se haría. Se acudió a los aprendizajes del Caracazo de 1989, no se dijo de forma directa, pero si se hizo una campaña llamando a tener comportamiento ciudadano y el respeto a la dignidad de los otros.

A la misma hora Carmona Estanga declaraba a la prensa extranjera sobre los hechos de ese día: la primera declaración era la afirmación de que "todo estaba normal", la segunda para señalar que el decreto n° 1 de su gobierno sería modificado, según la exigencia de algunos sectores y la tercera para anunciar su renuncia.

En horas de la noche se confirmó el regreso del presidente Chávez al poder. Mientras se efectuaba el traslado desde La Orchila, se juramentó a Diosdado Cabello como presidente provisional. A las tres de la mañana Chávez arribó al helipuerto de Miraflores, el contragolpe estaba consumado.

LOS APRENDIZAJES...

Los sucesos del mes de abril, dejaron profundas huellas en la historia del pueblo de Venezuela, pero la Red Informativa Nacional Fe y Alegría, también reafirmó principios y se apropió de nuevos aprendizajes, que le permitirán mejorar la calidad informativa de la RIN.

“

En resumen podemos decir que como medio de comunicación le dimos la palabra a la gente de las comunidades y los barrios populares de Caracas y de las regiones, a los representantes del gobierno de facto, a los líderes de la oposición y a los miembros del gobierno derrocado

”

Estos son sólo algunos de ellos:

- Que a pesar del miedo; los valores éticos ciudadanos y cristianos se impusieron en la conducta y comportamiento de los comunicadores de la RIN, para no dejar al país sin información y opinión. La opción fue defender los derechos humanos y la Constitución de 1999.
- Se confirma que no se puede sobreestimar el proceso sociopolítico de los diferentes sectores del país. Las marchas del 11 y las concentraciones del 13 son una demostración de que en Venezuela comienza a sentirse un crecimiento de la participación y el protagonismo de los/as ciudadanos/as en la toma de decisiones.
- Con un día sin información, se pudo verificar que nunca más los medios de comunicación deben autocensurarse por favorecer intereses empresariales y políticos en perjuicio de los intereses de sociedad.
- Para Fe y Alegría estos momentos se convirtieron en una oportunidad pedagógica y educativa para insistir en la formación sociopolítica de los ciudadanos, que además de contar con información, opinión, análisis e interpretación de los acontecimientos, se hace necesario desarrollar una comunicación transformadora de la conciencia ciudadana.

- La comunicación no es sólo un problema de los periodistas, los dueños de los medios y los especialistas, sino de todos / as los / as ciudadanos / as.
- En resumen podemos decir que como medio de comunicación le dimos la palabra a la gente de las comunidades y los barrios populares de Caracas y de las regiones, a los representantes del gobierno de facto, a los líderes de la oposición y a los miembros del gobierno derrocado. Con ese triángulo conseguimos un equilibrio informativo.³

Con la experiencia comunicacional de los días 11, 12 y 13 de abril, la red informativa nacional de Fe y Alegría ratifica la intención de contribuir con el desarrollo de las comunidades facilitando el dialogo y la interacción de los sujetos. Fortalecer el protagonismo de los ciudadanos en los procesos de desarrollo. Ampliar la democracia a través de los mecanismos de fiscalización y control de la gestión de gobierno. Se apuesta por un periodismo que facilite la comunicación entre los distintos actores sin exclusión. Defensa de los derechos humanos, mediar entre las partes, proponer una agenda de asuntos públicos que profundice la democracia, respetar la diversidad y se renueva el compromiso por los valores ciudadanos, la institucionalidad, la búsqueda de la verdad de lo ocurrido esos días, promover la cultura de Paz y de Justicia, vigilar la gestión de gobierno y Educar para la democracia.

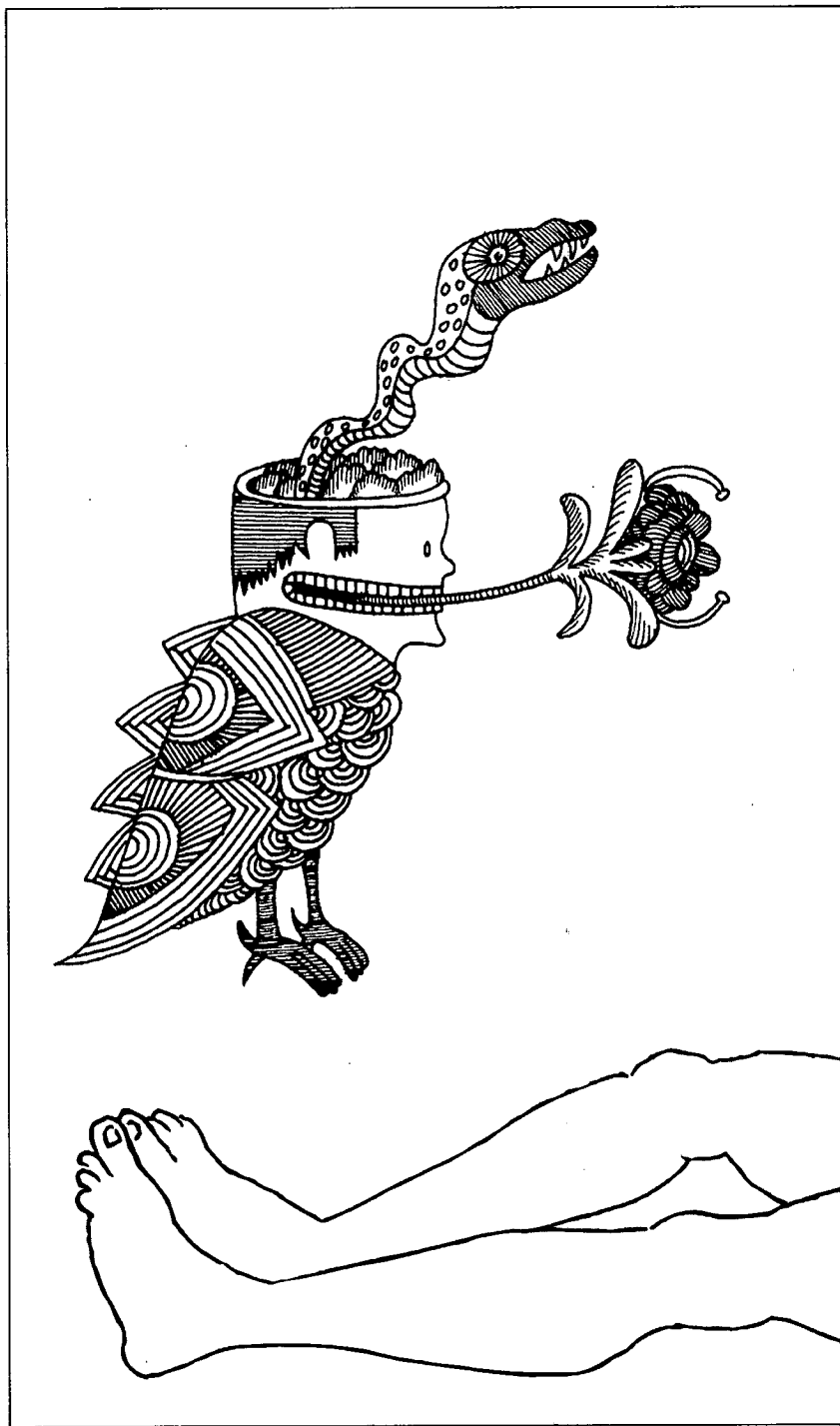
■ **Javier Barrios
Belkis Urdaneta Jayaro
Comunicadores sociales del equipo
de Radio Fe y Alegría**

Notas

- 1 Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. Comisión Interamericana de Derechos Humanos.
- 2 "Derechos Humanos y Coyuntura". En Emergencia N° 3. Programa Venezolano de Educación-Acción en Derechos Humanos (Provea).
- 3 La Red Informativa Nacional Fe y Alegría quiere agradecer a los voluntarios, voceros populares, defensores de derechos humanos y a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica por su esfuerzo, acompañamiento durante todo estos acontecimientos.

El Anteproyecto de Ley de Contenidos es quizás uno de los instrumentos legales del actual gobierno en materia comunicacional que más polémica ha causado, sobretudo luego de conocer la versión, después modificada, que en un principio trascendió a los medios de comunicación. Para muchos este instrumento no será más que una forma del gobierno de controlar a un enemigo molesto. Carlos Correa nos explica en este trabajo como, en teoría, este Anteproyecto toma especialmente en cuenta a la Ley Orgánica de Protección al Niño y al Adolescente, sobretudo en lo concerniente a la fijación de horarios para la programación infantil y juvenil. Sin embargo, la ley deja fuera de regulación aspectos sustantivos como la limitación de los usos del Estado, por ejemplo las cadenas, y se centra en los castigos administrativos

■ **Carlos Correa**



Ley de contenidos

Retoque



Galería de Papel. Abilio Padrón.

El debate acerca de los medios de comunicación venezolanos tiene diversos nudos temáticos. Uno de ellos es el referido a la denominada Ley de Contenidos, nombre que resume la última denominación dada a esta iniciativa de legislar los medios de comunicación: Ley sobre la responsabilidad social en la prestación de los servicios de divulgación audiovisual y sonora¹. Este tema empezó a tener presencia luego de su mención por parte del presidente Hugo Chávez Frías en un programa *Aló Presidente* a inicios del año 2001. Posteriormente, en el contexto de un evento sobre telecomunicaciones realizado el mes de junio del año 2001, el director general de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), Jesse Chacón, expuso el marco general de esta ley.

En ese primer momento se anunció que la ley de contenidos se apoyaría en la Constitución y en la Ley Orgánica de Protección del Niño y del Adolescente y tendría a CONATEL como ente rector para hacer cumplir sus disposiciones. Contemplaría, además, normativas generales para todos los operadores “y disposiciones particulares para las definiciones programáticas”. El eje fundamental de regulación de los programas sería el de los horarios infantiles y juveniles y se haría hincapié en el estímulo a la programación que fortalezca los valores nacionales, la solidaridad en materia de espacios sociales y la producción local. Se consagrarían los derechos y deberes de radioescuchas, televidentes, operadores y propietarios de los medios, y se establecería un sistema de responsabilidad compartida en la divulgación de la programación.

A lo largo del año 2001 hubo poca información adicional acerca del proceso de elaboración de este anteproyecto que se realizaba en CONATEL. Eventualmente el debate se aderezaba con anuncios de amenaza e intimidación en el contexto del enfrentamiento entre el ejecutivo, especialmente el Presidente de la República, y

punitivo

los medios de comunicación privados. En muchas ocasiones se utilizó la mencionada ley de contenidos como un artificio que permitiría al gobierno, no al Estado, resolver sus diferencias acerca del tratamiento informativo de las noticias del ejecutivo nacional que se le ofrecían a los ciudadanos. Un debate centrado en la polarización política que desvía las oportunidades de un debate y diálogo acerca de las posibilidades de regulación aceptables, en una sociedad democrática, para los medios de comunicación radioeléctricos.

A inicios del año 2002, trascendió a los medios una versión del anteproyecto que se realizaba en CONATEL en el más absoluto secreto. El documento fue difundido por el parlamentario Carlos Tablante en un programa de opinión televisivo. Ello generó un fuerte debate a través de los medios de comunicación social, en el que se hicieron fuertes cuestionamientos al documento del anteproyecto. El documento difundido correspondía a una versión preliminar del anteproyecto que se discutía al interior de CONATEL. En el mes de abril de 2002, empezó la difusión pública del proyecto realizado por CONATEL, en el que se observan diferencias sustantivas sobre la versión anterior, especialmente en lo referido

La ley de Telecomunicaciones se excluye, en su artículo número 1, de la posibilidad de regulación de los contenidos, pero en el artículo 208 indica que "Hasta tanto se dicte la ley que regule el contenido de las transmisiones y comunicaciones cursadas a través de los distintos medios de telecomunicación, el Ejecutivo Nacional, mediante reglamento, podrá seguir estableciendo las regulaciones que considere necesarias."² Este mismo artículo expresa las leyes, reglamentos y decretos que se mantienen en vigencia hasta tanto se apruebe la Ley de Contenidos. Se mantienen las resoluciones que prohíben la publicidad de licores y/o cigarrillos en radioemisoras o televisoras, la obligatoriedad -para radios- del 1 por 1 -una canción venezolana por cada melodía extranjera-, así como las disposiciones previstas en materia de contenido de transmisiones y comunicaciones establecidas en la Ley Orgánica de Educación, Ley Orgánica Sobre Sustancias Estupefacentes y Psicotrópicas, Ley Orgánica de Protección al Niño y Adolescente, Ley de Defensa Contra las Enfermedades Venéreas y Ley Orgánica del Sufragio y Participación Política.

En ese artículo 208 de la Ley de Tele-

“

En varios países se establecen franjas horarias para la programación en defensa de los niños y adolescentes, se procura que las sanciones puedan realizarlas un ente autónomo del ejecutivo y que se permita la posibilidad de la defensa a los medios y personas susceptibles de ser objeto de alguna sanción por parte de la institución reguladora

”

comunicaciones, se menciona la posibilidad de una Ley de Contenidos y en ello se basa CONATEL y la presidencia de la república para promover este instrumento legislativo que basado en la posibilidad de una estructura horaria de programación para los niños y adolescentes, incorpora aspectos regulatorios que resultan inaplicables algunos y de valoraciones subjetivas otros. Adicionalmente incorpora dimensiones relacionadas con el tipo de contenidos que deben difundirse relacionadas con el "uso correcto del lenguaje" o los objetivos de los contenidos.

OTROS PAÍSES

La Federal Communications Commission, FCC, ente regulador de las transmisiones radioeléctricas norteamericanas, propuso al Congreso en 1970 (*Police Statement Concerning Comparative Hearing Involving Regular Renewal Rules*) excluir de sus funciones, supervisar el contenido de los programas de radio y TV. En Chile, la Ley General de Telecomunicaciones (1982), sustrae a instituciones técnicas, como nuestro CONATEL, de toda supervisión en materia de contenido, mientras que la Constitución de Brasil (Art. 223, ord.2), excluye al Poder Ejecutivo la po-

sibilidad de revocar o no renovar una concesión de radio o televisión por infracciones en la materia, pues allí tal facultad se la ha reservado el Congreso. En la vertiente opuesta tenemos el caso de Haití. Aparte del monopolio que ejerce el Estado (decreto 12-10-77), se otorga al Poder Ejecutivo la facultad ilimitada de sancionar a los responsables de transmitir informaciones susceptibles de 'perjudicar o alarmar a la población por informaciones, aun cuando éstas sean exactas' (Art. 55).

En varios países se establecen franjas horarias para la programación en defensa de los niños y adolescentes, se procura que las sanciones puedan realizarlas un ente autónomo del ejecutivo y que se permita la posibilidad de la defensa a los medios y personas susceptibles de ser objeto de alguna sanción por parte de la institución reguladora. Las tendencias internacionales democráticas apuntan a constituir entes independientes, como en el caso de Colombia, que son los responsables de manejar los medios del Estado, asignar las frecuencias de radio y televisión con criterios que resguarden la expresión, el pluralismo y la diversidad de identidades políticas y culturales de una nación. En el caso venezolano, existe la propuesta del Comité por una Radio y Televisión de Servicio Público (RTSP) que introdujo una iniciativa de ley que contempla la constitución de un Consejo Nacional de Radiotelevisión (CONART) que manejaría los radios y televisoras del Estado y asignaría las frecuencias a los canales privados y comerciales.

POSIBILIDADES PARA LA REGULACIÓN DE LOS CONTENIDOS

El artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos establece claramente las posibilidades de regulación para todos los medios de comunicación. Todas las regulaciones no pueden realizarse mediante censura previa sino estableciendo las responsabilidades ulteriores y sólo para asegurar: "a) el respeto a los derechos o la reputación de los demás, o b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas."³ Más adelante y en el mismo artículo se indica que "estará prohibida por la ley toda propaganda a favor de la guerra y toda apología de odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier otra persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, reli-

gión, idioma u origen nacional.”⁴ En el mismo artículo se estima la posibilidad de la censura previa para los espectáculos públicos y regular el acceso a ellos con la finalidad de proteger moralmente a los infantes y adolescentes.

En el artículo 208 de la Ley de Telecomunicaciones se derivan dificultades adicionales, pues hace referencia a nueve decretos y reglamentos que pudieran restringir la libertad de expresión, y de acuerdo con los tratados internacionales y la propia Constitución Bolivariana, la libertad de expresión puede ser restringida mediante leyes nunca por decretos.

La posibilidad de una regulación de la libertad de expresión tiene que hacerse de acuerdo a lo establecido por el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos y ello implica la elaboración de una ley, que no establezca ninguna modalidad de censura previa y que se refiera sólo y de modo estricto a las posibilidades de regulación establecidas en esta convención que son la protección de los derechos de otros o de la seguridad nacional, la salud pública, el orden público y la moral pública. La Convención Americana no establece la obligación de las radiodifusoras y televisoras a transmitir mensajes que fomenten la cultura popular o estimulen los valores patrios, que no corresponden a ninguno de esos cinco propósitos señalados.

En el artículo 192 de la ley de telecomunicaciones reza que hasta tanto se dicte el reglamento correspondiente, el ejecutivo podrá ordenar la transmisión gratuita de mensajes o alocuciones oficiales. En el artículo 209 reza lo siguiente “el Ejecutivo podrá, cuando lo juzgue conveniente a los intereses de la nación o cuando así lo exija el orden público o la seguridad, suspender la transmisión de comunicaciones cursadas a través de los distintos medios de telecomunicaciones”. Esta consideración legislativa es contraria a lo establecido en los pactos y convenciones firmadas por la República por cuanto es una medida que queda al arbitrio del ejecutivo y que restringe o afecta a un derecho humano fundamental. En el caso de que el Ejecutivo declare un estado de excepción, la libertad de información es intocable porque es un derecho intangible. El proyecto de Ley sobre la responsabilidad social en la prestación de los servicios de divulgación audiovisual y sonora en su artículo 72 amplía las posibilidades del Estado, ya establecidas en el artículo 192 de la ley de telecomunicaciones, para incorporar hasta 60 minutos semanales de programación en los horarios protegidos o su-

66

**En esta ley se constituye
el Instituto Nacional de Radio
y Televisión, como ente adscrito
al Ministerio de Educación,
Cultura y Deporte. Su principal
función es la de realizar
las sanciones administrativas
correspondientes sobre las faltas
cometidas por los distintos
actores relacionados con los
medios de comunicación social**

99

pervisados para campañas informativas, educativas o preventivas.

La Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA) también hace algunas consideraciones acerca de los medios de comunicación. Entre ellas las referidas a la posibilidad de acceso a la información (art. 68), libertad de expresión (art. 67) y el artículo 72 establece que deben transmitirse al menos 3 horas diarias de producción infantil y una de ellas debe ser de producción nacional. Estas consideraciones están ajustadas con lo establecido por la Convención sobre Derechos de los Niños y Adolescente y con lo que reza el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

EL PROYECTO DE LEY

La principal dificultad del proyecto de ley es que se solapa con consideraciones de diversas regulaciones con rango jurídico diverso: incide en consideraciones de otras leyes orgánicas, incluye observaciones regulatorias derivadas de reglamentos, deja por fuera aspectos sustantivos para un marco regulatorio de los medios como lo referido a las cadenas presidenciales y asume una perspectiva punitiva y de consecuencias ulteriores con escasas proposi-

ciones para mejorar la calidad y oferta comunicativa.

Una de las aplicaciones de difícil cumplimiento es la referida al lenguaje (art. 16) en la que se establece que hay limitar la excesiva inclusión de modismos populares y extranjerismos. Esta norma para aplicarla requiere una alta dosis de subjetividad lo que reduce la posibilidad de su desarrollo concreto y por otra parte tiene elementos de valoración estética que quedarían a la discreción de los funcionarios de Instituto Nacional de Radio y Televisión. Este tipo de norma aplicada en estricto sentido limitaría la posibilidad de recreación de personajes populares o dejaría por fuera a numerosos programas cómicos de la televisión venezolana.

Las limitaciones de horarios para la transmisión de mensajes de radio y TV, en defensa de los receptores, particularmente de niños y adolescentes, como se plantea en el proyecto, son relevantes y ello está contemplado en las leyes y pactos internacionales. La cuestión se complica en la posibilidad de aplicarla a los canales que son distribuidos por satélite o por cable, debido a que este tipo de ofertas están estructuradas para públicos con diversidad horaria dada su cobertura continental. Una dificultad adicional es la referida a los canales de carácter especializado que existen en Venezuela, en la medida que aplicar este tipo de regulaciones resulta en ocasiones muy difícil o contrario a una oferta especializada de canales que es la tendencia en los medios radioeléctricos dada la ampliación de las posibilidades técnicas. Es el caso de los canales especializados en noticias, deportes o musicales. Las adecuaciones horarias pueden ser convenientes para los canales con programación generalista tipo Venevisión, RCTV, Televen y algunos canales regionales.

Los artículos referidos a los contenidos de opinión e información, si bien resultan reducidos en relación a la versión anteriormente conocida, incorporan dimensiones relativas a la réplica y rectificación para los medios audiovisuales y este derecho es para todos los ciudadanos en cualquiera de los medios, incluyendo a los impresos. Cabría sugerir que este derecho fuera regulado por otra ley distinta y evitar la dispersión legislativa.

El artículo 32, establece la obligación para que los servicios de divulgación sonora incorporen durante el horario supervisado: dos horas diarias de contenidos dirigidos a promover y difundir el conocimiento de la historia, geografía y tradiciones venezolanas, entre otros contenidos

de carácter cívico. Esta disposición es de difícil cumplimiento por estaciones de radio que opten por una propuesta de especialización musical y no queda claro si se obligará a los canales de audio o distribución de música por cable una disposición de este tipo. No hacemos juicio de valor acerca de la importancia de promover estos contenidos en los medios masivos, pero ello tiene que tener una concordancia con los postulados de la libertad de expresión y las realidades de la oferta comunicativa. Este tipo de objetivos puede lograrse mediante premios a este tipo de programas, concursos públicos de recursos para campañas comunicacionales que incluyan esos valores y el ejemplo que debería dar la radio pública. En muchos países se establece la obligación de difundir un porcentaje de música nacional (entre ellos Venezuela), lo que podría contribuir a fortalecer la presencia simbólica de los valores nacionales sin la consideración por parte del Estado acerca de las finalidades de los contenidos a comunicar.

En esta ley se constituye el Instituto Nacional de Radio y Televisión, como ente adscrito al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Su principal función es la de realizar las sanciones administrativas correspondientes sobre las faltas cometidas por los distintos actores relacionados con los medios de comunicación social. No se contempla ninguna tarea en la promoción de las producciones para los niños y adolescentes, promoción de la calidad del producto audiovisual o en la asignación de frecuencias de radio y televisión. En esta versión se separa del ente técnico CONATEL, la

posibilidad de sancionar a los medios de telecomunicaciones pero limita su carácter a una visión punitiva administrativa y no permite la promoción de contenidos de calidad para distintos públicos, como lo establece el artículo 73 de la LOPNA, en el caso de los niños y adolescentes.

El Instituto Nacional de Radio y Televisión (INART) no desempeña ninguna función en la tarea encomendada al Estado por la LOPNA en el sentido de promover la educación crítica para los medios de comunicación (art. 69); una tarea estratégica con visión de respuesta estructural que permitiría fortalecer las capacidades ciudadanas en la relación con los medios de comunicación. La educación para los medios permitiría una mayor capacidad para la participación directa y el control de la programación en manos de los propios sujetos beneficiarios y podría redundar, junto con la ampliación de la oferta de calidad, en una mejora integral de la comunicación audiovisual ciudadana.

Las consideraciones regulatorias contempladas en los diversos reglamentos deberían estudiarse en profundidad e integrarlas en un solo instrumento jurídico que permita a un ente como el Instituto Nacional de Radio y Televisión una actuación integral y no limitada a los contenidos y aspectos de sanción administrativa. El tono general del instrumento legislativo pretende resolver con alguna precisión la posibilidad de sancionar administrativamente a los medios sobre la base de los derechos de los niños y adolescentes y resulta un eslabón no articulado que permite mejoras sustantivas de la calidad de los

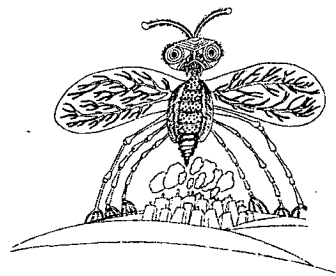
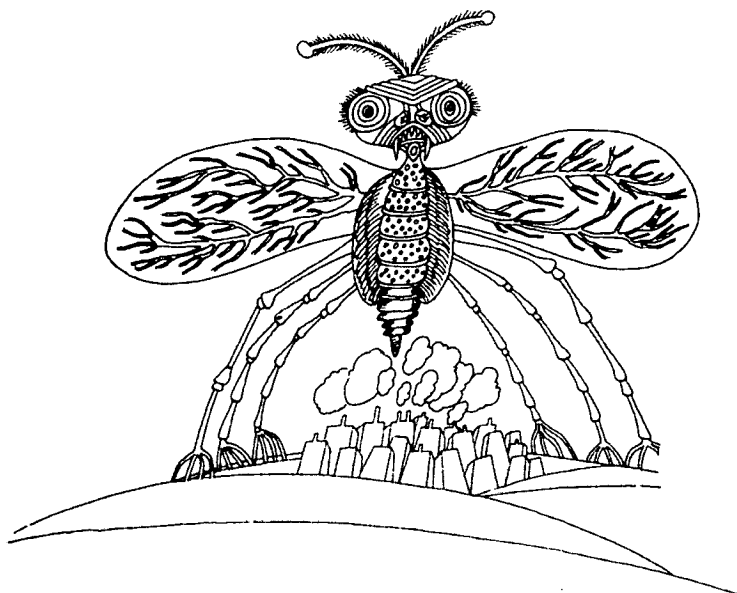
mensajes de la televisión y radio, además de establecer colisión jurídica con instrumentos internacionales de derechos humanos con plena vigencia en el país.

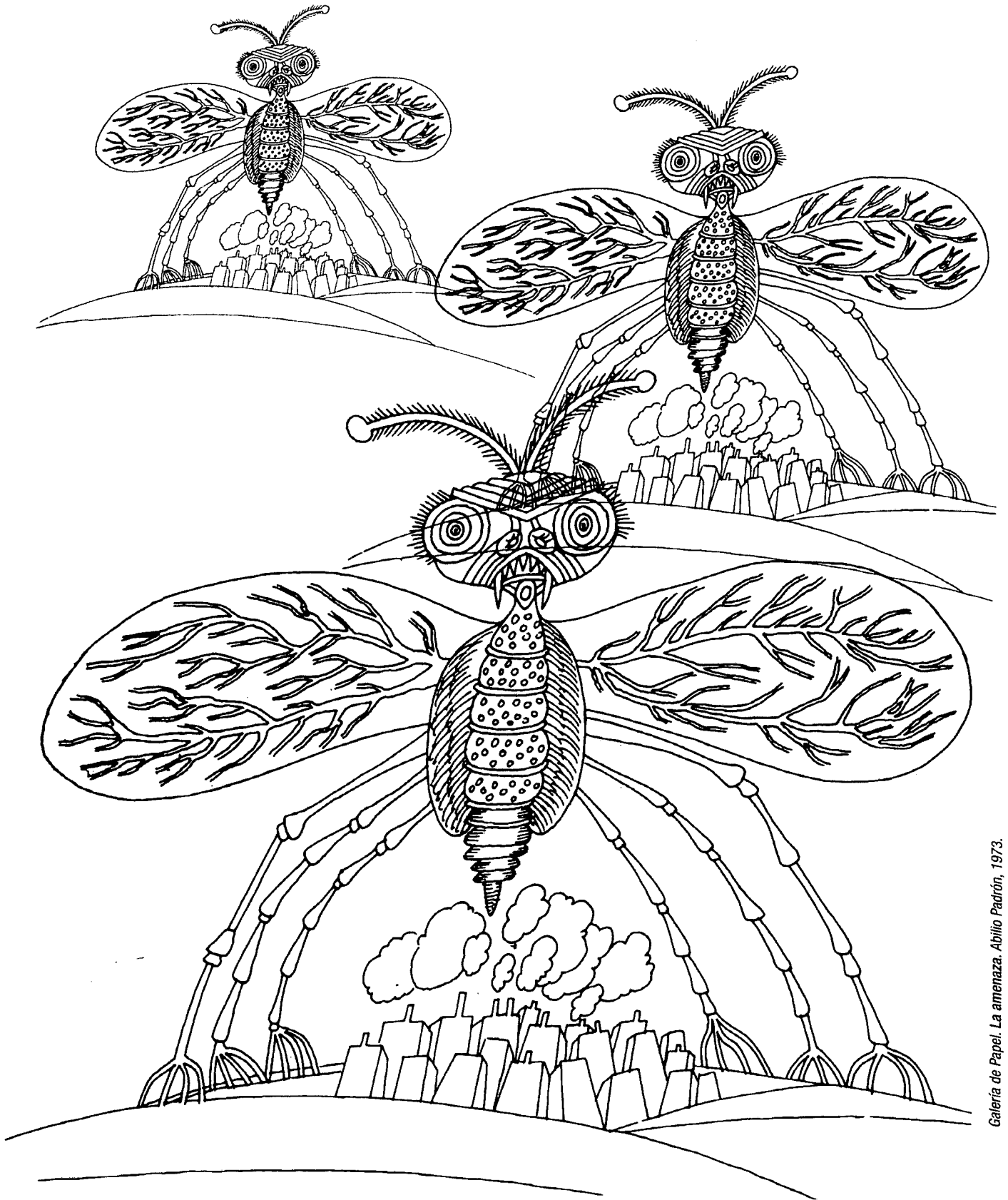
La ley propuesta tiene diversos aspectos que consideramos relevantes para la comunicación social del país, pero en su conjunto es un retoque legislativo que no apunta a una política pública integral y consistente para la comunicación audiovisual venezolana. Deja fuera de regulación aspectos sustantivos relacionados con la promoción de producciones y contenidos relevantes para los ciudadanos, se centra en los castigos administrativos, no limita o regula al Estado en los usos, las cadenas entre ellos, que puede hacer del espectro radioeléctrico que administra, no promueve la educación crítica de los medios y una asignación de frecuencias sobre bases que garanticen la equidad y el pluralismo ideológico.

■ **Carlos Correa**
Comunicador Social.
Miembro del Consejo
de Redacción de Comunicación

Notas

- 1 Puede consultarse en la página web de CONATEL: www.conatel.gov.ve, 1 de junio de 2002.
- 2 Cfr. Art. 208. Ley Orgánica de Telecomunicaciones del 1 de junio del 2000.
- 3 Cfr. Art. 13 Convención Americana sobre Derechos Humanos
- 4 Ibidem.





Medios

Las conductas racistas en la sociedad venezolana que antes fueron características de la publicidad audiovisual o los concursos de belleza, ahora han saltado al ambiente de polarización sociopolítica con el soporte de los medios de comunicación. Dentro de las representaciones mediáticas, los chavistas deben ser “gente de color”, mestiza, pobre; “hordas” que viven en el Oeste de Caracas y tienen como espacio sagrado Miraflores o la Plaza Caracas.

En cambio, la oposición o “sociedad civil” está integrada por personas blancas, prósperas, profesionales; vive en el Este de la ciudad y tiene como monumento sacro la Plaza Altamira o el edificio de Pdvsa en Chuao

■ **Humberto Jaimes**

Galería de Papel. Abilio Padrón



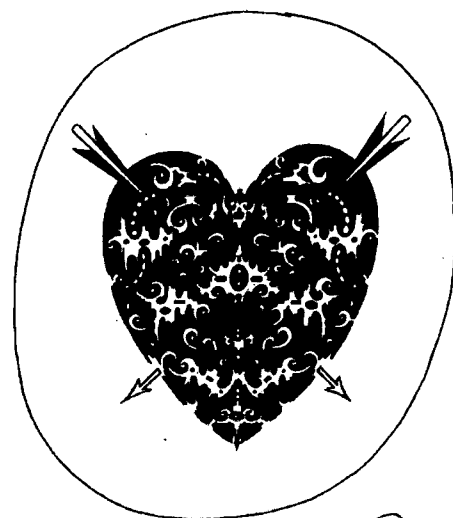
y destellos de racismo

Aunque el término “raza” como categoría para la distinción física de grupos humanos parece haber perdido fuerza en el mundo de las ciencias sociales, todavía es de gran utilidad en la opinión pública mundial y los organismos internacionales defensores de los derechos humanos. Con más razón, el pasado 5 de abril se celebró el Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial, fecha promovida por las Naciones Unidas para conminar a la comunidad internacional a poner fin a varios siglos de prácticas de exclusión social basadas en criterios prejuiciados de “raza” y “etnicidad” que enfrentan a naciones o grupos dentro de aquéllas.

En algunas naciones el problema racial forma parte del vocabulario corriente de la ciudadanía, del gobierno y los medios de comunicación. En contraste, en Venezuela es frecuente afirmar que no existe discriminación racial, que esta práctica fue abolida en 1854 cuando se decretó la extinción de la esclavitud negra

y que existe un feliz clima de tolerancia e igualdad racial. Sin embargo, tal afirmación parece un tanto alejada de la realidad por cuanto la discriminación racial persiste en determinados contextos de la sociedad venezolana y muy particularmente en los cuestionados medios de comunicación social.

La antropóloga Angelina Pollak, estudiosa de las raíces afrovenezolanas, ha hecho interesantes observaciones respecto al racismo en Venezuela (1993). En primer lugar, Pollak observa que en el país se han mantenido las prácticas racistas que se establecieron durante el período de conquista y colonización aunque de un modo “superficial”, pero advierte que: “...falta una conciencia racial y por tal motivo no hay discriminación racial abierta. No cabe duda que bajo la superficie sí hay prejuicios raciales hacia las minorías de piel oscura, pero sólo saltan a la vista en ciertas situaciones sociales bien determinadas y nunca son expresados abiertamente. Oficialmente se acepta la tesis de la “democracia racial”, que ya fue promulgada en el siglo pasado por el presidente Guzmán Blanco.



En la lucha de clases los políticos nunca sirven de “armas raciales” y no hay conflictos raciales. En el curso del tiempo, el segmento negro de la población se ha integrado en la sociedad multiétnica de nuestro país. No existen castas raciales, fracciones políticas de “gente de color” o instituciones sociales propias de negros”.¹

Esta investigadora sostiene que en Venezuela nunca hubo discusiones y debates acerca de la discriminación racial como los que se desarrollaron en Estados Unidos en los años setenta del siglo XX, o en Sudáfrica, cuando existía el desafortunado *Apartheid*: “Venezuela nunca participó en estos debates. No hace falta en nuestro país “agitar las masas negras” porque las actitudes raciales y culturales son diferentes y los mismos negros no se consideran diferentes a los demás criollos. Los problemas sociales no son tratados jamás en terminología “blanca” y “negra”. Aparentemente el “dilema negro” fue solucionado en Venezuela antes de llegar a ser un problema ideológico mundial”.²

Otras de las observaciones de esta estudiosa tienen que ver con la relación entre clase social y “raza”: “la conciencia de clase es más pronunciada en América Latina que en los Estados Unidos o Alemania, sobre todo en la oligarquía tradicional. Se encuentra un mayor número de características raciales negroides en la clase baja, mientras que en la clase “mantuana” predomina la piel blanca. Sin embargo, entre los miembros de la clase media se encuentran todas las gamas de color”.³ Esta relación, por cierto, se corrobora perfectamente en las páginas sociales de los principales periódicos de Caracas dedicadas a la “alta sociedad”, en las que las personas “de color” brillan por su ausencia y en cambio, hay un predominio blanco.

A pesar de esta relación entre clase social y racismo, Pollak sostiene que en Venezuela hay posibilidades de *ascenso social* para todos y que el color de la piel es secundario. “Hay posibilidades para todos, cuando la economía florece. El color de la piel juega un rol secundario, lo que cuenta para facilitar el bienestar y el éxito económico son educación, formación profesional, dinero, influencia, abolengo, palancas políticas y corrupción”.⁴

No obstante, recientes datos dejan ver que el racismo persiste en determinados contextos. Una reseña del diario *El Universal* en 1999 indicaba que en el 70% de los locales nocturnos de Las Mercedes, El Hatillo y el CCCT, ubicados en el Este de Caracas, no había acceso para la gente de “color”. Por ello se realizaron acciones cí-

“

Una metodología para conocer las formas de discriminación puede basarse en las formas en que la “gente de color” (incluso de origen indígena) es representada en el discurso de los medios de comunicación a través de fotografías y los diferentes textos informativos que acompañan las respectivas imágenes

”

vicas de protesta y el Ministerio Público advirtió que: “el derecho de admisión no puede sustentarse en ningún tipo de segregación, porque el género humano te da la prerrogativa de igualdad en deberes y derechos. Este problema debe ser tratado a tiempo, antes de que se establezcan oficialmente sitios sólo para blancos y sitios para negros”.⁵ En el año 2001 un estudio del Instituto de Psicología de la UCV intitulado “Imagen del Negro en la Venezuela de Hoy” puso en evidencia que las personas “de color” en oportunidades tenían dificultad para acceder a hoteles, restaurantes, o eran rechazadas en diversos contextos. Y recientemente en los meses de mayo y abril, el diario *Últimas Noticias* publicó una serie de reportajes sobre la materia en los que se puso de manifiesto la existencia de racismo.

El hecho de que en Venezuela no se investigue la relación existente entre racismo y medios de comunicación, se debe a varias razones: en primer lugar, a que tal relación es considerada un tema tabú; en segundo lugar, a que aparentemente “no hay racismo”; y en tercer lugar, a que el sistema mediático tiene poco o ningún interés en reflexionar sobre este tipo de realidades, muy a pesar de la enorme repercusión que puede tener el *racismo mediático* en una sociedad tan convulsionada como la venezolana.

Una metodología para conocer las formas de discriminación puede basarse en las formas en que la “gente de color” (incluso de origen indígena) es representada en el discurso de los medios de comunicación a través de fotografías y los diferentes textos informativos que acompañan las respectivas imágenes. En 1998, por ejemplo, una investigación realizada en Estados Unidos acerca de la representación de las diferentes “razas” en publicaciones dirigidas a público homosexual (*Advocate, Etcétera, Girlfriend, Washington Blade, Bay ReArea Reporter, Southern Óbice*) reveló datos interesantes. Primero, que de un total de 809 imágenes en las seis publicaciones, 85% de éstas eran de hombres blancos y mujeres blancas, y las 122 imágenes restantes (15%) correspondían a negros, latinos o asiático-americanos. En segundo lugar, en las historias con imágenes de gente blanca, 52% de las fotografías correspondían a profesionales y actividades afines: escritores, abogados, trabajadores de la salud, legisladores, relaciones públicas (“lobbyists”) y otros involucrados en el movimiento de *gay* o lesbianas. Mientras que en las imágenes de negros, latinos y asiático americanos, apenas 35% eran de músicos, actores y otros “*entertainers*”. La “gente de color” solamente apareció involucrada en actividades específicas de sus comunidades⁶.

Para los investigadores estos porcentajes eran una clara señal de discriminación racial. El editor de *Advocate*, Judy Weider, dijo que le gustaría tener más diversidad (racial) en su revista, pero: “cuando una persona de color aparece en la portada, las ventas bajan y la gente que está naturalmente inclinada a comprarla no lo hace”.⁷

Los resultados los podemos apreciar en el cuadro N° 1.

El caso venezolano se acepta oficialmente que “todos somos iguales”, y que categorías como “negro”, “indio”, “mestizo”, “blanco” o “criollo” aparentemente son secundarias. Por ejemplo, en el discurso publicitario de la televisión comercial transmitido en horarios estelares y en los que se promocionan servicios financieros, tarjetas de crédito, compra de automóviles, hay un claro predominio de hombres blancos y mujeres blancas. Los “pardos” o “zambos”, si es que podemos utilizar estas categorías inventadas en la sociedad colonial, aparecen con mucho menos frecuencia, mientras que los negros nunca o casi nunca aparecen. ¿Pura coincidencia?

El discurso de estos mensajes está destinado a resaltar las posibilidades de ascen-

so social en el imaginario del espectador: “compre un vehículo de lujo en agencia”, “pase su luna de miel en Venecia”, “solicite un crédito para su vivienda”; “adquiera una tarjeta de crédito dorada”. Pero en el fondo hay una suerte de discurso de exclusión “racial” no tan *subliminal* y contra la “gente de color”: “los negros no tienen luna de miel en Venecia”; “los negros no compran vehículos de agencia”, “los negros no tienen tarjeta de crédito dorada”. Alguien podría argüir que estos mensajes publicitarios no emiten contenidos contra los negros, pero la omisión es evidente. Se trata de una *representación* de la realidad que además de asociar clase social y “raza” cierra toda posibilidad de ascenso social simbólico para las personas de “color”, personas que, en cambio, aparecen con gran frecuencia en mensajes orientados a tocar problemas como los niños de la calle, la vivienda popular y la delincuencia.

Gustavo Blanco, presidente de la Federación Venezolana de Agencias Publicitarias (FEVAP) a finales del año pasado negó la existencia de racismo en la publicidad: “Tengo 26 años trabajando en la publicidad y nunca he recibido algún tipo de condicionamiento racial en cuanto a quienes deben promover un producto”. Sin embargo, admitió que probablemente hay una asociación entre clase social y raza pues algunos productos publicitarios “son de muy alto target y van dirigidos a un tipo de público específico”. Blanco admitió que en ese público podría haber actitudes clasistas más que racistas; pero también afirmó que había productos donde “se incluyen personas blancas, mestizas, morenas, negras, porque así es Venezuela”.⁸

Recientemente el antropólogo japonés Ishibashi Jun presentó la investiga-

“

Como se puede ver, hay una clara tendencia a *producir* estereotipos “raciales” en el discurso publicitario de los medios. Pero ¿este código realmente es compartido por la audiencia, o mejor dicho, por todos los estratos sociales venezolanos?; ¿se trata de un código impuesto más que de un código compartido?

”

ción “Hacia una apertura del debate sobre una Venezuela Racista”⁹ en la cual examinó la representación negra (“afrovenezolana”) en los medios de comunicación venezolanos y en especial en el campo de la publicidad. El investigador nipón exploró la participación cuantitativa de representaciones negro/negra en espacios de publicidad tales como: vallas, televisión y cine; en las telenovelas y en el certamen Miss Venezuela. En el cuadro N° 2 apreciamos la metodología empleada por Jun¹⁰.

Ishibashi Jun presentó los resultados en dos dimensiones. Primero, como “Aspecto general” encontró que los negros apenas participan en 4 y 10% de la población total de los materiales analizados, y que si se aplica el criterio de protagonista en cada obra, pieza o evento analizado, hay entre 0 y 4% de participación de los negros¹¹. El investigador también expuso en forma más detallada los resultados en lo que denominó: “Análisis cualitativo de piezas publicitarias e interpretación del significado”. Allí lo siguiente: 1) Se aprecia la ausencia total de bebés negros” en la distribución de grupos de edad de talentos participantes; 2) Ausencia de representación negra en los roles de padres, madres, hijos y parejas (novios o esposos) en las piezas publicitarias analizadas; 3) Ausencia o mínima representación “negra” que interpretara el rol de los “trabajadores”, exceptuando a los “artistas” y “deportistas”. En los dos últimos roles la presencia de “representación negra” es sobresaliente; 4) “Fiesta”, “playa” e “instalaciones deportivas”, aparecen frecuentemente como el contexto donde participan las representaciones “negras”, en cambio la casa y sitios de trabajo escasean o sencillamente no existen; 5) Los negros nunca aparecen en la publicidad de “cosmético, farmacéutico y detergente” tanto en vallas como en televisión pero sí tienen mayor presencia en la industria de “alimentación”.

Como se puede ver, hay una clara tendencia a *producir* estereotipos “raciales” en el discurso publicitario de los medios. Pero ¿este código realmente es compartido por la audiencia, o mejor dicho, por todos los estratos sociales venezolanos?; ¿se trata de un código impuesto más que de un código compartido?

Cuadro N° 1

PUBLICACIÓN	TOTAL DE IMÁGENES ANALIZADAS	IMÁGENES DE BLANCOS (WHITE)	IMÁGENES DE HISPANOS, AFROAMERICAN (NEGROS) Y NATIVE AMERICAN (INDIOS)
<i>Advocate</i>	195	95%	5%
<i>Girlfriends</i>	137	85%	15%
<i>B.A.R</i>	137	81%	19%
<i>The Washington Blade</i>	93	85%	15%
<i>Southern Voice</i>	136	85%	15%
<i>Etcetera</i>	77	88%	22%
TOTAL	809	85% (promedio)	15% (promedio)

Cuadro N° 2

CATEGORÍA	PERIODO	ESPACIOS	MATERIAL ANALIZADO	FUENTES	MATERIALES (NÚMERO)
Cuñas TV	Febrero 2002	Canales de TV	Video	Video Report	117 piezas
Cuñas Cine	Décadas 40s-90s	Salas de cine	Video	Bolívar Films	62 piezas
Vallas	Febrero 2002	Exteriores Caracas	Fotografía	Pesquisa propia	133 piezas
Miss Venezuela	Años 2000 y 2001	Evento, TV y prensa	Fotografía	Brosure oficial	53 finalistas
Telenovelas	Años 1999-2001	Venevisión y RCTV	Fotografía	Brosure oficial	90 actores

POBRES Y OLIGARCAS

En la Venezuela de los últimos tres años la confrontación política entre adversarios y opositores del "chavismo" (o "chavencismo") ha terminado por convertirse en una cotidiana lucha de clases. Pero esta confrontación de "clases sociales" se vio afectada indirectamente por un componente "racial". Recordemos la explicación de Pollak acerca de la conformación de una clase aristocrática blanca que contrasta profundamente con una clase baja donde predominan elementos negroides; recordemos también que el discurso del presidente Chávez se ha orientado precisamente a establecer las diferencias de clases sociales como diferencias políticas insalvables. El clasismo y racismo, pues, se han mezclado en algunos públicos y no han hecho sino reflejar los viejos estereotipos raciales de la publicidad en televisión.

La investigadora Ligia Sánchez del Instituto de Psicología de la UCV explica que en la actual mezcla de racismo y clasismo hay quienes creen que "pobre es igual a chavista" o "rico es igual a escuálido". Por su parte, la antropóloga Michaele Ascencio habla más bien de ecuaciones como: "negro-pobre cerro" a la que se opone el "blanco-rico-malo"¹². Mientras que en las conversaciones cotidianas de sectores medios y altos radicalmente opuestos a Chávez, se ha llegado escuchar acerca de una necesaria "limpieza étnica" para acabar con quienes apoyan el proyecto político del controversial Presidente. Sólo falta que proclamen la superioridad de la raza aria como reiteradamente se insinúa en los concursos de belleza y la publicidad de *alto target*.

En las representaciones que los medios de comunicación social audiovisuales hacen de la audiencia venezolana también hay una clara diferenciación política, so-

cial, económica, "racial" e incluso territorial. El "revolucionario" o "chavista" es aquel que por lo general vive en el Oeste de Caracas o en los gigantescos barrios y sectores "populares" como La Vega, 23 de Enero y Caricuao. Por ende, o se desempeña en oficios de baja remuneración (motorizados, carteros, obreros) o es completamente pobre y *marginal*. Desde el punto de vista de la publicidad, que es uno de los principales soportes económicos e ideológicos de todo medio de comunicación, el chavista *debe ser* mestizo o negro, y nunca o casi nunca blanco caucásico. En cambio, la oposición vive en el Este de la ciudad, por ejemplo en Altamira, El Marqués y La Castellana. Pertenece a la clase media o alta; está integrada por profesionales y empresarios. Y para el discurso publicitario quienes la integran *deben ser* personas blancas, caucásicas, a veces mestizas pero casi nunca o nunca "de color".

Otro fenómeno que recientemente ha influido en esta representación mediática del chavismo son los polémicos Círculos Bolivarianos. En el discurso de los canales de televisión privados, generalmente los círculos son calificados de "hordas", "vándalos", "desadaptados", "paramilitares", "terroristas", mientras que en el discurso del Canal 8, principal bastión televisivo del gobierno, tales organizaciones son catalogadas como "organizaciones populares", "comunitarias", "solidarias", "altruistas", que trabajan en pro de la Revolución. No debe sorprender pues que para muchas personas de la clase media y alta, ser chavista sea sinónimo de "terrorista" y "vándalo". Pero quizá el rasgo más arbitrario en las representaciones mediáticas sea el relacionar "sociedad civil" con "oposición". Ello implica que los simpatizantes de Chávez no forman parte de esa "sociedad civil" y en consecuencia serían una suerte de "no sociedad", de "no ciudadanos", es decir, serían "hordas". La

ecuación en consecuencia sería: "negro-pobre-cerro-horda-chavista".

Esta guerra de representaciones mediáticas se profundizó en las constantes protestas que ha vivido Caracas en los últimos meses, pero sobre todo en la extraordinaria y dramática secuencia *hollywodense* iniciada el 11 de abril y concluida el 14 de abril. Pocas horas antes de que comenzara el paro general indefinido convocado por la Confederación de Trabajadores de Venezuela (CTV), el diputado a la Asamblea Nacional por el Movimiento Quinta República (MVR), Nicolás Maduro, denunció a través del Canal 8 que en Venezuela existía "racismo social" contra el pueblo, y que ese mismo pueblo debía estar dispuesto a defender la Revolución. Se supone, pues, que la defensa de la Revolución de Chávez implica luchar contra ese "racismo social".

Pronto, los acontecimientos desbordaron los límites de la sociedad. El 11 de abril los chavistas y los círculos bolivarianos establecieron un "escudo humano" en las cercanías del Palacio de Miraflores para impedir la llegada de la "sociedad civil" que marchaba desde las instalaciones de Pdvsa en Chuao y pedía a gritos la renuncia del Primer Mandatario. Para docenas de opositores al gobierno, era la primera vez en su vida que pisaban *los espacios del Oeste*, léase la Avenida Universidad, la Plaza Las Toninas, aunque probablemente conocían Nueva York o París como la palma de su mano. Algunos de ellos portaban monos de peluche con boinas rojas, los cuales hemos de suponer que representaban al "chavista" clásico. ¿Acaso ese mono no reflejaba una actitud racista disfrazada de humor?

La marcha de la oposición que integraban más de 500 mil almas pensó que podría llegar a Miraflores para hacer una toma real y simbólica del edificio de gobierno y de los espacios cercanos que tradicio-

nalmente habían ocupado la militancia chavista y los Círculos Bolivarianos. Pero no pudo. Súbitamente aparecieron francotiradores que dispararon a los marchistas y sembraron el terror. Murieron 17 personas y fueron heridas más de 40 almas. Ante la sangre derramada, militares de alto rango de la Fuerza Armada Nacional desconocieron el mandato de Chávez, quien en horas de la madrugada aparentemente se vio obligado a renunciar a la conducción del Estado.

Vino entonces el gobierno de transición de Pedro Carmona, hasta ese momento presidente del principal gremio de empresarios privados del país: Fedecámaras. Se instaló el 12 de abril y a las pocas horas de iniciarse lo acompañó una “cacería de brujas” contra algunos de los colaboradores de Chávez. Los chistes racistas alusivos a esos ex funcionarios no se hicieron esperar: se dijo, por ejemplo, que Aristóbulo Istúriz, el saliente ministro de educación y de origen afro, se habría refugiado en el Parque Zoológico del Pinar ubicado precisamente en el Oeste de Caracas.

En un gesto inaudito, el gobierno de Carmona a través de un decreto eliminó la Asamblea Nacional, el Tribunal Supremo de Justicia y desconoció la Constitución Bolivariana así como los gobiernos municipales elegidos democráticamente. El contragolpe chavista no se hizo esperar. En la mañana del sábado 13 de abril, la Guardia de Honor y un gigantesco río humano que bajó del Oeste de Caracas, léase 23 de Enero y Catia, retomaron el Palacio de Miraflores y exigieron el regreso de Chávez a la Presidencia. Poco a poco fueron regresando los ministros depuestos como Aristóbulo Istúriz, quien en medio de la agitada jornada hizo un llamado a la conciliación de todos los sectores del país y advirtió que Venezuela era un país “multiétnico”, aludiendo de este modo el drama racial desatado.

Pero allí no terminaba el drama. En la madrugada del domingo 14 de abril, el entonces embajador de Venezuela en Colombia y actual ministro de Relaciones Exteriores, Roy Chardeton, denunció desde Bogotá que Petróleos de Venezuela (Pdvsa) estaba siendo dirigida por personas blancas relacionadas de una u otra forma con el golpe, en una clara referencia a los gerentes que paralizaron la empresa estatal para oponerse a Chávez. El anuncio generó quejas de parte de personas adversas y afectas al gobierno según comentaron trabajadores del Canal 8. Un venezolano radicado en Miami, José Maraver, escribió una carta a Chaderton que fue re-

66

**La crisis que atraviesa
la sociedad venezolana
y los medios de comunicación
se centra en el presidente
Chávez porque seguimos
siendo una sociedad mesiánica;
todo gira en torno a quien
ocupe la silla de Miraflores**

99

producida por el semanario *Quinto Día*: “...Sus comentarios acerca de la gente blanca de Pdvsa supuestamente emparentada, por ello, con la que integraba el fugaz gobierno de Pedro Carmona, sonaban como un eco destemplado de las turbas desenfundadas que en ese momento asolaban nuestra ciudad capital. A la artera *prédica del odio social que subyace en la raíz de tales desmanes, ha pretendido usted agregar insidiosamente la del odio racial*, muy lejano a la idiosincrasia de nuestro pueblo desde sus mismos orígenes. Entre nosotros siempre ha prevalecido una envidiable armonía racial...Usted mismo, señor Chaderton, ¿a qué raza pertenece? Nunca vi su fotografía ni tengo la menor referencia suya, pero a juzgar por su nombre, tal vez provenga de algún país anglosajón o de alguna colonia afroinglesa del Caribe lo cual...no le ha impedido ascender, sin resistencia racial alguna...¿Acaso deseaba usted sobresalir en su apoyo a Chávez ...mediante una condena racial del caído gobierno transitorio, no hecha ni por el propio Chávez?”.¹³

Cinco meses atrás la ex vicepresidenta de la República, Adina Bastidas, había afirmado que “el terrorismo es un subproducto perverso de la dominación anglosajona”. Lo hizo en el Encuentro Latinoamericano y Caribeño sobre el Diálogo de Ci-

vilizaciones celebrado en Caracas en noviembre de 2001. El discurso de Bastidas fue calificado de “racista, discriminatorio, antirreligioso e irresponsable” por diputados de la oposición. La ex embajadora de Estados Unidos en Caracas, Dona Hrinak lo protestó y analistas políticos dijeron que el mensaje podría traer consecuencias negativas para las ya tensas relaciones entre Washington y Caracas. De hecho, tras los sucesos desencadenados el 11 de abril, algunos voceros del gobierno venezolano denunciaron la posible participación de Estados Unidos en el “golpe” contra Chávez, pero el gobierno norteamericano negó esta acusación y mostró su preocupación porque en Venezuela se desarrollara una *xenofobia* antiestadounidense.

Así las cosas, el pasado 15 de mayo, cuando se efectuaban las interpelaciones a los militares y civiles involucradas en el presunto “golpe” contra Chávez, el ministro del Interior y Justicia, Diosdado Cabello, habló de la necesidad de que convivan en el país “ricos y pobres”, “blancos y negros”. Y cuando intervino el ex comandante del Ejército, general del División del Ejército, Efraín Vásquez Velasco, quien desconoció la autoridad de Chávez el 11 de abril, criticó la división social promovida desde el Alto Gobierno y propuso que: “juntos podamos marchar sin diferencias de razas, credo”. Como se ve, el problema de las “ecuaciones” sociales o raciales se manifestó abiertamente. Pero tal vez lo más significativo hasta ahora ha sido el mensaje institucional que lanzó la Lotería del Táchira por la televisión a los pocos días del regreso de Chávez y cuyo objetivo era llamar a la conciliación de todos los venezolanos, sin importar su “color”, “raza”, “religión”. La cuña era amenizada por personas de “todos los colores” y concluía con una joven rubia y un joven negro que advertían: “todos somos venezolanos”.

La crisis que atraviesa la sociedad venezolana y los medios de comunicación se centra en el presidente Chávez porque seguimos siendo una sociedad mesiánica; todo gira en torno a quien ocupe la silla de Miraflores. Pero además, se centra en un jefe de Estado que ha sido abiertamente conflictivo e incapaz de lograr bienestar para la población. Sin embargo, en sectores de clase media y alta, la apariencia física de Chávez también incomoda y por eso al Comandante en Jefe se le tilda de “mono”.

El comunicólogo Marcelino Bisbal piensa que si bien pudieran existir casos aislados de conductas racistas, no se puede generalizar. “No se trata de una conduc-

ta colectiva. Lo que se ha visto es la división social del país en torno al líder. No importa la raza o religión sino que se apoya o no a Chávez. Hay un sector que todavía sigue al presidente por su lenguaje y porque se ha ocupado del pueblo. Hay otro, sobre todo la clase media y alta, que no lo sigue”¹⁴. En una reciente entrevista que Bisbal concedió a *El Nacional*, las periodistas Chefi Borzacchini y Ruben Witsotzki le preguntaron: “En el país se ha impuesto una actitud intolerante y han brotado también *sentimientos racistas*. Ningún venezolano deja de pensar en una *cultura de la exclusión*, en lugar de inclusión, en estos momentos. ¿Cómo analiza estos fenómenos?”¹⁵. Bisbal respondió que en primer lugar, no se había explicado bien el significado de la denominada Revolución Bolivariana y en segundo lugar, que “ese proceso ha sacado lo peor de cada uno de los venezolanos. Se ha hecho muy presente en el país una inusitada cultura de la violencia, tanto física como verbal...Nunca antes el país había vivido ese clima y creo que de alguna manera la historia se lo va a cobrar a este gobierno”¹⁶.

La lucha contra el racismo en Venezuela no es nueva pero sí silenciosa. El antropólogo Jesús García, vocero de la Fundación Afroamérica, organización que representa a la comunidad negra en el país, denunció el pasado 5 de marzo ante la Comisión Internacional de Derechos Humanos la “ofensiva racial contra el presidente Chávez y su ministro Isturiz”. Según García en *El Camaleón*, publicación de humor encartada en el diario *El Nacional*, Isturiz ha aparecido dibujado al lado de un gorila, lo que a juicio del antropólogo “es un claro acto de racismo”. García ha exigido que Venezuela firme el Protocolo Facultativo de la Convención Internacional Contra el Racismo, que se penalice el racismo en Venezuela y se revisen las leyes que regulan la actividad de los medios de comunicación pues en muchos de ellos “todavía se cometen actos de racismo”¹⁷.

Ronny Velásquez, también antropólogo y estudioso de la realidad étnica nacional, sostiene que a los venezolanos “la educación les enseñó que debían ser gobernados por una persona blanca y con fortuna a pesar de que somos una sociedad con raíces negras, blancas e indígenas”. Según Velásquez, Chávez no representa ese modelo dado que es de extracción popular, y proviene de la etnia indígena yaruro (pumé) del Suroeste de Venezuela aunque también posee rasgos negroides más fuertes. Velásquez dice que miles de personas de las barriadas de Caracas salie-

ron a la calle a rechazar el gobierno del presidente interino Pedro Carmona Estanga, porque éste simbolizaba el poder económico en Venezuela, el cual “siempre ha estado concentrado en personas blancas”¹⁸. La misma opinión tiene Jesús García: “el pueblo salió porque vio que regresó la burguesía blanca al poder”.

LOS MEDIOS Y LA LEGISLACIÓN

La responsabilidad de esta polarización política y socioeconómica detrás de la cual hay pequeños destellos de racismo descansa tanto en la oposición como en un gobierno que llegó en 1999 con intenciones de tratar el problema de la discriminación étnica y racial, pero poco a poco fue perdiendo el timonel dentro de su propia tempestad.

Cuando Chávez arribó a la Presidencia en febrero de 1999 convocó una Asamblea Nacional Constituyente que renovaría la Constitución Nacional de 1961. Dentro del debate público constitucional se invitó a miembros de las comunidades indígenas a participar en el nuevo proyecto de Carta Magna que finalmente fue aprobado en diciembre de ese año mediante un referendo popular.

La nueva Carta Magna no se distinguió sustancialmente de la Constitución de 1961. En su Artículo 21 estableció que: “*Todas las personas son iguales ante la ley, y en consecuencia: no se permitirán discriminaciones fundadas en la raza, el sexo, el credo, la condición social o aquellas que, en general, tengan por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, o ejercicio en condiciones de igualdad, de los derechos y goce de libertades de toda persona. La ley garantizará las condiciones jurídicas y administrativas para que la igualdad ante la ley sea real y efectiva; adoptará medidas positivas a favor de personas o grupos que puedan ser discriminados, marginados o vulnerables*; protegerá especialmente a aquellas personas que por algunas de las condiciones antes especificadas, se encuentran en circunstancias de debilidad manifiesta y sancionará los *abusos o maltratos* que contra ellas se cometan”^{*}.

Por su parte, el Artículo 57 de la misma Constitución señala: “*Toda persona tiene derecho a expresar libremente su pensamiento, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura.*

Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. *No se permite* el anonimato, ni la propaganda de guerra, *ni los mensajes discriminatorios*, ni los que promueven la intolerancia religiosa. Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades”^{**}.

Durante el año 2001 Chávez se enfrentó tenazmente a los medios de comunicación social, a los que acusó de estar contra la revolución, mentir sobre la gestión gubernamental y manipular la opinión pública. En oportunidades se refirió al papel clave que tendría la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) para poner “orden” en los medios y particularmente a través de la Ley de Contenidos, la cual, a su parecer, pondría fin a las manipulaciones de los medios y sancionaría a los infractores, es decir, a los propietarios “oligarcas”.

El pasado 5 de abril, una semana antes del paro general indefinido y la dramática secuencia hollywoodense en torno a Miraflores, Conatel presentó un anteproyecto de Ley cuya finalidad es normar (y no sólo “regular”) los contenidos de los mensajes emitidos por los medios de comunicación audiovisual. Se trata de la “Ley sobre la Responsabilidad Social en la Prestación de los Servicios de Divulgación Audiovisual y Sonora”, mejor conocida como Ley de Contenidos. Este Anteproyecto de Ley fue elaborado aparentemente por un equipo de trabajo integrado únicamente por técnicos de las distintas gerencias internas del organismo y fue presentado a la consulta pública¹⁹, pero a las primeras de cambio despertó severas críticas. Sí, las críticas surgieron por las posibles pérdidas económicas mil millonarias que supone la aplicación de la ley y por las sanciones a las que serían sometidas las plantas comerciales de televisión que no cumplieran con las disposiciones legales²⁰.

En líneas generales el Anteproyecto de ley se refiere a los deberes y derechos de todos los ciudadanos con respecto a los contenidos emitidos en la programación de los medios o televisoras; menciona los parámetros que deberían seguir las plantas televisoras sobre sexo, violencia, lenguaje, terror, vicio; establece sanciones al respecto y los horarios pertinentes de transmisión para las respectivas audiencias. Pero igualmente llama la atención porque en su intento por normar la conducta de los medios, cosa que a priori no puede ser visto como “dictatorial”, no es muy explícita con respecto al problema del racismo y la Constitución Bolivariana.

En lo que toca a “programas especialmente dirigidos a niños y adolescentes en los servicios de divulgación audiovisual”, el Artículo 34 prohíbe: “Denigrar de las estructuras familiares contemporáneas, especialmente acerca de matrimonios entre *personas de razas diferentes*, padres solteros, hijos provenientes de diferentes matrimonios y relaciones, matrimonios o uniones sin hijos, parejas con niños adoptados, así como de las circunstancias resultantes de divorcios y separaciones”***. Por su parte, el Artículo 36, que versa sobre los Contenidos Prohibidos, señala que se prohíbe la difusión de contenidos que: “Promuevan o inciten el odio, la violencia o la discriminación hacia personas o grupos por razones de raza, origen étnico, religión, creencia espiritual, edad, sexo, orientación sexual, estado civil, nivel socioeconómico, aspecto físico, discapacidad física o mental, u orientación política e ideológica”****.

Este Anteproyecto también estipula la creación de un Instituto Nacional de Radio y Televisión (Artículos 85 al 96) que se encargará de que los medios cumplan la normativa legal, hará las observaciones de rigor y ordenará la apertura y sustanciación de procedimientos administrativos sancionatorios contra aquellos medios que incumplan con la Ley.

La Ley de Contenido toca lo relacionado a la emisión de “mensajes secretos o privados codificados” (Art. 38) y “mensajes subliminales” (Art. 37); a éstos los define como “imágenes o sonidos de muy corta duración, así como la utilización de cualquier otra técnica que haga posible la difusión de mensajes o estrategias tendientes a influir en la mente o en el ánimo de la audiencia, sin que ésta esté consciente de ello”. Es difícil establecer fronteras entre lo que es “subliminal” y lo que no lo es; pero no hay duda de que en el discurso publicitario de la televisión venezolana hay una exclusión socioeconómica y racial que para algunos pudiera ser *subliminal* pero para otros no tanto; la mejor prueba está a la vista. Sin embargo, la Ley de Contenido no se define con lujo de detalles la metodología o los parámetros que servirán para determinar cuándo hay un mensaje *subliminal*, y sobre todo cuando hay un *mensaje racista subliminal*.

La Ley de Contenido enfrenta otros problemas: en primer lugar, los propietarios de medios creen que cualquier legislación oficial de antemano es un intento de “control” o “censura”; en segundo lugar, son necesarias más consultas en su concepción y formulación; en tercer lugar, se de-

ben proponer metodológicas para saber, por ejemplo, cómo y por qué hay racismo, y cómo combatirlo, en lugar de asomar un cuerpo legal puramente abstracto y punitivo. En países tan libertarios como Estados Unidos los medios de comunicación disponen de Códigos de Ética estrictos y existe una Comisión Federal de Comunicaciones que en líneas generales norma los medios. En materia de racismo (o etnias) desde hace un buen tiempo existen una serie de iniciativas y normas que buscan que todas las “minorías raciales” o “minorías étnicas” tengan una representación en los medios de comunicación en proporción a la población real. Por algo existen las estadísticas del *U.S Bureau of Census*. Pero más que eso, existen instancias organizativas que constantemente estudian el comportamiento racial o étnico de los medios y hacen su llamado de alerta, así sea CNN el medio cuestionado.

Una estrategia de este tipo ayudaría un poco más a calmar los ánimos en una sociedad tan convulsionada como la venezolana; llevaría al aparato mediático que integran agencias de publicidad, productores, realizadores de *castings*, gerentes de mercadeo, gerentes de programación y afines, a ser más equilibrados en sus mensajes, a aceptar de una buena vez que *Venezuela es un país con una gran variedad “racial” y “étnica”*; y que esa variedad debe estar representada en el discurso audiovisual, sin estereotipos ni prejuicios de ninguna índole. Eso contribuiría a profundizar más la democracia en la sociedad y a crear un clima de paz que todos reclamamos. La agitación racial ha surgido; y los términos “blanco” y “negro” todavía pueden convertirse en “armas de guerra”.

■ Humberto Jaimes Periodista. Cursa la Maestría en Historia de América en la Universidad Católica

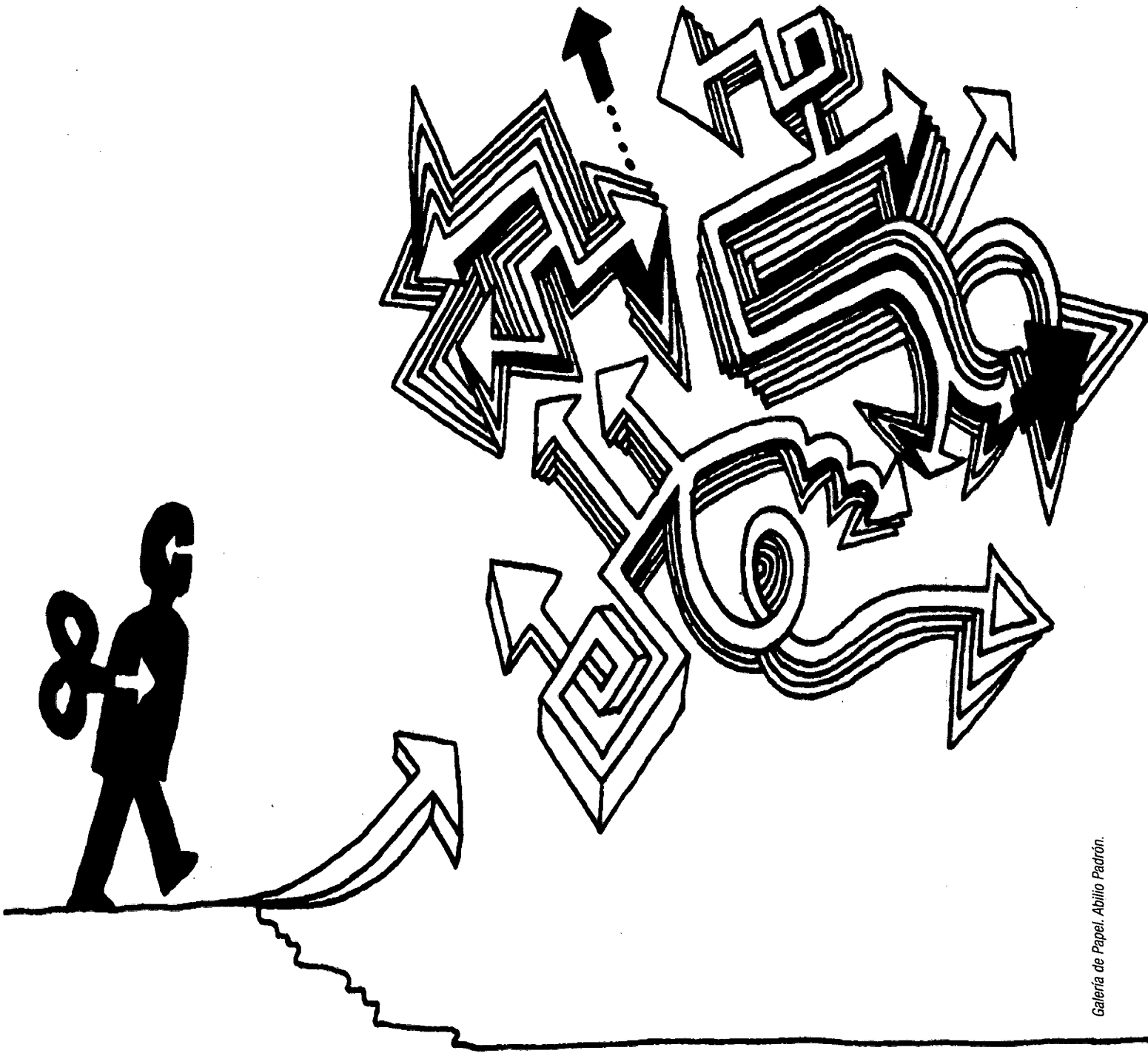
Notas

- 1 Angelina Pollak, “¿Hay o no hay racismo en Venezuela?”. En: *Encuentros*, Asociación Cultural Humboldt, Caracas, Año 7, No. 17, tercer trimestre de 1993, p. 4. Subrayado nuestro.
- 2 Idem. Subrayado nuestro.
- 3 Idem.
- 4 Idem. Subrayado nuestro.

- 5 Andrés Guadarrama, “El negro no brilla en la noche caraqueña”, *El Universal*, Caracas, 21.03.1999, 4-3.
- 6 Gerber, Judy. “Rainbow of Color? People of Color Underrepresented in the Gay Press”. *NewsWatch*, Center for integration of Journalism at San Francisco State University, Summer 1998, p. 12.
- 7 Idem.
- 8 Humberto Jaimes, “Racismo en Blanco y Negro”, *D/8* (Últimas Noticias), Caracas, 14.10.2001, p. 5.
- 9 Se trata de una ponencia que fue expuesta en el Coloquio Internacional “Producción Social de Representaciones de Identidades y Diferencias Sociales en Tiempos de Globalización”, realizado en el Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (CELARG), Caracas, 6 y 7 de mayo de 2002. Forma parte del Programa Globalización, Cultura y Transformaciones Sociales/UCV (FACES) y la Fundación Rockefeller.
- 10 Para conocer detalles se recomienda ver pp. 2,3 y ss. Añadimos “NÚMERO” en la última columna para hacer más didáctica la presentación del cuadro.
- 11 Para conocer detalles se recomienda ver fuente original, pp. 2-3 y ss. Añadimos “NÚMERO” en la última columna para hacer más didáctica la presentación del cuadro.
- 12 Rocío Cazal y María Gabriela Méndez, “Educación: clave para combatir el racismo”, *Últimas Noticias*, Caracas, 27.05.2002, pp. 8-9.
- 13 *Quinto Día*, Caracas, 3 al 10 de mayo de 2002, p. 10. El semanario tituló la carta así: “Desde Miami le escriben al embajador Chaderton” (negritas). Subrayado nuestro.
- 14 Entrevista del autor a Marcelino Bisbal, Caracas, abril de 2002.
- 15 Chefi Borzacchini y Ruben Witsotzki, “Hay que abandonar las agendas particulares para comenzar a pensar en colectivo”, *El Nacional*, Caracas, 20.05.2002, C-8. Subrayado nuestro.
- 16 Idem.
- 17 Entrevista del autor, Caracas, abril de 2002.
- 18 Entrevista del autor, Caracas, abril de 2002.
- * Subrayado nuestro.
- ** Subrayado nuestro.
- 19 “Conatel presentó Anteproyecto de “Ley sobre la Responsabilidad Social en la Prestación de los Servicios de Divulgación Audiovisual y Sonora”, *Aquí Conatel*, Boletín interno de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, Año 1, N° 9, Caracas, abril de 2002, pp. 6-7. Se recomienda ver la versión original del texto en www.conatel.org.ve.
- 20 Marianela Palacios, “Ley de contenidos afecta económicamente a las empresas audiovisuales”, *El Nacional*, Caracas, 7.04.2002, D/6.

*** Cursivas nuestras.

**** Cursivas nuestras.



Mas de cuarenta años de innovaciones, exploraciones y diseños definen la historia de las llamadas propuestas o políticas comunicacionales del Estado venezolano. Desde los partidos políticos, el mundo académico, el sector productivo, los gremios y los mismos gobiernos, muchas y variadas han sido las innovaciones y propuestas. Unas exitosas, otras fallidas. Unas millonarias, otras huérfanas de recursos. Es importante tener en cuenta que, inclusive, llegamos a conceptualizar para exportar modelos y estrategias en este delicado tema público, señalando rumbos y caminos a nivel continental.

Sin embargo, salvando pocas excepciones, el desempeño del Estado venezolano en materia comunicacional en poco o nada se ha diferenciado del que muestra en las demás áreas de su responsabilidad. Nada hemos construido en este sector que sobreviva exitosamente como institución.

En esta oportunidad, no vamos a hacer reseña alguna de dicho pasado. Tampoco vamos a competir con variados y alarmantes diagnósticos existentes sobre la situación presente. Vamos sí a presentar un papel de trabajo contentivo de las líneas gruesas de lo que estimamos podría ser una gestión del Estado que logrando consenso político, participación profesional y disponibilidad de recursos, le permita al país y a todos los venezolanos disfrutar de los beneficios de la existencia de un recurso infinitamente imbricado con la democracia, la libertad, la justicia, la igualdad

de oportunidades y la modernidad: la información y la comunicación desde el sector público.

2. EXIGENCIAS DEL PRESENTE

Estamos convencidos que no existe un único camino o definición para desarrollar una propuesta de gestión gubernamental en esta materia. Sin embargo, la que en esta oportunidad proponemos asume en todo su desarrollo conceptual y programático tres posiciones que estamos dispuestos a sostener y defender en campo del debate y análisis consiguiente:

- Primero, la actual coyuntura del país refleja una profunda crisis institucional en el sector público.
- Segundo, muchos esquemas y paradigmas utilizados en el pasado reciente para definir políticas públicas han sido superados. Vamos a alejarnos un tanto del camino de la comparación con el ayer del Estado como actor comunicacional.
- Tercero, asumimos por agotadas, tanto conceptualmente como por su desdibujo a la hora de aplicaciones y realidades, las ataduras de tipo ideológico –socialismo, comunismo, imperialismo, capitalismo, mercantilismo, derecha, izquierda- para buscar y tratar de hacer viable una eficaz y eficiente política comunicacional en beneficio de todos los venezolanos. Ello, sin jamás desdeñar de la necesidad de crear y disponer de manera compartida de un conjunto de

La relación de los diferentes gobiernos con los medios de comunicación dependientes del Estado, ha sido siempre uno de los grandes puntos polémicos en el debate comunicacional venezolano. Las conclusiones tradicionalmente han apuntado en una dirección, los medios del Estado deben cumplir con la obligación de ser un servicio público que se defina en función y en razón de la audiencia y el ciudadano. En el presente trabajo el autor brinda algunas líneas de acción y desarrollos programáticos que podrían ayudar a redimensionar las industrias públicas de la información y comunicación del Estado venezolano, tanto desde una perspectiva gerencial como de financiamiento.

■ Luis Vezga Godoy

GESTIÓN

para una Venezuela diferente

principios, valores y normas que nos rijan e impongan compromisos y obligaciones individuales y colectivas.

Buscamos con el enfoque asumido transitar más hacia el camino de las realidades operacionales, el uso de los recursos tecnológicos disponibles, la explotación del conocimiento, la información como bien colectivo, el manejo de criterios gerenciales, el imperio de mercados necesitados y no satisfechos, la exigencia de rendición de cuentas y, finalmente, la aplicación real de la comunicación y la información pública como un bien que afecta positivamente el nivel de vida en democracia de los venezolanos.

En pocas palabras, asumimos básicamente el reconocimiento de nuevas realidades, para construir caminos de progreso y encontrarnos con un mañana más inclusivo y consensual.

3. RETO DEL MAÑANA

Ante dicha crisis institucional, la necesidad de nuevos paradigmas de gestión pública y la imposición de prioridades basadas en necesidades y carencias cada vez mayores por parte de la población, antecede obligatoriamente hacernos la pregunta respecto a **cuál es la misión** que habría de guiar una novedosa gestión comunicacional.

Esa misión la entendemos como

“La existencia y funcionamiento dentro de la estructura del Estado venezolano de una gestión gubernamental que reconozca y promueva al hombre como ciudadano, dignifique el compromiso de servicio público mediante una rutinaria, transparente y comprensible rendición de cuentas y permita al gobernante honrar el imperio de la opinión pública”.

Requerimos diseñar estrategias que nos lleven al logro de los aspectos programáticos que implica la misión antes definida. Estas estrategias representan conquistas, pues interpretan lo que primero debemos convenir para luego estar conscientes de poder ser operativos y funcionales.

Esa conceptualización implica que reconozcamos las realidades del mercado como un actor activo y protagonista; que los mundos académico y gerencial han podido identificar novedosas y más eficientes concepciones organizacionales; que la innovación y disposición de las tecnologías de la información (soluciones y equipo) tienen mucho que aportar; que debemos reconocer y valorar como reales las inefi-

“

Buscar la institucionalización de una gestión comunicacional como servicio público con este nuevo enfoque implica, en primer lugar, que las estrategias, programas, estructuras, gerencia y contenidos se definan en función y en razón de la audiencia, del ciudadano, iguales todos ante el Estado, las leyes y entre sí

”

ciencias y carencias fácilmente identificables en la actual operatividad del sector público; y, finalmente, debemos romper anacrónicos prejuicios y desconfianzas que impiden o debilitan alianzas y acuerdos entre los actores comunicacionales públicos y privados.

Identificamos que son cuatro las conquistas claves que debemos alcanzar para lograr definir nuevos escenarios de desempeño.

3.1 Primera conquista:

Privilegiar la institucionalidad

Con audacia y clara visión de modernidad debemos reafirmar la institucionalidad de la gestión comunicacional del Estado venezolano. Reconocemos que todo Estado representa, interpreta y defiende específicas obligaciones y responsabilidades, en clara diferenciación con los también válidos objetivos e intereses del grupo, organización y sector que en un momento dado gobierna.

Promover la institucionalidad interpreta en el sector comunicacional un concepto debatido desde hace varias décadas en nuestro país, en Latinoamérica y otras regiones del orbe. Nos referimos a la comunicación como servicio público. La conceptualización de esta propuesta ha tenido entre nosotros no pocos y encendidos debates, sin logro institucional u operativo alguno. Creemos firmemente que ya no

tiene vigencia alguna la visión de servicio público entendida en función de la sola tenencia o propiedad de los medios y a la formulación de contenidos interpretando la representatividad en instancias directivas o de coordinadoras. Cambiamos la estrategia del manejo vertical de una oferta comunicacional por la de la comprensión y satisfacción de una demanda comunicacional variada, múltiple y plural.

Buscar la institucionalización de una gestión comunicacional como servicio público con este nuevo enfoque implica, en primer lugar, que las estrategias, programas, estructuras, gerencia y contenidos se definan en función y en razón de la audiencia, del ciudadano, iguales todos ante el Estado, las leyes y entre sí. El ciudadano en su concepción de razón última de la sociedad, con deberes y derechos, tanto individuales como colectivos.

La conquista de la institucionalidad implica, en segundo lugar, desmontar muchas tradicionales y falsas barreras o antagonismos entre lo público y lo privado. Para nosotros audacia y modernidad implica inclusión. Concepto de responsabilidad colectiva. La propiedad vía constitucional del espectro radioeléctrico, no debe implicar arrogancias del poder público sobre los gestores y operadores privados. Y el éxito y la consolidación de riqueza en la explotación de legítimas concesiones sólo debe representar para el gobernante de turno complacencia y orgullo patriótico y justos y estables réditos para el fisco nacional.

Como señalaba recientemente el colega y académico Marcelino Bisbal, una gestión comunicacional que interprete a los canales, medios y recursos no como *“canales del gobierno de turno, del partido de turno, que no sea sólo la voz del Presidente y sus afectos, sino de todos”.*

3.2 Segunda conquista:

Adquirir sustento tecnológico

Debemos romper, y para siempre, el paradigma de los medios como simple problema o hecho instrumental. Abordemos el mañana como lo han hecho otras sociedades: la tecnología de la información y de las comunicaciones no son una imposición. Son herramientas a nuestra disposición y servicio. La denominada *“sociedad del conocimiento”* no es utopía. Es realidad. Todas las concepciones del pensamiento - políticas, religiosas, económicas y sociales, viejas o nuevas-, cabalgan sobre dicha realidad para exponer, promover sus propuestas y mercados. Todas orientan sus mejores esfuerzos en la búsqueda

queda de sostenimiento en plataformas y soluciones tecnológicas.

Si algo ha caracterizado ayer y hoy la gestión comunicacional desde el sector público -sin importar al equipo o partido regente en un momento dado- es su falta de desempeño y su clara obsolescencia conceptual en cuanto a la identificación, disposición de criterios de inversión, adquisición y gerencia de su hoy inevitablemente vital aspecto tecnológico.

En este aspecto, como sociedad hoy damos vergüenza. La visión de un esquema radio eléctrico moderno, que interprete la globalización y el cambio, que incluya el fenómeno de la Internet y de la digitalización y disposición masiva del conocimiento, requiere asumir compromisos de Estado en lo financiero, formativo y gerencial que permitan un soporte tecnológico con visión de mediano y largo plazo. Lo contrario es abrazar el auto engaño o, simplemente, repetirse en la muy conocida arrogancia sostenida con la sola titularidad del cargo o en tenencia de la herramienta, del medio, sin nada que implique acceso, penetración y eficiencia.

Sea oportuno recordar que a raíz de la aprobación de la más reciente Ley que rige el sector, se han creado fondos de financiamiento para atender estos aspectos, entre ellos el Fondo de Servicio Universal, el cual, según cifras extraoficiales, en sólo año y medio de funcionamiento ha recaudado ya más de 42 millardos de bolívares y, sobre los cuales, alertamos, no se conoce rendición de cuenta alguna.

3.3 Tercera conquista: generar valor agregado a las Políticas Públicas

El mañana demanda tremendas exigencias en materia de formulación de políticas públicas. La frontera de la pobreza se extiende. El desarrollo de mercados desdibuja tradicionales fronteras físicas. Las exigencias para alcanzar desarrollo son hoy, paradójicamente, mayores que ayer. La diplomacia multilateral impone innovaciones y retos globales. La variable comunicacional debe sumarse con audacia y verdaderos criterios de modernidad, a contribuir al cierre de las brechas existentes.

Por ello, la gestión comunicacional de una sociedad moderna se justifica al apoyar o soportar sus políticas económicas, sociales y su desarrollo institucional. Ellas son su verdadero compromiso. Debemos ponerle punto final a las gestiones comunicacionales basadas en enfoques personalistas, en lanzamientos de falsos o fatuos liderazgos basados en el gasto publicitario público, en efectismos propa-

66

En resumen, una gestión comunicacional deberá buscar que el ciudadano precise soluciones, reciba respuestas y comprenda que unos liderazgos y unas instituciones que en su oportunidad le demandaron una específica conducta electoral les informan y les rinden cuenta

99

gandísticos o simplemente por ser “compradoras de medios por el sólo hecho de existir disponibilidad presupuestaria”.

Nuestra realidad fronteriza, programas de salud, esfuerzos de descentralización, diversificación agropecuaria, preservación de recursos no renovables, industria turística, protección a la vejez y al niño, programas de asistencia a los excluidos, lucha contra las drogas, procesos de integración regionales, programas de privatización, entre muchos otros, son las verdaderas políticas que demandan el foco y la responsabilidad de una gestión comunicacional.

En resumen, una gestión comunicacional deberá buscar que el ciudadano precise soluciones, reciba respuestas y comprenda que unos liderazgos y unas instituciones que en su oportunidad le demandaron una específica conducta electoral les informan y les rinden cuenta.

3.4 Cuarta conquista: promover valores y modelos de desempeño y modernidad

Hay que abordar con urgencia los riesgos que atraviesa la democracia como la menos mala de las formas de gobierno. Reconocer que estamos social y moralmente en crisis y que vivimos un profundo déficit institucional, debe ser una de las responsabilidades que hoy debemos asumir a la hora de formular una real y audaz política comunicacional.

Sin mejores ciudadanos no hay política pública posible sostenible en el tiempo. La libertad se pierde. La igualdad se deteriora. El totalitarismo y la autocracia se imponen. En el marco de la actual crisis de Venezuela, no encontramos razones para concebir y ejecutar recursos a favor de una gestión comunicacional si no aspiramos a formar y ver actuar mejores ciudadanos. Debemos acercarnos a los líderes con los ciudadanos comunes. A los gobernantes con los gobernados. Debemos, entonces, llegar hasta lo más profundo en el mayor y mejor conocimiento de nuestro mercado natural de ciudadanos para hacerlos aun más y mejores.

Ello demanda, nuevamente audacia e innovación. Hay que dar, como gobierno, como Estado, como sociedad toda, un paso adelante: ir más allá del sólo uso o aprovechamiento de las fortalezas y virtudes de los medios masivos de comunicación y hacer rutina de la gestión pública el uso de las más modernas técnicas del mercadeo institucional y político. Con sus muchos enfoques y posiciones con estas técnicas y procedimientos debemos apelar al modelaje y la promoción de valores, para lanzarnos con visión de mediano y largo plazo a reivindicar el trabajo, el ahorro, la excelencia, el mérito, la productividad, la honestidad, la competitividad, el imperio de la autoridad y la justicia, la transparencia, el éxito, la mejor conducta, el triunfo, el deber cumplido, la familia, el identificar ideales, esperanzas y conductas de modernidad entre los venezolanos.

Esto no es una abstracción ni un idealismo académico. El libre y bien pensado mundo del mensaje comunicacional de las ofertas electorales y del mundo del consumo masivo nos permiten identificar que los gobiernos y el Estado como un todo bien puede hacer buen uso de ellas. Para ello es indispensable que las realidades políticas, sociales y económicas del país exijan encontrar una nueva retórica compartida para la gestión comunicacional, basada en los postulados de democracia, libertad, igualdad, diversidad, pluralidad y tolerancia.

Esa visión debe reconocerle a cada medio o herramienta comunicacional su legítima gramática, su lenguaje propio. La televisión, por que sea estatal o privada, no se le puede pedir que renuncie a sus códigos masivos o espectaculares. A la radio, con su poder de penetración, sin miedos, sin prejuicios, hay que estimularle su diversificación, proliferación y tenencia. Debemos dejar de seguir disparando a la ciega. Es en la promoción de la diversidad

y participación en donde debemos re-contrarnos con unos valores, un lenguaje y unos mensajes comunes que nos identifiquen como colectivo, hagan posible el éxito de las políticas públicas, justifiquen el desempeño de los medios, motiven la conducta de los consumidores de información y den soporte a los generadores de riqueza y bienestar.

4. LINEAMIENTO PARA LA ACCIÓN

Con las cuatro estrategias o conquistas antes señaladas estamos proponiendo cambios de paradigma, nuevas formas de hacer las cosas en una Venezuela Diferente. Debemos, sin embargo, precisar cuáles serán las líneas que de manera constante nos conduzcan a concebir aplicaciones y acciones. Una especie de proposiciones, procedimientos e irrenunciables vínculos rectores con las demás políticas gestionadas gubernamentales en lo social, lo económico, lo financiero, en la reestructuración institucional, en la priorización al combate a la pobreza.

Así evitaremos agotar tiempo y recursos en visualizar programas que no respondan al propósito de construir esa Venezuela Diferente. Esas líneas deberían estar comprometidas con:

- El desmontaje de obsoletas e inoperantes estructuras burocráticas, ineficientes tanto en función como en gasto.
- El privilegio de la descentralización y de la privatización como herramientas de modernización del Estado y la sociedad.
- Tener claras las diferencias entre las responsabilidades comunicacionales propias de una legítima gestión gubernamental tanto nacional como regional y las correspondientes a las que interpretan compromisos del Estado venezolano.
- Una visión transversal, que participa y apoya en el desarrollo de las demás gestiones públicas. Se renuncia para siempre a la vieja visión sectorial, vertical - inexplicablemente vinculada solo al sector cultura- que la ha llevado a su desvaloración presupuestaria y funcional en la estructura del sector público.
- El estímulo en todas las formas posibles a los procesos de formación, capacitación y entrenamiento del recurso humano.
- Un alto compromiso en cuanto a rendición de cuenta sobre manejo de recursos públicos.

“

La televisión, por que sea estatal o privada, no se le puede pedir que renuncie a sus códigos masivos o espectaculares.

A la radio, con su poder de penetración, sin miedos, sin prejuicios, hay que estimularle su diversificación, proliferación y tenencia

”

5. DESARROLLO PROGRAMÁTICO

Hemos concebido una visión, cuatro estrategias y unos lineamientos o mandatos de políticas nacionales que nos ordenan en el concierto tanto gubernamental como estatal. Así pasamos, entonces, a proponer una muy puntual serie de desempeños o acciones programáticas, representativas bien de funciones de gobierno o de Estado. En el hacer y el ejecutar convocamos a una gran variedad de actores de toda la sociedad venezolana, ejecutamos un compromiso de gasto fiscal y cumplimos con satisfacer una variada gama de audiencias de ciudadanos. Es decir, pasamos a hacer cosas que entienden e interpretan las nuevas realidades.

Por ello, sugerimos que vamos a requerir:

1. Incorporar con entidad propia la variable informativa y comunicacional al plan o programa de desarrollo nacional. Disponemos de experiencias locales exitosas al respecto.
2. Reconocer al sector informativo y comunicacional representatividad y participación propia en el más alto nivel en la formulación de políticas públicas. Igualmente, en esto también disponemos de experiencias locales exitosas.
3. Crear un Comité Consultivo asesor al Presidente de la República que elabo-

re en 120 días un informe sobre el marco jurídico-legal que defina el sector de la información y la comunicación en su más amplia concepción, a los fines de presentar una propuesta consensual y para la acción de simplificación y modernización de su basamento legal.

4. Construir un esquema de servicio público de todo el sistema radioeléctrico nacional, mediante esfuerzo y compromiso conjunto entre los sectores público y privado, mutuo reconocimiento de la visión y misión de cada sector, criterios de profesionalismo, confianza y responsabilidades compartidas, transparencia hacia la población usuaria de medios y, finalmente, reglas aceptadas a largo plazo. Disponemos de los expertos, gerentes, investigadores y líderes sectoriales para ser prácticos y exitosos al respecto.
5. Los medios administrados por el gobierno nacional (VTV y RNV) se transforman (proceso de reingeniería) en una única pequeña pero moderna corporación, operando cada uno como unidades de negocios en función a su capacidad informativa y noticiosa y una real demostración de penetración y cobertura. Con una estructura liviana y de bajos costos de transformación, promoviendo la producción de otros contenidos no noticiosos en “las demás instituciones y actores” de la sociedad:
 - La unidad de negocios de radio (la actual Radio Nacional) en un lapso no mayor de dos años, con cobertura nacional, presentará tres emisiones por igual número de frecuencias: audiencia popular; audiencia juvenil, y adulto contemporáneo.
 - La unidad de negocios de televisión (la actual VTV) diseña y ejecuta un inmediato programa de modernización organizacional, gerencial y tecnológica. Transmite las 24 horas con una única programación. Reduce sus instalaciones físicas a su edificación original ubicada en Los Ruices. Se privatizan las instalaciones físicas de estudio construidas en la década de los 80.
6. Venpres retoma o refuerza su naturaleza jurídica de Servicio Público Autónomo, desarrollando y ofreciendo un servicio gratuito de información gubernamental en favor de todos y cada uno de los medios de comunicación existentes en el país, operando en abierta y profesional competencia pe-

riodística con otros servicios privados de igual o similar naturaleza, pudiendo prestar asistencia profesional a otros organismos, instituciones, eventos o actividades que se lo soliciten. Se retoman las mejores experiencias de diversas etapas de esta agencia de noticias gubernamental.

7. Se procede a privatizar de inmediato todas las emisoras que jurídicamente están en manos de Fogade y otras instituciones financieras del Estado venezolano.
8. Fortalecer la democratización, descentralización y operación de los medios masivos radioeléctricos, mediante una estrategia de creación y funcionamiento de pequeños, -bien locales o sectoriales-, medios alternativos que representen y sirvan a sub segmentos específicos de la población. Revisar experiencias exitosas latinoamericanas y europeas; así como hacer mas realista y aplicable la reglamentación existente (no combatir ni eliminar la iniciativa) referida a la emergente y desordenada experiencia que actualmente tenemos en esta materia.
9. Asumir los fenómenos del desarrollo tecnológico, la globalización y los procesos de integración como oportunidades para incrementar nuestro patrimonio nacional en materia de telecomunicaciones y comunicación pública. Venezuela, -su capital tanto privado como público- debe buscar y lograr posiciones de inversión, tenencia y decisión, en el uso de recursos satelitales. Por nuestra posición geopolítica de primer orden podemos alcanzar al mediano plazo esta meta.
10. Hacer del acceso y uso del fenómeno de la Internet un programa de primera prioridad y alcance nacional. Perfeccionar y focalizar iniciativas existentes.
11. Identificar y promover en proyectos, procesos y mensajes concretos y puntuales los valores que identifican al venezolano moderno, productivo y progresista que con su conducta y logros refuerza nuestra nacionalidad. Grandes campañas de país como un todo. La Alianza por una Venezuela Libre de Drogas ejemplifica.
12. Crear las políticas e incentivos necesarios para que la generación y producción de contenidos de consumo tanto nacionales como de factura mundial (para tv, cine, Internet) se transformen en una de las industrias que promuevan la diversificación de nues-

“

El libre y bien pensado mundo del mensaje comunicacional de las ofertas electorales y del mundo del consumo masivo nos permiten identificar que los gobiernos y el Estado como un todo bien puede hacer buen uso de ellas

”

tra economía. Mediante alianzas con productores, redes de distribución y mercados internacionales establecidos, en estrecha vinculación con las estrategias de comercio exterior que se diseñen.

13. Revisar, actualizar y enfocar en el marco de los procesos de integración regional y sub regional los programas de formación, capacitación y entrenamiento de nuestros recursos humanos en el área de la comunicación y la información. Visión multicultural en materia de formación.
14. Diseñar y ofertar al corto plazo un proceso de capacitación y actualización en el manejo de gerencia de políticas públicas a los responsables de comunicación e información de los organismos públicos a nivel nacional (entes centralizados y descentralizados), regional (governaciones) y local (alcaldías), privilegiando el fortalecimiento y profundización de los procesos de descentralización. Trescientos venezolanos en dos años.
15. Diseñar e implementar una estrategia de comunicación y mercadeo internacional de largo plazo que posicione nuestro país y sus recursos y potencialidades como actor significativo de la comunidad financiera, económica y política del mundo. Evaluando experiencias exitosas de países amigos co-

mo México, Colombia, Chile, Costa Rica, entre otros. Este Plan deberá tener tres sub programas de especial dedicación:

- Un programa que promueva nuestra integración en el marco de la Comunidad Andina, con un tratamiento preferencial a nuestra realidad con Colombia.
- Un programa dedicado a promover nuestra presencia y posicionamiento institucional, comercial y de negocios en el marco de nuestra realidad como productor petrolero, en especial entre los países de la OPEP.

6. SIGAMOS ADELANTE

Esta conceptualización sobre una gestión comunicacional pública invita a su debate y perfeccionamiento. Estamos conscientes que las iniciativas programáticas no son exhaustivas, deben ser ampliadas, especialmente en lo que se refiere al uso de las nuevas tecnologías y situaciones de apoyo o complementariedad con programas representativos del sector cultural.

Finalmente, se requiere entrar en una muy abierta y descarnada precisión de su soporte financiero y gerencial. En este sentido estamos seguros que los recursos, internos y externos, existen. Somos del criterio de que los mismos se pueden obtener con visión tanto de corto como de largo plazo si garantizamos objetivos de modernidad, consensualidad en las definiciones y una gerencia eficaz. La realidad política de la nación como un todo y la crisis de institucionalidad que estamos viviendo, así nos lo imponen.

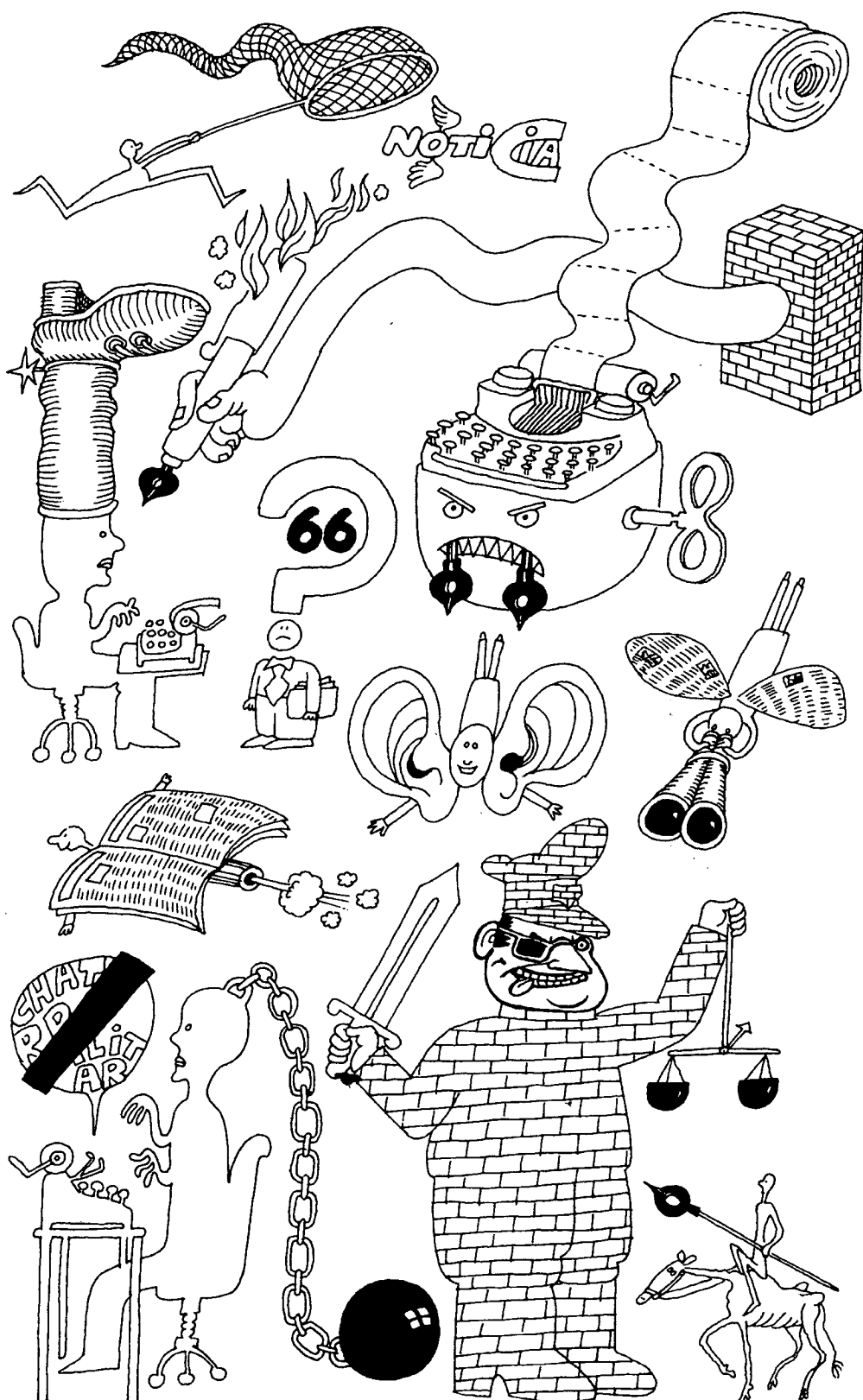
■ **Luis Vezga Godoy**
Comunicador Social
Presidente de Asesorac

Nota de la Redacción

Un esquema de este trabajo se presentó por primera vez el 1° de mayo del 2002 en un encuentro de diversas organizaciones representativas de la sociedad civil denominado *Venezuela si puede ser Diferente*, en el cual se analizaron diversas propuestas para abordar la gobernabilidad y la transición.

Algunos de los datos presentados en este trabajo nos permiten descubrir la forma como el panorama político y mediático nacional ha cambiado considerablemente en los últimos tiempos. Si bien algunas estadísticas mundiales demuestran que en pasados años Venezuela no era considerado como un país en conflicto, luego de los últimos acontecimientos podría pasar nuestro país a ocupar un espacio en esas listas. Jesús María Aguirre reflexiona acerca de la forma como es ejercido el periodismo en tiempos de confrontación

■ **Jesús María Aguirre**



Cinco reflexiones

Comunicaciones sin tregua

Al revisar el mapa de los países en conflicto durante los años 1999 a 2000 no aparece Venezuela. Sin embargo hoy, probablemente, lo estaría. Los datos recogidos de Sipri Yearbook (1999) y del Departamento de Investigaciones sobre Paz y Conflictos de la Universidad de Uppsala (1998/1999) revelan que en la actualidad los conflictos ya no se deben tanto a enfrentamientos entre estados para el arreglo de litigios fronterizos o de intereses geoestratégicos como a conflictos internos.

Entre los primeros destacan los enfrentamientos de Israel/Palestina/Líbano, Pakistán/India, Etiopía/Eritrea, seguidos de las luchas relativas al control de territorio, caso de Timor Oriental, recién independizado, y de varios enclaves asiáticos (Kurdistán, Chechenia, Mindanao...). Entre los segundos, particularmente numerosos en África, sobresalen las confrontaciones de Argelia, Sierra Leona, Ruanda, Burundi, Angola, Uganda, Guinea; en Asia se perpetúan la contienda interna afganistaní, que se convirtió en internacional a partir del atentado del 11 de septiembre, y la de Sri Lanka con las erupciones crónicas de los tamiles; en América Latina, Perú y Colombia, estremecidas por la guerrilla y la inestabilidad política, han polarizado también ese mapa preponderantemente trágico, al que están a punto de sumarse Argentina y Venezuela. Si bien el pudor europeo esconde otros conflictos menores como el irlandés, el vasco o el corso, es indudable que la mayoría se concentran en los países en desarrollo.

Los conflictos de la segunda categoría afectan a entidades dentro de uno o varios estados por el control del territorio o del gobierno, y a diferencia del modelo tradicional de los dos bandos se entrecruzan una multiplicidad de actores sociales con la agravante de que desaparecen las divisorias entre militares y civiles. Ya deja de ser sorprendente que casi el 90 por ciento de las víctimas en estos enfrentamientos actuales sean civiles, quienes sufren muertes, expulsiones, secuestros, desapariciones, violaciones, incluida una serie de errores u horrores militares, eufemísticamente calificados de “daños colaterales”, y, en fin, un sin número de lesiones a los derechos humanos.

Lamentablemente, las comisiones de la verdad no resarcen a los muertos, difícilmente esclarecen las responsabilidades materiales e intelectuales y, apenas, logran apoyos para compensar a los civiles de los daños materiales o para indemnizar a los familiares de las víctimas, mientras las partes en el conflicto reavivan el recuerdo vengativo de los caídos. En estas circunstancias los medios de comunicación, lejos de ser unos observadores neutrales o asépticos, se convierten en los principales agitadores y movilizadores de la contienda y el derecho a la libertad de expresión se emplea como arma arrojada contra el oponente. El miedo y la venganza se realimentan mutuamente, mientras se rompen todos los puentes de la confianza y de la comunicación. El diálogo se reduce a una proclama o se lo descalifica como cesión al otro.

Si el conflicto o la catástrofe son lejanos, nos embotamos con la sobreinforma-

En memoria de Jorge Tortoza

ción internacional, que pasa de un espectáculo del horror a otro en una secuencia interminable e indigesta. En caso contrario, seleccionamos ansiosamente los datos estratégicos para nuestro ataque y defensa argumentativos. De esta manera apenas nos queda tiempo y espacio para la reflexión, pues decimos es tiempo de acción.

LA INFORMACIÓN MOVILIZADORA

La propaganda, nos advierte Shulze a propósito de las guerras del siglo XIX, es “una actividad –o un arte– que pretende inducir a otros a comportarse de una manera determinada, distinta a la conducta que hubiesen –probablemente– adoptado sin su existencia”. Los manuales de periodismo nos enseñan a deslindar entre la objetividad de las informaciones noticiosas, el posicionamiento de las páginas de opinión y la retórica persuasiva de la propaganda, como si en el mundo de las comunicaciones cupiera zanjar espacios análogos a los de los laboratorios experimentales entre las comprobaciones empíricas, las interpretaciones teóricas y las proclamas ideológicas.

Los avances de la mediología, sobre todo a partir de la experiencia de los aliados en la segunda guerra mundial, dejaron en patencia la ingenuidad de esos manuales, tal vez redactados para situaciones de paz o edenes comunicativos, cuando se comprobó que no hay mejor propaganda, que la de la estrategia selectiva de la información diaria para inducir determinados comportamientos y movilizar a la ciudadanía en el momento oportuno. Es decir, que las “agenda setting” no son inocuas. Ahora bien, desde el punto de vista pragmático en una contienda lo que se busca es ganar amigos, desorientar al enemigo, y, en fin, vencer en el conflicto. A este respecto *El arte de la guerra*, de Sunzi o *El príncipe*, de Maquiavelo enseñan más sobre el carácter polemológico de las informaciones en conflicto, que los manuales susodichos. Las últimas intenciones golpistas de Venezuela confirman una vez más este fenómeno.

A medida que la observación directa de los ciudadanos sobre los acontecimientos es más excepcional y dependemos en forma creciente de intermediarios, que se interponen entre los actores sociales en conflicto, es poco probable que los medios faciliten una presentación y comprensión de los acontecimientos, sobre todo cuando sus intervenciones van dirigi-

“

Si bien las garantías de la libertad y objetividad deseables en tiempos de paz alcanzan hasta donde permiten quienes poseen el control de los mecanismos del Gobierno, en situaciones de conmoción quedan ambas supeditadas al dominio factual de los medios

”

das estratégicamente. Si bien las garantías de la libertad y objetividad deseables en tiempos de paz alcanzan hasta donde permiten quienes poseen el control de los mecanismos del Gobierno, en situaciones de conmoción quedan ambas supeditadas al dominio factual de los medios. Los golpes no esperan a las definiciones de veracidad, ni a la imparcialidad de los periodistas, pues el criterio de efectividad marca la pauta informativa¹.

En tiempos de conflicto, a mayor asimetría en el control de los medios, nos hallamos con más información persuasiva y discursos de acción. Los medios tienden a presentar a los contendientes no como son sino como los quieren ver y la distancia entre adversarios y enemigos se vuelve peligrosamente difusa, sobre todo cuando la dinámica agresiva se traslada de las palabras a los hechos y sólo unos pocos controlan los movimientos.

CONFLICTO Y DESINFORMACIÓN BELIGERANTE

A poco que uno tome distancia de un conflicto, posibilidad que normalmente escapa a los periodistas implicados en los medios internos al espacio de conflicto², salen a la vista los numerosos mecanismos de desinformación. Las experiencias de

Viet Nam, Medio Oriente, Guerra del Golfo, los Balcanes y Afganistán nos han aleccionado al respecto. Desde el silenciamiento de informaciones que son relevantes para la ciudadanía hasta la profusión paranoica de noticias alarmantes cabe una gama de tácticas dosificadas, que están más en la mano de los gabinetes de conflicto que en la de los periodistas asalariados. Los testimonios, difundidos por varios periodistas venezolanos a través de Internet, a raíz del último golpe evidencian las contradicciones entre las líneas impuestas y las posiciones éticas.

Con razón advierte sin ambages el titular de Defensa estadounidense Donal H. Rumsfeld que los despliegues militares –y también los preparativos intervencionistas, añadiría yo– pueden tener entre sus “primeras bajas” a la verdad. Y, aunque los venezolanos no estemos en guerra, pues nuestras bajas anuales por debajo de 100 víctimas anuales, nos sitúan entre los países conflictivos de baja intensidad según la escala de A.P. Schmid, ello no significa que no estemos incluidos en posibles escenarios más violentos para otros actores internacionales.

Si bien Clinton suspendió el Comité de Santa Fe, el Presidente Bush ha vuelto a revivir el susodicho comité, que ha elaborado el Documento de Santa Fe IV. Este define como objetivo principal el mantenimiento de la seguridad nacional ante los riesgos que entrañan algunos países del hemisferio para los Estados Unidos. El narcotráfico y el terrorismo son los elementos a combatir en toda América Latina, sobre todo en Colombia; Cuba y Venezuela encabezan la lista de países más hostiles; el bolivarianismo es considerado un grito de ataque de comunistas y socialistas –como si fuera un eco del liberacionismo–; y, en fin, se trata de que los recursos naturales del hemisferio estén disponibles para responder a las prioridades norteamericanas.

A nadie se le escapa que esta versión geoestratégica es un “remake” de la doctrina Monroe y reviste una especial significación para Venezuela, ya que Estados Unidos produce hoy algo más del 50 por ciento del crudo que consume y los pronósticos señalan que tendrá necesidad de importar dos terceras partes en un par de décadas. En este marco de intereses la lógica informativa internacional adquiere un giro beligerante en que los encuadramientos tradicionales bajo el eje Este/Oeste se redefinen bajo la clave del nuevo eje del mal³, establecido por Estados Unidos y sus aliados de la Otan.

Cuando las democracias ejemplares de EE.UU. y la U.E. están más predispuestas al secretismo oficial, las informaciones se nos ocultan y no podemos comprobar las acciones clandestinas, pues ya se desconfía de las reglas internacionales, no queda más remedio que recurrir a la sospecha por los intereses que resultan favorecidos o perjudicados por las intervenciones externas, justificadas ahora bajo una nueva perspectiva de dominación⁴. Naturalmente los intelectuales corporativos y los *think tanks* nos proveerán oportunamente a los periodistas de los argumentos de conveniencia para comprender el fin de la historia y los choques civilizatorios.

¿No habrá que ser, por tanto, suspicaces lo mismo cuando el oficialismo juega con la retórica del miedo a la guerra civil como cuando la oposición nos atemoriza con gobiernos pro-terroristas?

LOS MEDIOS POLITIZADOS Y EL DISCURSO POLÉMICO

En los conflictos los medios de difusión no solamente reflejan las posiciones de los actores e instituciones políticas, sino que operan como fuerzas efectivas en la competencia por el poder. La relación entre medios y política adopta múltiples combinaciones. Si en el pasado hubo un proceso de distanciamiento de los medios frente al poder estatal o eclesiástico, y la libertad de expresión se entendió como una capacidad de crítica ante tales instancias, ahora asistimos a un nuevo y peligroso estrechamiento por adaptación de las comunicaciones a brazos de consorcios económico-industriales. Incluso cada vez es más notoria la influencia del liderazgo mediático en la composición del Estado: empresarios de medios que acceden a organismos gubernamentales, representantes de medios periodísticos que participan en comisiones parlamentarias, periodistas que optan por curules... Desde Italia –Primer Ministro– a Estados Unidos –Alcalde de Nueva York–, pasando por Venezuela –Vicepresidente, Alcalde– podemos encontrar ejemplos notorios de esta tendencia irrefrenable por la lógica concentradora de las plutocracias⁵, que pone en jaque la función pública de los medios y el supuesto servicio a la ciudadanía.

Pero, al margen de este fenómeno que vuelve más inextricables los medios, la connivencia entre políticos y empresas pertenece a la práctica cotidiana y casi ritual. A través de ellos recibimos la información sobre el sector político, las inter-

“

Incluso cada vez es más notoria la influencia del liderazgo mediático en la composición del Estado: empresarios de medios que acceden a organismos gubernamentales, representantes de medios periodísticos que participan en comisiones parlamentarias, periodistas que optan por curules...

”

pretaciones que los datos suministran, los énfasis en la agenda política, la puesta en perspectiva temporal pasada de los acontecimientos en marcha y las propuestas futuras de acción interna o externa⁶.

Los analistas –Van Dijk, Giro... – concuerdan en que la naturaleza política de los medios les lleva a comportarse como actores polémicos en los que prevalece la lógica de confrontación sobre la de cooperación con un incremento notable del lenguaje agresivo. De ahí que su discurso radicalice las líneas del Cuadrado Ideológico:

- maximizar las victorias propias y los aciertos de los aliados;
- minimizar las derrotas y errores propios y de sus aliados;
- maximizar las derrotas y errores de sus oponentes y los aliados de éstos;
- minimizar las victorias y aciertos de sus oponentes y los aliados de éstos.

¿Será ésta una lógica ineludible de los medios politizados? ¿Acaso los periodistas están convocados para ser la tropa que refuerza mecánicamente estas agucias de los bandos?

EL OBSTÁCULO MANIQUEÍSTA

En las situaciones sea de sosiego o de conflicto los medios de difusión privados res-

ponden al doble objetivo de ser rentables e influir, mientras los medios gubernamentales siempre apuestan a favor de la influencia. Como empresas, su margen de maniobrabilidad luce mayor en tiempos de estabilidad política, pero cuando llega el oleaje del conflicto de intereses, la editorialización se convierte en una tribuna de combate y la política informativa en un laboratorio de autocensura. La rentabilidad tiende a subordinarse a la ganancia en influencia ideológica.

Los periodistas, a no ser unos profesionales clonados por la ideología de la empresa, generalmente mantienen una cierta distancia respecto a la orientación política del medio, pero a medida que arrece la confrontación se ven obligados a mimetizarse y a reducir su margen de autonomía por el principio de adaptación: adaptarse o ser considerado desleal. Su quehacer se ve determinado por la omnipresencia del periodismo de declaraciones en lugar de los hechos y la reproducción de los discursos, réplicas y contra-réplicas preseleccionadas y tituladas por sus jefes –siempre más leales– sigue la lógica del Cuadrado Ideológico en clave de influencia mediática. Los periodistas, sin apenas tiempo, recursos, posibilidades de contrastar hechos y autonomía, se convierten en involuntarios protagonistas, cuando no en víctimas, de la beligerancia creciente. En casi todas las contiendas cae algún periodista, que se convierte en “héroe” para alguno de los bandos.

Otros periodistas, ubicados en las barricadas de sus oficinas y con más recursos para una comprensión más sistemática de los hechos, ya que no pueden ser tachados de “tontos útiles”, rápidamente son señalados como “traidores” y convertidos en posibles blancos de agresión.

Cuando el ejercicio comunicativo de la comprensión se pervierte en una dialéctica maniquea –conmigo o contra mí– se cae ya en la tentación de arriar la bandera del entendimiento social y del debate público argumentativo para desembocar en la lucha irreconciliable o en el cinismo.⁷

¿Será hora de callar o de reabrir espacios en nombre del interés común para contrarrestar las polarizaciones extremas y desarmar los discursos amenazantes, plagados de insultos, estereotipos y descalificaciones, entre los bandos?

APERTURA PARA TIEMPOS DE IRA

Las anteriores consideraciones han pretendido resaltar el lado oscuro de nuestro periodismo en situación de conflicto, y, en

todo caso, pueden ser premonitorias de las fracturas aún más hondas de incomunicación —que conozco—. Siempre estamos en posibilidad de alcanzar cuotas más altas en la intensidad de la violencia, incluso sin proponérselas. Algunas dinámicas llevan más allá de todas las previsiones y para cuando se quiere echar la marcha atrás, el conflicto es ya inmanejable por la espiral vertiginosa que engendra.

Sería absurdo negar a los medios su rol de actores políticos en el empeño por promover la paz, pero muy lejos de la ingenuidad de que los medios son buenos jueces o intermediarios, o si quieren, como nos decía el Maestro Ancízar “la mesa redonda de la sociedad”, creo que ellos mismos necesitan mediación, al modo que se reclama para otros actores y contendientes políticos.

Sin esperar ilusamente el cambio de actitudes o el convencimiento del contricante, la sociedad civil a través de instancias no beligerantes, puede ejercer una crítica abierta y pública⁸.

La instancia de mediación no solamente debiera ser independiente y gozar de autoridad moral, sino debiera actuar con suma discreción tanto con los responsables de los medios como con los periodistas subalternos, pues toda crítica o corrección de fondo, desacredita el capital más valioso de un medio como es el de la “credibilidad”.

Frente a una división social de grupos especializados en enunciados valorativos (iglesias, universidades, intelectuales...) y grupos especializados en acciones (empresas, profesionales, asociaciones...), sería deseable conformar instancias mixtas, para que los primeros no juzguen de la calidad ética de todos los demás menos de la suya propia, y los segundos no se precipiten en decisiones que pretenden justificarse por sí mismas.

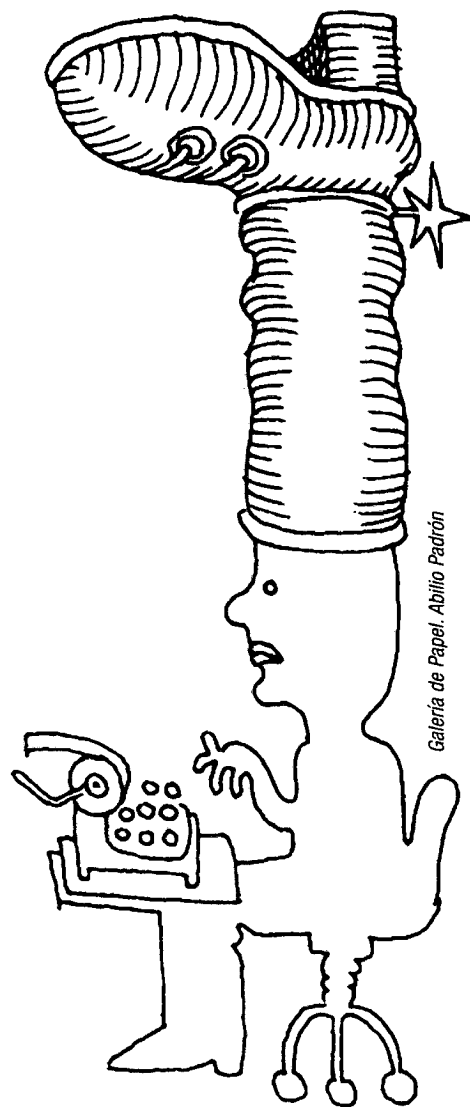
No hay duda de que bastantes personas y grupos profesionales pretenden salir del marasmo presente y de la pendiente del Cuadrado Ideológico en pos del diálogo y la cooperación. Para los profesionales de los medios es una exigencia ética, que puede ser también secundada por dirigentes responsables y grupos con medios alternativos. El periodismo por la Paz hoy ya no es una moda comunicacional para las zonas en conflictos externos, sino una urgencia interior de nuestro país.

■ **Jesús María Aguirre**
Miembro del Consejo de Redacción de *Comunicación*

“

Sería absurdo negar a los medios su rol de actores políticos en el empeño por promover la paz, pero muy lejos de la ingenuidad de que los medios son buenos jueces o intermediarios, o si quieren, como nos decía el Maestro Ancízar “la mesa redonda de la sociedad”, creo que ellos mismos necesitan mediación, al modo que se reclama para otros actores y contendientes políticos

”



Galería de Papel. Abilio Padrón

Una opción. Un periodismo por la paz

- *Comprender los conflictos en su dimensión positiva.*
- *Todos los implicados deben ganar.*
- *Mostrar los efectos invisibles de la guerra o la violencia.*
- *Humanizar a las diversas partes.*

Etapas Preactivas: divulgar y promocionar las iniciativas de entendimiento y paz.

Etapas Postactivas: mostrar los efectos de la resolución o de la transformación de los conflictos y mantener el seguimiento informativo.

(Adaptado de: “The Peace Journalism Option”. En: <http://www.trascend.org/PJOPTION.HTM>)

OTRAS DIRECCIONES

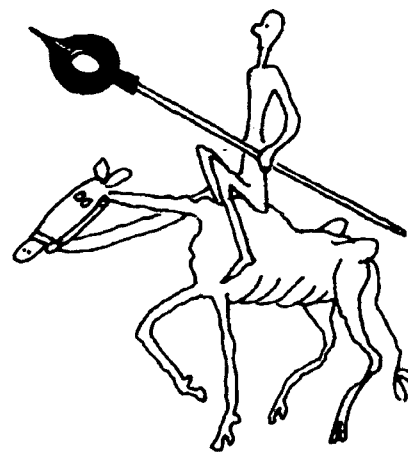
- *Conciliation Resources:* <http://www.c-r.org>
- *European Platform for Conflict Prevention and Transformation:* <http://www.euconflict.org>
- *International Alert:* <http://www.international-alert.org>
- *Trascend:* <http://www.trascend.org>
- *Unesco Etxea:* <http://unescoeh.org>

Bibliografía

- Aron, Raymond (1963) *Paz y guerra entre las naciones*. Ed. Revista de Occidente, Madrid.
- Borrat, Héctor (1989) *El periódico, actor político*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Cortina, Adela (2002) "El Gobar Compact", *El País*, 25 de mayo de 2002, p. 12.
- Entelman, Remo F. (2002) *Teoría de conflictos*. Gedisa Editorial.
- Fisas, V. (1998) *Cultura de paz y gestión de conflictos*. Icaria Editorial, Barcelona.
- Fitzduff, M. (1998) *Más allá de la violencia. Procesos de resolución de conflicto en Irlanda del Norte*. Red Gernika.
- Giro, Xabier (2001) *Análisis Crítico del Discurs sobre nacionalisme i identitat en els editorials de la premsa diària publicada a Catalunya de la Transició al govern del PP -1977/1996-*. UAB. Barcelona. Tesis doctoral.
- Grabe, Vera (1997) "Una mirada sobre Colombia". *Papeles de Cuestiones Internacionales*. Nº 62.
- Graber, Doris (1981) "Political Languages". En: *Handbook of Political Communication*, Ed. por D.D. Nimmo y K. R. Sanders. London. Sage Publications.
- Idoyaga, P. y Ramírez de la Piscina (2001) "Política informativa de *El País* y *ABC* ante la nueva situación del País Vasco". *ZER*, Nº 10.
- Lobo, Ramón (1999) *El héroe inexistente. Los viajes de un corresponsal de guerra al corazón de las tinieblas del fin de siglo*. Aguilar, Madrid.
- Orozco, José Luis y Dávila, Consuelo -comp.- (2001) *Globalismo e inteligencia política*. Gedisa Editorial, Barcelona.
- Parrague, María Luisa (2001) "Los intelectuales corporativos y los Think Tanks del Nuevo Milenio". En Orozco, José Luis y Dávila, Consuelo -comp.- (2001) *Globalismo e inteligencia política*. Gedisa Editorial, Barcelona.
- Ricardi, Andra (2001) *San Egidio, Roma y el Mundo*. Plaza Janés, Ciudad Nueva, Barcelona.
- Schulze, Ingrid (2001) *El poder de la propaganda en las guerras del siglo XIX*. Ed. Arco.
- Taibo, Carlos (2002) "¿Petróleo o terrorismo?" en: *D.V. Lunes* 27 de mayo. San Sebastián.
- Van Dijk, T. (1996) "Opiniones e ideologías de prensa". *Voces y Culturas*, Nº 10.
- Waldmann, Peter y Reinares, Fernando -comp.- (1999) *Sociedades en guerra civil. Conflictos violentos de Europa y América Latina*. Paidós. Barcelona.

Notas

- 1 A este respecto merecería un análisis comparativo la actuación de Venevisión y el Canal 8 del Estado en los golpes fallidos del 4-F de 1992 y del 11 de abril del 2002, circunstancias en las que la libertad de expresión y el derecho a la información se redujeron a pautas operativas de acción-información a partir del control de los medios. Sin embargo no deben minusvalorarse los mecanismos alternos de difusión desde micromedios y acciones de calle, como lo hace Moisés Naim en un apresurado comentario en el diario español *El País* "Los golpes ya no son lo que eran" (sábado 13 de abril de 2002), dando por supuesto el éxito del golpe virtual, cuando aún estaban por sobrevenir las reacciones de los cuarteles y de las calles. Afortunadamente, se impuso la cordura y apenas corrió más sangre ya por la represión carmonista o la reacción chavista.
- 2 La mítica objetividad de canales como BBC y CNN, supuestamente neutrales en la cobertura de sucesos internacionales, se perdió cuando trataron de cubrir los acontecimientos de Irlanda del Norte o los del 11 de septiembre, respectivamente. El chauvinismo y la censura interna reaparecieron como en cualquier otro lugar.
- 3 No hay que perder de vista que el eje del mal define también sus entornos, en los que quedaría incluido Venezuela. Así se explica la agresividad informativa de los diarios afines al gobierno español *La Razón* y *El Mundo*, remachando el estereotipo de Venezuela como "paraíso de terroristas".
- 4 Como plantea Adela Cortina en un artículo: "¿no será que en la caracterización de la democracia como gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo hay una coetilla implícita: Siempre que convenga a los intereses de los Estados Unidos?" (Cortina, Adela: *El 'Global Compact'*: *El País*, sábado 25 de mayo de 2002, p.12).
- 5 Naturalmente no son comparables la influencia de un periodista y de un industrial, y actualmente las posibilidades de incidencia de los profesionales son mínimas de no estar encuadrados en algún aparato estatal o institución comercial. Las privatizaciones actuales de medios han contado con los partidos políticos en el gobierno para hacerse con un poder mediático afín o aliado, aun cuando sean desplazados de los medios estatales.
- 6 No puede perderse de vista que, a diferencia de las agencias internacionales del pasado, actualmente los medios externos inciden directamente en los procesos internos. Ya no se trata, por ejemplo, de la excepcionalidad de las radios de onda corta, sino de la proliferación de canales y señales transfronterizas. Los guiños realizados por los medios españoles y estadounidenses al gobierno de Carmona demuestran cómo los medios internacionales se anticipan estratégicamente a sus propios gobiernos para justificar en un sentido u otro las acciones posteriores de los embajadores.
- 7 La pugna maniquea resulta peligrosamente potenciada cuando se introduce la religión, pues ésta siempre implica totalidad. Si bien el factor religioso ha hecho también su presencia en el caso venezolano, a diferencia de otros conflictos, ha privado el cinismo. Recogiendo comentarios previos de los empresarios en el encuentro de Roger Parkinson, Presidente de la Asociación Mundial de Periódicos con el Presidente Chávez, el periodista Pedro J. Ramírez acota: "...unos se rasgan las vestiduras con bien articulada bonhomía, alegando que si ellos hubieran sabido lo que estaba en marcha jamás habrían permitido que sus mujeres e hijos asistieran a la tan apabullante como peligrosa marcha del jueves 11, y otros reaccionaron con picardía comentando que de haber estado en la pomada personas de su calidad las cosas se habrían hecho bien y Chávez estaría ahora jugando al béisbol con Fidel". Véase en: "Hugo Chávez junto al Patio del Pez que Escupe Agua", *El Mundo*, 12 de mayo de 2002, p.3. Naturalmente, mientras los muertos no sean de la familia de uno, bien se puede pasar por encima de todas las Cartas Magnas, firmadas o por firmarse.
- 8 Existe el riesgo de que cada una de las partes cree su propio grupo de observación a medida de sus intereses. Las presiones de la Asociación Mundial de Periódicos o el Capítulo venezolano de Media Watch International, ONG creada en el Foro Social Mundial de Sao Paulo, pueden deslizarse por la corriente de confrontación análoga a la que ya en el pasado vivimos entre la SIP y FELAP.



La prensa



y el golpe

¿Conspiración militar o mediática?



Los insólitos y tristísimos eventos que han tenido lugar en Venezuela son el resultado de la ausencia de diálogo que ha desencadenado la radicalización de posiciones. La polarización política ha venido ocupando el debate público y ha dado lugar a una crisis de gobernabilidad que se ha visto reflejada en los titulares de los principales medios impresos y noticieros del país.

El conflicto en PDVSA, principal fuente de recursos fiscales y financieros del país, inspiró a la población caraqueña a reunirse durante varios días alrededor de una de las sedes de la empresa; y en las cercanías de la principal central obrera del país (CTV), que en aquellos momentos se preparaba para lanzar una serie de reclamaciones colectivas destinadas a compensar la dramática pérdida del poder adquisitivo del dinero y el empobrecimiento de los sectores de menores ingresos.

Sin caer en diatribas políticas, ni chavistas ni antichavistas, el venezolano común no sale del asombro y la rabia que causó el presenciar la juramentación de tres presidentes en menos de 72 horas, la masacre de Puente Llagunos, un número significativo de muertos y heridos, saqueos e impunidad, tan sólo el saldo visible de los acontecimientos de las jornadas del 11 al 14 de abril.

El jueves 11 arrancó un paro indefinido convocado por Fedecámaras y la CTV. Asombrosa fue la multitud de personas congregadas en PDVSA-Chuao, que luego se dirigió a las inmediateces del Palacio de Miraflores donde se encontraban apostado un número importante de simpatizantes del oficialismo. Se produjeron enfrentamientos entre partidarios y opositores al gobierno, con un saldo de 17 fallecidos y más de un centenar de heridos. Hubo refriegas entre organismos de seguridad y manifestantes, francotiradores, caos y pronunciamientos militares que pusieron en vilo la gobernabilidad del país.

Esa noche Venezuela no durmió pendiente de su futuro, reinaba la incertidumbre ante la actitud que asumiría el presidente Chávez, luego de los hechos del 11 de abril. En la madrugada del 12, el general Lucas Rincón apareció frente a los medios y anunció que el jefe de Estado había renunciado a su cargo, dando origen a la celebración de grupos opositores a Chávez frente a la Carlota. Sin embargo, el presidente de la Asamblea Nacional, William Lara, junto a otros miembros del gabinete había dicho que la situación en el país era de total normalidad.

Siguieron las imágenes del presidente Chávez acompañado por el general Rosendo y el general Hurtado Soucre, llegando a Fuerte Tiuna, donde fue recibido por

Es harto conocido que en los sucesos del pasado mes de abril estuvieron directamente involucrados los medios de comunicación social. Sin embargo, quienes quieran comprobarlo de primera mano, pueden revisar los mensajes de importantes medios impresos, días antes y después de los acontecimientos.

Precisamente en este trabajo Carla Villamediana nos muestra un análisis y una investigación morfológica de algunos elementos periodísticos como titulares y notas editoriales, donde se denota claramente las tendencias políticas que han mostrado diferentes periódicos de nuestro país en los últimos tiempos

■ **Carla Villamediana**

Monseñor Baltazar Porras y un grupo de militares descontentos con el gobierno.

A 24 horas de la masacre, una "anónima" Junta Militar presentó al presidente de Fedecámaras, Pedro Carmona Estanga, como la persona que se encargaría de dirigir el gobierno de transición. En este acto, se decreta la remoción de sus cargos a los miembros de la Asamblea Nacional, del Poder Ciudadano, del Poder Electoral y el Tribunal Supremo. Por su parte, el Fiscal General de la República, Isafías Rodríguez, en rueda de prensa dijo que el presidente Chávez no había renunciado. Allamamiento a diversas instituciones, también fue parte de la historia de este viernes 12 de abril.

El 13 de abril, a pocas horas de haberse juramentado el gobierno de transición de Pedro Carmona, los simpatizantes del gobierno fueron protagonistas de una serie de acontecimientos que acabarían con la reinstalación de Hugo Chávez en el poder. En esa fecha se registraron saqueos y disturbios en varios lugares de la capital. Los militares que asumieron el control de la Fuerza Armada anunciaron al país que sólo mantendrían su apoyo al gobierno de transición si Carmona rectificaba su decisión de disolver los poderes públicos.

El desconocimiento de las nuevas autoridades por parte de los militares y algunos otros sectores se extendió y éstas no pudieron sostenerse hasta el final de la tarde. La gestión de gobierno que intentara implantar el ex-presidente de Fedecámaras Pedro Carmona Estanga finalizó con su renuncia al cargo.

El 14 de abril, Miraflores estaba rodeado por simpatizantes a Hugo Chávez. Y las principales entradas a la ciudad de Caracas estaban cerradas por aquellos que decían llamarse bolivarianos. Desde los primeros minutos de la madrugada ya se aseguraba el regreso a la presidencia de Hugo Chávez Frías. De hecho, en el curso de la noche del día trece al inició del domingo 14, el presidente de la Asamblea Nacional, William Lara juramentó a Diosdado Cabello como, jefe de Estado encargado mientras regresaba el presidente Chávez a su cargo.

El Fiscal General de la República junto a los miembros del gabinete ministerial fueron llegando al palacio de gobierno y otros diputados tomaron el canal 8 para reiterar que estaban asumiendo nuevamente las riendas del país.

Sin embargo, en varios sitios de Caracas los saqueos se incrementaron, los medios de comunicación estaban rodeados por los simpatizantes al oficialismo, la entrada a la sede de RCTV, fue atacada.

“

La sociedad civil está dividida en tres grandes grupos: los chavistas, los antichavistas y aquellos que intentan sobrevivir entre estas dos corrientes; y son estos últimos los que con preocupación observan que la solución a los problemas no se reduce a la simple salida del presidente Chávez, sino quién y con qué fin asumirá las riendas de un país

”

”

En horas de la madrugada, el presidente Chávez, con grandes medidas de seguridad llegó a Miraflores en un helicóptero, luego de haber permanecido en La Orchila. Mediante decreto, el ingeniero Diosdado Cabello en calidad de presidente provisional de la República entregó el cargo al presidente Constitucional Hugo Chávez Frías. En rueda de prensa, el jefe de Estado venezolano habló de su experiencia durante los días que estuvo fuera del poder, y aclaró que nunca había renunciado.

No vimos ni oímos nunca al Presidente Chávez renunciar, atónitos escuchamos a militares declarándose insubordinados, al Presidente de Fedecámaras, Pedro Carmona Estanga, de un momento a otro nombrado Presidente de la República, fuimos testigos de la suspensión momentánea de la transmisiones de los canales privados por ordenes de Chávez, y luego del cese de transmisiones del canal del Estado, la cual sólo volvimos a captar días después...

Los venezolanos durante 72 horas se debatieron entre la incredulidad, la celebración, la protesta, el desconocimiento y la incertidumbre. A mi entender, la sociedad civil está dividida en tres grandes grupos: los chavistas, los antichavistas y aquellos que intentan sobrevivir entre estas dos corrientes; y son estos últimos los que con preocupación observan que la solución a

los problemas no se reduce a la simple salida del presidente Chávez, sino quién y con qué fin asumirá las riendas de un país con una economía en crisis y un pueblo ansioso por satisfacer sus necesidades básicas, cada día más lejanas.

Muchas fueron las preguntas que nos hicimos en aquellos angustiosos momentos, estábamos a la expectativa de lo que nos informaran los medios de comunicación, expuestos a medias verdades de uno y otro bando, cuando la realidad nos golpeaba en la calle; y por qué no decirlo, algunos privilegiados alcanzaron a ver imágenes distintas en los canales de televisión por cable, mostrando otro enfoque de la situación. En ese momento, empezamos a dudar sobre la concordancia entre la Venezuela real y la Venezuela virtual reflejada en los medios de comunicación.

El régimen democrático debería garantizar a los venezolanos el derecho a la libre expresión y a la información veraz; el gobierno (principalmente el Presidente Hugo Chávez) se ha dado a la tarea de acusar a los medios de comunicación del país de estar al servicio de los intereses de la oposición, de sus dueños y allegados; mientras los medios argumentan que el oficialismo pretende coartarles su libertad y su "deber" de informar. Todos los venezolanos estamos obligados a exigir que se respete nuestro derecho a recibir información objetiva, oportuna y sin manipulaciones mal o bien intencionadas.

UN VISTAZO AL COMPORTAMIENTO DE LOS MEDIOS IMPRESOS

Al hacer un seguimiento de los diarios de circulación nacional en el período comprendido entre el 7 y el 15 de abril, encontramos 1.185 informaciones que abarcaron 96.396,00 Cm/col (equivalentes a 232 paginas de un diario estándar) relacionadas con la crisis de gobernabilidad y los sucesos del pasado 11 de abril.

Desde hace algún tiempo, la polarización política llena las primeras páginas de los diarios más importantes del país, la convocatoria a un paro nacional realizada por la CTV, la radicalización del conflicto en PDVSA, la ausencia de diálogo eran el *leit motive* de los titulares hasta el 11 de abril, el 12 y el 13 de abril, las primeras planas hablaban (con tono festivo, por calificarlo de algún modo), del derrocamiento de Chávez y el del ascenso de Carmona a la Presidencia de la República, respectivamente. El día 15 de abril los diarios abrieron con las declaraciones el llamado a diá-

logo realizado por el Presidente Chávez en su primera alocución desde Miraflores.

Tal como se puede apreciar en el Gráfico 1, los principales medios impresos del país hicieron énfasis en la reseña de informaciones sobre los trágicos sucesos del 11 de Abril, y que los mismos estaban precedidos por una amplia difusión de los hechos relacionados con la paralización de PDVSA, la convocatoria a paro nacional realizada conjuntamente por Fedecámaras y la CTV, hechos que son considerados como detonantes de la conflictividad y posterior golpe de Estado.

Cabe destacar que los días 9 y 14 de abril la gran mayoría de los diarios nacionales no circularon, el día nueve porque se sumaron al paro y el 14 por razones de seguridad ante las amenazas de los adeptos al gobierno a los periodistas; el diario *Últimas Noticias* destacó por salir ambos días, este diario ha recibido críticas por sus presuntas tendencias pro gobierno.

Asimismo, es notable el descenso del espacio redaccional el día 15, en el que los medios impresos recogieron las declaraciones del Presidente Chávez, quien a pesar de mostrar un tono más conciliador no dejó de llamar a la reflexión a los dueños de los medios comunicación por su presunta participación en la conspiración para derrocar su gobierno.

Pudimos leer trabajos que criticaban el silencio de las televisoras privadas del país durante el día 14: "En horas de la mañana del sábado, cuando el país se desangraba en medio de rumores y no tan rumores, canales como RCTV, Venevisión, Globovisión y Televen optaron por una pro-

“

Asimismo, es notable el descenso del espacio redaccional el día 15, en el que los medios impresos recogieron las declaraciones del Presidente Chávez, quien a pesar de mostrar un tono más conciliador no dejó de llamar a la reflexión a los dueños de los medios comunicación por su presunta participación en la conspiración para derrocar su gobierno

”

gramación de "absoluta normalidad". En la noche, tuvieron que rendirse ante la presión de los simpatizantes del Gobierno, mientras VTV surgía de la inhabilitación para adquirir nuevamente un rol protagonista". *El Nacional*, 15/4/02. Pero faltaron explicaciones sobre el por qué no circularon los principales diarios del país, razones de seguridad, amenazas a sus periodis-

tas, falta de personal en las imprentas y los canales de distribución, son algunas de las razones que se dejaron colar.

LA IMPARCIALIDAD DE LOS MEDIOS EN TELA DE JUICIO

Desde sus inicios este gobierno ha centrado sus ataques en los medios de comunicación de manera constante y abierta, la capacidad del Presidente Chávez de movilizar a las masas sin dudas ha influido en el riesgo real que hoy día corren muchos periodistas al cumplir con su trabajo de informar a la colectividad, pues grupos extremistas se han dado a la tarea de amenazarlos y agredirlos.

Sin embargo, no es menos cierto que, entre el 7 y el 15 de abril, las tendencias informativas de los principales medios del país fueron abrumadoramente negativas, el 75% de las noticias relacionadas con la gobernabilidad reflejan las críticas al Gobierno Nacional, sólo un 18% de las noticias son favorables al gobierno; destacándose el hecho de que las mismas en su mayoría recogen las declaraciones de funcionarios gubernamentales afirmando que el país estaba en completa normalidad. (ver Gráfico 2 y 3)

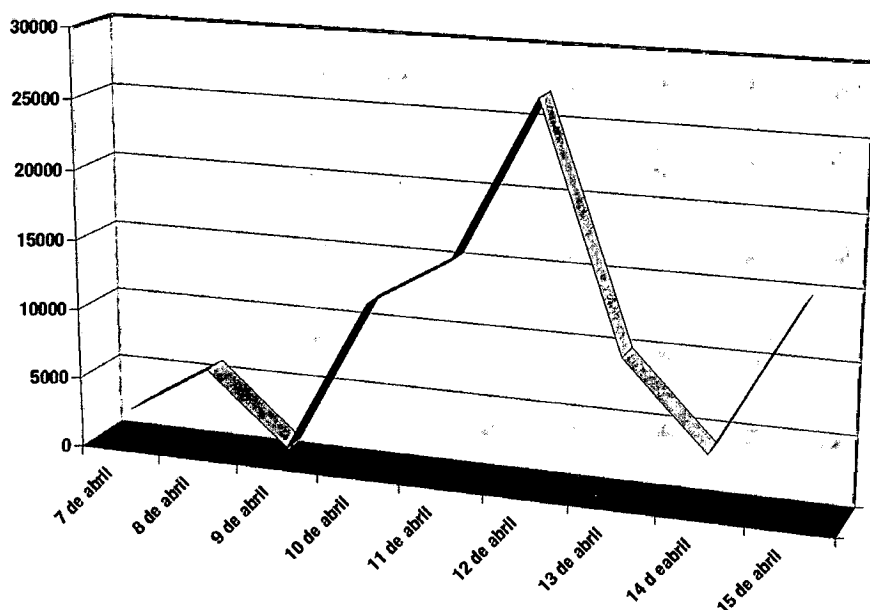
Las noticias negativas hicieron referencia principalmente a:

- Exitoso paro nacional convocado por la CTV y Fedecámaras.
- Agudización del conflicto en PDVSA.
- Militares se oponen a la Activación del Plan Ávila.
- Guardia Nacional repudió hechos de violencia y asegura que son constitucionalistas por excelencia.
- Dos generales exhortaron al sector castrense a defender la institucionalidad.
- Chávez ordena suspensión de transmisiones de Televisoras privadas y amenaza con retirarles la concesión.
- Tiroteo en centro de Caracas deja un saldo de 17 muertos y más de un centenar de heridos.
- Presunta vinculación de los francotiradores del Puente Llagunos con el oficialismo.
- Partidos de oposición exigen renuncia del Presidente Chávez y su gabinete..
- Derrocamiento de Chávez.
- Ola de saqueos presuntamente aupados por los Círculos Bolivarianos.

Mientras que las informaciones favorables giraron en torno a:

- Comunidad internacional no reconoce al Gobierno de transición.

Gráfico 1. Evolución del tema Gobernabilidad



- Desmentida renuncia del Presidente Chávez.
- Chávez regresó a Miraflores: hizo un llamado al diálogo nacional y aseveró estar dispuesto a rectificar.
- Gobierno respetará derechos de los golpistas.

Tres de los diarios más importantes del país acumularon el 60% de los mensajes relacionados con los sucesos del 11-A, anteriormente expuestos: *El Universal* concentró el 22%, seguido por *Últimas Noticias* con 20% y *El Nacional* con 19%. (ver Gráfico 4)

Tanto *El Universal* como *El Nacional* hicieron énfasis en el llamado a paro y los acontecimientos del 11 de Abril, ambos periódicos dedicaron la mayor parte de su espacio redaccional a la reseña de duras críticas a la gestión gubernamental, ambos diarios registraron un 74% de noticias adversas a la administración de Chávez. Mientras que el diario *Últimas Noticias* fue el medio impreso que dedicó más espacio redaccional (37%) a la difusión de mensajes favorables al oficialismo, principalmente porque este medio refleja con mayor frecuencia y dedica más centímetros a los señalamientos de los voceros oficiales.

Los sucesos del 11-A son tan sólo la punta del iceberg. Venezuela permanece sumergida en una campaña de desgaste, diariamente nos vemos sometidos al ritmo de los rumores, las amenazas de un nuevo golpe, la arremetida de la oposición que pide a gritos la renuncia del Presidente de la República, el enfrentamiento a veces descarnado y otras encubierto entre el oficialismo y los medios de comunicación, la ausencia de diálogo y la supeditación de la sociedad civil a un bombardeo constante información ¿veraz?.

Los medios de comunicación son formadores de opinión pública, en los últimos tiempos han desempeñado un rol protagonista, como podemos observar en los Gráficos 5 y 6; a través de la reseña, reportajes, editoriales y trabajos especiales en torno a los acontecimientos previos y posteriores al Golpe de Estado acumularon más de la tercera parte de las informaciones analizadas, desplazando de esta forma a sectores tradicionales como el Ejecutivo Nacional, Sector Sindical y Partidos Políticos. Echemos un vistazo a la línea editorial de algunos diarios nacionales reseñada el pasado 12 de abril:

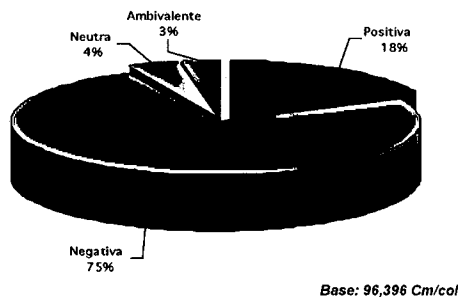
Editorial de *El Universal*: "(...) La sociedad civil fue llevada hasta el límite por el Presidente y sus más cercanos colabo-

“

Los medios siguen siendo sumamente importantes en la vida de todos los venezolanos, sinceramente no creo en la tesis de la conspiración mediática; pero no se puede tapan el sol con un dedo: el clima mediático generalizado contribuyó en gran medida a promover la salida de Chávez como la única solución a la crisis de gobernabilidad en Venezuela

”

Gráfico 2. Tendencia informativa Gobernabilidad



radores, quienes llegaron a despreciar el inmenso significado de una marcha de más de un millón de venezolanos que, sin contar el interior del país, pacíficamente pretendían ejercer su sagrado derecho a la protesta. Se vieron las repugnantes imágenes de siniestros personajes vinculados al régimen disparando a mansalva contra indefensos ciudadanos. La escalada armada de los círculos bolivarianos iniciada desde septiembre del año pasado ya ha sido denunciada, hasta el cansancio, ante todos los poderes públicos. Sin embargo, éstos nunca cumplieron con su obligación de ser garantes de la legalidad en Venezuela”.

Editorial de *El Nacional*: “Ya sabíamos de sus problemas mentales, también conocíamos que no era un hombre preci-

samente valiente y tendía a acobardarse en los momentos de combate, pero lo que en verdad ignorábamos, aunque lo presentáramos, era su falta de escrúpulos a la hora de ordenar a sus partidarios disparar contra gente indefensa, que marchaba en forma tranquila y pacífica por las calles de Caracas, y acribillarla sin compasión desde las azoteas cercanas a Miraflores, a manos de sus francotiradores bolivarianos muy bien entrenados en tierras extranjeras... Su obsesión le cuesta a Venezuela incalculables pérdidas morales y materiales; ha desacreditado a nuestro país como proveedor confiable y ha perturbado toda una industria vital para nuestro pueblo. Nunca se había visto en esta tierra tanta demencia. La soberbia suya ha ensangrentado la ciudad de Caracas. En la cadena se mostró indiferente. Formulando promesas desordenadas, sin ton ni son, con el único propósito de engañar y ganar tiempo, mostró una vez más su total alejamiento de la realidad. Masacre como la de ayer tarde no se había visto jamás en esta ciudad”.

Opinión del Editor de *Últimas Noticias*, Eleazar Díaz Rangel: “ (...) El desarrollo de los acontecimientos, (donde quedó claro el poder mediático), cuando se prorrogó el paro, primero por un día y después, de manera indefinida, puso en evidencia la seguridad de sus organizadores en la receptividad que tendrían en el estamento militar, así como algunos nexos con oficiales. Cuando el gobierno decidió abrir cauces para el diálogo, parecía tarde. Los intentos que hizo fueron fallidos, entre otras razones, porque las experiencias anteriores hicieron dudar de la voluntad de avanzar por los caminos del entendimiento”.

Editorial del Diario *Tal Cual*: “Con mucha pena, causada en decenas de hogares venezolanos, y sin ninguna gloria, se acabó el régimen de Hugo Chávez. El arrogante Hugo Cadena, que disfrutaba anunciando su retiro para el año 2021, ha sido derrocado apenas tres años después de su espectacular ascenso al poder en olor de multitudes y rodeado de la esperanzada expectativa de los venezolanos. Hasta el final vivió en el delirio que lo mató y su última acción de gobierno fue verdaderamente criminal. Esa cadena de la tarde de ayer, grotesca, realmente kafkiana, fue deliberadamente realizada para cubrir la información sobre la masacre que los matones y francotiradores de Bernal perpetraban. Dada la emboscada montada a la manifestación, es obvio que Chávez sabía perfectamente que mientras hablaba sus hombres estaban asesinando a mansalva a decenas de compatriotas. Fue una acción

de infamia sin antecedentes en la historia contemporánea del país”.

Queda en el lector la responsabilidad de sopesar los adjetivos, acusaciones y epítetos presentes en las posiciones editoriales anteriormente expuestas, sin embargo al momento de leerlos y en lecturas posteriores me demuestran una vez más que los medios no han escapado a la polarización y radicalización de posiciones. Los medios siguen siendo sumamente importantes en la vida de todos los venezolanos, sinceramente no creo en la tesis de la conspiración mediática; pero no se puede tapar el sol con un dedo: el clima mediático generalizado contribuyó en gran medida a promover la salida de Chávez como la única solución a la crisis de gobernabilidad en Venezuela; su rol fue preponderante a la hora de impulsar a ese millón y medio de venezolanos que salió a la calle el pasado 11 de Abril.

No somos inmunes al bombardeo informativo que nos dibujaba un negro panorama, la sociedad civil salió a defender a su principal industria, con la firme convicción de buscar un cambio en el rumbo del país; fue movilizada por la creencia en personajes que contaban, en gran medida, con el apoyo de la prensa y TV venezolanas como Guaicapuro Lameda, Pedro Carmona Estanga, Carlos Ortega, voceros de partidos de oposición, entre otros.

La experiencia de abril debe servir tanto al gobierno como a la oposición para buscar canales de diálogo y entendimiento, que vayan más allá de la simple retórica. A su vuelta Chávez se mostró conciliador; sin embargo, una vez más, ha echado por tierra todas las especulaciones sobre un cambio de actitud, su discurso desafiante y disperso, sus continuos ataques a los medios de comunicación que pasan por amenazas de cierre, aunados al descontento en las FAN y la crisis económica son el caldo de cultivo para los incesantes rumores de golpe que algunos desean, otros temen, y muchos esperan.

Entre los que no comparten la visión del gobierno del presidente Chávez, las reflexiones debería conducirlos a tratar de recuperar el norte y articular una oposición capaz de lograr sus objetivos por la vía institucional. En fin, en cualquier conclusión sobre el futuro venezolano no podemos desechar nuevos enfrentamientos, porque no podemos descartar tendencias intolerantes por parte del gobierno y sus opositores.

Ahora más que nunca se nota en las calles los niveles de violencia que ha desatado en el país el discurso de Chávez y las

Gráfico 3. Evolución diaria de la información por tendencias

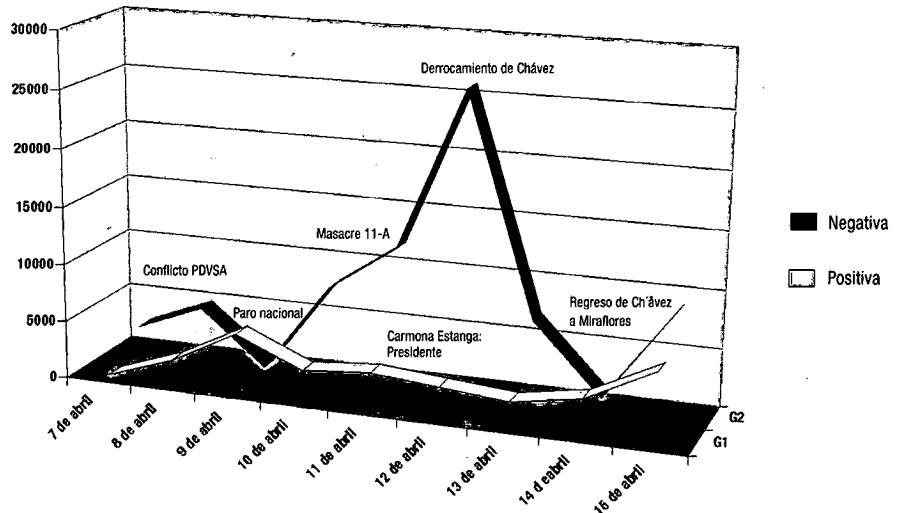


Gráfico 4. Principales medios impresos. Gobernabilidad

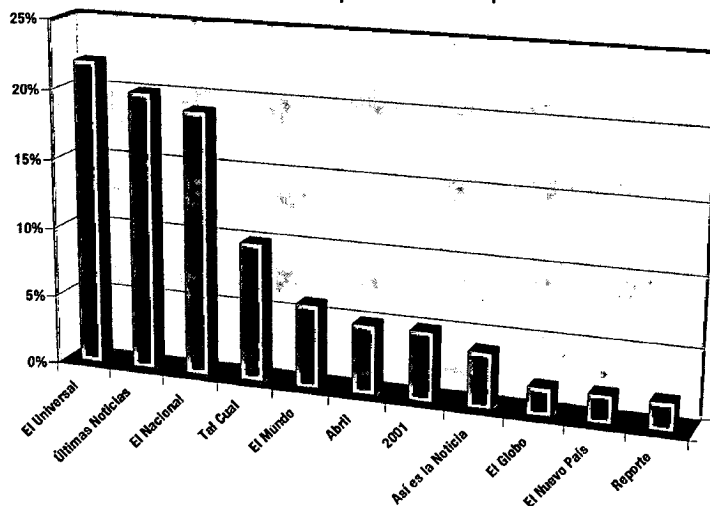


Gráfico 5. Distribución de la información por clase de actor

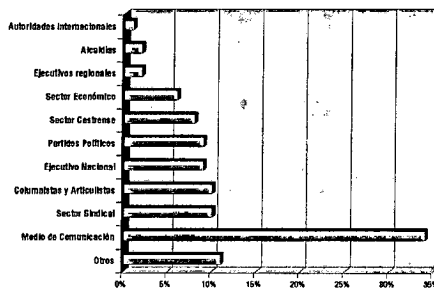
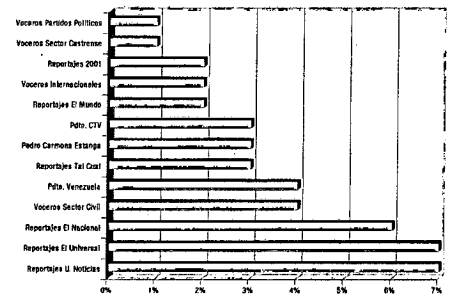


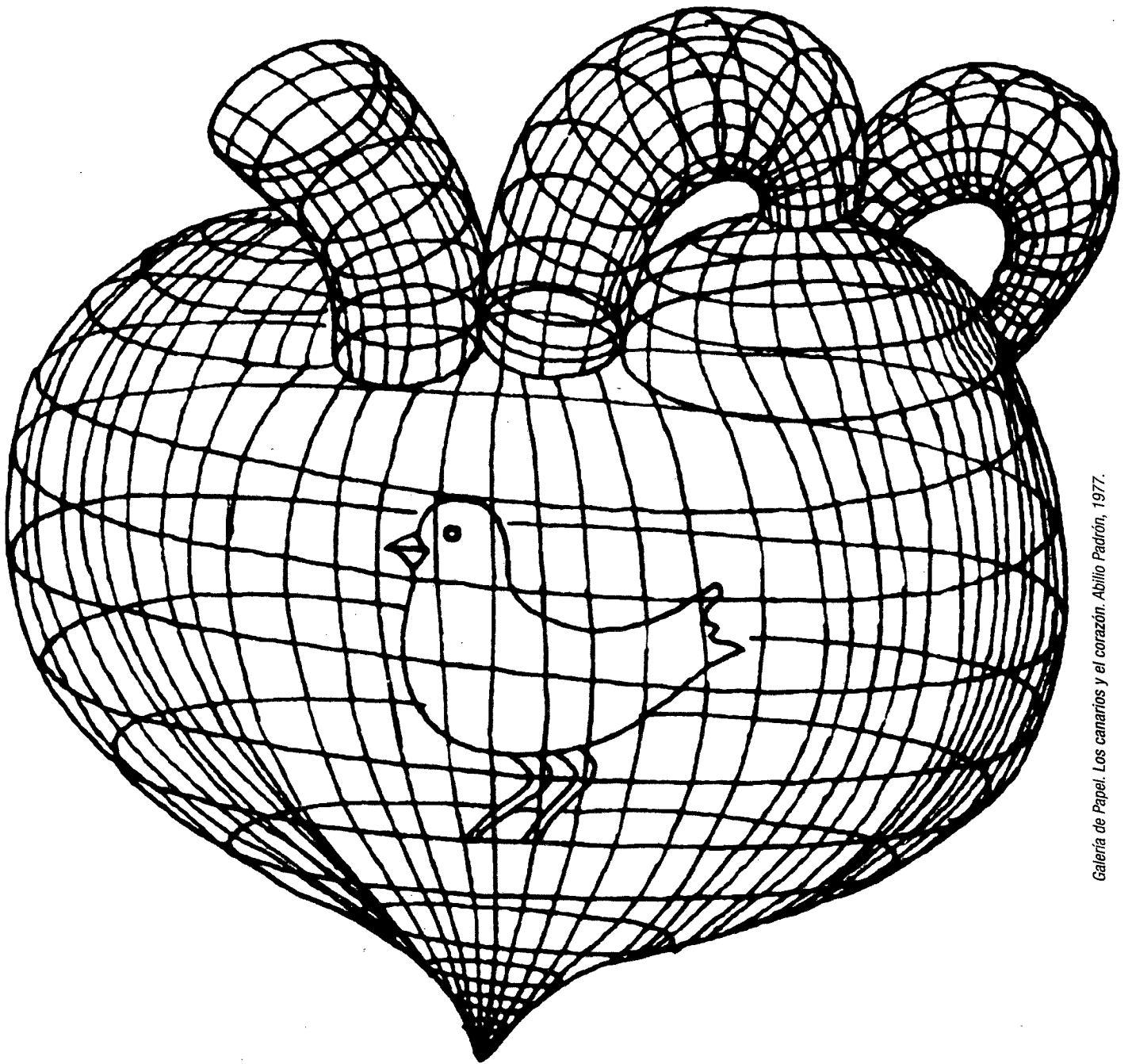
Gráfico 6. Principales actores. Gobernabilidad



posiciones radicalizadas de la oposición. Lo que se percibe en es el fastidio, la rabia y la decepción, los rumores van creciendo en la medida que se agudiza la crisis política en nuestro país. Es prematuro sacar una conclusión y encontrar una verdad siempre más llena de matices grises que de héroes blancos y villanos negros; de anti-chavistas y chavistas. Por los momentos, hay al menos una certeza contundente: tal

como el 27-F, el 4-F, el 27-N y el mismo jueves 11 de abril de 2002, los medios de comunicación -para bien y para mal- jugaron un rol central, tan o más importante que las tanquetas militares o los políticos con poses de próceres.

■ Carla Villamediana
Comunicadora social



Galería de Papel. Los canarios y el corazón. Abilio Padrón, 1977.

Juan David García Bacca

Locus solus

Las sombras de la libertad de expresión

Como pensador García Bacca dedicó importantes reflexiones a los medios de comunicación. Interesante es la relación, mostrada en este trabajo, que hizo este pensador entre La Caverna de Platón y la virtualidad de los medios audiovisuales como el cine. Para Bacca, el hombre de a pie se encuentra ante estos medios como los hombres de la caverna que no han visto la luz del sol y están inmersos entre sombras. Con esta reflexión sobre la obra de García Bacca, David de los Reyes inicia un ciclo donde será estudiada la labor de filósofos venezolanos, o ligados a nuestro país, que han dedicado parte de su obra a entender los mass media

■ David De los Reyes



García Bacca¹, filósofo, traductor y pedagogo, como dijera de él Juan Nuño -su irreverente discípulo-, fue un eterno héroe shakespeariano: siempre fiel a sí mismo. En él, lo necesario y primordial era que todo hombre tuviera la fuerza y el valor de mantener sus convicciones, sus principios. Su obra está sembrada por una prosa que pretende reunir una suerte de poesía, ciencia y filosofía conjugadas al ritmo pausado y estricto pero matizado por su propia imaginación pensante original; siempre con el norte puesto en la precisión de los términos y definiciones. Filósofo de origen español, del quien se puede decir que fue el más discreto, formado, informado y sabio respecto a todo conocimiento científico, filosófico y literario de los filósofos hispanoamericanos de su generación.

Su extensa vida comienza en Pamplona (España), un 26 de mayo del primer año del siglo xx, 1901 y la terminará en tierra ecuatoriana, en Quito, el 6 de agosto de 1992, con redondos 92 años de fructífera existencia intelectual y humana.

Sus inicios en los estudios humanísticos y religiosos los efectuaría en el Seminario de los Padres Claretiano en Cervera, provincia de Cataluña (España) durante 1916-1917. Posteriormente estudia Filosofía y Teología (1917-1923). Tras dos años más de estudios de Moral y Derecho obtiene la orden sacerdotal en Solsona, allí termina su primera escala intelectual en el avance hacia sus propias convicciones como eclesiástico y donde por primera vez enfrenta la experiencia de la enseñanza. Posteriormente se trasladó a Lovaina, Munich, Zurich y París donde entrará esta vez en contacto con los últimos avances de la filosofía tomista y de la ciencia física y matemática del momento;

campos del saber teórico científico por donde transitaron de manera permanentemente sus reflexiones filosóficas.

A su regreso a España, recibe en 1934 el título de Licenciado en Filosofía por la Universidad de Barcelona y hace su doctorado; en 1935 presenta su tesis *Ensayo sobre la estructura lógico-genética de las ciencias físicas* obteniendo reconocimiento académico. En la Universidad Autónoma de Barcelona dará, desde 1933 a 1937, clases de lógica, matemática y filosofía de la ciencia.

Posteriormente gana un concurso de oposición en la Universidad de Santiago de Compostela en el año de 1936 que nunca llegó a disfrutar; se le imposibilita su estancia académica en ese campus universitario debido al estallido de la guerra civil española. Por tal motivo sale exilado a París para luego atravesar el Atlántico y llegar a Quito, ciudad en que residió entre 1939 a 1942; allí obtuvo un cargo de profesor en la universidad, el primero que le ofreció una tierra propicia de nuevas posibilidades, y de la que aún estaba él por descubrir. Allí pasa a ser un ex-cura y renegado: se casa con Fanny Palacios, con quien tendrá tres hijos.

Entre 1942 y 1946 se trasladó a México, y allí comienza su tarea docente en la Universidad Autónoma de México, compartiendo la escuela de filosofía con otros exilados españoles: Eduardo Nicol, José Gaos, Eugenio Imaz, Adolfo Sánchez Vásquez, entre otros.

Invitado a venir al país por el escritor venezolano Mariano Picón Salas, llega a Caracas en el año de 1946, donde iniciará su fructífera y larga carrera filosófica y pedagógica en la recién fundada Escuela de Filosofía de la no menos recién fundada Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela; se residencia y obtiene la nacionalidad en 1952. En ella permanecerá bajo el ritmo de una labor incansable en su área y de total entrega hasta su jubilación en el año de 1971. También impartió la docencia en el Instituto Pedagógico de Caracas (1946-62).

En verano de 1977 regresa a su país natal hasta la muerte del déspota dictador y de encontrar una España democrática.

Su personalidad siempre reflejó la de ser un maestro de trato sencillo y directo, con una rigurosidad para el trabajo que sería modelo para las generaciones que formó, además de poseer una honradez intelectual incuestionable. Por sus alumnos más allegados era llamado de forma cariñosa *el viejo*. Se sintió hispanoamericano más que español, y sus ideas políticas

“

Su personalidad siempre reflejó la de ser un maestro de trato sencillo y directo, con una rigurosidad para el trabajo que sería modelo para las generaciones que formó, además de poseer una honradez intelectual incuestionable. Por sus alumnos más allegados era llamado de forma cariñosa *el viejo*

”

transitaron por la defensa de la libertad del individuo y de la socialdemocracia, tras un periodo de sarampión comunista².

Su obra se ancla, en un primer periodo, en una crítica a la escolástica tomista centrada en la ontología y la teoría del conocimiento. Posteriormente, un segundo momento de su itinerario intelectual, transita por las ciencias formales, matemáticas y físicas que, a la par de sus trabajos como filósofo, lo irán nutriendo para presentar sus propias proyecciones como teórico de la ciencia y de la lógica moderna. En su tercer periodo vendrá a nutrirlo sus trabajos acerca de la directa confrontación con las ideas más recientes de la física cuántica y de la relatividad, el principio de indeterminación, ello junto a sus investigaciones sobre la historia y estructura de la ciencia. Un cuarto periodo, referido a la idea de la cibernética, la comunicación y la información, que estará centrado en la comprensión de la técnica en tanto acción práctica y antropológica de la aplicación de los resultados de la ciencia teórica; visión un tanto optimista en la medida que sugiere que ella coadyuve al hombre en su desarrollo, además de su comprensión, dominio y manejo de la naturaleza para sus propios fines. Los estudiosos de su obra también incluyen un quinto periodo que estaría centrado en su preocupación por abordar temas teóricos de la historia de la filosofía, presentando a los grandes

temas de esta materia en relación a sus autores y su *tipo de vida que les subyacen* al estructurar y producir tales ideas. Pero tampoco habrá de descuidar o menospreciar su encomiable trabajo de traductor, pues nada más con nombrar que ha sido el único que en el siglo XX llevó a cabo la traducción, de manera solitaria a otro idioma, la obra completa en griego de Platón³ ya le daría un puesto relevante en la historia de la filosofía en lengua española.

Nuestro interés en la obra de GB es presentar una serie de temas relacionados con el tema de las comunicaciones y la información que, si bien en él no están abordadas de una manera directa y no fue un tema primordial en el entorno en que el se movió, sí se encuentran de forma indirecta junto a posiciones personales que asumió en el transcurso de su vida como intelectual, filósofo y hombre de la academia.

Si leemos sus trabajos que elogian a la técnica como condición propia del desenvolvimiento de la humanidad, encontramos también referencias directas a los inventos —aparatos— de la comunicación conocidos por él; en ellos nos da una concepción visionaria del presente y futuro de la técnica y su importancia creciente para la subsistencia del hombre cónsono a una idea particular, epocal, de la libertad. No menos será, sin embargo, su crítica a sus desmanes. Igualmente el problema y el tema del lenguaje es retomado en la medida que se presenta como instrumento del desarrollo del ser social. Y por último su declaración, no menos importante, del derecho a la libertad de opinión, palabra o expresión a partir de una reflexión desde la convicción y postura voltaireana del derecho de todo hombre a ella y su apreciación del mundo de *sombras* que instaura el arte cinematográfico; estos dos últimos temas que son los abordados aquí.

Sin más creo que podemos pasar al registro e interpretación que nos da su particular musicalidad filosófica que nos muestra su pensamiento.

II. GARCÍA BACCA, VOLTAIREANO

En un artículo que apareció en la revista *Crítica Contemporánea* N° 12, (marzo-abril, 1964), nuestro autor se da la tarea de reivindicar el derecho a la libertad como un fundamento anterior y superior a todo derecho concreto, histórico, institucional. Es un alegato de plena vigencia, el comentario a la defensa por Francois-Marie Arouet, mejor conocido como Voltaire, en relación al derecho de la libertad de expresión.

Para ello parte de la conocida frase de este ilustrado —que da título a su artículo: *No defendiendo su opinión, porque no me parece verdadera; más defenderé a toda costa su derecho a decirla*—. Que de por sí es, a su vez, una invitación y un elogio a la tolerancia y el reconocimiento mutuo a la diferencia respecto a las ideas. De la defensa a adscribirse a ciertas filosofías no por las verdades que acoga propiamente sino por libre elección de asumirlas.

GB confiesa que envidia a Voltaire. Lo envidia por la difícil simpleza de haber creado y dicho tal sentencia; corolario que habrá que nombrarla cuantas veces sea necesario hacerlo. Nuestro filósofo observa que diversos pueden ser los espacios públicos que se presta a suscribir y mantenerla. Para empezar, en una publicación impresa que aspire ser democrática y albergar en ella el principio de la libre expresión de sus colaboradores. Permitiendo en sus espacios el que se nos muestre la opción de decir a cada quien lo que crea ser su verdad personal y no la opinión del comité de redacción. De lo contrario sólo será una revista que tendría una opción unilateral del mundo, por tanto, un determinado, parcial y único modo de presentar las cosas; y ello se agrava en una publicación que tenga la tarea de comunicar ideas, información, y conocimiento.

Otro de los espacios públicos que señala GB, y seguramente al que más le compete comprender y llevar a cabo este principio voltaireano, son las universidades, sea la que sea, pública o privada. Decir, *contra viento y marea*, con sustantivos impersonales lo que se pueda decir con nombres propios de personas y partidos. Y se refería en especial a una universidad tomada políticamente por varias facciones, desde lo que se llamó la izquierda o la derecha, y en plena ebullición política por la que venía experimentando los pasillos de la Universidad Central de Venezuela desde los años de 1958 hasta 1963, que es cuando escribe ese artículo. Lo cuál nos viene a mostrar ya cuál es su postura y preocupación fundamental como académico y hombre de ideas. No se puede cerrar el paso a la libre elección individual, grupal respecto a las ideas, ideologías y filosofías. El derecho a decirlas, apoyarlas es más inexorable que el contenido de verdad que alberguen. Lo importante no está tanto en ello como en la polémica y en la actividad intelectual que van engendrando con el fin de construir un mundo plural y en confrontación para criticar errores inherentes al saber. Es así como nos lanza la frase de defender el *derecho a decir toda*

66

**Pero contra viento y marea,
García Bacca se mantiene
en su postura toda su vida.
¿Cuál? Aquella que si bien
no compartimos la opinión de
los demás al menos tenemos todos
que compartir el principio
o derecho de que todos, cada
uno sin excepción, diga lo
que cada uno piensa o crea que
es su verdad**

99

opinión —católica o no, marxista o no, fenomenológica o existencialista...(como todas las corrientes intelectuales, científicas o ideológicas que vinieron o vendrían después), dentro del recinto universitario. Lo que es defendible para la vida de uno también es plataforma intelectual y moral para la existencia del otro.

Comprende que para la mitad de la década de los sesenta, con un conflicto político arraigado en toda la sociedad venezolana a partir de un ambiente donde hay una lucha abierta por el poder entre guerrillas de corte marxista, por un lado, y de política institucional democrática, por otro, nos alerta de mantener las puertas abiertas de la tolerancia y de la convivencia ideológica, de mantener *el derecho a decir toda opinión*, que es el leitmotiv de ese artículo en defensa de la libre expresión responsable, el de la libertad de hablar, de pensar en voz alta ante la sociedad. Magno riesgo, en un mundo de intolerancias e intereses grupales que definen de antemano los límites de lo conveniente o inconveniente dado, prescribiendo hasta el tipo de saber a desarrollar.

Pero *contra viento y marea*, GB se mantiene en su postura toda su vida. ¿Cuál? Aquella que si bien no compartimos la opinión de los demás al menos tenemos todos que compartir el principio o derecho de que todos, cada uno sin excepción, diga lo que cada uno piensa o crea que es su

verdad. En eso se instala el principio de tolerancia ante lo propio y ajeno que tenemos a *toda costa*. Y ello porque nos conviene a todos *por igual*.

Esto nos define el campo de las ideas de una manera diversa y convivible, creando un espacio de coexistencia. Ser o no ser escolástico, tomista, filósofo católico, por una parte, o ser o no, filósofo marxista, existencial, positivista o nihilista, etc. no debería ser un problema el serlo. La cuestión que nos propone GB estriba en la necesidad de *defender* a toda costa el derecho a ser escolástico, filósofo católico, marxista, nietzscheano, hegeliano, positivista, etc., si se cree en la obligación de serlo. Es una postura, si se quiere, un tanto idealista pues las filosofías vienen acompañadas, por lo general, no solo por una *obligación de serlo* sino también por convicciones e intereses que se dan en la base de toda sociedad científica y que dan apoyo para sostenerlas como tales. Si bien acompañamos a GB en el deber de preservar el derecho a mantener nuestra opinión en cualquier espacio público, sea universidad, nación, continente o mundo; y sintamos que por obligación no debemos dejar pasar la instancia de la convicción personal que prestamos a ciertas ideas y no a otras; no por ello debemos aplastar y desterrar como sustraer a los otros de sus diferentes convicciones, su derecho a expresarlas y confrontar sus ideas.

Quedamos entonces no con el derecho a la opinión en sí sino el derecho a opinar en público como obligación concreta de una ciudadanía democrática y auténtica. De ahí que este principio, el de la libertad de expresión, deberá esgrimirse y defenderse antes de decir cualquier opinión pues sin él se hace imposible la confluencia y expresión de nuestras convicciones. La convicción primaria sería no tanto nuestras ideas filosóficas sino *el derecho a opinarlas*, la obligación más básica y profunda de sostener lo que uno cree ser su verdad o razón de ser vital mediante la crítica argumentación. Más que una verdad este derecho hace posible la coexistencia de diferentes verdades sustanciales a determinados individuos o grupos humanos. Es lo propio del sentido de saberse hombre *libre*. Sin ello es imposible sostener la filosofía católica, musulmana, judaica, marxista, hegeliana y cualquier otra con la que nos entendamos. No se trata de verdades sino de principios, valores que les son implícitos a toda sociedad donde la expresión y el hablar de cada quien pueda ser escuchado, atendido, aprobado o desaprobado por justa argumentación expresada.

Lo profundo, lo radical y urgente, como lo era para la Venezuela de ese año de 1963 en que escribió esto GB, como ahora al ser recordado aquí, en los conflictivos comienzos del siglo XXI, es de seguir manteniendo, en conocimiento de todos y en alto, el derecho a decir cada uno su opinión, el derecho a la libertad de ser católico, ateo, liberal, musulmán, judío, anarquista, nihilista, bolivariano o lo que más se quiera ser; pero no a ser una de estas posturas obligante para todos por igual: propio de los autoritarismos intolerantes de las diferencias y ciego a los matices propios de toda democracia pluralista.

Ello, por lo que vemos ahora más que nunca, se nos muestra como todo un plan de reforma social y educativa. Aún más cuando se tiene la verdad única esgrimiéndose desde los centros de poder nacionales e internacionales y que proponen, ante la posibilidad de un *pensamiento único global* o un *pensamiento único nacional*. En nuestras épocas de arraigados y fanáticos fundamentalismos viscerales y ancestrales, lo dicho por el *viejo* Bacca viene a ser una propuesta llena de vida y necesidad. Ante la intolerancia que esgrimen las impunes armas asesinas que hoy nos apuntan por doquier, esa convicción primaria de la libertad de hablar pareciera seguir siendo un canto de cisnes ante los ruidos infernales de la muerte a todo lo que no sea *igual a mí* o no se someta.

De esta forma nos obliga a defender el derecho a expresarse distinto a mí en ideas. Si se le prohíbe a un filósofo ateo ese derecho, por ejemplo, siendo nosotros convencidos católicos, nuestro deber insoslayable y primario sería defender urgentemente a que dicho pensador libremente exponga sus ideas y sus argumentos; y no por el hecho que con ello nos va, automáticamente, a convertir o convertirnos en ateos o marxistas, o católicos o tomistas sino por el derecho a decir las, que es algo más profundo para todo aquel que se sienta identificado con algunas de las ideas que nutren al pensamiento humano democrático. No por humano es que debo permitir que todo se convierta en ajeno.

Queda claro que el primer principio proficuo de todo intelectual, de todo hombre *libre*, de toda postura superior intelectual estriba en ese derecho implícito de libertad humana que es anterior a todo otro derecho concreto. En él se deberá reconocer todo *universitario libre como todo ciudadano libre*. GB, con el sentido de una escritura lúdica pero certera de lo que dice, nos conmina a comprender que antes de preferir ser marxista, católico o lo que sea,

“

Nosotros pudiéramos añadir que nadie, forzado, es buen bolivariano, revolucionario, musulmán, o pro-yanqui, aunque eso de ser bolivariano, revolucionario, musulmán o pro-yanqui sea bueno

”

tendremos, ¡he ahí algo difícil!, que estar claros que nos comprendamos como seres libres que necesitan tener y *dar* libertad.

Sus palabras: *El cristianismo fue posible, y de posible llegó a ser real, porque los cristianos primitivos reivindicaron el derecho a ser libres –y se lo ganaron. En los tiempos en que aún se lo estaban ganando, contra viento y marea, decía San Agustín:*

“Nemo invitus bene facit, etiamsi bonum sit quod facit”: *nadie, forzado, hace bien, aunque sea bueno lo que le fuerzan a hacer.*

Y sin embargo, como advierte GB., luego de haberse ganado el derecho de ser libres, estos mismos cristianos se lo negaron por siglos a los demás en nombre de un *pensamiento único* sostenido en una supuesta idea del Bien y de la Verdad; olvidaron a San Agustín. Trucando la frase, el *viejo* de la Escuela de Filosofía nos dice: *nadie, forzado, es buen cristiano, aunque eso de ser cristiano sea bueno; nadie, forzado, es buen filósofo católico, aunque eso de ser filósofo católico sea bueno.* Nosotros pudiéramos añadir que *nadie, forzado, es buen bolivariano, revolucionario, musulmán, o pro-yanqui, aunque eso de ser bolivariano, revolucionario, musulmán o pro-yanqui sea bueno.*

Es por ello que GB se suscribe a la postura de los herejes que vendrán a ser, ante el dogma del cristianismo institucional,

aquellos paladines que se levantaron contra el dogma; paladines de la libertad de decir y de creer. Eran *agustinianos*. E igualmente pasó con Marx y sus seguidores, ganaron el derecho a decir su opinión pero ello no debe ser campo abonado para quitársela a los otros. De ahí la defensa al derecho de ser libre, principio incorporado a toda democracia y cultura superior; lo otro es volver a las hordas y sus provecetos nudos mentales, volver a la muerte de la creatividad humana conjugada ahora con la libre y necesaria circulación de ideas y mundos inventados.

Ahora creo que podemos decir que nuestro deber es seguir reivindicando ese derecho, el derecho a no ser bolivarianos, revolucionarios, liberales o conservadores o lo que sea en la medida que nos veamos forzados a serlo por el capricho y la fuerza, y no por la convicción personal que es tan válida como cualquier otra, en un mundo que quiere que las voces individuales, por sus convicciones, puedan cantar de tanto en tanto junto a otras y acallar su originalidad.

Terminamos con las palabras de GB respecto a la sentencia de Voltaire:

“...*dicha aquí –o donde haga falta, que es ya en todo el mundo-, vamos a ver quienes la suscriben, que suscribir esta sentencia, y lo que exige pagar a toda costa, es mucho más importante, urgente, vital, que firmar manifiestos y manifiestillos sobre cualquier asunto o asuntillo”.*

III. ENTRE SOMBRAS Y REALIDAD

Ante la cantidad de temas que abarcó GB en su larga vida nos encontramos con otro pequeño ensayo que refleja su visión de las cosas respecto a los usos y posibles efectos de los medios técnicos como lo es la televisión y el cine; nos referimos al que tiene el sugerente título *De la caverna platónica al cine moderno. Dos metáforas y una sola verdad*, (1983: 443s).

En él nos topamos, una vez más, con el uso del Mito de la Caverna de *La República* de Platón respecto a las sugerencias que ofrece para efectuar una comparación con los efectos posibles que vienen a posarse sobre las conciencias modernas; no es una exclusividad de GB. También el mismo Pasquali, discípulo de aquél, lo utilizará como lema para introducirnos en su análisis sobre los medios de comunicación en su obra *Comunicación y cultura de masas* (1972).

Y comencemos preguntándonos ¿qué tiene de interés para el público de nuestra

época evocar a un mito que quería establecer la diferencia entre lo real y lo falso, la verdad y la mera opinión o error, lo cierto y lo imaginado? Platón puede que sea una referencia importante e inevitable para cualquier reflexión que toque los valores y los temas intrínsecos del ser humano. Y sus planteamientos, aunque a unos 2600 años de distancia, siguen inspirando a no pocos para hallar motivación en plantearse los problemas y temas que en el desenvolvimiento de la humanidad siguen siendo comunes, válidos y persistentes aunque con las variaciones debido a sus niveles de desarrollo técnico y científico.

La imagen de la oscuridad que ronda en esos seres apresados dentro de la caverna que nunca llegan a ver la luz del sol, que vendría a significar platónicamente el conocimiento del mundo verdadero de las ideas, de la realidad de las cosas, es retomada por GB para hacernos una comparación con las formas –*sombras*– de las imágenes del cine y de los cines en tanto cavernas contemporáneas por las que el hombre pasa y vive casi como verdad las tramas fílmicas elaboradas por el arte cinematográfico.

El argumento de nuestro filósofo estriba en qué es lo que comprende el hombre de a pie, el hombre común, por Verdad y Realidad si su vida está rodea por la vista permanente dirigidas por las *sombras, las siluetas, la apariencia inconsistente y enigmática* que le son presentadas por los medios audiovisuales del presente.

Y es ahí donde nos afirma que la caverna actual es el cine, ni más ni menos: la *caverna baccaiana*. Con la diferencia que aquellos cavernícolas platónicos estaban amarrados y fijados a un lugar sin posibilidad de movimiento ni cambio de lugar. Los *cavernícolas* del presente fílmico estarían aparentemente más libres respecto a ello. Pueden entrar y salir de una sala de cine de manera libre y hasta disfrutar, se nos dice, del *aire acondicionado*, además de todos los últimos equipos técnicos de audición y proyección que nos ha provisto el nuevo universo de la imagen y el sonido digital.

A pesar de todos los avances que supone este arte para GB, mente ganada por las comunicaciones escritas del *hommo typographicus*, de la imprenta y del libro, es decir, la de un pensador proclive al ser de la tradición ilustrada dieciochesca, no deja, por ello, de ser caverna al fin. Sombras nos dan, bien por imagen, bien sea por sonido, al ser mera *reproducción artificial* que puede llegar a ser tomado por la *realidad*, la única. Ir al cine es inundarse

66

El argumento de nuestro filósofo estriba en qué es lo que comprende el hombre de a pie, el hombre común, por Verdad y Realidad si su vida está rodea por la vista permanente dirigidas por las *sombras, las siluetas, la apariencia inconsistente y enigmática* que le son presentadas por los medios audiovisuales del presente

99

y *masajearse* en una sesión de *sombras* y de conflictos y asuntos que se nos dan por las *sombras proyectadas*. Y sin embargo GB no deja de reconocer el gusto y el placer que nos proporciona tal espectáculo que surge de la oscuridad lumínica: *Por el espectáculo visto, por el tipo de realidad con el que vivimos largas horas –y lo que es peor, porque lo vivimos libremente, y con tanto gusto, que encima pagamos-, nuestros cines no distan mucho de las trogloditas cavernas, mitológicamente recordadas por Platón. Mito ¿de qué y para qué?* (idem).

GB se hace eco en su reflexión del sentido que le dio el hombre griego al concepto de razón la cual no era sino la posibilidad de conocer y discutir qué es la verdad de la realidad misma. Es por ello que le es irremisible el aceptar a las *sombras* que nos proveen los medios actuales como datos que nos llevan a un mundo de verdades de razón para el hombre común. Es la invasión que hasta en el terreno del conocimiento va a imponer la *invasión de las masas* (Ortega y Gasset) en el mundo de la especialización y de las cantidades. Es la situación en que se ha apartado de nuestro horizonte el *amor a la Verdad, a la Realidad, a la Luz*, que son los fines por los que el cavernícola platónico al desprenderse de sus cadenas debería llegar a alcanzar luego de dificultoso ascenso hasta la boca de la caverna. Hoy no se quiere

esfuerzos para obtener la *verdad del día*, las masas la tienen en las puntas de los dedos y en la constelación de botones que nos acercan las informaciones que digerimos (infoesfera), mas difícilmente comprendemos la producción de dichos enunciados. Nos delatamos por nuestra preferencia por las *sombras* dinámicas del cine, a las que hoy le deberíamos añadir toda la constelación de lo virtual. Amamos los fantasmas, la pura apariencia y la memoria de los muertos: de eso se nutre el hombre-masa que ha optado por no tener proyecto personal y en acomodarse al que se les da desde el exterior y les llega en formas de *sombras, espectros lumínicos-electrónicos*. Hombres proclives a pertenecer a una sociedad de información más que a una pública, centrada en la gestación de opinión personal y colectiva.

El diagnóstico de GB no es otro que el ya muchas veces escuchados desde las filas de la filosofía y de los pensadores contemporáneos (Popper, Coundry, Sartori, Derridá, Eco, etc), es la tan nombrada *huida de la realidad*, donde se vive más en la ficción que en el mundo que olemos, respiramos, tocamos en la inmediatez de nuestra existencia. Tal huida se le hará cara a la civilización porque desemboca en lo que para hoy llamaríamos lo propio de una mentalidad postmoderna: la de un cerco cultural que sólo se presenta en tanto *pot-pourri* o *mescolanza*, confusión y collage de todo lo humano y hasta de lo divino.

En defensa de la claridad y la comprensión GB recurre a Cervantes para recordarnos lo que ya el manco de Lepanto hablaba sobre ciertas *mescolanzas*, que generan mundo y sustancialidad difusa y hasta a veces ridícula: *Guardando en esto un decoro tan ingenioso que en un renglón han pintado un enamorado distraído y en otro hacen un sermoncito cristiano que es un contento y regalo oírle o leerle. ¿Qué podemos especular de lo que hubiera dicho Cervantes de nuestro mundo de mezclas tan abigarradas y profusas –la tan llamada *hibridéz cultural*–, que nos presenta cualquier acto de pantalla fílmica y, a pesar de ello, nos dice GB, *sin muchos escrúpulos, y según normas de ingeniosísimo decoro.**

Ante las materias simples y puras que provee una racionalidad y una cultura forjada sobre la alfombra –no mágica– de la búsqueda de la verdad y de realidad, se nos viene a anclar en nuestra cotidianidad una *heterodoxia* contra el *buen beber y saber* con las que nos provee nuestra vida cotidiana de *cocktails* mediáticos, que hace gala de sustraerse a toda *cultura* del buen *catador*. Un mundo erigido en el ni-

hilismo de los gustos y la imposición de opiniones y no de razones o comprensibles y confrontados conocimientos públicos y democráticos. El sentido del *buen catador* de las ideas nos trae, después de todo, otro sentido de esa *heterodoxia* en las ideas. Pareciera anunciar ya la confusión postmodernista del *anything go*, del todo vale. GB nos habla de un mundo donde todo esta revuelto con todo y reducido y macerado a *sombras* en el que se da cita, en el caso del *buen catador de ideas*, todo lo mejor en tanto humano y divino que proveen las culturas. Y ve con un espíritu de ambigüedad la lección que surge del *mundo de sombras* que va, poco a poco pero de manera persistente e impositiva, como ha llegado a ser la pesada gravedad de ellas hoy, el establecimiento del *orden real*.

De una realidad artificial, de sombras que nos conmina a escapar de *la realidad*; es la *huida de lo real*, que proporciona tanta incomodidad a las huelles y dóciles *almas medfáticas del hombre digital* de hoy. Huida de realidad significa para GB *revoltijo de los tipos de realidad*. Ante ello, en tono de reclamo nos dice el *viejo GB*: *¡Oh caverna platónica troglodita, simplista e inofensiva, inocentada frente a la sutil perversa, ofensiva pedagogía de nuestras comodísimas cavernas. Mal negocio para las grandes realidades—como religión, arte, filosofía, política...pues cuando nos tropecemos con ellas, como a la salida de los cinemas, no podremos ni verlas ni reconocerlas, y andaremos a trastazos y golpes de ellas!* Es lo que debemos pagar por nuestro cerco impuesto del *tecnocosmos* y su *infoesfera* actual. Un estadio quizás de *enajenación* nunca antes conocido, según él. Todo muta en apariencia y semejanza, dando *palos de ciego* ante tanto mundo construido dentro de una modernidad que nos lleva a apartar de la una comprensión de la política real, del arte verdadero, de las personas para sólo terminar ser *navegantes solitarios dentro de la red*. Como refiere el maestro, *son palos de ciego, encegados por sesiones de sombras, educados por sombras*. De las *sombras* venimos, entre *sombras* vivimos y en las *sombras* nos hundiremos. Todo un mundo. La realidad no será más que *sombras chinescas* surgidas de las nuevas cavernas contemporáneas de los medios de comunicación. Sombras chinescas: un espectáculo donde sólo las figurillas que se mueven detrás de la cortina de papel o del lienzo blanco e iluminadas por la parte opuesta de los espectadores vendrán a ser la sutil, débil, insoportable y pasajera realidad y verdad de

“

García Bacca nos muestra, con estas dos mínimas referencias a la comunicación, uno: sobre la libertad de expresión; el otro: sobre las sombras, el sentido de la búsqueda del hombre que se construye a partir de su propia razón y esfuerzo

”

nuestros días para la ¿buena? mayoría. Verdad encubierta, realidad oculta.

Es también una realidad política, económica y social, que nos ofrece un trato *enguantado*, es decir, no directo, sincero, dándonos la oportunidad de ser de manera *in vivo* y *in directo*. Es por lo que GB deberíamos asumir el *desacato*, cierta *descortesía*, *herejía*, *insubordinación* y *descomedimiento*. La filosofía moderna nos ha propuesto ser *insubordinados* ante los intermediarios y mediadores, que son una especie de *guantes* que nos llevan a retirarnos de la realidad: ellos son los dogmas, las teorías absurdas, las hipótesis, los programas y convenciones en que nos hemos cercado nuestro aliento: todas ellas descritas y propuestas por las posturas *fenomenológicas*. Y sin embargo GB viene a proponer el grito heideggeriano de *¡a las cosas, a las cosas!*

Y esta caverna moderna que experimentamos en los cinemas no ha dejado de expandirse y aposentarse alrededor y sobre, en y al lado de todas las cosas. No miramos en directo sino ensombreciendo al mundo. Y es la respuesta que se nos da ante el porque vivimos ante un mundo tan brutal y desconsiderado y al que nos hemos plegado de hecho. No tratamos con realidad sino con *sombras*, *normas de sombras*, *buenos y malos ejemplos de sombras*. La acción del hombre debería reducir el sesgo de brutalidad de dicha realidad, sin llegar a proclamar el falso optimis-

mo hegeliano de que *todo lo real es racional* y *todo lo racional es real*. La brutalidad de lo real es la medida de nuestra pertinaz y organizada huida de ella. A mayor brutalidad mayor huida y menos confrontación de reconciliación con ella. Y ocurre lo que no se quiere, cuando intentamos huir de la realidad esta se nos vuelve a *golpes*, convirtiéndose en una *realidad de los golpes*, *volvemos a golpes a las cosas*, por el hecho de insistir en estar cómodamente instalados sobre una religión, política, economía, verdad, moral, relaciones *estilo cine*, es decir, sostenida sobre, por y entre la ilusión de *sombras*.

GB nos afirma que la realidad no es brutal. *Los brutos somos nosotros y mejor, y mejor, para no pluralizar, el bruto soy yo*, arguye. La realidad, como afirmó Parménides desde las sombras pasadas de la caverna filosófica, simplemente *es*.

Este pensador, como vemos, no deja de ser sugerente en la inmersión de la comprensión del mundo de *sombras* vividas. Del mundo en que pensamos que vivimos más siempre, y a cada momento, de él huimos gracias a *las sombras*, gracias a la realidad cinematográfica e iconográfica que se nos impone.

GB nos muestra, con estas dos mínimas referencias a la comunicación, uno: sobre la libertad de expresión; el otro: sobre las *sombras*, el sentido de la búsqueda del hombre que se construye a partir de su propia razón y esfuerzo. Su *credo* lo encontramos en su obra *Sobre virtudes y vicios* (1992) de la que nos permitiremos transcribir sus palabras:

“1. No delegar en nada —religioso o profano, filosófico, económico, político—, ni en Nadie: sea Papa, Patriarca, Ayatollah, Premier de un Presidium...el pensar por cuenta propia. Que nadie se arrogue el derecho de pensar por él. Cada uno debe pensar por sí mismo, para sí mismo en todo. Y tomar sobre sí la obligación de dar a los demás tal ejemplo. Recordando que el miedo a pensar sobre todo es más potente y frecuente que el miedo a morir. Para la mayoría, “morir antes que pensar”. E impedir que los demás piensen; más aún que hagan patente tal decisión de palabra impresa. Censura y censores. Inquisidores.

2. No delegar en nada —religioso...— ni en Nadie —Papa...— el decidir por cuenta y responsabilidad privada, o sea: renunciar a la libertad. Cargar valientemente, con el don de la libertad de conciencia, sin descargarla en otro: No descargar el pensamiento aceptan-

do dogmas. Credos, consignas; ni descargar la voluntad obedeciendo a mandamientos, preceptos, ritos. Dogmas...alivian el peso de pensar; obediencia alivia el peso de decidir. Comodonería mental y primitiva.

Sobran Concilios y Constituciones que determinen y tiendan a imponer por fuerza física o psicológica qué es lo que hay que pensar y qué es lo que se debe obedecer o querer (...)

3. No poner límites a la imaginación, entendiendo por esta palabra "inventiva". La originalidad, la inventiva, es uno de los recursos humanos inagotables...No aceptar nada que se lo dé por perfecto, definitivo, tradicional, sagrado o venerable. Venga de la autoridad que sea: religiosa, político, económica...Sea libro sagrado, rito, práctica, de Antiguo, Nuevo Testamento, Islam, Vedas, Confucionismo, Shintoismo... Chamanismo".

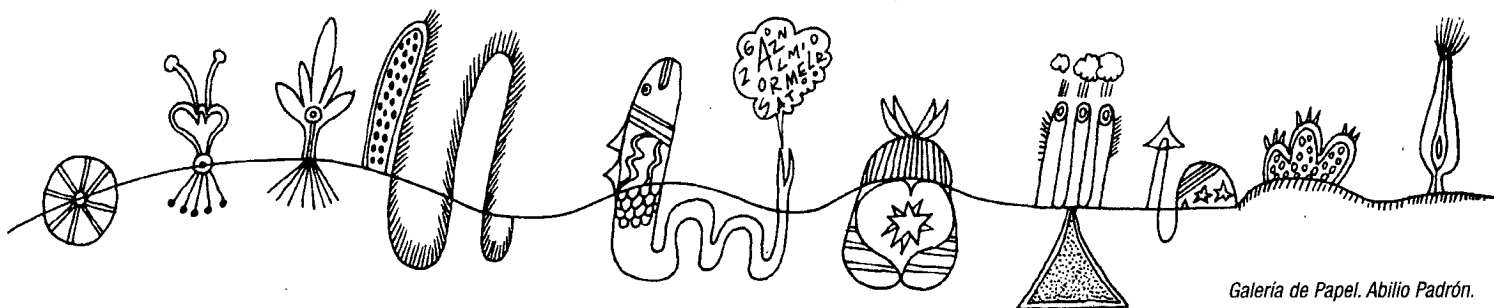
GB siempre será recordado y leído como un pensador fiel a su propio pensamiento. Un pensador para el que pensar desde y por sí mismo era el deber de todo trabajador intelectual. Esta aproximación que hoy damos es apenas un intento de acercarnos a algunas riveras del profundo mar en que habita toda su obra.

■ **David De los Reyes**
Doctor en Filosofía
Profesor de la Universidad
Central de Venezuela

Notas

- 1 De ahora en adelante me referiré a él por las siglas GB.
- 2 Así nos lo deja ver en su artículo titulado "Democracia y Dictadura expuestas según el método axiomático" donde encontramos este párrafo: *La dictadura es siempre e irremediamente mala. La democracia es siempre y esencialmente buena. La democracia, a pesar de ser esencialmente buena, puede ser imbécil. A los demócratas imbéciles los castiga justamente una dictadura, no por demócratas, sino por imbéciles. La democracia, aún la más imbécil, tiene doblemente derecho a castigar al dictador injusto: por dictador y por injusto.* Ver su libro: *Autobiografía intelectual y otros ensayos*. FEH-UCV, Caracas, 1983, p.449-52.
- 3 Una bibliografía bastante completa de toda su obra es la recopilada por la Lic. Mireya Perdomo González en *Bibliografía de Juan David García Bacca*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, Dirección de Biblioteca, 1981 y que transcribimos a continuación: **BIBLIOGRAFÍA:** directa: GARCÍA BACCA, JUAN DAVID. *Antología del pensamiento filosófico venezolano*. Caracas: Ministerio de Educación, 1954-1964. 3 v.; *Antropología filosófica contemporánea: diez conferencias*, 1955. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1957; *Autobiografía intelectual y otros ensayos*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, 1983; *Curso sistemático de filosofía actual*: Caracas: Universidad Central de Venezuela, Dirección de Cultura, 1969, *Elementos de filosofía*. 4ª ed. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1967; *Elementos de filosofía de las ciencias*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, Dirección de Cultura, 1967; *Elogio de la técnica*. Caracas: Monte Ávila, 1968; *Ensayos*. Barcelona: Colección Península, 1970; *Filosofía de las ciencias: la física*. Caracas: Instituto Pedagógico, 1962; *Filosofía de las ciencias: teoría de la relatividad*. México: Editorial Séneca, 1941; *comp. Fragmentos filosóficos de los presocráticos*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, [1954]; *Historia filosófica de la ciencia*. México: Univer-

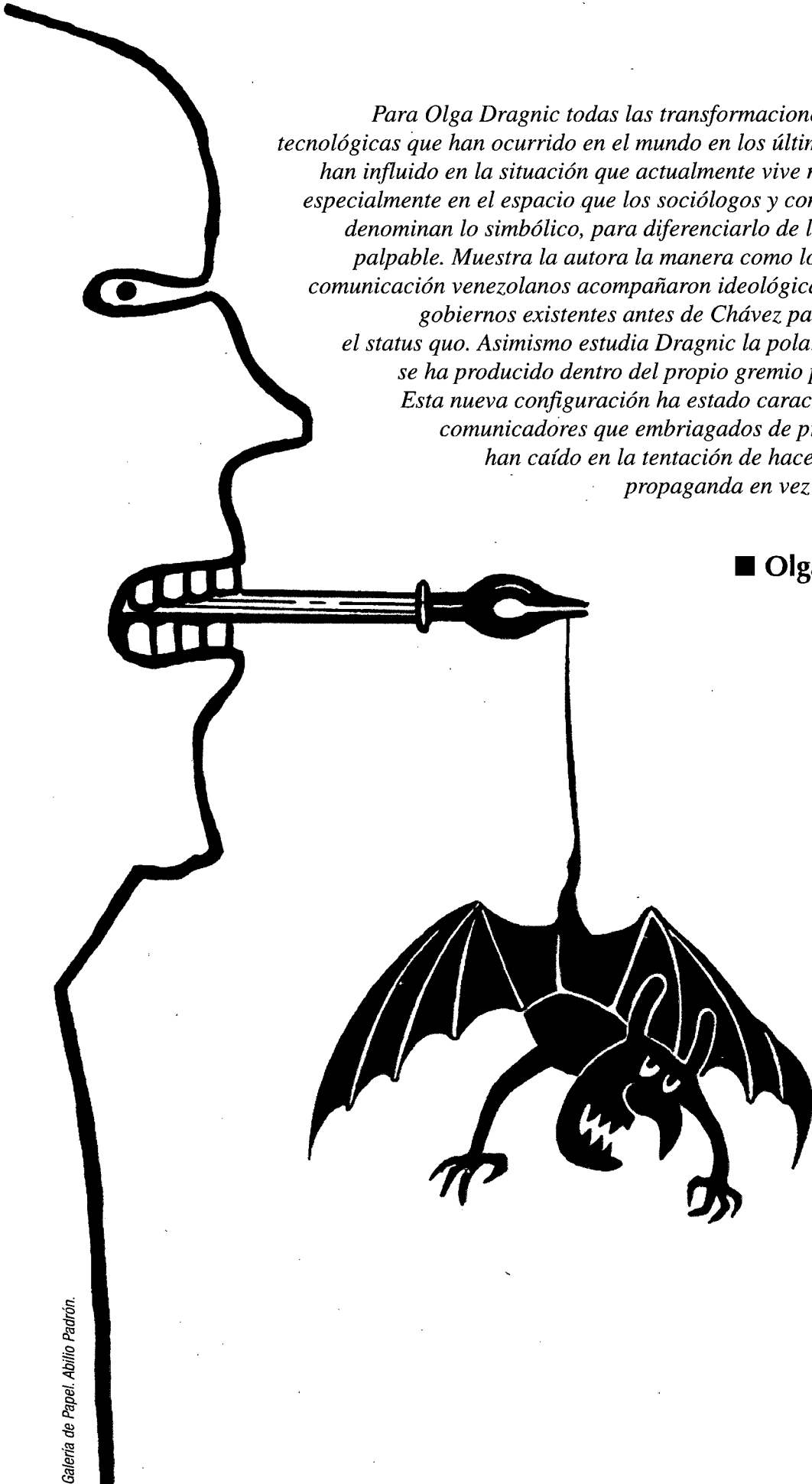
sidad Nacional Autónoma de México, 1963; *Introducción a la lógica moderna*. Barcelona: Labor, 1936; *Introducción al filosofar: incitaciones y sugerencias*. Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán, 1939; *Introducción general a las Enéadas*. Buenos Aires: Editorial Losada, 1948; *Introducción literaria a la filosofía*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1964; *Invitación a filosofar*. México: La Casa de España en México; El Colegio de México, 1940-1942. 2 v.; *Lecciones de historia de la filosofía*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1973. 2 v.; *Lecturas de historia de la filosofía*. Caracas: Síntesis Dosmil, impresión 1972; *Metafísica: natural estabilizada y problemática metafísica espontánea*. México: Fondo de Cultura Económica, 1963; *Nueve grandes filósofos contemporáneos y sus temas*. Caracas: Ministerio de Educación, 1947. 2 v.; *Platón: obras completas; traducción, prólogo, notas y clave hermenéutica*. Caracas: Ediciones de la Presidencia de la República; Universidad Central de Venezuela, 1980-1982. 12 v.; *Siete modelos de filosofar*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, c. 1979; *Simón Rodríguez pensador para América*. Caracas: Academia Nacional de la Historia, 1981; *Sobre el Quijote y Don Quijote de la Mancha*. Barcelona: Anthropos, 1991; *Sobre virtudes y vicios*. Barcelona: Anthropos, 1993; *Tipos históricos de filosofar físico: desde Hesíodo hasta Kant*. Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán, 1941. indirecta: IZUZQUIZA, IGNACIO. *El proyecto filosófico de Juan David García Bacca*. Barcelona, España: Antropos, 1984; Juan David García Bacca en la Biblioteca Nacional: exposición bibliográfica, hemerográfica, sonora, fotográfica y de manuscritos, febrero-marzo, 1988. Caracas: Biblioteca Nacional, 1988; **ICONOGRAFÍA:** **FOTOGRAFÍAS**, colección Biblioteca Nacional, Caracas. **FOTOGRAFÍAS**, Juan David García Bacca en la Biblioteca Nacional: exposición bibliográfica, hemerográfica, sonora, fotográfica y de manuscritos, febrero-marzo, 1988, Caracas, Biblioteca Nacional, 1988. **FOTOGRAFÍA**, El Universal, Caracas, agosto 7, 1992. **FOTOGRAFÍA**, El Nacional, Caracas, agosto 8, 1992.



Galería de Papel. Abilio Padrón.

Resumen

Para Olga Dragnic todas las transformaciones sociales y tecnológicas que han ocurrido en el mundo en los últimos tiempos, han influido en la situación que actualmente vive nuestro país, especialmente en el espacio que los sociólogos y comunicólogos denominan lo simbólico, para diferenciarlo de lo concreto y palpable. Muestra la autora la manera como los medios de comunicación venezolanos acompañaron ideológicamente a los gobiernos existentes antes de Chávez para mantener el status quo. Asimismo estudia Dragnic la polarización que se ha producido dentro del propio gremio periodístico. Esta nueva configuración ha estado caracterizada por comunicadores que embriagados de protagonismo han caído en la tentación de hacer interesada propaganda en vez de informar

■ Olga Dragnic

Abstract

For Olga Dragnic all the social and technological transformations that have recently taken place in the world, have influenced on the current national situation. Especially in the symbolic space, so called by sociologists and experts in communication, in order to differentiate it with that which is concrete and palpable.

The author shows how Venezuelan mass media were aligned ideologically with the governments before President Chávez's in order to keep the status quo. Dragnic also studies the polarization that has been produced even inside the journalists' fraternity.

This new configuration has been characterized by communicators that drank with the desire of starrng, have fallen into the temptation of presenting biased propaganda instead of informing

Los periodistas

¿Víctimas o victimarios?

Quisiera evocar, como principio e incentivo, para este intento de emprender el camino de una reflexión sobre los medios y los periodistas y su influencia en los acontecimientos nacionales de los últimos tiempos, las palabras de Eugenio Montejo: "De pronto me hallé a destiempo de mí mismo".

Porque, como el poeta, también nosotros, en mayor o menor medida, sentimos esa angustia de haber perdido el centro de orientación cuando tratamos de entender lo que estamos viviendo como ciudadanos y haciendo como comunicadores. Esa desazón de sabernos a destiempo de nosotros mismos crea dudas e inseguridades a la hora de pretender explicarnos ciertos fenómenos de los tiempos presentes. Pero, sobre todo, cuando tratamos de alcanzar una explicación racional de los procesos comunicacionales y de sus efectos en los receptores durante los últimos tres años en Venezuela y, de manera dramática, a partir de los acontecimientos del 11 de abril.

Las características de la escalada de violencia que sufrimos podrían inducir-

nos a pensar que se trata de fenómenos sociales, políticos y comunicacionales que poco o nada tienen que ver con lo que ocurre en el resto del mundo. Ese camino reduccionista nos llevaría a una percepción sesgada que poco ayudaría para la comprensión de esos procesos.

Las rupturas producidas en el viejo orden del pensamiento y de la práctica social a nivel planetario son múltiples y profundas y existe una innegable analogía entre la confrontación que tiene lugar actualmente entre las ideas predominantes en los países centrales, por un lado, y los movimientos mundiales que se les oponen, por el otro, y los hechos que revela la dramática realidad venezolana de estos tiempos.

Tal vez, el área que registra mayor nivel de cambios al mismo tiempo que de influencia en las sociedades contemporáneas sea ese segmento de la vida humana que los sociólogos y comunicólogos han dado en llamar "simbólico" para diferenciarlo de lo concreto, de lo medible y contable. Simultáneamente, en los dos últimos decenios se han trastocado los parámetros conceptuales que durante años ha-

La opinión pública debe organizarse para que la prensa sea fidedigna, no ser organizada por la prensa.

Walter Lippmann

bían servido como anclajes más o menos seguros para el análisis de los procesos culturales y comunicacionales.

Por una parte, asistimos a la invasión de tecnologías de producción y transmisión de mensajes que ni siquiera la más prodigiosa imaginación de los autores de ciencia ficción fue capaz de predecir. Por el otro, se verifica la cada vez más acentuada tendencia a la expansión de una red de poder mundial en cuya estructura se combina lo económico, lo político, lo tecnológico pero cuya amalgama no es otra que los contenidos de un tipo de cultura llamada, a falta de mejor definición, “masiva”, transmitida por los medios de comunicación.

Lo sorprendente de este fenómeno de dominio contemporáneo es que surge y se impone, no a través de un sistema de imposición de orden político-militar, al estilo de Big Brother orwelliano, sino como el resultado del vertiginoso desarrollo del mercado productivo, financiero y comunicacional en los países centrales. La mundialización de este proceso ha sido posible por el salto tecnológico que se dio en todos los órdenes de la productividad, mientras que la desaparición del mundo bipolar facilita su expansión sin contrapeso.

El proceso tiene varias denominaciones, según el aspecto que se quiere destacar: el neoliberalismo, la globalización, el pensamiento único. Y, en el ámbito de lo simbólico, se habla de la “cultura global”, de “la infraestructura de información global” o de “la sociedad de la información global”.

Prever las consecuencias de estas modificaciones de las relaciones entre los Estados no está todavía a nuestro alcance, porque se trata de complejas y múltiples interacciones en pleno desarrollo y porque, como lo afirma Ignacio Ramonet, “el conjunto de estas rupturas (...) no ha sido pensado aún”. “Galopamos –afirma este autor– a lomo de este cambio, pero ignoramos hacia dónde nos conduce y cuándo se detendrá”.

Este preámbulo, breve resumen de lo que muchos autores han señalado, se justifica sólo como una forma de aproximarnos a lo que sucede en Venezuela en la actualidad en el área de la comunicación social. Las especificidades de nuestra realidad y, sobre todo, la evolución de los procedimientos políticos y comunicacionales del último decenio, no pueden aislarse de los fenómenos mundiales.

Así como se carece de un cuerpo teórico y de una metodología ad hoc para estudiar y comprender lo que acontece a nivel mundial, algo parecido ocurre cuando se

“

Pero los enfrentamientos del mes de abril inducen a pensar que estamos a las puertas de un deslinde social que trasciende incluso los marcos de la confrontación político-militar de corte tradicional como se podría deducir de una primera aproximación en el análisis de los hechos recientes

”

intenta un análisis de los acontecimientos nacionales en el área de la comunicación social. Guardando las distancias, Venezuela también ha vivido en los últimos tres años un proceso –o intentos– de modificaciones en muchos órdenes de la sociedad que, como en el caso mundial, se encontraba, hasta los acontecimientos que se dieron a partir del 11 de abril, en una fase compleja, sin definiciones precisas, con cambios repentinos, cuya orientación, duración y consecuencias eran impredecibles.

Pero los enfrentamientos del mes de abril inducen a pensar que estamos a las puertas de un deslinde social que trasciende incluso los marcos de la confrontación político-militar de corte tradicional como se podría deducir de una primera aproximación en el análisis de los hechos recientes.

Dada la complejidad de nuestra situación, y aunque el enfrentamiento de clases sociales está presente entre las causas que dan origen al conflicto venezolano, un enfoque estrictamente clasista por sí solo no es suficiente para hallar la explicación. Por esta razón, cualquier intento por hacer comprensible lo que está sucediendo en la esfera de lo político y de lo comunicacional exige ampliar los marcos referenciales que habitualmente hemos utilizado hasta ahora en los estudios de los fenómenos de la comunicación.

DOS MUNDOS DE VIDA

Hace ya siete años, Alejandro Moreno Olmedo afirmaba, en forma casi premonitrice, lo siguiente: “Estamos sumergidos en un desencuentro estructural que atraviesa de parte a parte toda la realidad venezolana: el desencuentro entre el proyecto de sociedad y el proyecto relacional del pueblo... Este desencuentro puede llegar a convertirse en encontronazo de imprevisibles consecuencias”. (Moreno, 1995, pág. 32)

Ese “proyecto de sociedad”, al cual hace referencia Alejandro Moreno, no es otro que la suma de los cambios impuestos al país, y aceptados como propios por sectores sucesivamente hegemónicos, con el proyecto político y social de la modernidad que se inicia en Venezuela a partir del gobierno de López Contreras y que parecía consolidarse durante los 40 años de la democracia. Conceptos como desarrollo, progreso, producción, tecnología, educación, salud eran asumidos por los grupos dirigentes –económicos, culturales, políticos– como la vía casi mágica para superar el atraso y salir de la pobreza. El fracaso de ese proyecto, en tanto pretendidamente abarcador de la Nación en su totalidad, es reconocido incluso por sus promotores.

La gran mayoría de la población venezolana, aquellos sectores que habían sido denominados como “marginales”, y que en la terminología de Moreno Olmedo son llamados “los otros”, había quedado fuera del alcance del programa modernizador. Ese segmento de la población venezolana, mayoritariamente campesina en aquel entonces, había apoyado al partido Acción Democrática desde su aparición en la escena política, debido sobre todo a las promesas de libertad y justicia social que figuraban en sus programas de gobierno y por los contenidos igualitarios que contenía su mensaje político-social. Pero, una vez aplicados los parámetros modernizadores por los sucesivos gobiernos de AD, se produce el distanciamiento de la base popular, ahora predominantemente urbana, de la dirigencia partidista, sin desconocer que en ese cambio influyeron también otros factores como la corrupción, el fracaso de la reforma agraria, el abandono de los proyectos educativos y de salud.

Los contenidos y los fines de ese proceso ya no fueron identificados como propios por los habitantes de los conflictivos barrios urbanos, porque su propio proyecto de vida, su cosmovisión, aquello que Moreno denomina “proyecto relacional

del pueblo”, no concuerda con aquel “proyecto de sociedad” que nuestra burguesía había asumido como válido para todos los venezolanos.

“La modernidad —escribe Alejandro Moreno—, estructuralmente incapaz de reconocer a *lo otro* y aceptarlo en su *otredad*, ejerce sobre lo distinto —nuestro pueblo, en este caso—, una violencia sin resquicios: violencia del conocimiento, violencia del lenguaje, violencia de proyecto, violencia institucional, educativa, policial, violencia sin límites”. (Moreno, *ibídem.*)

Se reproducen de esta forma, en Venezuela, los mismos desacuerdos y los mismos enfrentamientos violentos que signan los tiempos presentes en el desenvolvimiento societario de muchos otros países y que tienen su manifestación más evidente en las conflictivas relaciones internacionales.

Bastaría recordar los casos más publicitados —Seattle, Davos, Génova— cuando el proyecto de una globalización impuesta desde la hegemonía financiera, tecnocrática y militar ha pretendido ignorar que existen pueblos que tienen una diferente manera, históricamente desarrollada desde su propia episteme, de concebir y organizar la vida comunitaria. Con esas acciones los pueblos, las etnias y, en general, las minorías defienden su derecho a determinar su propio destino y mantener su especificidad cultural.

La manifestación más coherente, hasta ahora, de ese otro mundo, ignorado por la modernidad y la postmodernidad en su esencia diferencial, es el Foro de Porto Alegre: multifacética expresión de la voluntad de “*los otros*” que rechaza la violencia de una adhesión obligante a un sistema de vida —el neoliberal—, cuyos valores les son ajenos, pero que se les impone a través de un sistema neocolonial contemporáneo.

Lo más evidente de este enfrentamiento entre esos dos mundos es la imposición, por parte de los países hegemónicos, de inflexibles políticas económicas y financieras que deben seguir los países en desarrollo. La obligatoriedad de esas medidas va acompañada por las imposiciones de carácter cultural, pues la modernidad —así parece demostrarlo la historia— solo puede ser alcanzada con éxito en el marco de la llamada cultura eurocéntrica, en la cual predomina un tipo de “racionalidad” muy específica en la producción, en las ciencias y en las tecnologías.

El éxito de ese modelo depende de la aceptación de formas de vida sustentadas, irónicamente, en la más extrema irracionalidad, por cuanto se basan en el despil-

66

Si tuviéramos que sintetizar en un juicio el comportamiento de los medios masivos durante ese etapa habría que decir que aquella vocación primigenia de su función social fue poco a poco suplantada por otros fines, que se centraban sobre todo en un crecimiento empresarial sin precedentes

99

farro de los bienes no renovables y en la amenaza de la muerte ecológica del planeta. Para que los pueblos y grupos étnicos no comprendidos en la modernidad de los países centrales ni en la de los sectores hegemónicos de las naciones en vías de desarrollo se incorporen a ese mundo de vida occidental, primero deben renunciar a su propio sistema de vida, a sus valores tradicionales, a su cultura, en resumen, a su episteme, como la única vía para acceder a los beneficios del “progreso civilizatorio”.

Los grandes medios de comunicación, y en general, la cultura masiva, son los principales promotores de ese mundo de vida occidental, tanto en sus contenidos informativos y de opinión, como en aquellos orientados a estimular el consumo de bienes, no esenciales, a través de la publicidad y de la propaganda. Como voceros de la modernidad, del “progreso” y de la globalización tienden a presentar a *los excluidos* como una negatividad, como una rémora para alcanzar el estado de bienestar que promete la ideología de la cultura eurocéntrica.

DEL COMPROMISO SOCIAL AL NIHILISMO POLÍTICO

Para comprender lo que ocurre en la actualidad con el sistema de comunicación

social en Venezuela, tal vez resulte útil buscar las raíces de nuestro problema actual en el desenvolvimiento que tuvieron los grandes medios durante los últimos decenios. Porque, de alguna forma, el protagonismo que asumieron en los acontecimientos políticos y sociales recientes parece ser la culminación de una tendencia que se comenzó a perfilar a partir del momento en que abandonaron su papel de intermediarios entre las instancias políticas y los receptores para transformarse directamente en actores políticos.

El concepto de la función social ha sido asociado, desde mediados del siglo XIX, a la actividad periodística. Se le asignó el importante papel de proporcionar a los ciudadanos los elementos de referencia necesarios para que éstos puedan organizar adecuadamente su participación en un sistema democrático. La base social sólo puede estructurar una acción efectiva y consiente en la vida pública en la medida en que disponga de una información suficiente y oportuna sobre los hechos de interés general.

Con los altibajos que suelen producir las vicisitudes políticas, también en Venezuela ésa ha sido su orientación, notable sobre todo en las etapas de libertades públicas. Dentro de ese amplio concepto que otorga a los medios y a los periodistas un papel de características únicas en el conjunto de las instituciones sociales, se suele destacar su compromiso con la defensa de los intereses nacionales, entre los cuales la defensa del sistema democrático, de la libertad de expresión, del derecho a la información y de los derechos humanos suelen ser los más evidentes.

Cuando se habla de los compromisos que socialmente asume un medio de comunicación, se diferencian aquellos que surgen como voceros de una parcialidad ideológica, política, religiosa o de cualquier otra índole, de aquellos que pretenden interpretar los intereses del conglomerado nacional sin exclusiones tomadas a priori. Los medios suelen definir estas diferentes posturas en el momento de su aparición pública, al dar a conocer su política editorial, sus fines y sus objetivos.

En el primer caso, como voceros de una tendencia de cualquier signo, el medio es identificado por el receptor como tal y su responsabilidad social en la cobertura y en el tratamiento de la actualidad queda condicionada por su definición inicial. La llamada “información dirigida” es, a menudo, consustancial a sus procedimientos informativos, y su postura ideológica, po-

lítica, cultural o religiosa se hace más evidente en los contenidos opináticos.

Por el contrario, cuando el medio informativo asume como su razón de ser proporcionar información y orientación al público como una función social, en el marco de un sistema democrático, sin parcializaciones, el compromiso es entendido en el más amplio sentido del término, sin que ese compromiso implique la ausencia de diferencias en cuanto a los procedimientos técnicos en la elaboración y presentación de su contenido ni en la escogencia de grupos o estratos sociales específicos como su público receptor.

Estas precisiones se establecieron en el periodismo mundial a mediados del siglo XIX, cuando comienza a conformarse la actividad periodística como empresa y no, como era predominante hasta entonces, como vehículo ideológico. Al asumir su responsabilidad social y comprometerse a proporcionar la información periodística desde un punto de vista no tendencioso, la actividad periodística comienza a obtener prestigio y credibilidad sin precedentes.

Se desarrolla un cuerpo principista —la Doctrina de la Objetividad— que es todo un compromiso público amplio y de observancia obligatoria para ese tipo de empresa, además de establecer una rígida normativa para el proceso informativo propiamente tal. Se proclama la primera ley de la objetividad: “Los hechos son sagrados, la opinión es libre”, dando a entender que la información debe circunscribirse a los acontecimientos sin que intervenga en su elaboración y presentación ningún ingrediente valorístico, por parte del periodista o de la empresa, que pueda distorsionar la presentación de los hechos.

Se parte, además, del supuesto de que el periodista es capaz de percibir, procesar y transmitir los contenidos informativos obtenidos durante su trabajo como reportero con absoluta objetividad, sin interferencias subjetivas y sin limitaciones perceptivas. Por extensión, se otorga la misma capacidad a los profesionales que trabajan en la elaboración de la agenda informativa. Se separan, de esta forma, los contenidos noticiosos de los de opinión y se da garantías al público en cuanto a la autenticidad de lo narrado y sobre la cobertura no parcializada de la actualidad.

Estos recuentos, que a muchos parecerán extemporáneos, por conocidos y repetitivos, sólo se justifican como un recurso para comprender las contradicciones que hemos vivido y seguimos padeciendo. Porque lo que está sucediendo ahora con

nuestros medios sólo puede ser comprendido en el marco de su gestación histórica, comenzando por el anteriormente recordado compromiso de su función social y por la evolución que los grandes medios nacionales han tenido en los últimos cuarenta años.

En los años sesenta, el acuerdo para lograr la gobernabilidad del país que salía de una dictadura militar, y seguía viviendo bajo la amenaza de un golpe de Estado o de la insurrección izquierdista, dio nacimiento a un compromiso político que permitió esa gobernabilidad durante 40 años y los grandes medios acompañaron, al menos en los primeros años, a los partidos políticos en la defensa de ese acuerdo.

Si tuviéramos que sintetizar en un juicio el comportamiento de los medios masivos durante esa etapa habría que decir que aquella vocación primigenia de su función social fue poco a poco suplantada por otros fines, que se centraban sobre todo en un crecimiento empresarial sin precedentes, en una expansión de su poder de penetración y en la asimilación bastante rápida de las innovaciones tecnológicas.

Para alcanzar esas metas de consolidación financiera y de adecuación tecnológica, la industria comunicacional, tanto la impresa como audiovisual, requería de considerables inversiones, lo que fue posible gracias a la bonanza económica determinada por el boom petrolero en los años 70 y las subsiguientes ayudas de los gobiernos, a través de créditos blandos, o de dólares preferenciales, y debido al auge de la actividad publicitaria, tanto estatal como privada.

Si bien los grandes medios —el paradigma siempre ha sido *El Universal*— habían incorporado algunas normativas de la Doctrina de la Objetividad desde los años cincuenta, su plena vigencia, en los medios impresos y audiovisuales con la excepción de algunos semanarios de orientación política definida, su observancia se consolidó a partir de los años setenta.

De esta forma, en las primeras décadas de este período se instaura una forma de convivencia, más o menos armónica, entre el poder político y los medios, con un periodismo más bien tolerante, que evita los enfrentamientos.

Una investigación sobre los contenidos de los medios de esa etapa de la era democrática demostraría, sin duda, que en la mayoría de los casos —porque siempre hay excepciones— ese fue el comportamiento de la prensa, de la radiodifusión y de la televisión. Pero lo más evidente, y lo más fá-

cil de comprobar, en cuanto a la implantación de esas posturas no comprometedoras, es la desaparición de los editoriales.

Mientras se vivía en un aparente estado de paz y concordia entre los diferentes sectores de poder —financiero, económico, político, social y comunicacional— y Venezuela era considerada como el paradigma del sistema democrático, con pleno ejercicio de las libertades públicas, en el interior de las dirigencias políticas y de los grupos de presión tuvo lugar un lento pero persistente proceso de descomposición, expresado sobre todo en la creciente corrupción política y financiera, junto con la pauperización de amplios sectores populares y de la clase media.

Ante estos procesos, solapados la mayoría de las veces, algunos periodistas y políticos de la oposición hicieron, desde 1974, tibios intentos por promover denuncias al respecto y se trató de reforzar un periodismo investigativo con muy escasa receptividad en los medios y con profunda desconfianza en los sectores del poder.

Las presiones oficiales sobre los medios y los periodistas, siempre presentes en alguna medida, se hicieron más fuertes y evidentes durante el gobierno de Jaime Lusinchi. A juicio de Eleazar Díaz Rangel, durante ese período las restricciones a la libertad de informar fueron las más graves que haya habido en Venezuela desde la época de Pérez Jiménez.

Las manifestaciones más visibles de los múltiples problemas que se fueron gestando al interior del cuerpo social y político fueron el estallido popular del 27 de febrero de 1989 y la crisis del sistema bancario. Por su parte, los dos intentos de golpe de Estado, el de 4 de febrero y el 27 de noviembre de 1992, pusieron de relieve la fragilidad del sistema imperante.

Es sólo después de los acontecimientos del 27 de febrero cuando los medios inician una campaña de alerta sobre lo que estaba ocurriendo en relación con los hechos de corrupción, poniendo énfasis, casi exclusivamente, en los componente políticos que habrían gestando la crisis.

Fue el momento en que se modificaron los procedimientos informativos y los contenidos opináticos volvieron a tener preeminencia, mediante la inclusión en sus páginas de colaboraciones de fuerte contenido crítico hacia los gobiernos anteriores, pero sobre todo contra los partidos políticos en general. Poco después, casi todos los diarios volvieron a editorializar.

Pero los medios, y muchos periodistas, tomaron por realidad lo que fue una percepción epidérmica de los hechos, al con-

fundir el rechazo de la opinión pública hacia los gobiernos y las cúpulas de los partidos que sucesivamente habían gobernado y propiciado o tolerado los hechos de la llamada “corrupción global” con un supuesto desinterés de todos los estratos sociales hacia el discurso y la praxis política.

Para desarrollar la campaña antipartidos se recurrió a varios procedimientos periodísticos y extra periodísticos. Sobre todo fue notoria la persistente utilización de encuestas, de sondeos algunas veces realizados por las encuestadoras, otras mediante el procedimiento de la encuesta periodística que, como se sabe, es una de las formas más expeditas para la práctica de la información dirigida.

Fue tal el énfasis de las informaciones, de los artículos de opinión y de los editoriales, tal el empeño por destruir a los partidos políticos existentes que esa falta de síntesis parecía llevar a los medios al extremo de pretender asumir el liderazgo político que, en una democracia representativa, corresponde a las organizaciones políticas como canales de participación y expresión ciudadanas, justamente aquello que Walter Lippmann considera como la negación del papel social de los medios que se perciben como independientes, es decir, de aquellos que no son voceros ideológicos de ninguna tendencia política.

Porque, una cosa es denunciar la manipulación que los dirigentes políticos realizaban a través del consenso de las cúpulas partidistas y otra, muy distinta, la de proclamar la invalidación del sistema de partidos políticos como forma organizativa que permite el funcionamiento del sistema democrático y la alternabilidad en el poder de las tendencias ideológicas.

En el editorial del 27 de junio de 2000, Día del Periodista, el diario *El Nacional*, uno de los abanderados de aquella campaña, reconoce la equivocación de los medios en aquellos años de descreimiento y de la negatividad, que eran los signos más visibles de los contenidos periodísticos: “Cuando se creía —se lee en ese editorial— que el discurso político ya no interesaba a la mayoría porque estaba agotado y era despreciado por la audiencia, sucedió lo contrario”.

¿Cómo pudo darse una equivocación de esas dimensiones por parte de los medios que, es de suponer, tienen la posibilidad y el deber de auscultar las tendencias que subyacen en el interior de la sociedad donde actúan? Tienen, además, la responsabilidad, que cada uno de los poderosos medios asume públicamente, de preservar el funcionamiento del sistema democrático.

En aquellos años iniciales de la década de los noventa, “el desprecio”, como dice ese editorial, por todo aquello que tenía relación con la actividad o la reflexión políticas estaba visible en las intenciones de los medios. Se estimulaba así la creación de una actitud nihilista sobre todo en las generaciones jóvenes. Era crear el desierto, campo propicio para aventuras y aventureros.

En ese editorial de *El Nacional*, se pretende sibilínamente atribuir a los periodistas un grado de responsabilidad mayor de lo que les corresponde en las campañas antipartidos, sin que eso quiera decir que estén libres de toda desviación en el tratamiento de la información en aquel período. Pero, más allá de lo que han hecho o puedan hacer los periodistas, hay una constante que cualquier estudiante de los primeros años en las escuelas de Comunicación Social sabe: no es posible realizar ninguna campaña periodística sin la anuencia de los dueños del respectivo medio.

Los propietarios de los medios de comunicación social han tenido sobrados motivos durante los cuarenta años anteriores para denunciar a las cúpulas de los partidos que gobernaron. Sin embargo, su actitud en la mayoría de los casos fue más que cauta, timorata, con pasiva aceptación de las presiones, del chantaje. Mientras la bonanza financiera del país les permitía su consolidación empresarial y su actualización tecnológica, los grandes medios permanecieron en un discreto bajo perfil.

Durante esos años, sobre todo a partir de la década de los 80, los estratos sociales medios y los sectores populares iban cayendo en la anomia, solo explicable por la ausencia de un liderazgo político y, también, por la inhibición crítica de los medios y de los periodistas.

Pero las perspectivas de cambios que presagiaban el estallido popular del 27 de febrero y los dos intentos de golpe, abrían también para los grupos vinculados a las empresas periodísticas la posibilidad de alcanzar posiciones políticas relevantes, ya sea en forma personal o como grupos de presión, siempre vinculados a otros sectores de poder financiero y económico. Se registran entonces algunos intentos por parte de los poseedores de los medios por alcanzar una cuota de poder político en forma directa o a través de personas vinculadas a sus empresas. Por otra parte, estimularon la formación de agrupaciones sociales de nuevo cuño que, se supone, deberían asumir el rol de los cuasi desaparecidos partidos políticos.

Ahora es posible afirmar que, con el triunfo de Hugo Chávez, comenzó a ha-

cerse visible la hoy dramática escisión en la convivencia societaria del país. Había comenzado a tomar presencia activa “la otra episteme”, ese otro mundo de vida, que tímidamente había asomado su rostro en la folklórica figura de Juan Bimba, que Acción Democrática olvidó cuando hizo suyo el modelo modernizador de la burguesía. Incentivados más por el discurso chavista que por la acción del nuevo gobierno, “los marginados” se hicieron visibles como presencia activa en las urnas y en las plazas públicas.

Los paradigmas que la democracia representativa había impuesto y sacralizado en años anteriores perdieron vigencia, gracias, en buena parte, al trabajo de zapa de los medios de comunicación. Si bien no se debe exagerar la capacidad de la comunicación social para influir en el comportamiento de amplios sectores sociales (sería suficiente con preguntarse por qué sus mensajes no lograron convencer a los sectores populares), no cabe duda de que los medios contribuyeron en buena medida a producir la actual fractura de la sociedad venezolana. Sus efectos más notorios y más consistentes se dieron en la clase media venezolana, que en gran parte había apoyado y votado por el proyecto de Hugo Chávez. Los mensajes de los medios hallaron allí un campo abonado donde lograron sus objetivos.

En la misma proporción en que Hugo Chávez, al privilegiar en sus discursos —repetimos— más que en sus decisiones como gobernante, el preterido componente social de los “excluidos”, la mayoría de nuestra clase media deja de sentirse identificada con los mensajes provenientes del oficialismo. Porque el discurso de Chávez —en sus formas, contenidos, léxico, referencias vivenciales y en los valores que refleja y defiende— tiene su referente directo en los contenidos de las culturas populares.

Poco después, la clase media comenzó a sentirse amenazada en sus privilegios sociales, siempre inestables y escasos, pero con larga historia de lenta superación y con expectativas nunca perdidas de alcanzar una ubicación social, económica y cultural que la aproximara a los sectores hegemónicos. El espectro de un proceso social que la arrinconaría porque los “excluidos” amenazaban con reclamar sus derechos, en detrimento de los muy endeble privilegios de la clase media, fue hábilmente difundido por los medios de comunicación.

Los componentes culturales de ese proceso han sido fundamentales en el cambio de posición de la clase media. Aunque lejos de pertenecer al sector hege-

mónico desde el punto de vista económico y social, sus miembros se sienten partícipes, por sus orígenes, por su formación profesional y hasta por su impronta estética, de una cultura que consideran superior, y hoy ven con temor la posibilidad de que “la otra epísteme” llegue a tener preeminencia en el contexto nacional.

Gracias a las campañas comunicacionales, en los cuales no faltaron referencias de corte racista o las incitaciones políticas sobre el peligro de “cubanización” del proceso venezolano, la clase media hizo suyos los intereses del sector hegemónico nacional y transnacional. Muchos de sus miembros parecen haber comprendido, después del frustrado golpe del 11 de abril, que simplemente fueron utilizados.

EL PROTAGONISMO PERIODÍSTICO

El movimiento aluvional surgido en torno a la figura de Hugo Chávez polarizó también a los periodistas y a los medios. Durante las campañas electorales varios periodistas pasaron a ocupar posiciones protagónicas en ambos extremos del espectro político. En algunos casos, y gracias a su figuración en los medios, se transformaron en líderes políticos y hoy ocupan posiciones relevantes.

Ese proceso de reacomodo societario y político también afectó el trabajo de los periodistas. En un sentido general, el poder que en ciertas condiciones particulares alcanzan los comunicadores sociales como partícipes en los acontecimientos políticos proviene de una función nominal, que no es inherente a ellos como periodistas, por cuanto, en gran medida, son sólo expresión del poder que está detrás de ese protagonismo, es decir, el poder del medio para el cual trabajan. Sólo en muy pocos casos esa representatividad que se abrogan como comunicadores puede consolidarse si se dan las circunstancias sociales de excepción en las cuales no sólo participan como herramientas del poder sino que llegan a ser un poder por sí mismos.

Es procedente hacer aquí una analogía entre la función que normalmente cumplen los intelectuales en una sociedad y la de los periodistas. Según el crítico norteamericano Eduard Said, el intelectual es aquel que habla por un grupo, en su nombre, frente al poder (o con el poder, agregaríamos nosotros). Ese ha sido el papel cumplido por los escritores y pensadores en Latinoamérica desde los albores de la gesta independentista.

“

**El peligro de “embriagarse”
por ese supuesto poder y,
por ende, perder la sindéresis,
acecha siempre a los periodistas
cuando deben actuar
profesionalmente en medio
de acontecimientos que se suceden
vertiginosamente y que desatan
un alto grado de pugnacidad
entre los sectores sociales,
enfrentados en la defensa
de sus disímiles intereses**

”

Antonio Gramsci, a su vez, otorga a los intelectuales un papel preponderante en los procesos de cambio, o de perpetuación del status quo según el caso, señalando que asumen un liderazgo de connotaciones especiales al proyectar hacia la sociedad ideas que, una vez diseminadas, guían la acción, o inducen a la inercia, de las masas. Su elaboración del concepto de “intelectual orgánico”, en el primer caso y el de intelectual tradicional en el segundo, se puede hacer extensivo, en ciertas condiciones de trabajo, también a los periodistas. En Venezuela, cada uno de los procesos socio-políticos de trascendencia, cualquiera que haya sido su color ideológico, siempre ha contado con la palabra y la orientación de intelectuales, muchos de ellos periodistas.

El escritor Angel Rama afirma, refiriéndose a los intelectuales, que “no sólo sirven a un poder, sino que también son dueños de un poder”. Es el poder de la palabra, también herramienta principal de los comunicadores sociales. Ese poder, o la sensación de tenerlo, dice Rama, puede “incluso embriagarlos hasta hacerles perder de vista que su eficiencia, su realización, solo se alcanza si los respalda, da fuerza e impone, el centro del poder real de la sociedad”. (*La ciudad letrada*, pág. 75)

Para el caso de los periodistas, ese poder real, en primer término, es el medio de comunicación social para el cual trabajan, aquel que les da la posibilidad de ejercer el poder de la palabra. El medio, a su vez, se engarza en la maraña, no siempre visible, de negociaciones e intereses de orden no sólo político sino, y tal vez fundamentalmente, económico, social, financiero y de parentesco, compromisos que en pocas ocasiones los periodistas pueden percibir y calibrar con claridad.

El peligro de “embriagarse” por ese supuesto poder y, por ende, perder la sindéresis, acecha siempre a los periodistas cuando deben actuar profesionalmente en medio de acontecimientos que se suceden vertiginosamente y que desatan un alto grado de pugnacidad entre los sectores sociales, enfrentados en la defensa de sus disímiles intereses. Es normal que también los periodistas, como individuos, asuman con pasión la defensa de lo que consideran como sus propios intereses o la defensa de ciertos valores que juzgan socialmente importantes.

Pero el sentido de su función social, si realmente conciben como tal el ejercicio de la profesión, debe prevalecer en el momento de actuar como comunicadores. El extravío suele aparecer con frecuencia, sobre todo si, además, son inducidos por los dueños de los medios y por una parte de la audiencia a asumir una posición orientada en un sentido determinado.

Esto fue lo que se registró en los espacios informativos y de opinión en la mayoría de nuestros medios a partir de los años noventa, pero sobre todo durante las campañas electorales. Ese práctica del periodismo llegó en los últimos meses a extremos inconcebibles en términos de abandonar casi por completo su función social —la de proporcionar información imparcial a su audiencia sobre los acontecimientos políticos y sociales— hasta desembocar, en los días de los enfrentamientos de abril, en la negación total de su razón de ser: los medios, al inhibirse a cumplir con su misión informativa, se han negado a sí mismos.

Los comunicadores sociales, como afirma el investigador peruano Carlos Soria, en el desarrollo de sus funciones como intermediarios entre la fuente y el receptor, se encuentran en una situación privilegiada y próximos a la arrogancia política y social. De allí que, sin una permanente vigilancia sobre sus propias mediaciones en el contexto social, es muy fácil que la arrogancia asome sus nefasto rostro o que el comunicador social termine por embria-

garse, maniatado por la sensación de ser el poseedor de un poder casi omnímodo.

El derecho a la libertad de expresión ha pasado a ser uno de los ejes principales del sistema democrático y es uno de los baremos que se utilizan para medir el grado de las libertades públicas en una sociedad. De allí se deriva el concepto del derecho a la información porque en la sociedad democrática no basta con la libertad de expresión sino que es necesario, para lograr una verdadera ciudadanía, que cada uno de sus miembros disponga de la información que requiere. Un concepto más avanzado es el que asimila el derecho a la información a los derechos humanos que, con relación a los periodistas y a los medios, se complementa con el concepto del *deber de informar*, pues sin esa obligatoriedad y su cumplimiento, el derecho del ciudadano a la información puede transformarse en letra muerta, aún cuando tenga la fuerza de un mandato constitucional.

En la ya larga historia de los medios, la lucha por la libertad de expresión, la libertad de imprenta, como se decía anteriormente, y el derecho a la información ha tenido un enfoque centrado en los enfrentamientos de los medios con los poderes estatales y sociales —gobiernos, parlamentos, iglesia— que, mediante decretos o actos represivos, trataban de limitar, controlar o prohibir el libre ejercicio del periodismo. Pero una vez que se consolidan las democracias modernas y se resguarda la libertad de expresión constitucionalmente, los medios periodísticos comenzaron a percibir ese concepto y el del derecho a la información en términos de su exclusiva incumbencia.

Citaremos otra vez a Soria, quien sostiene que ese derecho es de los ciudadanos en general y que muchas veces ese derecho ha sido percibido en forma restringida como el derecho de los periodistas y de los medios a acceder a las fuentes y a publicar las informaciones que estimen necesarias.

Nadie puede negar que es imprescindible disponer de ese acceso a las fuentes para poder realizar la secuencia informativa. Pero el derecho a la información nos pertenece a todos. Debido al régimen de propiedad de los medios y a las características del proceso informativo, ese derecho ha sido delegado en las empresas informativas y en los periodistas. Por eso, afirma Soria, ese derecho a la información debe transformarse, en lo que atañe las empresas y a los periodistas, en el deber profesional de informar. (Revista *Diálogos*, N° 38, 1994)

La Constitución venezolana aprobada en 1999, en su artículo 58, garantiza el de-

“

Por otro lado, y en razón de su compromiso con los valores de una sociedad democrática, los medios deberían reflejar, en la escogencia de sus colaboradores para los espacios de opinión, la pluralidad ideológica y política existente en el país

”

recho de obtener una “información oportuna, veraz e imparcial”, y le otorga al ciudadano el derecho de réplica y rectificación cuando se vea afectado directamente por “informaciones inexactas o agraviantes”.

Si bien por parte de las empresas del sector comunicacional, el mandato constitucional de réplica y rectificación fue combatido con ahínco, argumentando más los costos que les iba a ocasionar que causas doctrinales, la normativa de “veracidad” ha tenido diferentes enfoques y poca claridad. No es para menos. Es uno de los aspectos más complejos en la teorización sobre el periodismo porque no siempre resulta fácil dilucidar su alcance desde el punto de vista conceptual. Tal como está redactada en la Constitución bolivariana, el mandato de ser “veraz” se refiere a la “información” y es fácil suponer que se le exige, a la información, no al periodista, ser veraz, es decir, contener la verdad de los hechos o de las opiniones.

Pero para la filosofía, el término *veracidad* “es una especie de correspondencia entre lo que se dice con quien lo dice” (Ferrerer Mora). Niccola Ababagnano, a su vez, afirma que “.. se entiende por veracidad la sinceridad, que es una cualidad, no del discurso pero sí de la persona cuyos discursos son habitualmente veraces”.

Hay que tener presente que el periodismo informativo y muchas veces hasta la opinión periodística, es siempre el discurso sobre un discurso ajeno. Es imposible que el periodista llegue a descubrir la verdad de los hechos en la mayoría de las situaciones. Entre el hecho y la información media una serie compleja de intermediaciones comenzando por la fuente, casi siempre tendenciosa, por las limitaciones perceptivas, cognitivas, emotivas y expresivas del periodista, por las características tecnológicas del medio, y terminando por los condicionamientos que impone la empresa periodística.

En realidad, creemos que la exigencia de la veracidad debería estar referida al periodista y al medio de comunicación, en el sentido de que el profesional de la información debe ser fiel —dentro de las limitaciones perceptivas y cognitivas antes señaladas— a los contenidos proporcionados por la fuente, a lo visto, oído y percibido por el reportero, a jerarquizar su información acorde con los valores sociales de la noticia, en pocas palabras, a no ocultar, no tergiversar, no mentir. Ser imparcial. Ni siquiera es pertinente exigirle “objetividad”, viejo problema conceptual ya superado en la teoría sobre el periodismo.

En cuanto a los medios, esa exigencia de veracidad se refiere esencialmente a su obligación de respetar lo producido por el reportero, a conformar la agenda informativa en función de los contenidos socialmente relevantes de las informaciones, a la cobertura no sesgada de la actualidad, a la jerarquización de las informaciones en función de su trascendencia social. Por otro lado, y en razón de su compromiso con los valores de una sociedad democrática, los medios deberían reflejar, en la escogencia de sus colaboradores para los espacios de opinión, la pluralidad ideológica y política existente en el país. En cambio, les asiste pleno derecho —como derecho de la libertad de expresión— a manifestar sus puntos de vista en los espacios reservados a tal fin: en los editoriales, manchetras, caricaturas o cualquier otro género del periodismo de opinión.

En consecuencia, el mandato de la veracidad informativa, tal como figura en las legislaciones de varios países y no solo de Venezuela, creo que debería entenderse, explicarse y aplicarse en ese sentido, conjuntamente con *el deber de informar* por parte de los periodistas y de los medios, como la condición indispensable para que pueda cumplirse *el derecho a la información* que señala la Constitución.

En ese contexto habría que considerar también la existencia de los medios del sector oficial. Aunque pocos y de escaso alcance, son a menudo el objeto de críticas por parte del sector privado de los medios y de los estudiosos de la comunicación social. La existencia de ese grupo de medios es un problema de vieja data porque en todos los regímenes —democráticos o no— han sido utilizados con fines propagandísticos. Los esfuerzos de un grupo de investigadores y docentes de la comunicación, agrupados en el Comité por una Radiodifusión de Servicio Público, en lograr que los mismos sean declarados como medios de “servicio público” y, por lo tanto, sustraídos del dominio exclusivo del Ejecutivo y administrados por grupos representativos de los distintos sectores de la sociedad, han resultado vanos.

Por otro lado, durante estos últimos tres años se dio un fenómeno no registrado en los anteriores gobiernos de la democracia: las frecuentes, prolongadas e intempestivas intervenciones del presidente Chávez, y de otros altos personeros del ejecutivo, a través de las cadenas de las emisoras radiales y de televisión. Ha sido una costumbre que los mandatarios se dirijan a la Nación a través de la totalidad de los medios radiotelevisivos nacionales en ocasiones especiales. Son célebres las charlas a través de la red de las radioemisoras estadounidenses de Theodore Roosevelt o los discursos, también a través de la cadena radial, de Eleazar López Contreiras, “El Ronquito de Queniquea” como lo llamaron a partir de entonces. En aquel año, 1936, por primera vez el pueblo de Venezuela pudo oír la voz de un presidente.

El presidente Chávez también ha hecho uso de ese poderoso medio de comunicación. Pero, dada la peculiar manera comunicacional del Presidente, esos programas carecían de la formalidad de los anteriores presidentes y su duración se prolongaba más allá de lo que se podría justificar desde el punto de vista de su contenido.

Fue uno de los puntos más sensibles en el inicio de los enfrentamientos entre el ejecutivo y los dueños de los medios radiotelevisivos. El horario, generalmente el de mayor sintonía, trastocaba su programación habitual y los anunciantes amenazaban con no cancelar a los medios el valor del espacio contratado. Las pérdidas podrían llegar a ser cuantiosas.

Por su parte, los receptores, pertenecientes sobre todo a los estratos medios y altos, reclamaban, con razón, su derecho a escoger los programas de su preferencia, a rechazar la imposición oficial de un único

contenido de corte propagandístico y comenzaron a manifestar su repudio hacia las “cadenas” mediante el expedito y sonoro recurso de los “cacerolazos”. Aficionados al golpeteo de las ollas, muchos de ellos recurrían a ese expediente también durante el programa “Aló, Presidente”, que se transmite a través de los medios públicos y de algunas radios y televisoras que voluntariamente se suman a esa cadena.

Una vez comenzado el enfrentamiento con los medios y sin disponer de recursos propios efectivos para desmentir las tergiversaciones que llenaban los espacios de los grandes medios, el Presidente asumió, él solo, la tarea de defenderse y defender su gestión. Muy pronto, la audiencia se fue saturando y, por lo menos en los estratos medios, se produjo el efecto contrario al buscado.

Sus alocuciones, en las cuales señalaba a los grandes medios, a sus dueños y a algunos periodistas como manipuladores de las informaciones y propiciadores de la insurgencia, fue aprovechado por los dueños de los medios privados para acusar al Gobierno ante las instancias internacionales de atentar contra la libertad de expresión. De poco sirvió demostrar que durante el Gobierno de Chávez, no había ni un periodista preso ni un medio clausurado. La imposición de las cadenas fue percibida por un sector de la audiencia y por los organismos internacionales como un acto contra la libertad de expresión

¿Qué influencia tuvieron esos hechos en las confrontaciones vividas en abril? Sin duda, factores de mayor peso —políticos, económicos, petroleros, sociales, internacionales— determinaron la gestación de las sucesivas marchas de la oposición y del golpe de Estado. Pero el descontento provocado por las cadenas, descontento que fue magnificado por los medios privados, contribuyó a la creación de una matriz de opinión, más emotiva que racional, que se expresó en un vasto movimiento de clara y activa oposición al Presidente.

Desde el punto de vista del uso social de los medios de comunicación social tanto la existencia de medios pertenecientes al poder ejecutivo como el recurso de las cadenas obligatorias amerita un serio análisis y una urgente reglamentación en ambos casos. Porque el vacío existente en materia legislativa al respecto hace inviable una condena a priori en ambos casos. Ni el Presidente Chávez ni los funcionarios y periodistas de Radio Nacional y de la VTV Canal 8 incurrieron, en el estricto sentido del término, en la violación de normativa legal alguna, pues ésta no exis-

te, aún cuando los últimos hayan podido realizar una información dirigida a favor del gobierno o el Presidente haya cometido el craso error político y comunicacional de atentar contra la libertad de expresión al impedir la decisión soberana de los receptores de escoger el programa de su preferencia.

VÍCTIMAS O VICTIMARIOS

Nunca ha sido fácil dilucidar el grado de responsabilidad que le corresponde a los periodistas y cuánto a los medios por lo que se hace o se deja de hacer en la oferta informativa y de opinión. Así sucede también en la reciente problemática relacionada con el comportamiento de los medios privados. En algunos casos, sobre todo de las televisoras y radiodifusoras, hay programas conducidos por periodistas en los cuales es difícil establecer si se trata de espacios independientes, en que el periodista tiene un alto grado de autonomía o bien está sujeto, como en los programas informativos, a las imposiciones de la empresa.

Cualesquiera que sean las relaciones laborales en esos casos, lo cierto es que, durante los últimos meses, esos periodistas permitieron que su función informativa y de opinión fuese suplantada por un evidente objetivo propagandístico. En situaciones menos agresivas, se recurrió al expediente de la información dirigida, al ocultar, tergiversar, manipular las informaciones y las opiniones de las fuentes informativas.

En muchos casos, los medios y algunos periodistas dejaron de cumplir con su misión de comunicadores para transformarse en voceros de determinada parcialidad política, con rasgos de verdaderos agitadores. Ya su objetivo no era informar, ni siquiera orientar. A veces se ha llegado a extremos de una evidente manipulación de la voluntad y de las conciencias, ignorando hasta las más elementales normas de respeto hacia la sensibilidad y el raciocinio del receptor.

Los espacios informativos propiamente tales fueron elaborados —casi en su totalidad en los principales medios— según un esquema preconcebido para producir determinados efectos en el público. El propósito de influir en el comportamiento político de los receptores y alcanzar el máximo efecto posible indujo a los medios del sector audiovisual, a constituir estructuras monopólicas, al establecer “cadenas” que transmitían un solo contenido periodístico, violando de esta forma uno de los pre-

ceptos básicos de la comunicación social en una democracia: el principio de la pluralidad informativa.

De esta forma se generó uno de los efectos más evidentes: la desinformación que durante meses ha predominado en la oferta informativa de esos medios y que llegó a los más increíbles extremos en las primeras semanas del mes de abril. Pero la consecuencia más nefasta de esos hechos, y debido a la sucesiva repetición de cierto tipo de noticias –verídicas o inventadas, pero siempre tendenciosas– y al excesivo énfasis con que procedían hasta los locutores de los noticieros, fue la conformación de un estado de alteración emotiva, de confusión mental, de incertidumbre que se iba apoderando del público. Según algunos profesionales de la psiquiatría, tales procedimientos mediáticos rozaban el umbral de un atentado a la salud mental de los venezolanos.

Y por último, el silencio. En los momentos más tensos, confusos y peligrosos de los acontecimientos del 13 de abril, los grandes medios optaron por un total y absoluto mutismo informativo, dejando a la ciudadanía indefensa, hasta en los términos de la más elemental seguridad personal. La historia del periodismo contemporáneo, aquí y en otras partes del mundo, no registra un caso tan evidente de transgresión de normas básicas de su deber social de informar.

Durante todo el enfrentamiento político, los periodistas han sido, al mismo tiempo, víctimas y victimarios. Victimarios porque algunos, los menos, han contribuido a que aquella fractura estructural de la sociedad venezolana de la cual habla Moreno Olmedo se hiciera trágicamente presente en los sucesos de abril.

Los más, la pléyade de reporteros, fotógrafos, redactores que escogieron esta profesión con entusiasmo y convicción de que su labor tenía un sentido de trascendencia social, se vieron sumergidos en situaciones que a menudo violentaban sus convicciones respecto a los fines y los procedimientos de su profesión. Aun siendo inocentes, muchos sintieron el reclamo indiscriminado de aquel sector del público que se sentía agredido por la acción de los medios y de algunos periodistas. Pero lo más terrible ha sido la experiencia que significa arriesgar su propia vida o presenciar como el compañero que hacía sólo un minuto estaba allí a nuestro lado muere acribillado por no se sabe qué causa ni qué manos criminales.

Y hasta me atrevo a afirmar que también aquellos periodistas, que muchos

juzgan como los propiciadores de nuestra actual tragedia, son víctimas. Víctimas de la manipulación, posiblemente no tanto en sus convicciones ideológicas o políticas, pero sí de su conciencia y deber profesionales, de la pérdida de sindéresis que exige esta profesión en cada momento de su actuar, pero mucho más cuando en momentos de confrontación se juega el destino de su pueblo, cuando la escogencia es entre la dictadura y la democracia, entre la paz y la guerra civil.

Tal vez llame la atención la ausencia en este texto de toda referencia a la ética y a las normas deontológicas que rigen el ejercicio de la profesión del periodista. No sería difícil establecer, Constitución y Normas éticas del CNP en mano, la cantidad de artículos y mandatos constitucionales violados durante estos últimos meses.

Pero la apelación a la normativa deontológica de una comunidad solo tiene sentido cuando esos valores morales son, en principio, compartidos por todos y cada uno sus miembros. Y cuando las instituciones encargadas de vigilar su observancia mantienen la suficiente independencia y, por tanto, su autoridad moral, para exigir que esas normas funcionan debidamente. Nada de eso ocurre actualmente.

Esperanza Guisán afirma, en su libro *Introducción a la ética*, que muchos de los términos que forman parte de la ciencia de la moral y de la ética normativa son ambiguos y polivalentes. De allí la posibilidad de interpretaciones divergentes sobre un mismo asunto y de justificar con razones aparentemente válidas actitudes contrapuestas. Estas interpretaciones divergentes son posibles debido a que las normas éticas “tienen fundamentalmente relación con la conciencia del individuo” y “son un concepto esencialmente subjetivo. De allí que la garantía de su vigencia no radique en la posibilidad de coerción externa sino sobre todo en el íntimo convencimiento de su necesidad”. (M.T. Herrán y J.D. Restrepo, *Ética para periodistas*, 1991 pág. 272)

J. Stuart Mill afirma, en su obra *Sobre la Libertad*, que en última instancia la moral imperante puede ser la moral de la clase dominante. Aunque muchos periodistas no estén consciente de ello, tal vez fue esa la moral que libremente escogieron. También aquí volvemos a encontrar los condicionamientos que surgen de nuestra propia episteme.

Por esa razón, hemos querido dar un enfoque más bien pragmático a este análisis de los problemas comunicacionales, insistiendo en los compromisos sociales

de carácter netamente profesional que asumen, a priori, tanto los periodistas como los medios.

Nos encontramos ante un deslinde que nos exige reflexionar sobre lo que nos ha sucedido como comunicadores y como ciudadanos. Siempre es posible apelar a una confluencia de posiciones parcialmente divergentes, pero que nos permitan alcanzar algún grado de coincidencia, aunque sea solamente en los términos de una revisión de nuestro ejercicio profesional. Desarrollar, por ejemplo, un diálogo partiendo del convencimiento de que no hay una sola verdad. Porque, como lo dijo una vez Edgardo Lander, cuando los conceptos se convierten en una lápida solo sirven para ocultar nuestra ignorancia.

Para alcanzar ese nivel de tolerancia, habrá la necesidad de trascender los condicionamientos que heredamos de nuestra cultura para poder entender *al otro*, reconocer que no sólo tiene derecho de existir como ciudadano, sino que también le asiste la razón cuando su presencia se hace visible y actuante, aun cuando tal hecho contradiga nuestros propios intereses y valores.

El escepticismo, que a menudo aparece cuando se plantea esa posibilidad, disminuye cuando pensamos en otras situaciones parecidas o más graves aún. Nuestros dos mundos de vida, separados por sus disímiles desarrollos sociales y culturales, parecen próximos y coincidentes en muchos aspectos cuando los comparamos, por ejemplo, con el caso de Sudáfrica, donde sus dos mundos de vida sólo tenían divergencias y una secular relación conflictiva: por un lado, los blancos, hegemónicos herederos de la modernidad europea; por el otro, el mundo de las paupérrimas etnias negras. Sin embargo, cuando predominó la decisión de respetar las principales normas del sistema democrático, –el gobierno de las mayorías, la igualdad de todos ante la ley, el reconocimiento de los derechos *del otro*– fue posible conformar una sociedad democrática y una convivencia pacífica.

■ **Olga Dragnic**
Profesora de la Universidad
Central de Venezuela

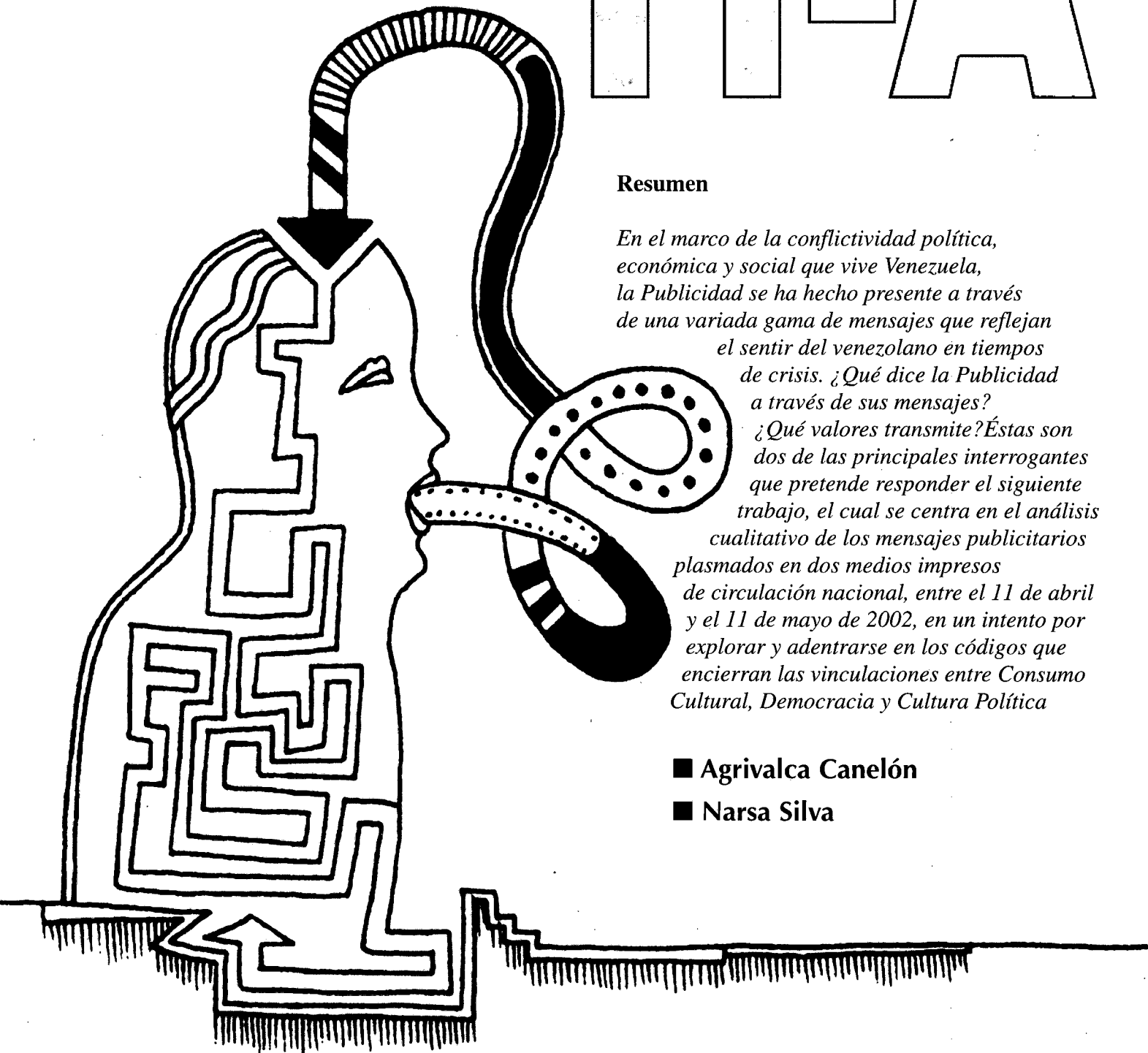
11-A

Resumen

En el marco de la conflictividad política, económica y social que vive Venezuela, la Publicidad se ha hecho presente a través de una variada gama de mensajes que reflejan el sentir del venezolano en tiempos de crisis. ¿Qué dice la Publicidad a través de sus mensajes? ¿Qué valores transmite? Éstas son dos de las principales interrogantes que pretende responder el siguiente trabajo, el cual se centra en el análisis cualitativo de los mensajes publicitarios plasmados en dos medios impresos de circulación nacional, entre el 11 de abril y el 11 de mayo de 2002, en un intento por explorar y adentrarse en los códigos que encierran las vinculaciones entre Consumo Cultural, Democracia y Cultura Política

■ Agrivalca Canelón

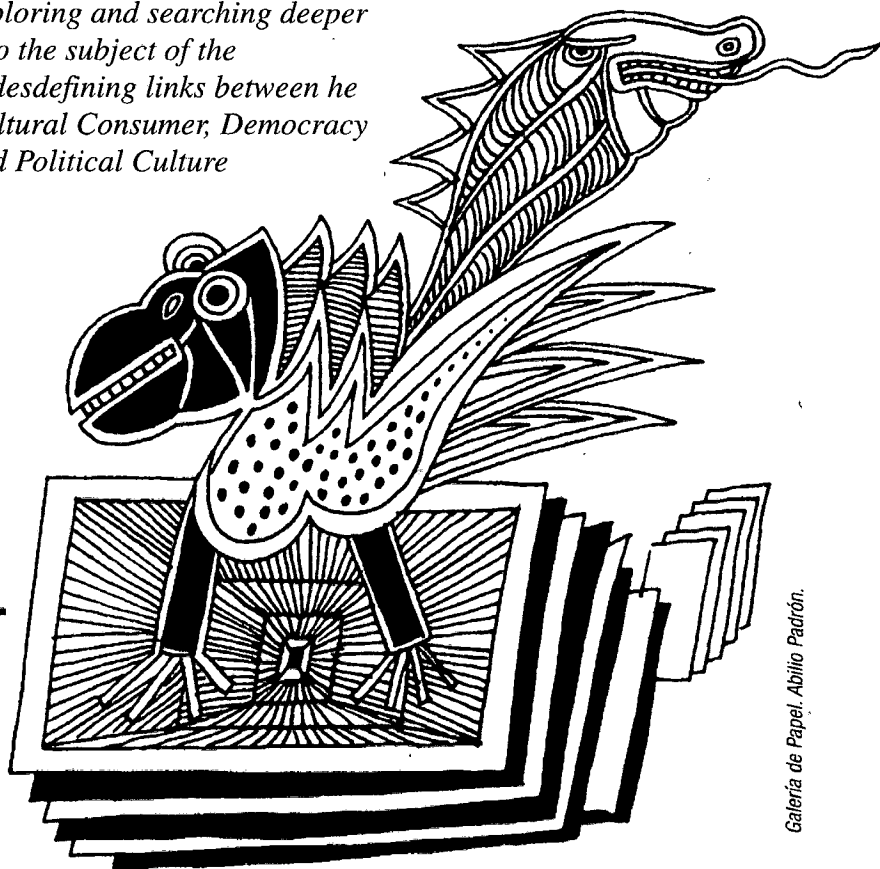
■ Narsa Silva



La expresión publicitaria de un suceso político

Abstract

In the scenario of political, as well as, economic and social conflict that Venezuela is living at this time, advertising has been present in a manner of varied messages reflecting the feelings of the Venezuelans in a time of crisis. What does the advertising say through their messages? what values do they transmit? These are two of the main questions, this work pretends to answer, which is centered on the qualitative analysis of the advertising messages in the printed media of national coverage, through April 11 and May 11, 2002, with the intention exploring and searching deeper into the subject of the codesdefining links between the Cultural Consumer, Democracy and Political Culture



Galería de Papel. Abilio Padrón.

Antes de abordar el punto central de nuestro trabajo: el análisis cualitativo de los mensajes publicitarios publicados en dos medios impresos nacionales: *El Universal* y *Últimas Noticias*, entre el 11 de abril y el 11 de mayo, resulta pertinente hacer un balance *grosso modo* del panorama político, económico y social, previo y posterior, a los sucesos ocurridos (11-14 de abril), que permitan esbozar un sucinto análisis sobre qué pasó en la sociedad venezolana, dónde nos encontramos ahora, y cómo la publicidad ha respondido a esta coyuntura a través de diferentes *slogans* y mensajes que convocan a la reconciliación, la rectificación, el diálogo, la confianza y la solidaridad.

Es innegable que de la mano de una profunda crisis política, económica y social, los venezolanos hemos asistido a dos fenómenos muy particulares: el primero, el 'despertar de la sociedad'. Las marchas multitudinarias en los últimos seis meses constituyen un acontecimiento sin precedentes en los 44 años de vida democrática del país.

"Nuestra Sociedad Civil está despertando y está dando sus primeros pasos para ir madurando su rol dentro de nuestro sistema democrático, pero más importante que los logros, es ese despertar paralelo del ciudadano que está ávido de participar, manifestar, de informarse, ese ciudadano que hasta entonces permanecía en la regla del mínimo esfuerzo."¹

El segundo fenómeno es la conformación de los llamados "Círculos Bolivarianos", ampliamente cuestionados por diferentes actores políticos y sociales. En este sentido, vale la pena destacar el planteamiento de la politóloga Yelitza Rodríguez sobre el tema: "Los Círculos Bolivarianos no armados son sociedad política, no Sociedad Civil, pues son parte importante del trabajo de masas de los Partidos en el Gobierno, pues en sus propios estatutos la relación de subordinación al proyecto ideológico del Presidente Chávez está claramente visible [...] Sobre la existencia de Círculos Bolivarianos Armados [...] Podríamos preguntarnos cuál es el papel que juegan en la estrategia gubernamental y cuáles son las reacciones que están provocando en el resto de la sociedad para defenderse de ellos, y ambas preguntas se inscriben en dos intenciones: la de ir relatando los espacios crecientes que comienza a tomar el paramilitarismo en la sociedad venezolana y la exclusión práctica del Estado —y especialmente de las FF.AA.— del monopolio físico de la violencia"².

Sin duda, estamos inmersos en una profunda crisis económica, política y social que ha venido agudizándose con el transcurrir de los meses, y que avizora tiempos difíciles para todos, que se traducen en incertidumbre política, recesión económica, y recrudecimiento de los problemas sociales que nos aquejan.

LOS AJUSTES ECONÓMICOS Y EL AUMENTO DE LA CONFLICTIVIDAD...

Antes de las medidas económicas anunciadas en febrero por el Presidente de la República, analistas venezolanos e internacionales veían con ojos de preocupación el futuro de la economía venezolana. Así lo expresa el economista Miguel Puroy, “[...] no es previsible que la economía venezolana crezca en el 2002, más bien pudiera decrecer entre un uno y un dos por ciento, muy lejos en todo caso del 4,1 por ciento de crecimiento proyectado por el Gobierno.”³

Las medidas anunciadas por el Gobierno durante el asueto de Carnaval empeoraban aún más el escenario. Efraín Velázquez, Presidente del Consejo de Economía Nacional, en un artículo publicado por *El Nacional* el 21 de febrero expresó, “[...] las medidas cambiarias y monetarias anunciadas por el Gobierno afectarán notablemente el desenvolvimiento del aparato productivo y la realización de nuevas inversiones nacionales y extranjeras [...] en un escenario moderado, el índice inflacionario llegará a finales de año entre 30 y 35%”.

Junto a las reformas económicas, aumentó la conflictividad política y social. Baste sólo recordar: la solicitud pública de la renuncia del presidente Chávez por parte de algunos militares activos de la FAN; la marcha del 4-F organizada por el sector oficial y la vigilia realizada por la Oposición; las manifestaciones (Gobierno-Oposición) el 27-F; la polémica en torno a la juramentación de Gastón Parra como Presidente de PDVSA y la nueva Junta Directiva; la amenaza del Presidente Chávez de militarizar PDVSA; el desconocimiento de la directiva de la CTV por parte de algunos voceros gubernamentales, y el paro de actividades de la corporación petrolera que se inició el 04 de abril, en demanda del respeto a la “meritocracia” y a la “no politización” de la empresa.

A partir de allí se produjeron los hechos conocidos por todos, cuyo desenlace fue la tragedia ocurrida el 11 de abril, y los posteriores “golpe y contragolpe”: la CTV adelanta la huelga nacional para apoyar a

“

Nuestra colectividad no sabe a ciencia cierta en qué situación está el país y, mucho menos puede tener una idea medianamente clara de cómo se hace para salir de donde estamos

”

PDVSA, y Fedecámaras se suma al conflicto; Chávez expulsa a 7 ejecutivos de PDVSA de una forma ampliamente cuestionada; el 09 de abril se inicia el paro y la concentración frente a PDVSA Chuao (Fedecámaras y la CTV extienden la suspensión de las actividades laborales); Chávez anuncia el incremento del 20% del salario mínimo; la Oposición convoca para el día 11 a una marcha desde el Parque del Este hasta PDVSA Chuao, mientras que seguidores del Gobierno se concentran frente a Miraflores.

EL 11 DE ABRIL Y LOS DÍAS SUCESIVOS...

El conflicto de PDVSA fue el detonante para que diversos sectores se unieran en apoyo a la primera empresa del país, y el objetivo se convirtió en la solicitud de renuncia al Presidente Chávez. La marcha convocada para el 11 superó todas las expectativas imaginables. De Chuao, se trasladaron a Miraflores para pedir la renuncia del Primer Mandatario...el resto lo conocemos y recordamos. ¿Cómo olvidarlo?...

Entre el 11 y el 14 de abril fuimos testigos de una serie de acontecimientos sin precedentes: la llamada “masacre de El Silencio”, perpetrada el día 11; la salida de Chávez de Miraflores; la juramentación de Pedro Carmona Estanga al frente del Ejecutivo; su renuncia; la juramentación de Diosdado Cabello; allanamientos, saqueos; el silencio mediático el sábado 13 de abril; la ‘visita’ de los Círculos Bolivarianos a los principales medios

de comunicación; y el regreso de Hugo Chávez al poder.

Los sucesos ocurridos y sus secuelas han sido analizados ampliamente por diferentes actores. Como afirma el politólogo Arturo Sosa, S.J. “El saldo [...] fue, en primer lugar, un abultado número de víctimas entre muertos, heridos, agredidos, saqueados, confundidos, defraudados, etc. En segundo lugar, ha quedado patente la existencia de una sociedad a cuya enorme brecha social se suma el desconocimiento entre sectores sociales. En tercer lugar, están las impredecibles consecuencias políticas del golpe y del contragolpe. En este momento hay más interrogantes que respuestas.”⁴

Después del retorno de Hugo Chávez a sus funciones presidenciales, todos los sectores hablan de rectificación, apertura y diálogo. Sin duda, ahora más que nunca hay que abrir espacios para la inclusión y la solidaridad. “Mientras más exista pluralidad, más libertad, más tolerancia, más ciudadanos críticos, hacemos de la Sociedad Civil nuestro bastión para exigir del Estado una gobernabilidad democrática de acuerdo con los valores filosóficos y éticos que nos hemos impuesto”⁵.

DÓNDE NOS ENCONTRAMOS

Sumado al estupor de los sucesos ocurridos, y las lecciones que estos hechos han dejado para los venezolanos, los problemas siguen *in crescendo* y ante la incertidumbre, la desconfianza, y la confrontación, la interrogante de muchos se traduce en ¿cómo vamos a salir de esto?. “[...] creo que un problema fundamental es que no hay consenso mínimo entre nosotros; es decir, nuestra colectividad no sabe a ciencia cierta en qué situación está el país y, mucho menos puede tener una idea medianamente clara de cómo se hace para salir de donde estamos”⁶.

En el terreno económico, a finales de mayo se anunciaron nuevas medidas: aumento del IVA a 15,5%, el incremento del IDB a 1%, recortes presupuestarios, y un intenso programa de fiscalización y recaudación de tributos internos.

Tomando en consideración los siguientes datos, el panorama económico y social luce bastante desolador. Según el economista Matías Rituort⁷, “dadas las perspectivas económicas planteadas para el año 2002 [...] el porcentaje de hogares pobres pudiera situarse en una cifra cercana a 67%, mientras que el porcentaje de hogares en pobreza crítica llegaría a 31%”.

En cuanto al desempleo, el sociólogo Luis Pedro España revela que “de cada 10 venezolanos, 2 están desempleados, 5 se ocupan en el sector informal [...] 3 están en el sector formal, y de ellos ¡sólo 1 trabaja en el sector privado!”⁸.

Respecto al escenario político, la polémica continúa. Basta mencionar los US\$2.3 millones desaparecidos; la deuda del Gobierno de Bs. 180 millardos a la AVEC y el cierre inminente de las escuelas; la discutida conformación de la comisión política para el diálogo; la deuda con las Gobernaciones; las diferencias en torno a la conformación de la “Comisión de la Verdad”; el conflicto médico-laboral; la ola de rumores; la solicitud de renuncia al Fiscal, el Contralor y el Defensor del Pueblo; la recolección de firmas para la solicitud de enmienda constitucional; y el amedrentamiento de los Círculos Bolivarianos.

Son muchos los problemas que enfrentamos, y en el ciudadano común crece la incertidumbre, la desconfianza, el miedo, y la necesidad de buscar salidas a esta situación, que pasa por la rectificación, la reconciliación y el diálogo, tres términos utilizados reiteradamente en el discurso de diferentes actores, y en mensajes publicitarios difundidos por medios impresos y audiovisuales.

Dentro de este recorrido por el panorama político, económico y social, no puede obviarse el papel que jugó la Publicidad, antes y después de los sucesos del 11 de abril, a través de la difusión de mensajes y slogans ajustados a la coyuntura que se vivió, apelando a la creatividad como un vehículo para difundir conceptos en favor de la búsqueda de la reconciliación entre los venezolanos.

En este sentido, la función de la Publicidad va más allá de la exposición de un producto y está directamente relacionada con la problemática que enfrenta el país. “La Publicidad tiene el propósito de hacer que el consumidor se conecte con las marcas, no sólo a través de valores comerciales. Tan importantes como los valores de consumo, son los valores universales del ser humano. Los productos se comunican con quienes los consumen y las marcas que investigan lo que siente y piensa su consumidor logran mayor apego con éste”⁹.

La Publicidad está directamente relacionada con la cultura, los valores y el desarrollo de la cotidianidad de una sociedad. Y como veremos en el análisis cualitativo de los mensajes publicitarios, el diseño de las campañas publicitarias a partir del 11 de abril, apela a los valores que emergen

66

La actividad publicitaria se ha convertido, entonces, en una forma de utilizar el lenguaje no sólo para comunicar informaciones, sino también como un soporte para la expresión y legitimación de la conducta diaria de receptores-consumidores

99

con mayor fuerza después de lo ocurrido: solidaridad, apoyo, unión, reconciliación y encuentro entre los diferentes sectores que conforman nuestra sociedad.

Tal como afirma González Martín “la Publicidad influye cualitativa y decididamente en toda nuestra cultura, ya que el conjunto de manifestaciones comunicativas y culturales adoptan el estilo publicitario [...] Dentro de este general desconcierto, la Publicidad y el consumo funcionan con unos objetivos comunicativos precisos, que les permiten sacar beneficios de una sociedad cuya identidad cultural está en crisis [...] la publicidad no sólo vende productos o desarrolla la imagen de una marca, sino que contribuye a organizar de manera coherente (comprensible) para los individuos y los grupos, los fenómenos (hechos, circunstancias) que aparecen en los espacios de su vida cotidiana”¹⁰.

ENTRE SLOGAN Y MENSAJES PUBLICITARIOS...

Antes del 11 de abril, los medios audiovisuales se encargaban de transmitir mensajes publicitarios institucionales que guardaban relación directa con lo que estaba sucediendo en el país. En el contexto de las marchas y de las manifestaciones, veíamos reiteradamente el mensaje televisivo que concluía con la frase “*Por la libertad y la democracia*”; por parte del Oficialismo, en el marco del paro convocado para esos días, se lanzó el slogan “*A Venezuela no la para nadie*”.

El 11 de abril observamos en muchas ocasiones en las pantallas de nuestros televisores la frase “*Recuperamos nuestra bandera*”. Después de los sucesos ocurridos, la afluencia de mensajes publicitarios de diferentes patrocinantes no se hizo esperar, y el llamado a la reconciliación, a la inclusión y al diálogo aumentó. A manera ilustrativa, podemos mencionar los mensajes de Coca-Cola, Tiendas Graffiti, Lotería del Táchira, Toyota, Chevrolet, Fiat, LG, entre otros.

El 12 de abril se lanzó al aire la cuña de Coca Cola “[...] *Para los grandes, para los pequeños... [....]*”, y así sigue hasta el mensaje final: “*Para todos*”. Según afirmó María Teresa Almarza, Directora de Asuntos Públicos de Coca-Cola en Venezuela a *El Nacional*¹¹, el lanzamiento de esta pieza denominada “*Todos para uno*”, estaba prevista para antes del 11 de abril: “[...] su emisión no pudo ser más oportuna. El proyecto fue ideado originalmente para el mercado argentino, dada la crisis que vive ese país. Sin embargo, el mensaje encajaba perfectamente en Venezuela, debido a la tensión y división social que ha confrontado la sociedad en las últimas semanas [...] la idea era construir algo para todos y conectar los valores de Coca-Cola con la unidad y la solidaridad, como necesidad del consumidor”.

Por su parte, **Tiendas Graffiti** buscó sensibilizar al venezolano a través del símbolo de la bandera sostenida por muchos niños, afirmando en su mensaje “*Para vivir en el mejor país del mundo sólo hay que lograr que quepamos bajo la misma bandera*”. De acuerdo con el Director de la empresa, Simón Sultán, “la cuña transmite un mensaje de unión y reconciliación al país”¹². Sin duda, apela al sentido de pertenencia que debemos tener todos los venezolanos, sin distinciones de raza, sexo, religión o tendencias políticas.

Igualmente, la **Lotería del Táchira** se sumó al tono conciliador y lanzó el 16 de abril el comercial “*Somos Hermanos*”, que reza: “*Venezuela quiere a sus hijos juntos, pensemos en todos, y todos seremos felices, somos hermanos, somos venezolanos*”. El Presidente de la lotería, Gregorio Chacón, explicó a la revista *Producto* que “este es un lineamiento que tomamos de la Gobernación del Táchira, para contribuir con un mensaje que apoye la convivencia, porque es cierto que todos unidos podemos vivir mejor”¹³.

A las anteriores se agregan las campañas de **Chevrolet**, “*Sólo le damos buenas noticias*”; Fiat que expresa “*Para sentirse... optimista, confiado y respaldado*”;

Toyota, “*La tranquilidad es importante*”; y LG, “*Libre de maltratos*”.

Paralelamente, también salieron al ruedo campañas institucionales emprendidas por algunos medios de comunicación. En el caso de *Globovisión*, se observó el siguiente mensaje: “*Cuando hagan callar a un medio de comunicación, perderemos mucho más que la libertad de expresión*”; mientras que *Tal Cual*, inició una campaña por la constitución de una “Comisión de la Verdad” para la investigación de los sucesos del 11 de abril, primero a través de sus páginas y luego lo plasmó en un comercial de T.V.

En el tema del diseño de mensajes y campañas, no podemos dejar de mencionar que, en el marco de la Semana del Publicista y la entrega de los premios de la Feap, cinco personajes importantes del mundo publicitario, de Caracas y el Zulia, aceptaron el ejercicio propuesto por el diario *Panorama* para crear un *slogan* por el país, con la idea de cómo promocionar Venezuela en tiempos de crisis. Estos fueron los resultados:

- “*Venezuela: para soñar en grande*”. Heriberto Briceño. *Producciones Crea*.
- “*Soy fuerte, soy grande, soy Venezuela*”. Natalia Schmilimki. *One Way Publicidad*.
- “*La crisis es la gran oportunidad*”. José María Costa. *JMC/Y&R*
- “*Venezuela: el gran norte del sur*”. Boby Coimbra. *J. Walter Thompson*.
- “*Ahora más que nunca el mundo está a su alcance. Venezuela: todos los placeres y atractivos del mundo en un solo país*”. Freddy Molinares. *Molinares Publicidad*.

En todas estas expresiones subyacen cinco visiones: el optimismo, el ser emprendedores, la visión de oportunidad, la variedad y el privilegio, que buscan resaltar las bondades y fortalezas de nuestro país en tiempos de dificultad y de crisis.

DEL ENSUEÑO A LA REALIDAD

Entre los distintos procesos de comunicación *massmediáticos*, tradicionalmente la Publicidad se ha distinguido por su aplicación con fines utilitarios. Desde esta vertiente, bien puede afirmarse que la Publicidad se orienta hacia la promoción de productos, ideas, empresas e instituciones, mediante la construcción de mensajes que favorecen la ampliación de la demanda, la circulación de bienes y servi-

cios y, en última instancia, la acumulación de capital.¹⁴

En este sentido, la Publicidad encarna la dinámica del proceso productivo como forma de comunicación, razón por la cual tiende a ser concebida como una técnica imbuida en la retórica que reproduce datos de conocimiento en forma de imágenes y representaciones articuladas, destinadas a atribuir cualidades cognoscibles a elementos materiales que aparentemente no lo tienen.¹⁵ Desde esta perspectiva, el objetivo publicitario apunta hacia el consumo de una marca a través de la referencia artificial que integra valores y caracteres simbólicos planificados por los especialistas atendiendo a los requerimientos predeterminados por los anunciantes.

Sin embargo, la alusión al consumo remite a una dimensión social en la que la Publicidad configura un proceso comunicativo que termina por extender sus modos al campo de la producción cultural. Ciertamente, el mensaje publicitario suele ser considerado efectivo cuando establece una suerte de correlación con el aparato económico de producción y oferta de bienes y servicios, cuya medición queda sujeta a un índice de consumo; pero, si se trasciende esta primera aproximación, se descubre que el mensaje publicitario también es efectivo cuando crea un imaginario colectivo merced al cual la marca resulta “explicable” y “comprensible” originando un consumo cultural y de valores que puede no coincidir con los indicadores económicos.

En consecuencia, considerar a la Publicidad sólo como un conjunto de técnicas que se aplican dentro de un proceso estratégico de comunicación supondría una visión limitada que desconoce su alcance como práctica social inserta en el espectro de los medios, y generadora de una racionalidad con la cual las personas entienden y expresan sus estilos de vida en función de unas representaciones sociales elaboradas al calor de las actividades de la vida cotidiana de los individuos, centradas en la circulación de significados y creencias compartidos a lo interno de las sociedades, y soportadas sobre el conocimiento de sentido común.¹⁶

La interacción que se suscita entre esta circulación continua de ideas y los medios de comunicación tiene lugar a través de dos procesos denominados por Moscovici como **Objetivación** y **Anclaje**. El primero implica la operación de convertir en imágenes tangibles las nociones abstractas, lo que revela la tendencia del pensamiento social a elaborar construcciones

significantes, subordinadas a un valor social -pero también a expectativas personales e íntimas-, susceptibles de ser identificadas en espacios como el arte, la televisión y las imágenes publicitarias; por su parte, el segundo se refiere al enraizamiento social de la representación y su objeto, lo que entraña procesos de categorización en los que se articulan tres funciones: integración cognitiva de lo novedoso, interpretación de la realidad y orientación de las conductas y las relaciones sociales.¹⁷

Si se entiende la cultura como “un conjunto de normas, símbolos, mitos e imágenes que son asumidos por el individuo y determinan sus sentimientos e instintos”, la Publicidad es responsable, en parte, de la materialización de las nuevas formas de relación entre el conocimiento de la realidad a través de imágenes y la puesta en común de este tipo de experiencias desde la perspectiva social.¹⁸ A tales efectos, pensar en la comunicación y en la Publicidad remite a la realidad que sufre o disfruta el ciudadano.

Este planteamiento es corroborado por los resultados de una investigación realizada por *McCann Erickson* con el objetivo de determinar las implicaciones sobre la vida del consumidor de los actos terroristas en las ciudades de Nueva York y Washington el pasado 11 de septiembre de 2001. Según este estudio, los hechos violentos removieron los esquemas del curso de la humanidad, evidenciando un despertar de la conciencia sobre la fragilidad de la vida, aunada a una redefinición de las prioridades personales y a la búsqueda de una mayor seguridad emocional, cambios que fueron tomados en cuenta por los estrategas de la publicidad al momento de estructurar sus campañas y mensajes, en los que afianzaron las nociones de Condolencia, Apoyo, Heroísmo y Patriotismo.¹⁹

El fenómeno publicitario se muestra, pues, como un objeto de estudio plurifacético vinculado a los ámbitos de lo cultural, lo comunicativo y lo social; por lo tanto, hablar de él remite a un producto cultural doblemente determinado, en el que se reconoce una lógica social marcadamente económica, y una experiencia de mediación comunicativa con implicaciones de socialización y representación cultural.²⁰

PUBLICIDAD Y POLÍTICA: EL DESLINDE DE LO PÚBLICO

La Publicidad puede considerarse como una disciplina con dos grandes frentes: el lado estratégico y el lado expresivo. Am-

bas ópticas resumen determinados modos de comunicar que corren paralelos al mundo de lo social, funcionando como un elemento "atractor" que actúa desde fuera del sistema de la realidad, incidiendo en el plano de la conducta e incluso en el plano de la ideología.²¹

En la actualidad, el desencanto con la política ha creado las condiciones para que las nuevas tecnologías hayan pasado a constituir un escenario fundamental, impactando directamente sobre las formas de percepción de los espacios públicos. En consecuencia, la representación ha dejado de elaborarse alrededor del discurso argumentativo para proyectarse hacia una base apelativa y emotiva, con una acentuada inclinación hacia el hecho publicitario.²²

Hoy en día, los medios desplazan a los actores tradicionales del papel hegemónico en la construcción de lo público, estableciendo los temas del debate, e inclusive tomando partido en la orientación de los acontecimientos políticos, gracias a una influencia conjunta: la capacidad de entregar al político un público que le es inasequible por otros medios, y las relaciones de credibilidad y confianza que las distintas organizaciones de medios han conseguido establecer.

Ciertamente, son muchos los factores que intervienen en la consolidación de un régimen político, en particular de la Democracia, a saber, las variables políticas, las económicas y sociales, y las culturales, entendidas como "estructuras de significación" a través de las cuales los hombres brindan forma a su experiencia y dan sentido a sus acciones. En esta línea, el consumo de medios constituye uno de los más importantes micromundos de valores en los que la cultura política democrática se construye permanentemente.²³

Para las Ciencias Sociales, los valores democráticos se perfilan cual enunciados acordes con una serie de objetivos que responden a la exigencia de un orden social, y a la necesidad de respetar los intereses de los demás, mediante la regulación de determinados comportamientos: Elección, Tolerancia y Pluralismo, Participación, Representación, Libertad, Fraternidad. No obstante, esta definición mínima de la Democracia suele avanzar más allá de la esfera de lo deseable, hasta el punto de organizar la vida social y política de los colectivos, configurando un modo de convivencia entre los hombres.²⁴

La articulación del consumo cultural, la Democracia y la ciudadanía entrafia, entonces, una redefinición del concepto de Cultura Política en tanto universo de

significación que provee a los ciudadanos de códigos para interpretar expresiones comunicativas situadas en un contexto y en un momento específicos, que permiten observar cómo los distintos grupos priorizan sus valores de consenso, integración, cambio o transformación. En suma, el consumo cultural adquiere los ribetes de una práctica social en la que se crean y se recrean los universos de codificación que otorgan significado a la acción social, y en la que la cultura política se convierte en un instrumento que posibilita a los ciudadanos leer su realidad y actuar sobre ella.²⁵

POLITIZACIÓN PUBLICITARIA: UNA PERSPECTIVA ANALÍTICA

La investigación publicitaria suele tomar como fuentes diversos conocimientos sobre la sociedad, la economía y la cultura. En este sentido, los abordajes metodológicos que mayor influencia han ejercido son los siguientes:²⁶

- **Análisis Motivacionales.** Es la tradición más clásica e indaga en torno a las motivaciones del consumidor; por lo tanto, su perspectiva psicoanalizante se concentra en la instancia del receptor-consumidor -con una fuerte dosis conductista-, y en el mensaje publicitario como motivante de sensaciones, emociones y percepciones.
- **Análisis Estructurales.** Esta corriente, marcada por la influencia semiótica de los años 60 y 70, postula que la Publicidad es un lenguaje cuya codificación revela las formas sociales en su conjunto. En sus primeros años, su tono fue eminentemente crítico hasta llegar a una sistematización conceptual más rigurosa de la relación mensaje-cultura de masas.

Las investigaciones publicitarias se han desplazado entre la esfera psicológica de la conducta humana, los lenguajes -y su capacidad expresiva y retórica-, y la estructura lingüística y sociocultural del discurso publicitario. En esta onda, el "imaginario" creado por la comunicación publicitaria oscila siempre entre dos órdenes: el informativo (denotativo) y el cultural (connotativo), lo que alude a dos tipos de mensajes: uno literal, que se corresponde con la escena, y uno simbólico, el cual funda la inteligibilidad del mensaje en relación con la cultura que es su base cognoscitiva.

Todo proceso simbólico tiene consecuencias para quien lo emite y para quien lo recibe en función del sistema de valores y rituales sostenidos por una sociedad; en medio de esta dinámica, la Publicidad surge como un lenguaje generado a partir de los contextos sociales que les confieren su estructura y su significado, y que, a su vez, le sirven como cauce expresivo: el emisor transmite mensajes que son consumidos por un receptor a la luz de unos sistemas de representación simbólica inherentes al universo de connotación asociado al objeto, en el que se hallan inmersos sus frustraciones, deseos y anhelos más íntimos.²⁷

Justamente, este planteamiento sirve de fundamento para acometer el propósito central de este trabajo, vale decir, el análisis cualitativo de las expresiones publicitarias surgidas a raíz de los hechos acaecidos el 11 de abril de 2002, y sus consabidas consecuencias en los flancos político, económico y social.

Para ello, y tomando como guía los criterios propuestos en calidad de asesoría por el estadístico Pasquale Nicodemo, se seleccionaron los mensajes publicitarios que fueron publicados durante el período comprendido entre 11 de abril de 2002 y el 11 de mayo de 2002, en cuyo contenido se identificó la tendencia de anunciar las "bondades" de una marca como testimonial de la situación vivida en el país después del 11-A.

Dichos avisos fueron extraídos de dos diarios de circulación nacional, a saber: *El Universal* y *Últimas Noticias*. La escogencia de ambos periódicos se realizó en atención a su *target* de lectores, tratando de cubrir de este modo, y a los efectos del estudio, todos los segmentos socioeconómicos de la población: en el caso de *El Universal*, los sectores ABC; y en el de *Últimas Noticias*, los renglones DE, dentro de los que cabe reconocer tanto inclinaciones Oficialistas como de Oposición.

En total, se encontraron 19 mensajes diferentes -14 publicados en *El Universal* y 5 en *Últimas Noticias*-, los cuales fueron clasificados en tres grandes categorías para su abordaje: Política, Economía y Social. Asimismo, fueron abiertas cuatro subcategorías adicionales: Político-Económico, Político-Social, Económico-Social y Político-Económico-Social, con el objeto de incluir allí aquellos mensajes que presentaban un contenido valorativo que involucraba, simultáneamente, varias áreas.

Una vez superada esta etapa, se procedió a analizar en detalle los anuncios publicitarios, para lo cual se consideró apro-

piado recurrir, dadas las características de la investigación, al “Modelo de Lasswell” (1948), que enuncia que “una forma apropiada para describir un acto de comunicación es responder a las siguientes preguntas: ¿quién, dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efecto?”.²⁸

De esta manera, cada aviso fue examinado en su especificidad respondiendo a cuatro grandes *items*:

- **Emisor:** nacionalidad del emisor, tipo de producto –bienes duraderos, bienes de consumo masivo–, marca.
- **Mensaje:** qué quiere transmitir, a qué está orientado: escenario político, económico, social.
- **Medio:** a través de qué canal lo envía. En este caso se trata de prensa escrita (*El Universal* y *Últimas Noticias*).
- **Receptor:** a quién lo envía.

A este esquema general se agregó el renglón **Valor** (concepción de lo deseable) que, cotejado con los hechos del 11-A y días sucesivos, generó una **Dicotomía** en términos de la situación deseada versus la situación imperante.

Aun cuando tomamos en cuenta la totalidad de los puntos antes señalados, el propósito fundamental del análisis se centró en el apartado 3, es decir, en el Mensaje: qué se transmite, a qué escenario se orienta, a qué valores y elementos apela el anunciante para lograr su cometido, todo ello desde una óptica cualitativa.

En este sentido, se escrutaron, uno por uno, los 19 mensajes con el fin de dibujar un panorama descriptivo-valorativo de los contenidos emitidos en cada uno de ellos. A continuación presentamos los resultados de dicho análisis.

CATEGORÍA: POLÍTICA

- **Valor:** Libertad de Pensamiento
- **Dicotomía:** Privacidad vs. Espionaje
- **Emisor/Anunciante:** Digitel (Empresa nacional/Servicios de telefonía móvil celular)
- **Marca:** Digitel
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Perceptor:** Oficialismo / Oposición
- **Mensaje 1:** “*Nadie puede intervenir o pinchar la comunicación entre los 412. Sólo el emisor y el receptor mantienen una comunicación privada y segura. Porque la telefonía GSM a través del SIM CARD hace que las conversaciones entre los 412 no puedan ser intervenidas, a diferencia de la competencia.*”

“

Hoy en día, los medios desplazan a los actores tradicionales del papel hegemónico en la construcción de lo público, estableciendo los temas del debate, e inclusive tomando partido en la orientación de los acontecimientos políticos

”

- **Mensaje 2:** “*¿Sabes quién puede intervenir o pinchar la comunicación entre los 412? La Competencia. Empleados de Digitel. Un Detective. El Presidente de Digitel. Nadie.*”

En el análisis de los textos que componen los anuncios citados asoma, como principio fundamental, el derecho de todo ciudadano al **secreto e inviolabilidad de sus comunicaciones** “en todas sus formas, sin que sean interferidas sino por orden de un tribunal competente, con el cumplimiento de las disposiciones legales y preservándose el secreto de lo privado que no guarde relación con el correspondiente proceso”, tal como lo consagra el Artículo 48 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Esta garantía es refrendada, además, por la Ley de Protección de la Privacidad de las Comunicaciones, sancionada el 16 de diciembre de 1991, la cual tipifica como delito el que “una persona, en forma arbitraria, clandestina o fraudulenta, grabe o se imponga de una comunicación entre otras, la interrumpa o impida, incurriendo en la misma pena de tres a cinco años quienes revelen, en todo o en parte, mediante cualquier medio de información, el contenido de dichas comunicaciones”.

La alusión y la pertinencia de este derecho queda en evidencia como mecanismo para promocionar las bondades de la

marca **Digitel** entre sus consumidores, a raíz de los múltiples testimonios, las fotografías, y en especial, las grabaciones privadas difundidas a través de los medios de información con motivo de los sucesos acaecidos a partir del 11 de abril.

En particular, causó gran sorpresa pública la revelación de una grabación realizada durante la tarde del citado día, al calor de la marcha que se dirigía hacia el Palacio de Miraflores, en la que el Presidente de la República, Hugo Chávez, giraba instrucciones a los oficiales integrantes de la denominada Red Tiburón para activar el Plan Ávila.

Si bien la noción de **Privacidad** de las comunicaciones tiende a ocupar el centro del mensaje, en la frase “*Sólo el emisor y el receptor mantienen una comunicación privada y segura*”, también subyace como trasfondo el valor de la **Libertad de Pensamiento**, en el entendido de que todo individuo posee el derecho a que se le reconozca como capaz de criticar y objetar las ideas de otro individuo o instancia de Gobierno, y al mismo tiempo tiene la posibilidad de proveerse del conocimiento y de los argumentos que le permitan comparar, discernir y aceptar que otras personas, también puedan discrepar de sus creencias sociales o personales, sea por motivos culturales, étnicos, lingüísticos, políticos, económicos, sociales o religiosos.

- **Valor:** Libertad de Expresión
- **Dicotomía:** Manifestar vs. Reprimir
- **Emisor/Anunciante:** Movilnet (Empresa nacional/Servicios de telefonía móvil celular)
- **Marca:** Movilnet
- **Medio:** Prensa / *Últimas Noticias*
- **Perceptor:** Oposición
- **Mensaje:** “*Tú tienes el poder para hablar*”

El encabezado del aviso, que encierra su *leit motiv*, relaciona a la marca **Movilnet** con la garantía ciudadana de la **Libertad de Expresión**, hecha tangible en el derecho de todo individuo a manifestar, de manera abierta y pública, a través de los medios impresos, audiovisuales o informáticos, todas aquellas ideas que se mantengan dentro de los límites de la normativa legal.

Por consiguiente, la **Libertad de Expresión** viene a representar uno de los principales aspectos que configuran la comunicación y la plena información entre los individuos, lo que les habilita, entonces, para adoptar decisiones públicas con

mayores criterios de responsabilidad, con base en la existencia de una prensa libre.

Con anterioridad al 11 de abril de 2002, y aún después de esa fecha, pese al llamado a la rectificación puesto de manifiesto por las instancias del Gobierno, persisten los insultos, agravios e intimidaciones en contra de los editores y los comunicadores sociales, hechos públicos a través de declaraciones o por la vía de los seguidores de la "Revolución Bolivariana", quienes se han dado a la tarea de reunirse en las plazas para "ajusticiar" a quienes consideran "contra-revolucionarios", sin que la institucionalidad formal haya reaccionado de manera clara y eficiente para sancionar estos hechos contrarios a la Constitución y a las libertades.

Otro tanto habría que apuntar en relación con la Sentencia 1013 adoptada por la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia; la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; la petición formulada por la Asamblea Nacional a los medios de comunicación para que dicten un código de ética; las averiguaciones administrativas abiertas contra algunos medios de comunicación a objeto de sancionarlos por supuestas violaciones de la información veraz; el anuncio hecho por el Gobierno de que hará aprobar una Ley de Contenidos, y más recientemente, las amenazas militares de investigaciones contra los periodistas que discrepan con las líneas oficiales o que denuncian hechos de corrupción dentro del Gobierno. Estas acciones han llevado a la **Comisión Interamericana de Derechos Humanos** a adoptar medidas cautelares para proteger de tales hechos de violencia a distintos medios de comunicación y periodistas venezolanos.

Lo cierto del caso, es que en todas las sociedades modernas los medios ejercen funciones políticas, lo que ha subrayado su carácter conflictivo con las autoridades oficiales. No obstante, la Democracia no tendría sentido sin los medios como conductos de información entre la sociedad y el sistema político, y como mecanismos a través de los cuales pueden hacerse transparentes los mecanismos del poder. Ambos se necesitan, y el vínculo entre los dos es el pluralismo y las libertades.²⁹

- **Valores:** Ciudadanía/Participación
- **Dicotomía:** Compromiso/Apatía
- **Emisores/Anunciante:** Banco de Venezuela/Grupo Santander y Banco Caracas (Empresas de capital nacional y extranjero/Servicios de banca nacional)
- **Marca:** Banco de Venezuela / Grupo Santander

66

Aunque la nueva Carta Magna consagró los derechos de propiedad y libertad económica, la emisión de señales nada claras, en especial la aprobación de las 49 normativas bajo la égida de la Ley Habilitante, acrecentaron la desconfianza y el temor, trayendo consigo la mengua de la inversión y la salida acelerada de capitales

99

- **Medio:** Prensa / *Últimas Noticias*
- **Perceptor:** Oposición
- **Mensaje:** *"Queremos que ud. sea el primero. En este proceso ganamos todos"*

En términos explícitos, el anuncio traído a colación apela directamente al conjunto de clientes de las respectivas entidades bancarias que fungen como emisores del mensaje (Banco de Venezuela/Grupo Santander y Banco Caracas), con miras a notificarles y hacerles sentir parte del proceso de integración de ambas instituciones.

Sin embargo, más allá de esta primera lectura, y a la luz del ambiente imperante en el país luego de los lamentables acontecimientos registrados entre el 11 y el 14 de abril pasados, el encabezamiento del aviso, a saber **"Queremos que usted sea el primero"**, deja entrever dos valores consustanciales al sistema democrático que apuntan, a la misma vez, a una doble naturaleza individual y colectiva.

Desde una perspectiva particular, cabría reconocer la noción de **Ciudadanía**, derivada del presupuesto básico de que, en una sociedad, existen individuos con capacidad para discernir racionalmente y contribuir con su opinión a la toma de decisiones y el establecimiento de acuerdos. Para ello, y desde una vertiente que entraña la pluralidad de intereses en comunidad para la consecución de objetivos, bien podría afirmarse que la frase alude al valor

de la **Participación**, habida cuenta de que los ciudadanos deben agruparse necesariamente para tomar partido en los asuntos públicos.

Ya sea por la vía electoral, a través de referendos o de iniciativas de corte partidista e inclusive social, la Democracia representa un espacio público dilatado y supone una participación recurrente. En suma, según la doctrina democrática, la esfera pública es competencia de todos, y la participación ciudadana una condición para que el propio sistema se reproduzca.

Por otro lado, la coletilla del anuncio, resumida en la afirmación **"En este proceso ganamos todos"**, parte de la referencia concreta a los trámites económicos propios de la consolidación de operaciones de dos empresas y a sus consabidos beneficios para todos los participantes, pero pronto parece remitir implícitamente a las transformaciones de carácter político emprendidas por el presidente Hugo Chávez tras su llegada a la Primera Magistratura de Venezuela (**"La Revolución Bolivariana"**), y sus notables incidencias a lo largo de los tres últimos años.

Ciertamente, en 1998 la lucha electoral del aquel momento candidato a la Presidencia de la República, Hugo Chávez, creó un puente entre los sectores más dispares de la sociedad, hasta tal punto que su triunfo vino a constituirse en el resultado de una gran coalición en la que participaron, además de los integrantes de los sectores más necesitados de la población, numerosos miembros de la clase media, con la esperanza de un cambio que redundara en provecho de la sociedad en todos sus órdenes bajo el principio de la igualdad y la justicia social.

No obstante, la figura del Primer Mandatario ha devenido en más representativa de ciertos sectores radicales en sus convicciones políticas y en el ejercicio de la gestión gubernamental, lo que ha traído consigo una acentuada dificultad para el procesamiento de intereses divergentes, cuando no en franca pugna.

En este sentido, el *slogan* **"En este proceso ganamos todos"** podría interpretarse atendiendo al valor de la **Convivencia**, dado que la Democracia alberga una serie de conductos a través de los cuales los ciudadanos y las organizaciones sociales y políticas pueden procesar sus intereses y necesidades.

Ello conlleva el fortalecimiento de la participación pero, sobre todo, influye en el propio apuntalamiento de las instituciones democráticas que, por esa vía, demuestran su pertinencia, haciendo posible

la expresión de la diversidad, y redefiniendo los puntos de vista en un esfuerzo por hacerlos compatibles.

En definitiva, al abrir un cauce para su libre manifestación y al permitir la competencia en igualdad de condiciones dentro de un marco institucional, la convivencia de la variedad de opiniones, ideologías e intereses se hace posible.

- **Valor:** Fraternidad
- **Dicotomía:** Unión vs. Polarización
- **Emisor/Anunciante:** Digitel (Empresa nacional/Servicios de telefonía móvil celular)
- **Marca:** Digitel
- **Medio:** Prensa / *Últimas Noticias*
- **Perceptor:** País Nacional
- **Mensaje:** “*Los 412 tienen más que contar. Escribe más. Complacimos peticiones. Ahora que Venezuela más lo necesita, contribuimos a que todos estemos más unidos. A partir de la medianoche del 4 de Mayo, y en período de prueba, todos los 412, dondequiera que estén, podrán intercambiar mensajes cortos de texto con los usuarios de Movilnet.*”

El texto anterior refleja, en principio, la existencia de una situación que amerita la atención del colectivo nacional (“*Ahora que Venezuela más lo necesita*”), para luego dejar asentado el aporte concreto que hace la marca **Digitel** para sortear la dificultad (“*contribuimos a que todos estemos más unidos*”).

Si sobre algo se asienta la forma de Gobierno democrático es en la limitación de la violencia como instrumento de acción política, siendo su *leit motiv* la fundamentación de un ordenamiento en el que toda idea y acción pueda ser canalizada a través del diálogo.

Sin duda, después de los sucesos del 11 de abril, el país luce dividido en dos categorías de ciudadanos: los “chavistas” y los “antichavistas”, grupos que han resucitado y exacerbado un sentimiento que se pensaba olvidado: el resentimiento social, con sus consabidas posturas excluyentes, sus divisas en señal de descalificación hacia el contrario, y sus crecientes cargas de emotividad.

Este estado psicológico ha conducido a acciones de protesta y violencia entre los bandos en la medida en que la autopercepción provoca sentimientos de descontento y rabia, que actúan como elementos motivacionales hacia la agresión como respuesta satisfactoria.

De allí que el anuncio de **Digitel** apele al valor de la **Fraternidad**, enraizada en

la afirmación de que, pese a sus diferencias y conflictos de intereses o de opinión, los miembros de una sociedad no deben verse como enemigos separados en bandos contrapuestos e irreconciliables, sino, en todo caso, como copartícipes parcialmente conflictivos en la formación de la voluntad política nacional.

El proceso político que vive actualmente Venezuela tiene profundas repercusiones psicosociales que generan una fragmentación del tejido social y limitan la posibilidad de debatir. La confrontación, a su vez, aumenta la cohesión de cada grupo en contra de los otros, siendo la hostilidad el único medio de interacción posible.

Sin embargo, y tomando en cuenta que se trata de un momento muy difícil, la oportunidad es propicia para reflexionar, incrementar los niveles de tolerancia hacia los demás, y expresar de manera pacífica las propias posiciones, respetando siempre al otro en su integridad como ser humano.

- **Valores:** Libertad/Tolerancia
- **Dicotomía:** Respeto vs. Sectarismo
- **Emisor:** LG (Empresa transnacional/Fabricante de productos de línea blanca)
- **Marca:** LG
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Perceptor:** Oposición
- **Mensaje:** “*Independencia. Libre de maltratos*”

La propuesta contenida en el aviso analizado puede deslindarse en dos segmentos. En primer lugar, destaca la expresión “*Independencia*”, alusiva a la conmemoración del 19 de abril de 1810, fecha en la que se firmó el acta que marca en la historia la autodeterminación política de Venezuela y su separación formal de la Corona Española. En tal sentido, el anuncio hace referencia al valor de la **Libertad** concebida como la posibilidad de elegir entre diversas alternativas sin verse sujeto a sanciones, amenazas o impedimentos por parte de ningún Gobierno, organización o individuo alguno; por ende, es un derecho frente a los demás y frente a las instituciones sociales y políticas.

Ello retrotrae el valor de la **Tolerancia** entendida como el necesario respeto que merece el otro, quien es considerado “diferente” porque sostiene puntos de vista que no son los propios, pero que tienen igual validez. En este caso, la **Tolerancia** no es requerida sólo porque sea socialmente útil o políticamente eficaz sino porque además de ser necesaria como precep-

to para la convivencia entre sujetos con iguales derechos y obligaciones, establece un marco normativo para la confrontación pacífica y civilizada de las opiniones.

Esta interpretación es reforzada al completar el discurso del aviso con la frase “*Libre de maltratos*”, alusiva a la terrible combinación entre la polarización ideológica, la intransigencia oficial y el radicalismo exacerbado de ambas partes. En medio de este estado de cosas, la intolerancia aparece claramente representada en la figura del fanático, quien poseído y deslumbrado por la “verdad absoluta” busca imponerla tratando de eliminar las verdades de los demás, ya sea mediante la negación, la persecución, la discriminación o el sectarismo.

Ciertamente, el 11 de abril centenares de miles de venezolanos se dirigieron hacia el Palacio de Miraflores para exigirle la renuncia al Presidente de la República, acción puntual que terminó en una lamentable cadena de acontecimientos: la represión de una marcha con resultado de muertes y cientos de heridos, el estallido de una crisis militar que desembocó en una aparente renuncia del Jefe del Estado, la instalación de un Gobierno provisional que disolvió todos los poderes públicos, la puesta en marcha de una campaña de persecución a las figuras del Gobierno derrocado, el retorno de las autoridades constitucionales, una ola voraz de saqueos, y la instalación de una comisión política para investigar los hechos de estos cuatro días, de cuyas conclusiones pocas certezas y muchas dudas se tienen.

Los propósitos de enmienda que ha manifestado públicamente el Gobierno Nacional poco han servido para ayudar a la distensión del juego político. Los partidos de la Oposición han retomado sus banderas, y se disponen a lograr la convocatoria de un referéndum para legitimar lo antes posible todos los poderes, empezando por la Primera Magistratura; por su parte, en el seno de la Fuerza Armada, según lo han expuesto sus más altos oficiales, persiste una severa fractura institucional que no termina de subsanarse.

Entretanto, la “Comisión de la Verdad” se dibuja apenas como una idea en el aire, pues carece de un piso jurídico sólido que le permita actuar con total independencia, como lo han exigido varias organizaciones no gubernamentales.

A todas éstas, luego de tres meses de aquel día, pervive un sinfín de incógnitas, lo que exige una actitud tolerante seriamente comprometida con la defensa del derecho de cada individuo a profesar “su

verdad” y a practicarla, sin que ello signifique de ningún modo renunciar a las convicciones personales propias, en un esfuerzo común por el respeto mutuo y la voluntad de diálogo.

CATEGORÍA: ECONOMÍA

- **Valor:** Libertad Económica
- **Dicotomía:** Reactivación vs. Estancamiento
- **Emisor:** Aeropostal (Empresa nacional/Servicios de transporte aéreo)
- **Marca:** Aeropostal
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Perceptor:** Gobierno Central / Inversionistas
- **Mensaje:** “Aeropostal, Última Hora. Levantando vuelo hacia la reactivación. Aeropostal, consciente de su compromiso con Venezuela, quiere contribuir a la reactivación inmediata del aparato productivo nacional y, por ello, ofrece: En todos nuestros vuelos y en cualquier estructura tarifaria. 50% de descuento en rutas nacionales y 25% de descuento hacia Miami, Bogotá, Quito, Guayaquil, Lima y El Caribe.”

En la actualidad, la mayoría de los agentes económicos parecen estar paralizados por el temor y la incertidumbre, una reacción si se quiere natural frente a los acontecimientos del 11 de abril, cuya secuela ha sido la paralización del aparato productivo y la amenaza de la crisis de tesorería del Sector Público.

De por sí, la inversión privada, que ya había caído de 30% del PIB en la década de los ochenta a 11% del PIB en los noventa, continúa en declive, y se concentra básicamente en rubros como el petróleo y las telecomunicaciones, los cuales generan poco empleo.

Ante este panorama, la marca **Aeropostal** rescata en su mensaje el valor de la **Libertad Económica** y la iniciativa privada, las cuales reconocen la competencia y el capital como las divisas aceptadas y garantizadas por el Estado.

Aunque la nueva Carta Magna consagró los derechos de propiedad y libertad económica, la emisión de señales nada claras, en especial la aprobación de las 49 normativas bajo la égida de la Ley Habilitante, acrecentaron la desconfianza y el temor, trayendo consigo la mengua de la inversión y la salida acelerada de capitales.

A todas luces, la recuperación económica pareciera depender de un proceso conciliatorio en el que las partes hagan

concesiones y no se aferren a los extremos, toda vez que los problemas en el ramo productivo se han agravado debido a la crisis política, lo que insta al Gobierno a recuperar la confianza para atraer inversión privada.

- **Valor:** Libertad Económica
- **Dicotomía:** Confianza vs. Desconfianza
- **Emisor/Anunciante:** CADA (Empresa Transnacional/Servicios de Supermercado)
- **Marca:** CADA
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Perceptor:** Inversionistas
- **Mensaje:** “*Tiempo Record. Reabrimos CADA La Florida. CADA La Florida vuelve a abrir sus puertas desde el 19 de abril. Un resultado positivo que logramos en tiempo record, para continuar ofreciéndote todos los productos que necesitas a precios bajos. Tenemos confianza en seguir adelante, esforzándonos siempre para trabajar por ti.*”

El sector privado reacciona en función de la confianza; si no la hay, no puede haber inversión; de allí que la marca CADA apunte en su mensaje a la importancia de garantizar el pleno disfrute de los **derechos económicos**, especialmente en el caso de los comerciantes que resultaron afectados por los saqueos y hechos violentos que tuvieron lugar en el país desde el 12 hasta el 14 de abril de 2002.

De acuerdo con Rodolfo Briceño, Comandante del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano, entre 800 y 1000 locales fueron saqueados en Caracas entre el sábado 13 y el lunes 15 de abril, siendo los sectores más afectados Catia, Antímano, La Vega, Caricuao, Macarao, El Valle, La Yaguara, El Junquito y La Florida.

Durante el mencionado período, los bomberos atendieron 55 incendios, todos relacionados con los saqueos. Entre los establecimientos comerciales que fueron más dañados figuran las licorerías, las ferreterías, las tiendas de electrodomésticos, las farmacias y las mueblerías; asimismo, dos centros comerciales fueron destruidos en Catia y La Florida, respectivamente.

Por lo pronto, la Defensoría del Pueblo ha planteado la necesidad de apoyo económico, por parte del Estado y de las empresas privadas, a los pequeños y medianos comerciantes. Paralelamente, ha realizado las gestiones necesarias ante la Banca Oficial (a través del Banco del Pueblo, el Banco de la Mujer y el Banco Industrial de Venezuela) para el otorgamiento de préstamos especiales o créditos blan-

dos a los afectados, con plazos e intereses preferenciales.

Además, la Defensoría del Pueblo ha promovido una ordenanza de exención fiscal para los comerciantes víctimas de los actos vandálicos, con el fin de llegar a un acuerdo con respecto a los pagos pendientes en materia de derecho de frente y patente de industria y comercio; igualmente ha exhortado a la Cámara Nacional de Aseguradoras para que sensibilicen su postura en cuanto a la indemnización de siniestros.

En tal sentido, el 11 de abril puede interpretarse como una “nueva oportunidad” para la reflexión y la toma de decisiones profundas que tengan como fondo un escenario de diálogo nacional, en el que el sector productivo nacional encuentre una interlocución válida para el aporte de propuestas y la presentación de exigencias básicas, vinculadas a problemas puntuales, y enmarcadas en un plan de crecimiento económico inclusivo y de consenso.

CATEGORÍA: SOCIAL

- **Valor:** Participación
- **Dicotomía:** Entusiasmo vs. Pesimismo
- **Emisor/Anunciante:** FIAT (Empresa transnacional/Fabricante de automóviles)
- **Marca:** FIAT
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Perceptor:** Oposición
- **Mensaje:** “*Para sentirse optimista*”

En contraposición al pesimismo palpable en la sociedad venezolana, específicamente en lo que se refiere al sector de la Oposición, antes y después de los sucesos ocurridos en abril, el anunciante FIAT busca transmitir al receptor, a través de la frase “**Para sentirse optimista**”, un mensaje de confianza, aliento, esperanza, respaldo y seguridad.

‘Sentirse optimista’ es sentirse alegre, ilusionado, motivado, con buen ánimo y disposición respecto a una situación, hecho o evento. Entonces, de lo que se trata es que hay que sobreponerse a la tristeza y desánimo ante la situación del país, a la sensación de derrota, de estar en un laberinto sin salida, y pensar en que la recuperación es posible, en que sí hay salidas a la crisis y los conflictos que vivimos.

El optimismo tiene que ver directamente con el entusiasmo, la emoción, y ésta última, según explica el psicólogo Roberto Zapata en el estudio Valores del Venezolano³⁰ significa que algo se pone

en movimiento. “La presencia de las emociones ciertamente posibilita el que éstas se demanden. Pero su ausencia o neutralización traen, también, como resultado, la falta de implicación (ausencia de interés por, falta de entusiasmo por)”.

Este mensaje está estrechamente vinculado con la motivación y la participación, dos valores fundamentales de la cultura democrática. Como mencionáramos en la primera parte de este trabajo, los últimos meses se han caracterizado por una proliferación de marchas y movilizaciones, la gente quiere participar y expresarse. Recordemos todo el movimiento de marchas, y encuentros en la Plaza Francia en Altamira, y las consignas: “*Por la libertad y la democracia*”, en la marcha del 23 de enero; “*Ni un paso Atrás*”, referido al conflicto de PDVSA, que luego tomó la ciudadanía para expresar su descontento ante el Gobierno por la situación política, económica y social, en busca de objetivos claros: la no politización de PDVSA; la defensa de la democracia; la solicitud de renuncia al presidente Chávez.

Los sucesos de 11 de abril sumergieron a una mayoría de los venezolanos en un estado de tristeza, decepción, descontento, ante todo lo ocurrido. Sin embargo, aun cuando el pesimismo reina en el ambiente, y no puede ocultarse, ni obviarse, la ciudadanía sigue organizándose en marchas, vigiliadas, para expresar su inconformidad ante la crisis que se vive; su rechazo a la permanencia en el cargo del Fiscal General de la República, el Contralor, el Defensor del Pueblo, y por el esclarecimiento de la verdad con la consigna “*No a la Impunidad*”.

- **Valor:** Seguridad
- **Dicotomía:** Tranquilidad vs. Incertidumbre
- **Emisor/Anunciante:** Toyota (Empresa transnacional / Fabricante de automóviles)
- **Marca:** Toyota
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Receptor/Público Objetivo:** Oposición
- **Mensaje:** “*En momentos difíciles, la tranquilidad es importante*”

No podemos obviar que Venezuela atraviesa graves dificultades en todos los niveles. Es innegable que a partir de lo ocurrido en el mes de abril hay una atmósfera de violencia y tensión que produce incertidumbre, miedo, inseguridad, intranquilidad. Podría afirmarse que hay un sentimiento generalizado de que la seguridad y paz están amenazadas.

“

No podemos obviar que Venezuela atraviesa graves dificultades en todos los niveles. Es innegable que a partir de lo ocurrido en el mes de abril hay una atmósfera de violencia y tensión que produce incertidumbre, miedo, inseguridad, intranquilidad. Podría afirmarse que hay un sentimiento generalizado de que la seguridad y paz están amenazadas

”

Todo lo sucedido entre el 11 y 14 de abril sólo dejó muchas interrogantes y sabores en una gran mayoría de los venezolanos. Baste sólo mencionar las imágenes de la tragedia en que desembocó la marcha del 11; las imágenes de la toma de posesión de Pedro Carmona Estanga; los saqueos y enfrentamientos; los allanamientos ocurridos luego de la salida de Chávez; el amedrentamiento de los Círculos Bolivarianos a los medios; la ola de rumores, entre otros.

Como afirma Arturo Sosa, s.j... “Entre el 4 y el 14 de abril de 2002 la sociedad venezolana ha vivido una sacudida política de dimensiones comparables a un choque de trenes de alta velocidad”³¹.

A esta sacudida política, se añade la sacudida económica y social que deja en el aire como señala la edición especial de la revista *Primicia* preguntas como ¿Qué pasó? ¿Qué clase de país es este?

Y detrás de esas dos preguntas viene el miedo, la zozobra, por el futuro a corto, mediano y largo plazo. Ante esto, Toyota apela a la tranquilidad, la calma, el sosiego, a un clima favorable que genere confianza.

De alguna manera para salir de la especie de ‘limbo’ en el que está inmerso el país hay que recuperar la serenidad, la calma, y

este mensaje apuesta a recobrar la sensación de paz, tranquilidad y seguridad.

- **Valor:** Fraternidad
- **Dicotomía:** Apoyo vs. Soledad
- **Emisor/Anunciante:** Movilnet (Empresa Nacional/Servicios de telefonía móvil celular) y Samsung (Empresa transnacional/Fabricante de productos y accesorios de telefonía móvil celular)
- **Marcas:** Movilnet y Samsung
- **Receptor/Público Objetivo:** Oposición y Oficialismo
- **Mensaje:** “*Nosotros también estamos contigo siempre*”

Ante la intolerancia, la confrontación, el recrudescimiento de los extremismos y las divisiones, se pretende dar un mensaje de apoyo y solidaridad. “...estamos contigo siempre” significa que en los momentos difíciles es posible contar con una ayuda que pasa por la incondicionalidad, - si tomamos la expresión “siempre” explícita en el mensaje-, apoyo, lealtad, fraternidad, amistad.

Ante el sentimiento de división y confrontación, los anunciantes llaman a través de este mensaje a que el receptor sienta que no está solo, que cuenta con un respaldo solidario y amigo.

Como se afirma a continuación “Es la hora... de curarnos este ratón de sangre, esta sobre dosis de realidad. La hora de sacar la escoba y el maletín de primeros auxilios, y sobre todo de saludar al vecino”³².

Lo anterior, guarda relación con la fraternidad, uno de los principales valores de la democracia. “Asumir el valor democrático de la fraternidad supone reconocer que las contradicciones sociales, los conflictos entre grupos de interés o de opinión, o entre partidos políticos, no son contracciones absolutas, antagónicas, que sólo pueden superarse mediante el aplastamiento, la exclusión o la aniquilación de los rivales, sino contradicciones que pueden y deben tratarse pacífica y legalmente, es decir, mediante procedimientos capaces de integrar, negociar y concertar soluciones colectivas legítimas y aceptables para todos”³³.

- **Valor:** Solidaridad/Participación
- **Dicotomía:** Apoyo vs. Abandono
- **Emisor/Anunciante:** *El Universal* (Empresa nacional/Medio de Comunicación Impreso)
- **Marca:** *El Universal*
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Receptor/Público Objetivo:** Oposición
- **Mensaje:** “*Hoy no marcharás solo*”

- **Emisor/Anunciante:** CNB (Empresa nacional / Medio de Comunicación Radial)
- **Marca:** CNB
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Receptor/Público Objetivo:** Oposición
- **Mensaje:** “Hoy no estás solo”

En los últimos meses hemos escuchado reiteradamente los calificativos para la Oposición de “minorías”, “escuálidos”, por parte de voceros del oficialismo, y seguidores del Gobierno. Ante la conflictividad imperante en los últimos meses, y la sensación de pesimismo, miedo, falta de apoyo, de quizá no sentirse escuchados, respaldados, y a la vez representados, los dos mensajes anteriores pueden ser analizados de forma conjunta, ya que ambos reflejan como propósito fundamental la idea de “acompañar”, “seguir”, “apoyar”, y manifiestan solidaridad con el receptor.

La solidaridad “es más que un acto caritativo: es un esfuerzo de cooperación social y una iniciativa surgida de la participación ciudadana para vivir mejor”³⁴.

En este caso, la solidaridad está estrechamente vinculada con la participación... “no marcharás solo”, “no estarás solo”, en el sentido de que la ciudadanía como sujeto activo en la construcción de la democracia, no es un ente solitario y aislado, sino que forma parte de una visión de conjunto, de grupo, que cuenta con respaldo y compañía.

SUBCATEGORÍA: POLÍTICO-ECONÓMICO

- **Valor:** Libertades Económicas/Convivencia
- **Dicotomía:** Optimismo/Pesimismo
- **Emisor:** Banco de Venezuela/Grupo Santander – Banco Caracas (Empresas de capital nacional y extranjero/Servicios de banca nacional)
- **Marca:** Banco de Venezuela/Grupo Santander
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Perceptor:** Agentes Económicos
- **Mensaje:** “Permítanos mejorar. En este proceso ganamos todos”

A semejanza de los anuncios analizados con anterioridad, el mensaje de la marca **Banco de Venezuela/Grupo Santander** presenta una doble vertiente. Por un lado eminentemente económica cuando apela a la expresión “Permítanos mejorar”, con la que hace referencia a la difícil situación por la que atraviesan las finanzas nacionales, a juzgar por el hecho

“

De acuerdo a las estimaciones realizadas, el inventario entre el 12 y el 14 de abril arroja como resultado que en Caracas fueron saqueados 349 comercios, 78 de los cuales fueron incendiados, y se perdieron alrededor de 80.000 empleos. Se calcula en 200 millones de dólares las pérdidas en el sector alimentos, productos de los saqueos y disturbios entre el viernes 12 y lunes 15 de abril

”

de que, al cierre de 2001, el índice de crecimiento de la economía apenas se ubicó en un 0,5%; mientras que el desempleo ya ha alcanzado el 16%; alrededor de cinco de cada diez venezolanos que conservaban un puesto de trabajo ya han pasado a la informalidad; las tasas de interés superan el 50%; y la inflación acumulada a mayo bordea el 10,5%, porcentaje que duplica el índice registrado para el mismo período del año 2001, que fue de 4,9%.

En tres años de “revolución”, el índice de riesgo-país se ha mantenido en constante ascenso para terminar el 2001 en 1.141 puntos básicos, sólo por detrás de Argentina y Ecuador en el ámbito regional. Esta percepción de riesgo se produce por una mezcla de factores políticos y económicos, que comienza por la radicalización de las posiciones a favor y en contra del Presidente Hugo Chávez, cuyo discurso condena el “neoliberalismo salvaje”, y propone un crecimiento hacia adentro, soportado en altos precios petroleros y medidas de protección a sectores clave.

Dentro de este marco cobra relevancia el concepto de la **Libertad Económica**, traducida en una política de libre mercado, que fomente las exportaciones, privatice empresas públicas y adopte un tipo de cambio competitivo.

Esta apreciación es reforzada con la frase “En este proceso ganamos todos”, la cual, tal como se apuntó antes, remite al valor de la **Convivencia** en tanto mecanismo para el procesamiento de intereses y necesidades ciudadanas en igualdad de condiciones y dentro de un marco institucional.

SUBCATEGORÍA: POLÍTICO-SOCIAL

- **Valores:** Tolerancia/Convivencia
- **Dicotomía:** Integración vs. Separación
- **Emisor:** Movilnet (Empresa nacional/Servicios de telefonía móvil celular)
- **Marca:** Movilnet
- **Medio:** Prensa / Últimas Noticias
- **Perceptor:** Oposición
- **Mensaje:** “Las medidas que nos hacen feliz a todos”

Como en los casos de otros anunciantes cuyos mensajes fueron detallados con antelación, la marca **Movilnet** se enfila en la misma línea de los valores de la **Convivencia** y de la **Tolerancia**, puestos de relieve a través de una serie de medidas encaminadas al logro de la paz social y la estabilidad política.

En efecto, el tono del Presidente Chávez al reasumir sus funciones fue de una gran ponderación, encaminado hacia el diálogo con la Oposición, y a la rectificación de las acciones que, en las semanas precedentes, habían precipitado los hechos del 11 de abril.

De esta manera, una de las medidas preliminares consistió en el reconocimiento del principio de la meritocracia en el esquema de ascensos de PDVSA, y la juramentación de los nuevos integrantes de la Junta Directiva de la corporación, presidida por Alí Rodríguez Araque.

Asimismo, se anunció la creación de una “Comisión por la Verdad”, conformada por representantes independientes de las ONG’s, las Universidades y la Iglesia, a cuyo cargo quedaría la investigación de los acontecimientos ocurridos entre el 11 y el 14 de abril. Paralelamente, una comisión parlamentaria de la Asamblea Nacional sería la responsable de llevar a cabo las averiguaciones pertinentes en torno a los sucesos.

Además de estas consideraciones, la confianza de los sectores opositores en el compromiso de la rectificación manifestado por el Gobierno Nacional quedó sujeta a otras exigencias, relativas al desarme de los Círculos Bolivarianos; el reemplazo de los representantes del Poder Ciudadano (Fiscal General de la República, Contra-

lor General de la República y Defensor del Pueblo); y la reorganización del tren ministerial, dominado en mucho por figuras que detentan posturas radicales y excluyentes.

Hasta los momentos, el Ejecutivo ha accedido únicamente a la reorganización del Directorio de PDVSA y a crear una serie de mesas de diálogo bajo la égida del Consejo Federal de Gobierno, medidas que la Oposición considera insuficientes. No obstante, se aprecia como un elemento positivo el que se admita la coexistencia de la pluralidad política.

Si bajo un esquema sectarista los otros aparecen como los enemigos a vencer o a aniquilar, y el código de comportamiento beligerante surge como el más propio y ajustado, la Democracia obliga a la tolerancia, al trato cívico, a intentar apreciar y evaluar en los otros lo que puede ser pertinente y valioso para todos.

SUBCATEGORÍA: ECONÓMICO-SOCIAL

- **Valor:** Solidaridad
- **Dicotomía:** Credibilidad vs. Desconfianza
- **Emisor/Anunciante:** Unibanca (Empresa nacional/Servicios de banca nacional)
- **Marca:** Unibanca
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Receptor/Público Objetivo:** Oficialismo-Oposición
- **Mensaje:** “*Plan especial de ayuda para comerciantes afectados*”
- **Emisor:** Banesco (Empresa nacional/Servicios de banca nacional)
- **Marca:** Banesco
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Receptor/Público Objetivo:** Oficialismo-Oposición
- **Mensaje:** “*Préstamos especiales para comerciantes afectados*”

Motivado a la grave situación suscitada producto de los saqueos durante el 13 y 14 de abril, y la consecuente crisis económica para los comerciantes ante daños a las estructuras, robo de mercancías y mobiliarios, falta de liquidez para responder ante los empleados, en el tema de salarios, prestaciones e indemnizaciones, la banca comercial, en este caso Unibanca y Banesco, ofrecen planes especiales y préstamos a los propietarios para solventar la grave situación en la que se encuentran.

En esta coyuntura se vieron afectados tanto propietarios de establecimientos se-

guidores del Gobierno, como de la Oposición, por tanto puede considerarse como receptores a la ciudadanía en general (sin distinción de ideología política y condición socio-económica).

De acuerdo a las estimaciones realizadas³⁵, el inventario entre el 12 y el 14 de abril arroja como resultado que en Caracas se perdieron alrededor de 80.000 empleos. Se calcula en 200 millones de dólares las pérdidas en el sector alimento, producto de los saqueos y disturbios entre el viernes 12 y lunes 15 de abril.

A lo anterior se suma que muchas pólizas de seguros que mantenían una buena parte de los establecimientos comerciales que fueron saqueados no cubren los daños, pues especifican que no habrá indemnización en caso de motines, disturbios populares o conmoción civil.

En concreto, este mensaje busca brindar apoyo, respaldo, solidaridad y seguridad en el aspecto económico y social a los afectados. Que éstos sientan que en momentos de dificultad la banca está para ayudarlos, que no están desprotegidos, que ofrecen un aporte desde la institución financiera a solventar la angustia, temor y crisis a los afectados.

Dentro de un sistema democrático la confianza y credibilidad es fundamental para el desarrollo y prosperidad económica y social del país. Los comerciantes afectados necesitan además de su recuperación económica, la confianza necesaria para seguir invirtiendo y creyendo en el país. Confianza es sinónimo de certidumbre, seguridad, esperanza, aliento, ánimo, determinación, y a esto recurren ambos anunciantes para llegar al receptor de manera efectiva.

- **Valor:** Solidaridad
- **Dicotomía:** Estabilidad vs. Incertidumbre
- **Emisor/Anunciante:** Walter Mercado (Empresa internacional/Servicios de consultas esotéricas)
- **Marca:** Walter Mercado
- **Medio:** Prensa / *Últimas Noticias*
- **Receptor/Público Objetivo:** Oficialismo-Oposición
- **Mensaje:** “*Porque quieres salir adelante aún en tiempos difíciles...llámanos*”

El mensaje a analizar, dentro de la totalidad de los textos encontrados, es muy particular. Se trata de los servicios de consulta telefónica con el astrólogo Walter Mercado. El texto dice lo siguiente: “*Porque quieres salir adelante aún en tiempos difíciles...llámanos*”.

“El futuro de Venezuela está en tus manos y en las de cada venezolano. Ahora más que nunca estamos con Venezuela y queremos ayudarte”.

Este mensaje se inserta dentro de la categoría económica-social, pues ante tiempos adversos signados por la crisis, la dificultad, la inestabilidad económica y social, la incertidumbre y desconcierto, la frase “salir adelante aún en tiempos difíciles” y “ahora más que nunca estamos con Venezuela y queremos ayudarte” ofrece apoyo, ayuda, consejo, orientación, inclusión, y apela claramente a la necesidad de encontrar respuestas y soluciones a los problemas.

Recurre a esa inquietud que puede tener el receptor a nivel individual sobre el aspecto laboral y económico, o más allá de eso, qué escenarios están planteados a nivel personal (viaje, cambio de trabajo...), en qué situación se encuentra, cómo salir de ella, qué le depara el futuro. En fin, se ofrece como alternativa para encontrar respuestas sobre su presente y su futuro.

“El futuro está en tus manos y en las de cada venezolano”, puede traducirse en: todos somos parte de una misma Venezuela, el futuro depende de ti y de cada uno de los que conforma este país; pero al mismo tiempo, el futuro se traduce en inmediatez: está aquí, en tus manos, puedes palparlo, conocerlo, acercarte a él.

“Queremos ayudarte”, es decir, cuenta con nosotros, estamos aquí, no estás solo, te escuchamos.

SUBCATEGORÍA: POLÍTICO-ECONÓMICO-SOCIAL

- **Valor:** Seguridad
- **Dicotomía:** Esperanza vs. Desánimo
- **Emisor/Anunciante:** Chevrolet (Empresa transnacional/Fabricante de automóviles)
- **Marca:** Chevrolet
- **Medio:** Prensa / *El Universal*
- **Receptor/Público Objetivo:** Oficialismo-Oposición
- **Mensaje:** “*Sólo le damos buenas noticias*”

En los últimos meses el panorama político, económico y social se ha tornado cada vez más desolador y poco esperanzador. Cómo salir de la crisis, cómo recuperar la confianza, cómo alcanzar el diálogo, cómo no ver en el ‘otro’ un adversario, cómo recuperar la tranquilidad y la paz, cómo superar el desánimo, ... estas son muchas de las interrogantes que se plantea buena parte de los venezolanos.

Es una realidad que en los diferentes medios de comunicación leemos, escuchamos o vemos noticias poco alentadoras: incremento de la inseguridad, denuncias por corrupción, enfrentamientos, muertos y heridos, crisis en el sector salud, vivienda, educación, inflación, desempleo, paros, huelgas, posiciones extremas en un sector u otro (oficialismo-Oposición), ausencia de un diálogo y reconciliación efectivo, amenazas, insultos.

Esta situación genera cansancio y saturación. El venezolano está ávido de recibir buenas noticias y hechos positivos para recuperar el ánimo, la confianza, la credibilidad en las instituciones, en el 'otro', en el país.

"Sólo le damos buenas noticias" evoca a esas cosas positivas, agradables, alentadoras, esperanzadoras que necesita el receptor. Es un mensaje de optimismo, y alegría.

CONCLUSIONES

Los mensajes publicitarios forman parte de una intrincada urdimbre de otros mensajes *massmediáticos* que no sólo proponen informaciones, sino que fundamentalmente establecen modos de entender las relaciones sociales y la cultura en su conjunto.

Más allá de las consecuencias en los ámbitos político, económico y social, las expresiones publicitarias después de los sucesos del 11-A ponen de manifiesto grandes implicaciones en la dimensión cultural, y reflejan la pervivencia de los principales valores que deben estar presentes dentro de una cultura democrática, a saber la Tolerancia, la Convivencia, la Participación, la Solidaridad, la Fraternidad.

En tanto sistema de comunicación, la Publicidad organiza los universos de representación simbólica que posibilitan la aparición de "mercados comunicativos" en el que circulan y se consumen símbolos como modos de comprender la cultura.³⁶

Trascendiendo el posible sentido oportunista que pudiera percibirse en la difusión publicitaria de mensajes que apelan a la emotividad del público como mecanismo para vehicular una marca, no hay duda de que también reflejan muchas de las preocupaciones y sentires del individuo en su diario acontecer en medio de contextos de crisis.

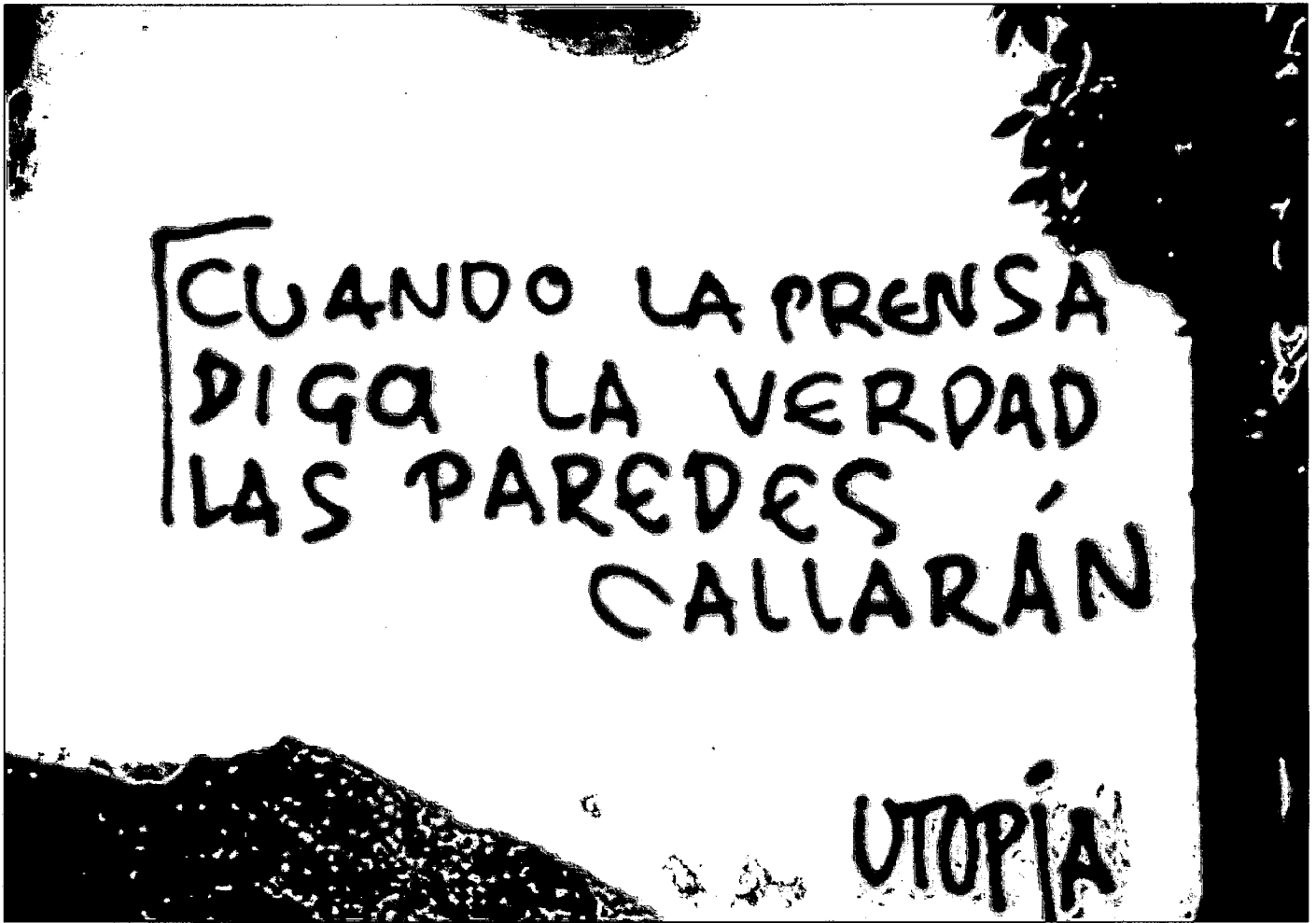
Ello puede significar una oportunidad no sólo para descubrir nuevas vertientes de aplicación de la disciplina, sino también su aprovechamiento como canal o vía

para la sensibilización en otros órdenes aparte del estrictamente comercial, una aproximación a la dimensión humana que supera la categoría del consumidor.

■ **Agrivalca Canelón**
Narsa Silva
Comunicadoras sociales
Miembros del Consejo de
Redacción de *Comunicación*

Referencias bibliográficas

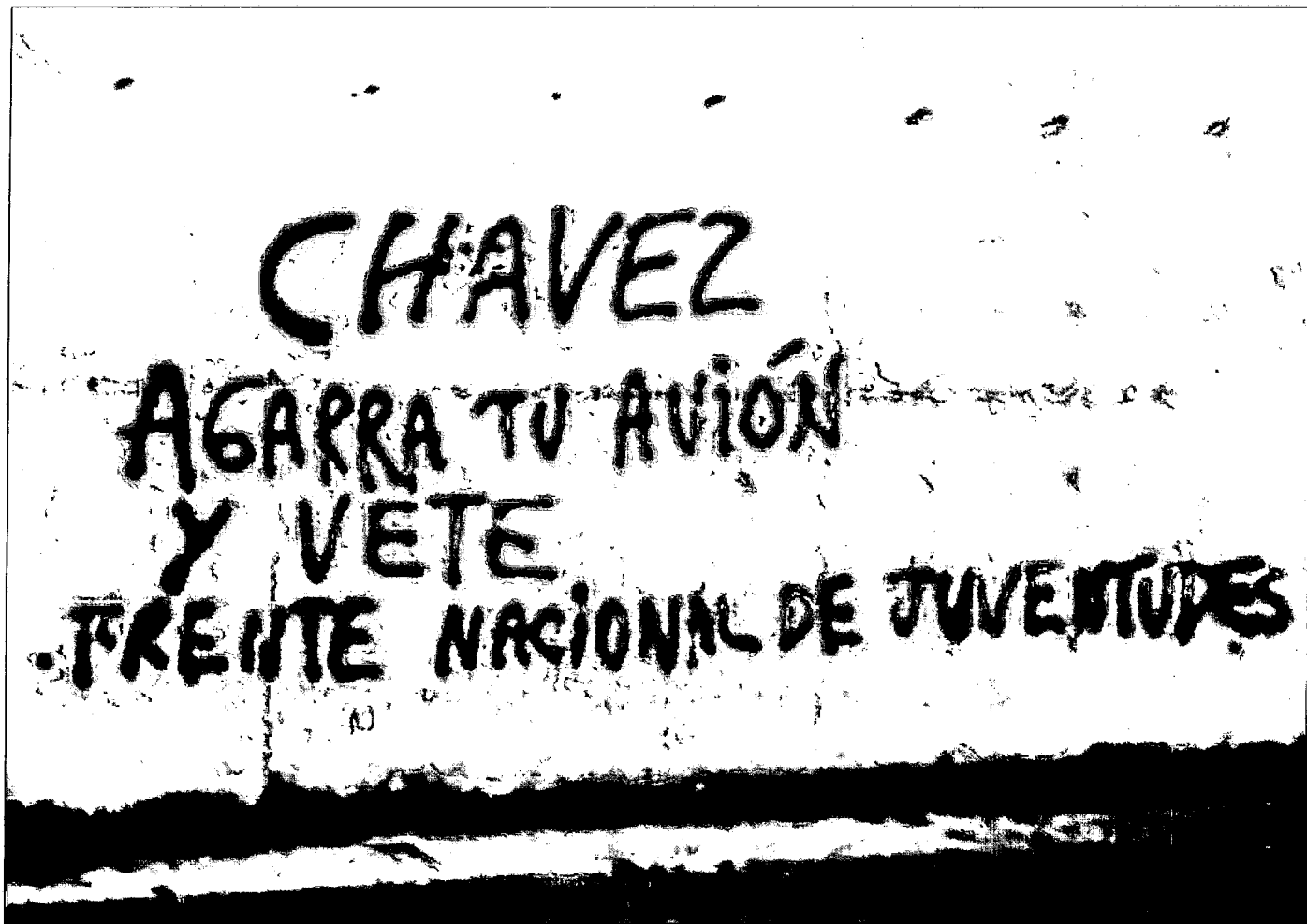
- 1 HERNÁNDEZ, María. "El rol de la Sociedad Civil y el de los partidos políticos". En la siguiente dirección electrónica (URL): www.elgusanodeluz.com
- 2 RODRÍGUEZ, Yelitza. "Los Círculos Bolivarianos ¿paz? ¿violencia?". Revista SIC, N° 645, Fundación Centro Gumilla, Pág. 255.
- 3 PURROY, Miguel. "Economía: balance 2001 y perspectivas 2002". Revista SIC, N° 641, enero-febrero 2002, Fundación Centro Gumilla, Pág. 8.
- 4 SOSA, Arturo. "Del choque de trenes al programa mínimo". Encarte Especial Crisis política. Revista SIC, N° 643, abril 2002, Fundación Centro Gumilla, Pág. 7.
- 5 HERNÁNDEZ, María Fernanda. Op. cit.
- 6 DE VIANA, Mikel. "Mirando al horizonte con... Conversación con Mikel de Viana". En la siguiente dirección electrónica (URL): www.elgusanodeluz.com
- 7 RIUTORT, Matías. "La pobreza en el Trienio 1999-2001". Revista SIC, N° 645, Fundación Centro Gumilla.
- 8 ESPAÑA, Luis Pedro. "De la decepción a la esperanza. Elementos para el Desarrollo Social de Venezuela". Encarte Especial. Revista SIC, N° 643, Fundación Centro Gumilla, Pág. 6.
- 9 FIGUERA, Francisco Javier. "La crisis política motivó a las empresas a elaborar campañas institucionales". El Nacional, Estrategia y Negocios, 7 de mayo de 2002. En la siguiente dirección electrónica (URL): www.el-nacional.com
- 10 SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R. Teoría de la Publicidad. Madrid, Tecnos, 1993, pág. 416, citado por SAN NICOLÁS ROMERA, César: "La nominación publicitaria. Procesos semionomasiológicos para la creación estratégica de nombres de marcas". Revista Tonos Digital, Número 3, marzo 2002. En la siguiente dirección electrónica (URL): www.um.es/tono...estudios/NominacionPublicitaria.htm
- 11 FIGUERA, Francisco Javier. Op. cit.
- 12 "Los medios y el golpe". Informe Especial. Revista Producto, Año 18, N° 224, Pág. 23.
- 13 Idem.
- 14 SIERRA, F. "La Publicidad". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://members.tripod.de/TeoriaInformacion/texto/teorinf.html>
- 15 BENDEZÚ, R. "Comunicación Publicitaria, Eficacia y Lógica Cultural". Revista Diálogos de la Comunicación, Número 27, Perú, 1998, pág. 22.
- 16 BENAVIDES DELGADO, J. "La presencia de la publicidad en la construcción de la cultura cotidiana". En: Revista Especulo N° 1. En la siguiente dirección electrónica (URL): www.ucm.es/info/especulo/numero1/benavid.htm
- 17 MORANT, N. "Social representations of gender in the media: Quantitative and qualitative content analysis. En Miell, D. Y Wetherell, M (Eds.) *Doing Social Psychology*. London: Sage.
- 18 SAN NICOLÁS ROMERA, C. Op. cit.
- 19 SAYAGO, O. "EL hombre redefine el sentido de la vida y los publicistas no pueden perderlo de vista". El Nacional, 12 de noviembre de 2001. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://128.241.247.11/enstat/print.asp?file=2001/11/12/pF1s1.htm>
- 20 SIERRA, F. Op. cit.
- 21 SAN NICOLAS ROMERA, C. Op. cit.
- 22 ARISÓ Guillermo. "Sociedad, Medios y opinión Pública: algunas reflexiones sobre un atráda compleja". En la siguiente dirección electrónica (URL): [wysiwyg://71/http://ar.geocities.com/claudiovallone/smmop.html](http://www.wysiwyg://71/http://ar.geocities.com/claudiovallone/smmop.html)
- 23 CALLES SANTILLANA, J. "Recepción, Cultura Política y Democracia". Revista Comunicación y Sociedad, julio-diciembre de 1999, pág. 59.
- 24 LAZARTE, J. "Los medios de comunicación y el fortalecimiento de la cultura democrática". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.tribunal-electoral.gob.pa/xcurso/documentos-videos/176.doc>
- 25 CALLES SANTILLANA, J. Op. cit., pág. 59.
- 26 BENDEZÚ, J. Op. cit., págs. 23 y 24.
- 27 BENAVIDES, J. El lenguaje publicitario, instrumento de análisis y comprensión de nuestra cultura. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://cecte.ILCE.edu.mx/cecte/posgrado/investigación/lecturas/Benavides.rtf>
- 28 WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Editorial Paidós. 1990. Pág. 30
- 29 LAZARTE, Jorge. Op. cit.
- 30 Zapata, Roberto. Valores del Venezolano. Conciencia 21. 1996.
- 31 SOSA, Arturo. Op.cit. Pág. 1.
- 32 Revista Primicia. Ídem.
- 33 Principios y valores de la democracia. En: http://deceyec.ife.org.mx/principios_y_valores_de_la_democ.htm.
- 34 Ídem.
- 35 Veneconomía Semanal. Vol. 20. N°22. 24 de abril de 2002, y Vol.20. N°21. 17 de abril de 2002.
- 36 BENDEZÚ, Raúl. "Comunicación Publicitaria, Eficacia y Lógica Cultural". En: Diálogos de la Comunicación, Número 27, Perú, 199..., pág. 27.



Resumen

Venezuela está viviendo un inusual proceso político. El 4 de febrero de 1992, repentinamente, el teniente coronel Hugo Chávez entra en la escena pública, convirtiéndose casi siete años después en presidente. Los procedimientos del presidente Chávez infringen toda la tradición de comunicación política en el país, siendo su carismática figura el centro de la controversia política. Un tema con pocos estudios en el país ha sido el graffiti o pintada, no entendido como arte o expresión individual de sentimientos, sino como comunicación política. ¿Qué ha sucedido en una situación tan convulsa con el graffiti? De ser principalmente un recurso antisistema en un país latinoamericano, ¿cuáles son los temas, protagonistas y apelaciones del graffiti actual sobre asuntos públicos? ¿Están los graffiti identificados o son anónimos? Estas son algunas de las preguntas sobre este tradicional canal de comunicación antisistema

El graffiti en



Abstract

Venezuela is living an unusual political process. On February 4th, 1992, suddenly, the lieutenant colonel Hugo Chávez enters in the public scene, becoming President almost seven years later. The President's procedures infringe all the tradition of political communication in the country, being his charismatic image the center of the political controversy. A topic with few studies in the country has been the graffiti or pintada, not understood as art or as individual expression of feelings, but as political communication. What has happened in a convulsive situation with the graffiti? From mainly being an anti-Establishment resource in a Latin-American country, what are the issues, protagonists and appeals of the current graffiti about public affairs? Are the graffiti identified or anonymous? These are some of the questions asked about this traditional anti-Establishment media

*Irgendwann fällt jede mauer!
¡Algún día cada muro caerá!*

**Graffiti
en el muro de Berlín**

■ Iván Abreu Sojo

la V República

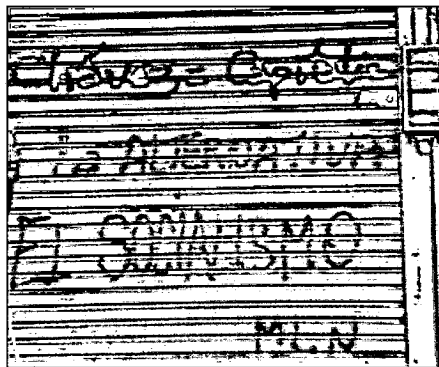
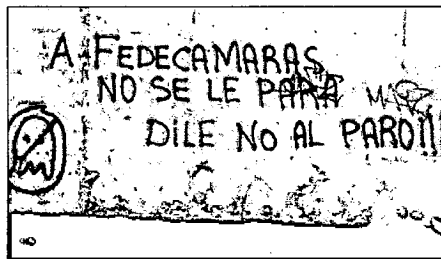
Venezuela vive momentos angustiosos en estos momentos, cuando una tormenta de conflictos amenaza con crear situaciones indeseables. La crispación es total y los medios de comunicación social, la arena en la cual se debaten los temas de agenda, espacio de concurrencia de opiniones y de conformación de la opinión pública (Abreu, 2001), son acompañados por tres manifestaciones del clima de opinión paralelas a los medios: el humor, los rumores y los graffiti o pintadas, también pintas en Venezuela.

A los rumores hemos dedicado esfuerzos anteriormente (Abreu, 1993), con el tema del chiste político tenemos una deuda que esperamos saldar en algún momento. Ahora nos ocupa el graffiti, pues entendemos que ha pasado a formar parte del arsenal de la batalla que se libra en el país por la opinión pública. Visto desde tres principales vertientes, como arte de la calle, como expresión íntima de sentimientos individuales o como tradicional vía de protesta *anti-Establishment* o antisistema, se da la situación de que el graffiti, pensamos que por primera vez, es asumido por sectores afectos al gobierno de turno, que inundan las calles en defensa de la auto-denominada Revolución Bolivariana, sectores que batallan con otros sectores, de oposición, por copar las paredes en un afán por convencer que tiene todos los visos de poder denominarse como propagandístico. Las particularidades de este denominado *proceso* tienen en el graffiti, pintada o pinta un elemento, entonces, muy singular y característico, pues es desde el propio sistema, desde sus adeptos, que se comienza una pelea *sui generis*, de la cual no conocemos antecedentes en el mundo. Esa es la gran novedad, y este estudio está dedicado a tratar de desentrañar algunas de sus particularidades.

I. CONSIDERACIONES SOBRE EL GRAFFITI

El graffiti, pintada o pinta¹ se podría remontar al imperio romano, en Pompeya y en Roma. A los muros dedicados expresamente para la escritura de avisos, blanqueados con cal, se les denominaba *album*. También se puede hacer referencia al *dazibao* ya presente en China en el siglo XII a.C.

En Latinoamérica, según nos refiere Silva (1988) como consecuencia del reparto del botín de Tenochtitlán, después de la derrota azteca de 1521, hubo escán-



dalos por los reclamos de los capitanes españoles que se consideraban burlados. Hernán Cortés, que se encontraba en Coyoacán y se quedaba en unos palacios que tenían blanqueadas las paredes, observaba escritos cada mañana, en prosa y en verso, de carácter malicioso que, al parecer iba contestando cada mañana en verso, hasta que cansado de las constantes réplicas, acabó con éstas escribiendo: "pared blanca, papel de necios". Un antecedente que muestra como el graffiti es antipático al poder establecido.

En Venezuela, mucho antes de la popularización de la actividad de pintar los muros, que data de finales de los años 60, por influencia de Mayo 68 en Francia y por la actividad en el metro de New York, la actividad, que tiene múltiples expresiones mundiales, en distintas épocas, que no es el caso reseñar exhaustivamente en este trabajo², se usaba el graffiti o pinta, no todavía con el primer nombre. Aunque lamentablemente no sobreviven referencias de recopilación de la época, luego de la caída de la última dictadura, durante el gobierno de Betancourt se produce el alzamiento en armas de los jóvenes de izquierda que se incorporan a la guerrilla. Tal vez el graffiti más famoso en Venezuela, seguramente debido a una expresión de Betancourt "yo no renuncio ni me renuncian"³, fue la pinta "Rómulo renuncia". En vista de que la policía política, patrullando las calles, hacía difícil, aún con el aerosol, escribir el mensaje, éste se resumió en "RR", que todo el mundo sabía se refería a la petición de renuncia del presidente Betancourt.

¿Por qué graffiti? Es palabra italiana de etimología griega, pues en Grecia antigua los dibujos y textos se hacían, entre otros materiales, por la acción de un punzón de metal o "lápiz de plomo" sobre un pergamino, pasando al latín como *graphium* y al italiano como *sgraffiare* o garabatear y de allí *graffiti*, ya no como indicador del instrumento para la acción sino como su producto, que es como usamos el término en la actualidad, probablemente por influencia del uso de esta expresión para designar el fenómeno que comienza a observarse a finales de los sesenta, cuando un grupo de jóvenes comienzan a pintar sus nombres en los vagones y estaciones del *subway* de New York y por la misma influencia del Mayo del 68, que también denomina sus escritos sobre las paredes como *graffiti*. Y parece interesante la definición que proporciona Castleman (1987, p. 10):

Este término...es el empleado generalmente para describir muchos tipos diferentes de escritura mural, entre los que se pueden incluir las pinturas de ciertas cuevas prehistóricas, los "latrinalia" (las inscripciones encontradas en las letrinas de la antigua Roma) y toda la suerte de mensajes políticos, sexuales o humorísticos que han sido garabateados, pintados o marcados en las paredes a lo largo de la historia. El término sirve asimismo para denominar el tipo particular de pintadas que se encuentran en el metro de Nueva York. En el uso común se utiliza la misma forma para el singular y el plural...

Posición que contradicen con muchos argumentos Vigar y Reyes (1996), para quienes los *graffiti* tienen fundamentalmente una dimensión artística y quienes los realizan tienden a la profesionalización, a convertir la actividad en un fin y suelen referirse a sí mismos como "graffiteros" o "artistas", mientras que las *pintadas* utilizan el lenguaje verbal para transmitir unos determinados contenidos semánticos, siendo lo principal la voluntad de información y de actuación sobre el receptor. Lo cierto es que, como señalan los autores, existiendo la palabra *pintada* o *pinta* en castellano, a finales de los sesenta las calles de las grandes ciudades europeas se ven invadidas de letreros, casi siempre de carácter ideológico o político contra el *Establishment*. Así, señalan los autores (1996, p. 2):

El Mayo del 68 francés extiende por el mundo la imagen de mensaje callejero inconformista, comprometido, idealista y utópico. Seguido con interés e imitado inmediatamente en toda Europa (y mitificado más tarde), el Mayo del 68 trae a nues-

tros estudiantes e intelectuales de la época la palabra italiana *graffiti*, que es la que los franceses utilizan para referirse a esos escritos murales.

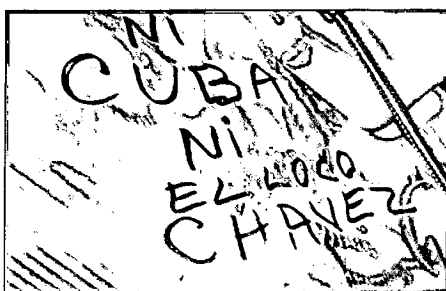
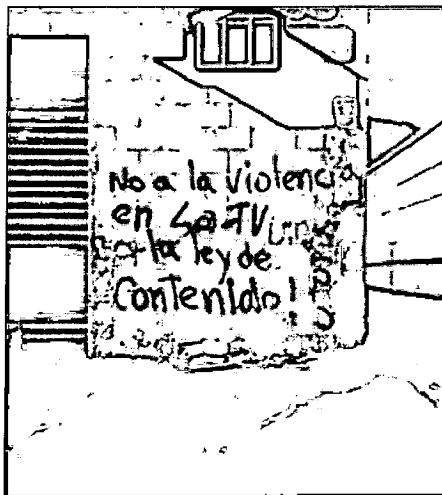
Por la misma época se da el fenómeno ya señalado de New York y la palabra *graffiti* queda instalada para designar por lo menos tres fenómenos distintos: la actividad artística que se ha extendido por todo el mundo originada en los graffiteros de la ciudad norteamericana, el graffiti como expresión individual de sentimientos y emociones y el graffiti como expresión de opinión pública, básicamente como protesta contra el Establishment. Como el uso de la palabra *graffiti* está tan extendida, y respetando las posiciones en contrario, la usamos indistintamente con las palabras *pintada* y *pintado*. Una observación importante es que esta actividad, en cualquiera de las tres manifestaciones que reconocemos es básicamente de jóvenes. Nuestro dominio de estudio, reconociendo la importancia de las dos primeras, se centra exclusivamente en el tercer tipo de *graffiti* o *pintada*, en el contexto de la denominada V República, el régimen que se instala en Venezuela a partir del 2 de febrero de 1999.

Mensaje desmitificador, trasgresor, marginal, subrepticio, de escritura nocturna⁴ espontánea u organizada, individual o grupal (Mazzilli, sin fecha), de burla a lo establecido, de rechazo a esquemas ideológicos, manera de recobrar la palabra agrietando los discursos del poder (Mazzilli, sin fecha, p.19):

Las paredes parecen ser también un buen lugar para observar el estado de ánimo colectivo. Sin perder de vista que los que pintan no representan a todos los sectores ni a todas las edades, son depositarios de ansiedades grupales, de miedos, de fantasías, de ilusiones y desilusiones, que ellos se encargan de "alcahuetear" públicamente.

El graffiti se establece al margen, a partir de normas, códigos, pautas y comportamientos que le son ajenos, por lo cual es actividad socialmente repudiada e ilegal (Vigara y Reyes, 1996, p. 5). La pintada sobre asuntos públicos⁵ al decir de estos autores persigue siempre un objetivo y define sus dominios en función del mensaje y del destinatario que pretende, siendo actos, contra lo que podría pensarse, premeditados, raramente espontáneos. Si los autores se "identifican" lo hacen en nombre de una colectividad (partido político, movimiento ideológico, grupo estudiantil, sindicato, etc.):

Cuando la pintada se firma en nombre de una determinada colectividad, suele



usarse a modo de "consigna", se busca con ella la empatía, el reconocimiento, la adhesión, la propaganda.

El autor del graffiti ubica su mensaje en un lugar específico, haciéndolo accesible a determinado tipo de gente, "es decir, seleccionando de forma natural su receptor" (Vigara y Reyes, 1996, p. 6). Suelen ser casi como titulares de prensa: mensajes breves, sintéticos, de carácter impersonal y "utilitario".

Silva (1988) ha efectuado el estudio exhaustivo del graffiti en la ciudad de Bogotá, en el cual aporta importante consideraciones. Para este autor el graffiti responde con mayor rigor que cualquier otro género comunicacional a una estructura sociolectal, pues sus orígenes y resultados aparecen calibrados fundamentalmente por los límites locales de una cierta comunidad. Para Silva en el graffiti se localizan siete *valencias*, entendidas como carga y disposición en la naturaleza semántica del mensaje. Estas valencias son:

1. *Marginalidad*: a través del graffiti se expresan mensajes que no es posible someter al circuito oficial, por razones ideológicas, de costo o por su manifestación de privacidad.
2. *Anonimato*: los graffiti mantienen en reserva su autoría, a no ser organizaciones o grupos que mediante su autorreconocimiento buscan proyectar una imagen pública.

3. *Espontaneidad*: la pintada responde a una necesidad que aflora en un momento previsto o imprevisto, pero conlleva el aprovechamiento del momento en el que se efectúa el trazo.
4. *Escenecidad*: el sitio elegido, el diseño empleado, materiales, colores y formas generales de sus imágenes, leyendas, son concebidos como estrategias para causar impacto (valencia que parece especialmente referida a los graffiti "artísticos").
5. *Velocidad*: la escritura se efectúa en el mínimo de tiempo posible por razones de seguridad, por las características propiamente denotativas y referenciales o simplemente por presumir, frecuentemente, una intrascendencia en el mensaje que implica "no gastar mucho tiempo" en su elaboración.
6. *Precariedad*: los recursos usados son de bajo costo y fácilmente obtenibles en el mercado.
7. *Fugacidad*: la perduración de los graffiti no está asegurada y pueden desaparecer o ser modificados rápidamente, o deteriorarse fácilmente por los elementos naturales.

Lamentablemente contamos con casi ninguna referencia a estudios sobre el impacto de los graffiti, esto es si la actitud de los perceptores es de interés, si es de simple tolerancia o si es de indiferencia, quiénes los leen y cuáles efectos producen. Una segunda etapa de este estudio apuntaría en esa dirección. Un estudio de Grant (en Tarre, 2002) señala que la presencia de graffiti desestimula a los ciudadanos a realizar compras o vivir en las áreas afectadas y como el valor inmobiliario descenderá y la gente de más recursos se mudará, las zonas tienden a convertirse en lugares peligrosos. Una perspectiva desde la óptica de la economía y los negocios. Otra referencia la proporciona Thiel (2000) quien ofrece cifras de los costos de remoción de los graffiti que no citamos por no tener fuente pero que en todo caso son exorbitantes y quien estima un millón de personas que han pintado un graffiti en Estados Unidos y 150 mil en Alemania.

2. EL ESTUDIO DE CARACAS

2.1. Metodología

Con el objetivo de conocer la expresión del graffiti o pintada sobre asuntos públicos en la nueva situación política venezolana, se instruyó a los estudiantes de los cursos de Opinión Pública II para que

recolectaran muestras en los diversos sitios de la ciudad. Este procedimiento se efectuó entre octubre de 2001 y enero de 2002, siendo recogidos alrededor de 200 graffiti, mediante su anotación, la grabación de su contenido en cinta de audio o fotografiándolos; de los graffiti recogidos en esta primera etapa se eliminaron los referentes a promoción de candidaturas en procesos electorales pasados. En vista de que los acontecimientos prosiguieron su curso, con una avalancha de nuevos graffiti, el autor prosiguió por su cuenta el proceso de recolección, deteniéndolo al finalizar el mes de mayo. Al finalizar este procedimiento, se habían recogido 740 graffiti. Es importante señalar que un graffiti o pintada se consideró una unidad diferente siempre que tuviera alguna variación en relación con otros similares, como una palabra distinta o una identificación.

Posteriormente se procedió a efectuar un procedimiento de análisis de contenido, de acuerdo con una lista de variables. Se codificaron las modalidades de estas variables y se procesó la información en SPSS. Las variables consideradas fueron:

- **Tema del graffiti:** clasificación por tópico de la agenda de asuntos públicos, de acuerdo con la revisión de los primeros 100 graffiti recolectados.
- **Temas políticos:** siguiendo el mismo procedimiento se subclasificaron los graffiti políticos en varias modalidades.
- **Protagonistas:** persona, institución o país protagonista principal del graffiti; en caso de haber más de uno se escogió el considerado más importante.
- **Ideología:** se clasificaron los graffiti en función de la *ideología* como *antisistema* y *prosisistema*, refiriéndose específicamente a posiciones consideradas claramente en pro o contra el sistema capitalista o economía de mercado, así como sus variantes referidas a temas como la globalización. Un tercer tipo de graffiti fue denominado como *no refiere/ambiguo* cuando no había referencia explícita a este tópico o no quedaba claramente establecido.
- **Identificación:** variable para determinar si el graffiti es "firmado" o no.
- **Fuente:** Clasificación de los graffiti identificados según la fuente, en *partidos políticos*, *grupos estudiantiles*, *grupos no identificables* y *otros grupos identificables*.
- **Tendencia:** se consideraron tres tipos de graffiti según su *tendencia* progobierno de Hugo Chávez, antigobierno de Hugo Chávez y aquellos que no referían esta dicotomía.

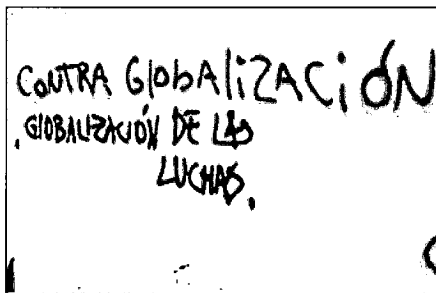


Tabla # 1
Tema del Graffiti

Tema	%
Político	79,7
Educación	7,6
Sindical/laboral	4,7
Educación	7,6
Internacional	3,4
Economía	1,9
Salud	0,9
Comunidad	0,7
Seguridad	0,4
Otros	0,7
Total	100
Base	740

Tabla # 2
Temas políticos

Temas políticos	%
Controversia Política	37,5
Paros y marchas	14,9
Ideología	8,3
Elecciones/Constituyente	4,2
Corrupción	3,2
Medios de Comunicación Social	3,1
Militar	2,8
Leyes	2,6
Derechos Humanos	1,6
Otros	1,5
Inaplicable	20,3
Total	100
Base	740

- **Mención o alusión a Chávez:** se clasificaron las pintadas de acuerdo a su alusión o mención explícita del presidente Chávez.
- **Calificativos a Chávez:** a los graffiti que aludían o mencionaban a Chávez se les analizó en función de los calificativos empleados para referirse al personaje.
- **Modificación del graffiti:** se consideró modificación del graffiti cualquier tachadura o agregado que modificara el sentido original del mensaje. Las tachaduras completas, equivalentes a repintar el sitio, no fueron consideradas.

- **Gráficos:** utilización de cualquier añadido gráfico o icónico al mensaje verbal del graffiti.
- **Contexto:** se establecieron seis contextos determinables para la escritura del mensaje, de acuerdo con los acontecimientos en el país. Una séptima modalidad se estableció para clasificar los graffiti cuyo contexto no fuera claramente determinable.
- **Zona de recolección:** los graffiti fueron recolectados en toda el Área Metropolitana de Caracas. Para efectos de clasificación se consideraron cinco zonas, a saber, *popular* o *barriadas pobres* y de sectores medios bajos, *residencial* o *urbanizaciones de clase media o media alta*, *casco central*, *avenidas y autopistas* o las principales arterias viales de la ciudad, *periferia de la ciudad* o zonas cercanas a la ciudad como *suburbios* -El Junquito, por ejemplo- y el litoral central.

2.2. Resultados

En este aparte se presentan los resultados obtenidos en el análisis de contenido. Para términos de la presentación se irán mostrando ejemplos de cada variable tomados de la lista anexa de los 740 graffiti recolectados. Para efectos de presentación se respetan las reglas de acentuación, pues la mayoría de los graffiti están escritos en mayúsculas y aunque la norma dice que se acentúan, en las pintadas usualmente esto no ocurre; con los errores ortográficos se ha procurado mantener la escritura como se halló.

Casi 80 por ciento de los graffiti recolectados corresponden a la modalidad *político* (Tabla #1). Si observamos la Tabla # 2 podemos detallar que de esos graffiti 37,5 por ciento se refiere a *controversia política*: "el MAS tiene razón", "Peña traidor Bratton go home", "MVR= Miquilena sucio", "Chávez vete ya", "la Contra no pasará", "Chávez el pueblo está contigo", "el fantasma blanco quiere volver Ciérrale el paso. www.antiescuálidos.com", "¡ni un paso atrás! fuera Chávez e Isaías Banderera Roja", "fuera Locovén II no más robulución", "viva Chávez", "Chávez hunde al país", "el pueblo que insurgió el 23 de enero levanta sus banderas del 4F", "Chávez el pueblo te respalda", "Chávez es violencia!", "maldito Ortega no te queremos en el Zulia PPT", "por las malas o por las buenas fuera Chávez", "a radicalizar el proceso UTOPIA", "muera el loco Chávez se cae", "si votas por Chávez vas a navegar en el mar de hambre", "aquí no basta rezar" (en una iglesia católica), "Carabobo conspira Salas Romer pato", "Plaza Fran-

Tabla # 3
Protagonista del graffiti por ideología y tendencia

Protagonista	Ideología			Tendencia			Total
	Anti-sistema %	Pro-sistema %	No refiere %	Progobierno %	Antigobierno %	No refiere %	
Chávez	11,4	33,3	23,6	14,4	52,0	1,9	21,6
Personajes públicos / políticos	3,0	—	3,4	4,5	1,5	2,5	3,2
Patrones / Fedecámaras / Ricos	31,1	11,1	1,2	11,5	1,0	2,5	6,8
Militares	—	—	2,9	3,4	2,0	—	2,3
Medios de Comunicación Social	—	—	3,7	5,8	—	—	3,0
Organizaciones sindicales / CTV	0,8	—	3,4	5,0	0,5	0,6	2,8
Funcionarios / Organismos Gobierno	1,5	—	9,3	8,1	10,7	3,1	7,7
Partidos Políticos	—	—	5,3	6,0	1,0	3,7	4,2
País / persona / organismo foráneo	17,4	50,0	2,2	5,8	3,1	10,5	6,1
Sectores población / comunidad	1,5	—	4,6	3,9	3,1	4,9	3,9
Sectores universitarios / educativos	0,8	—	4,4	0,5	1,0	14,2	3,6
Pueblo / trabajadores	14,4	—	6,4	8,9	1,0	13,0	7,7
No hay protagonista definido	15,9	5,6	26,4	19,1	21,9	38,3	24,1
Otros	2,3	—	3,2	3,1	1,0	4,9	3,0
Totales	100	100	100	100	100	100	100
Base	132	18	590	382	196	162	740

cia= muro de los lamentos”, “asesinos de ayer...conspiradores de hoy”, “con el pueblo y con las armas”, “no al Opus Dey” (sic), “el 11 de sep cambió el mundo Venezuela sigue igual”, “estamos atados a las cadenas de Chávez”.

Las demás modalidades políticas tienen porcentajes muy inferiores. *Paros y marchas* representa 14,9 por ciento del total de graffiti: “No al paro de la oligarquía”, “No pasarán Fedecámaras”, “No al paro de las mafias sindicales y patronales”, “dile no al paro de los traidores”, “el paro es de sangre azul”, “Sí al paro”, “AD esquirolas de Fedecámaras”, “Vargas no va al Paro”, “Primero golpistas asesinos”, “Chávez free!”, “Primero Justicia \$u golpe fracaso”, “Chávez asesino y cínico”, “No al paro adeco-copeyano”, “No al paro de la desestabilización Coordinadora Simón Bolívar”, “Chávez asesino 11A 4F”, “los muertos son del MBR-200”, “1ro de mayo más de un millón de personas apoyando la revolución bolivariana”.

Ideología es 4,7 por ciento del total de graffiti: “Chávez= capitalismo la alternativa= socialismo”, “Fedecámaras terroristas explotadores del hambre”, “profundicemos la revolución bolivariana”, “la lucha es de clases”, “contra la conspiración de la derecha Unidad Popular M-28”, “joven únete a las milicias”, “No al Castro chavismo”, “la moral revolucionaria del Che Guevara Chávez”, “todo el poder para el pueblo”, “fuera la conspiración de la burguesía M-28”, “milicias populares la lucha es de clases”, “no a la intervención yanqui”, “Cuba no”, “la CIA falló su

golpe revolución o muerte”, “fuera el imperialismo”, “lucha de clases MBR-200”, “construyamos el poder popular viva Chávez”.

Dentro de la modalidad *político* sigue en orden de frecuencia *elecciones/constituyente*, 4,2 por ciento del total de graffiti: “TSJ+CNE= vendidos”, “dile sí al loco Chávez”, “vota no”, “Venezuela libre de dictadura vota no”, “dile sí a la democracia”, “Arias sálvanos del loco”, “dile no a la Constituyente”, “vota Arias vota mierda a Venezuela”, “di no al loco Chávez”, “voluntariado por el Sí”, “ya tú Chávez MVR”, “queremos una patria para todos

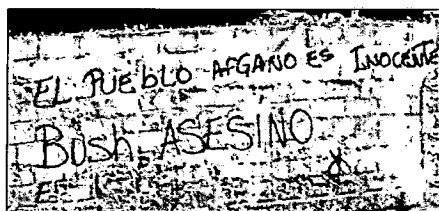


Tabla # 4
Apelación ideológica por tendencia del graffiti

Apelación ideológica	Tendencia			Total %
	Progobierno %	Antigobierno %	No refiere %	
Antisistema	24,6	7,1	14,8	17,8
Pro-sistema	—	6,6	2,5	2,3
No refiere (ambiguo)	75,1	86,2	82,7	79,9
Totales	100	100	100	100
Base	382	196	162	740

vota sí, sí, sí”, “INDRA mata voto”.

Corrupción, otra submodalidad dentro de *político*, representa 3,2 por ciento de las pintadas: “Ledezma adeco corrupto”, “fuera AD CTV fuera corruptos”, “Chávez corrupto rata”, “ahora hay más pobreza y corrupción”, “corrupción NO revolución SÍ”, “jueces corruptos desalojos injustos mafia del lavado de dólares”, “no volverán escualidos corruptos”, “Peña ladrón le sale paredón”, “¡con pintura no se tapa la verdad! ¿dónde están los millones de la Escuela Rep. de Panamá? BR”, “Bernal ladrón”.

El importante tópico de los *medios de comunicación social* casi se inaugura en la llamada V República como graffiti o pintada, con 3,1 por ciento del total: “si los medios mienten las paredes dirán la verdad J.V.R”, “no a los medios de manipulación”, “por qué mienten los medios?”, “no al golpe mediático”, “contra la dictadura de los medios comunicación popular alternativa”, “a cerrar los medios golpistas”, “Marta ‘Metasta’ Colomina Cesar M. Rondón: psicoterroristas”, “Napoleón fascista”, “no al sexo en la TV sí a la Ley de contenido! UTOPIA”, “cuando la prensa diga la verdad las paredes callarán UTOPIA”, “manipula-

ción de los medios M-28", "no a la conspiración adeco-mediática abajo los monopolios", "la televisión engaña el pueblo en la calle MBR-200", "no compres El Nacional", "queremos que los medios digan la verdad".

El tema *militar* de la modalidad *político* aparece como 2,8 por ciento de los graffiti: "botas no", "no al servicio militar obligatorio", "fuera Soto", "Peña y Soto Judas Iscariote" (sic), "vivan los militares patriotas", "Soto la reina del carnaval de Chacao réquiem", "civiles y militares un solo ejército", "Lucas Rincón traidor", "Comacate al poder ya".

El subtema *leyes* ocupó 2,6 de las pintadas: "contra la pesca de arrastre PPT", "tierras pa'l que las trabaja", "la Ley de Tierras es justa", "viva la Ley de Tierras", "contra el latifundio Ley de Tierras PPT", "No Fedecámaras Sí Ley de Tierras", "Sí Ley de Tierras Ley de Pesca Ley de Hidrocarburos", "la Ley de Tierras es del pueblo".

Derechos humanos fue la submodalidad que agrupó 1,6 por ciento de los graffiti: "27F no olvidaremos nuestros muertos Patria Joven FBJ", "sin equidad y justicia social no hay democracia Cristianos de Base", "moriremos sin nisiquiera un hueco", "¿hasta cuando pasaremos hambre?", "por el derecho a protestar UJR", "no más represión", "no a la criminalización de la protesta".

Otros dentro de *política* representó 1,5 por ciento de todas las pintas: "acuérdate del 27F", "colombianos con Chávez c.c.", "falsas promesas", "respeto al pobre", "mierda democrática".

El segundo tema general (Tabla # 1) fue la *educación* con 7,6 por ciento del total de graffiti: "en la UCV expulsan a los hijos del pueblo M-28", "Gianetto golpista No a las expulsiones UTOPIA", "al pueblo no lo sacan de la UCV ¡no a las expulsiones!", "autonomía para la UPEL", "no al desalojo queremos nuestra escuela", "Ministro de Educación póngase las pilas", "el primer deber del gobierno es darle educación a su pueblo", "queremos que nos respeten páguenle a los maestros", "la educación es un derecho de todos", "presupuesto para las universidades", "basta de violaciones a la Ley de Universidades", "habrá UCV para todos o no habrá", "viva al toma de la UCV", "estudiantes a la calle ya! UJR", "fuera la FCU", "por la autonomía y la democracia fuera el gobierno fascista de la Universidad UCV-FCU", "apoya a los tomistas de la UCV", "que la universidad se vista de pueblo M-28", "no al Ples", "fuera Fuen-

Tabla # 5
Identificación por tendencia del graffiti

Identificación	Tendencia			Total
	Progobierno	Antigobierno	No refiere	
	%	%	%	%
Graffiti identificado	31,4	23,0	24,7	27,7
Graffiti anónimo	68,6	77,0	75,3	72,3
Totales	100	100	100	100
Base	382	196	162	740

mayor de la OPSU", "transformación universitaria popular".

El tema *sindical/laboral* obtuvo 4,7 por ciento del total de graffiti: "fraude CTV", "respeto a los sindicatos MLN", "cotrato colectivo ya. Contratación Movimiento de Liberación Nacional" (sic), "estabilidad laboral ya MLN", "por la unidad obrera MLN", "CTV ladrones. Por un sindicalismo revolucionario", "CTV vendiste nuestras prestaciones sociales llegó tu hora revolución ya", "inamovilidad laboral ya", "todos contra la mafia sindical", "sí al referendo sindical", "CTV lo asesina", "hora 0 trabajo o muerte", "fraude en las elecciones sindicales", "CTV:

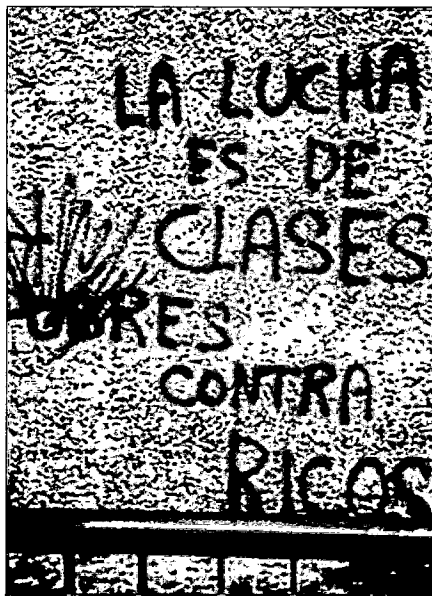


Tabla # 6
Fuente del graffiti identificado

Fuente	%
Otros grupos identificables	28,8
Grupo estudiantil	27,3
Partidos políticos	22,4
Grupos no identificables	21,5
Total	100
Base	205

sindicato del crimen".

Internacional es tema con 3,4 por ciento de las pintadas: "Israel asesino Sharon genocida CSB", "Viva la Intifida palestina", "sí al asilo de los compañeros vascos", "No al Plan Colombia", "viva Fidel",

"el pueblo afgano es inocente Bush asesino", "Cuba es una mierda", "contra la globalización globalización de las luchas CER A", "yanquis go home fuera de Colombia", "NO a todo terror a la guerra a la violencia genera violencia".

Economía, salud, comunidad y seguridad obtuvieron porcentajes menores: "con deuda externa no hay pueblo libre Red contra la deuda", "la Electricidad paga salarios de hambre", "la deuda externa encadena ¡Abajo cadenas!", "fuera el FMI", "no al aumento del pasaje", "con AES nos comeremos un cable", "el pueblo a la calle por: el robo de las prestaciones el IVA el paquete hambreador contra el FMI", "no a la venta de PDVSA", "Catia autónoma", "Catia debe ser municipio", "le negaron el dinero a Catia para la ampliación de su parque", "contra los desalojos paro el 25" "no al privatización de la salud y la educación Paro general MLN", "échale gasoil a las aguas estancadas así se mata a la larva y al zancudo Un amigo", "si la vida es lo mejor por qué la dañan con la droga", "médicos asesinos", "por el derecho a la salud y a la educación Chávez", "policía pregúntale a tu madre cuánto vale un hijo", "un ser sin estudio es un policía", "Auxiliadora Madre de Dios protege el Colegio y la Urbanización".

En la *Tabla # 3* se observa los *protagonistas* de los graffiti. 24,1 por ciento de ellos no tienen un protagonista definido. El protagonista más frecuente es *Chávez*, quien obtiene 21,6 por ciento de las pintadas. Es de destacar que más mensajes *antigobierno* (52%) tienen este protagonista, mientras que sólo 14,4 por ciento de los graffiti *progobierno* los protagoniza *Chávez*; otro tanto sucede con los graffiti *pro-sistema*, que son protagonizados por *Chávez*, contra sólo 11,4 por ciento *antisistema*. Los otros protagonistas más mencionados son *funcionarios/organismos del gobierno* y *pueblo/trabajadores* con 7,7 por ciento. Luego *Patronos/Fedecámaras/ricos* con 6,8 por ciento y *país/persona/organismo foráneo* con 6,1 por ciento.

Tabla # 7
Tendencia del graffiti por apelación ideológica y zona de recolección

Tendencia	Ideología			Zona					Total %
	Antisistema %	Prosisistema %	No refiere %	Popular %	Residencial %	Casco central %	Avenidas %	Periferia %	
Progobierno	71,2	—	48,7	55,0	16,0	47,3	66,9	42,1	51,6
Antigobierno	10,6	76,5	28,6	23,4	52,8	27,4	15,7	42,1	26,5
No refiere (ambiguo)	18,2	23,5	22,7	21,6	31,1	25,3	17,4	15,8	21,9
Totales	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	132	17	591	111	106	186	299	38	740

Es de hacer notar que en el renglón otros hay menciones a El Libertador Bolívar.

Aunque la mayoría de los graffiti no refieren una apelación ideológica clara (75,1%) cuando se comparan los graffiti *antisistema* y *prosisistema* se nota que los primeros superan ampliamente a los segundos: 17,9 por ciento a 2,4 por ciento (Tabla # 4). Cuando se cruza la información por la *tendencia* se observa que entre los graffiti *progobierno* hay muchos más *antisistema* (24,6%) —no hay graffiti *progobierno* y *prosisistema*— que entre los *antigobierno*, en los cuales los mensajes *antisistema* y *prosisistema* están casi igualados en porcentaje (7,1% y 6,6%). De tendencia *progobierno* y *antisistema*: “Fedecámaras terroristas explotadores del hambre”, “el paro es de sangre azul”, “el paro es de los ricos”, “Fedecámaras el pueblo te espera el 7 porque nos debes. No pasarán”, “No a la conspiración la derecha te oprime CCSBM28”, “contra la conspiración de la derecha Unidad Popular M-28”, “Bratton go home”, “Y Fedecámaras? Como siempre contra el pueblo NO al paro”, “el hombre nuevo Chávez MVR”, “viva Cuba viva Fidel viva Chávez MBR-200”, “fuera la CIA de Venezuela”, “Luis Giusti agente de la CIA Coordinadora simón Bolívar”, “los ricos tienen los medios Chávez tiene el pueblo CDBR”, “de cuando acá Fedecámaras defiende el pueblo MBR200”, “cubanos gusanos CSB”, “la tierra es del pueblo necesitado NO Fedecámaras”, “fuera la conspiración de la burguesía M-28”, “no a la intervención yanqui M-28”, “la revolución es permanente Chávez Volumpres”, “fuera de PDVSA la oligarquía M-28”, “si los americanos quieren plomo plomo tendrán”, “la CIA falló su golpe revolución o muerte”, “fuera el gobierno antipopular y fascista de Estanga y Fedecámaras”, “Miraflores es del pueblo no de la burguesía Frente Bolivariano 13-Abril”, “construyamos el poder popular viva Chávez”. De

tendencia *antigobierno* y *antisistema*: “Chávez neoliberal y paquetero BR”, “ni chavistas ni golpistas la salida es socialista MLN”, “el pueblo en la calle ni elec ni militares”, “Si Chávez es comunista yo soy Clinton!”, “Chávez= capitalismo la alternativa el socialismo MLN”, “la revolución es la salida paro nacional”.

Poco más de la cuarta parte de las pintas (Tabla # 5) están identificadas (27,7%), con una ligera tendencia a que los graffiti *progobierno* (31,4%) son más frecuentemente identificados que los *antigobierno* (23,0%). Las “firmas” más encontradas (Tabla # 6) son las de *otros grupos identificables* (28,5% de los identificados): son ejemplos MLN, siglas correspondientes al Movimiento de Liberación Nacional, grupo con presencia sindical y estudiantil de carácter marxista, muy activo en la actividad de pintar las paredes;

MBR200 núcleo de origen del chavismo; Coordinadora Simón Bolívar, grupo partidario de Chávez; Coordinadora Antonio José de Sucre, similar al anterior; Frente Bolivariano de Trabajadores, FBT, grupo sindical del gobierno; En segundo lugar, los *grupos estudiantiles* “firman” los graffiti (27,3% de los identificados): M-28, grupo tomista de la UCV; Utopía, de características similares; Comité Alf Primera de la UCV; FCU, Federación de Centros Universitarios de la UCV; UJR, brazo estudiantil del partido Bandera Roja; Los partidos políticos representan 22,4 por ciento de las pintadas: Bandera Roja, PPT, MVR, COPEI, PCV. Grupos que no pudieron ser identificados, aunque “firmaron” los graffiti (21,7% de los “firmados”): J.V.R.; Frente Bolivariano 13-A (no se sabe de este grupo, se supone una agrupación chapista formada después de los acontecimientos de abril); CPC; JPP; FNJ (Frente Nacional de Juventudes, sin datos conocidos); MRM, Cristianos de base; CDRB BR200; MRT; Capucha UCV; Comese; CER A; SPE.

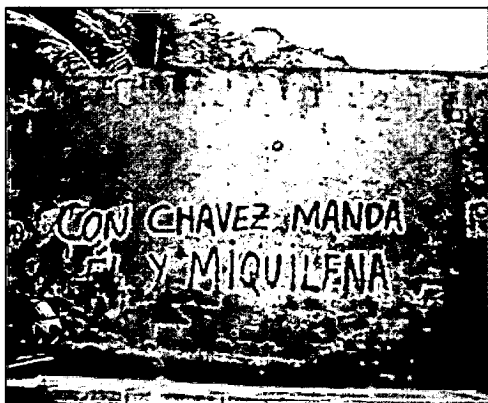
En la Tabla # 7 se observa que más de la mitad de los graffiti son *progobierno* (51,6%), mientras que poco más de la cuarta parte (26,5%) son *antigobierno*, es decir la relación es de 2 a 1. El resto son ambiguos o no se refieren a esta dicotomía que toma las paredes públicas de la ciudad. De las pintadas *antisistema*, una mayoría

Tabla # 9a
Califica a Chávez el graffiti que lo menciona / alude

Califica	%
Sí califica	43,1
No califica	56,9
Total	100
Base	160

Tabla # 8
Mención a alusión a Chávez en el graffiti por tendencia del graffiti

Mención / alusión	Tendencia			Total %
	Progobierno %	Antigobierno %	No refiere %	
Menciona/alude	14,4	52,0	1,9	21,6
No menciona/no alude	85,6	48,0	98,1	78,4
Totales	100	100	100	100
Base	382	196	162	740



(71,2%) son *progobierno* y sólo 10,6 por ciento son *antigobierno*; de los graffiti *prosistema* 76,5 por ciento son *antigobierno* y el resto no refieren la controversia interna sino que se refieren a otros países (no hay graffiti *progobierno* y *prosistema*). Por zonas, se observa que en la *zona popular* el graffiti tiende a ser más *progobierno* (55,0%) que *antigobierno* (23,4%). A la inversa sucede en la *zona residencial*, pues entonces la relación es 52,8 por ciento *antigobierno* y 16,0 por ciento *progobierno*. En el *casco central* y en las *avenidas y autopistas* dominan también los mensajes *progobierno*, aunque muy especialmente en los corredores viales (66,9%). En la *periferia* se igualan.

Poco más de la quinta parte (21,6%) de las pintadas se refieren o mencionan a Chávez (Tabla # 8). Es interesante notar que las pintas *antigobierno* mencionan mucho más a Chávez (52,0 %) que las *progobierno* (85,6%). De esos poco más de uno en cada cinco graffiti que mencionan o aluden a Chávez, 43,1 por ciento lo califican directa o indirectamente —extraíbles de la frase— (Tabla # 9a): los calificativos son mayoritariamente negativos (Tabla # 9b); el calificativo más empleado es *loco* (30,4%) —vale la pena observar que uno de los graffiti *progobierno* lo califica

Tabla # 9b
Calificativos a Chávez

Calificativo	%
Loco	30,4
Capitalista / neoliberal	10,1
Fastidioso / hablador	7,2
Terrorista / talibán	7,2
Rata	5,8
Revolucionario	5,8
Asesino	5,8
Mentiroso	2,9
Corrupto/ladron	2,9
Traidor	2,9
Estafa	2,9
Fracaso	1,4
Amigo	1,4
Gallina (cobarde)	1,4
Comunista	1,4
Enemigo	1,4
Hipócrita	1,4
Torpe	1,4
Satanás	1,4
Democracia	1,4
Cinico	1,4
Hijo de puta	1,4
Paquetero	1,4
Pueblo	1,4
Total	*
Base	69

* Suma más de cien. Algunos graffiti mencionan más de un calificativo

así: “dile sí al loco Chávez”. Otros calificativos negativos frecuentes son los de *capitalista/neoliberal* (10,1%), *fastidioso/hablador* (7,2%), *terrorista/talibán* (7,2%); *rata* (5,8) y *asesino* (5,8%). El calificativo positivo más frecuente es el de *revolucionario* (5,8%).

La apelación principal de los graffiti (Tabla # 10) está dominada por la *consigna/exhortación/afirmación* con poco más

de la tercera parte de los mensajes. Es la apelación que domina (37,7%) en los mensajes *progobierno* y de ideología *antisistema* (47,7%): “tierras pa'l que la trabaja”, “por el libre ingreso a la universidad”, “Bandera Roja garantía de cambio”, “no pasarán Fedecámaras”, “tomamos las calles”, “no a la globalización”, “por la unidad obrera MLN”, “no a la división”, “plomo parejo a la corrupción”, “pueblo despierta y reacciona”, “voluntariado por el sí”, “a paso de vencedores la revolución avanza”, “estudiantes a la calle ya! UJR”, “habrá UCV para todos o no habrá”, “dile no a la constituyente”, “Chávez ya no te queremos”, “Cristo está con los pobres Coordinadora S.B.”, “no muere quien ha caído luchando por el pueblo”, “milicias bolivarianas la lucha es de clases”, “Vargas dudas de Chávez”, “Cuba no sirve”, “ni un paso atrás ¡fuera Chávez e Isaías! Bandera Roja”, “Y si Ortega insiste plomo candela y niple Comité Alí Primera-UCV”, “rechaza el Castrocomunismo”, “a radicalizar el proceso Utopía”, “Bolívar vive la lucha sigue”.

El *ataque/descalificación* representa 28,5% de las pintadas y domina las pintas *antigobierno* (42,3%): “E. Mendoza marico-asesino”, “Primero golpistas asesinos”, “Tamayo... asesino Frente Bolivariano 13-A”, Francis Terán la deportista oportunista”, “Pablo Medina mercenario”, “fuera Chávez asesino B/R”, “CTV mujer de Fedecámaras”, “Chávez vete hijo de puta”, “CAPmona asesino”, “Gral. Carneiro asesino”, “BR= AD”, “diablo Estanga sapo”, “Benal asesino criminal” (sic), “Guaicaipuro Lamierda presidente de Petrovagos”, “un país inteligente no puede ser gobernado por loco”, “échale plomo al loco Chávez Satanás”, “fuera AD-COPEI escualidos”, “Peña divídetelo culo”, “adecos zamuros no volverán”, “no al vandalismo grafitero”, “por la autono-

Tabla # 10
Apelación principal del graffiti por tendencia e ideología del graffiti

Apelación	Tendencia			Ideología			Total %
	Progobierno %	Antigobierno %	No refiere %	Antisistema %	Prosistema %	No refiere %	
Ataque / descalificación	29,3	42,3	9,9	25,0	38,9	29,0	28,5
Defens / apoyo / aclamación	14,9	4,1	7,4	3,8	22,2	11,5	10,4
Denuncia	9,9	11,7	13,0	15,2	—	10,5	11,1
Petición / demanda	8,1	16,3	32,7	8,3	—	17,8	15,7
Consigna / exhortación	37,7	25,5	37,0	47,7	38,9	31,2	34,3
Totales	100	100	100	100	100	100	100
Base	382	196	162	132	18	590	740

mía y la democracia fuera el gobierno fascista de la UCV UCV-FCU”, “Chávez es otra estafa”, “muera Cuba es una mierda”, “Chávez terrorista talibán”, “no al paro de las mafias sindicales patronales”.

La *petición/demanda* representa 15,7 por ciento de los graffiti: “fuera Fuenmayor de la OPSU”, “renuncia del ministro de Educación”, “Chávez vete ya”, “no más represión UJR”, “Catia debe ser municipio”, “inamovilidad laboral ya MLN”, “yanquis go home fuera de Colombia”, “solución inmediata para el IUT”, “ni un paso atrás elecciones YA!”, “Chávez cumple tu promesa Comese”, “viva Venezuela no votes”, “Chávez queremos más real pa’ comer”, “necesitamos salud, escuelas y hospitales ¡Chávez ponte las pilas!”, “no al aumento del pasaje”, “fuera la CIA de Venezuela”, “autonomía para la UPEL”, “fuera los Salas de Carabobo”, “fuera el adeco Edgar González del IVSS”, “juicio a CAP”, “libertad para Randolf”, “Chávez agarra tu avión y vete Frente Nacional de Juventudes”, “Shapiro go home llévate a AD, COPEI, Primero Justicia, BR, Unión, Proyecto UTOPIA”, “juicio popular a Carmona ya! Comité Alí Primera”, “fuera Chávez! elecciones ya! BR/UJR”, “Chávez vete pa’ carajo”, “Comacate al poder ya”.

La *denuncia* es 11,1 por ciento del total: “ahora quieren asesinar al comandante”, “ahora hay más pobreza”, “Afganistán o Vargas”, “Vargas está muriendo lentamente por negligencia de nuestros dirigentes”, “no a la conspiración del burgués M-28”, “la electricidad paga salarios de hambre”, “asesinos de ayer... conspiradores de hoy”, “Chávez basta de engaño. No a la represión UJR”, “Chávez hunde a Venezuela revocatoria presidencial ya”, “fraude en las elecciones sindicales”, “estamos atados a las cadenas de Chávez”, “¿hasta cuando pasaremos hambre?”, “este gobierno nos mata de hambre”, “Peña traicionaste al pueblo”, “TSJ+CNE vendidos William Dávila gobernador”, “ahora hay más pobreza y corrupción”, “no al fraude en la CTV MVR”, “fuera el binomio privatizador. Rebelión”, “INDRA mata voto”.

La *defensa/apoyo/aclamación* incluye 10,4 por ciento de los graffiti: “viva la Ley de Tierras”, “revolución= viva Chávez”, “sí al paro”, “apoyo a los tomistas de la UCV”, “Chávez: el pueblo está contigo Coordinadora Antonio José de Sucre”, “Propatria con Chávez”, “viva Venezuela Bolívar”, “viva Chávez”, “el pueblo tiene razón: ¡viva Chávez y la revolución”, “viva Cuba”, “Chávez el pueblo te respalda”,

Tabla #11
Modificación del graffiti

Modificación	%
Sí está modificado	2,0
Inalterado	98,0
Total	100
Base	740

Tabla #12
Elementos gráficos/iconicos en el graffiti

Modificación	%
Sí tiene	4,6
No tiene	95,4
Total	100
Base	740

“no ceda presidente...Chávez el pueblo está contigo y presente”, “viva la revolución bolivariana”, “viva la toma de la UCV”, “la nueva Constitución es otro logro de Chávez”, “dialogando en cadena se le llega al pueblo”, “viva el 4F y el 27N”, “arriba Palestina”, “somos chapistas ¿y qué? PPT”, “Chávez ¡ordene!”, “Chávez for ever people”, “viva Peña”, “vivan los gringos”, “vivan los círculos bolivarianos”, “gloria al bravo pueblo JPP”, “Chávez es democracia viva el pueblo de Bolívar C.B.”, “todos con Vladimir sí al asilo político de los vascos Coordinadora Simón Bolívar”, “viva la Intifada palestina”, “Chávez no te pueden desterrarte” (sic), “Fiscal amigo el pueblo está contigo”.

Por lo menos en relación con el tipo de mensaje que analizamos podemos ratificar que este tipo de graffiti son alterados, pues encontramos que dos por ciento de las pintas son modificaciones que le dan un sentido contrario al original (Tabla # 11): “la Ley de Tierras es justa...y estoy asustado” (de “la Ley de Tierras es justa”), “sí a Fedecámaras” (de “no a Fedecámaras”), “Pa’ fuera Chávez...en el 2021” de (“Pa’ fuera Chávez”), “el comandante presidente Chávez...fuera fuera” (de “el comandante presidente Chávez”), “con Chávez y José Vicente manda el pueblo cubano” (de con Chávez y José Vicente manda el pueblo”), “¡viva Chávez en Cuba! (de ¡viva Chávez!), “sí al paro de los ricos” (de “no al paro de los ricos”), “fuerza Chávez” (de “fuera Chávez), “viva Chávez” (de “fuera Chávez es neoliberal Bandera Roja”), “vi-

va Chávez con tu mamá” (de “viva Chávez”), “Bolívar vive la robolución avanza” (de “Bolívar vive la revolución avanza”), “sin plomo no hay revolución” (ingeniosa modificación de un aviso en una estación de gasolina que dice “sin plomo”), “vota normal sí” de (“vota no”), “Ortega te queremos en el Zulia” (de “Ortega no te queremos en el Zulia PPT”).

En una ratificación de que el graffiti es palabra que puede intercambiarse con pintada o pinta, 4,6 por ciento de los analizados tienen algún elemento gráfico o icónico, desde un modesto subrayado hasta intentos de mural (Tabla # 12): “plomo @ los grafiteros”, “Yo _ mi Constitución”, “No a la manipulación de los medios”, “luto por los caídos” (con dibujo de varias cruces), “Primero Justicia Su golpe fracasa”, “las calles son del pueblo UTOPIA” (con dibujo de persona en la señal de paso), BR= svástica (su dibujo, obviamente), “yanquis asesino” –sic- (con dibujo de svástica), “enchávez ideológicos” (con dibujo de svástica), “¡Chávez asesino! BR” (BR dentro de dibujo de bandera), “no volverá jamás porque son corruptos” –sic- (no dentro de círculo dibujado), “no a la guerra civil que buscan los escuálidos” (igual que el anterior), “periodistas no a la guerra civil” (igual que los dos anteriores), “confianza Venezuela que no volverán los afligidos” (igual que los tres anteriores), “no volverán jamás los afligidos IVSS” (igual que los cuatro anteriores), “no a la guerra civil racista de los afligidos” (igual que los cinco anteriores), “en democracia se vive mejor no a la dictadura” (igual que los seis anteriores), “viva la fuerza bolivariana PCV” (dibujo del gallo, símbolo de este partido), “la Ley de Tierras es justa” (va con dibujo de figura con las siglas AD que representa a un adeco, dentro de la señal de prohibición –círculo atravesado por línea diagonal), “el fantasma blanco quiere volver ¡ciérrale el paso! www.antiescuálidos.com” (igual pero la figura con las siglas es un fantasma), “a Fedecámaras no se le para Dile no al paro!!!” (igual pero la figura es un fantasma sin siglas), “no al paro” (igual al anterior), “la Ley de Tierras es justa y necesaria” (la frase sale en un globo de un crucifijo que habla al estilo *comic*), “@patía no no al servicio militar”, “no a la globalexplotación” (las siglas G-8 aparecen dentro de la seña de prohibición), “le negaron el dinero a Catia para la ampliación de su parque” (mensaje dentro de un mural), “que la UCV se pinte de pueblo” (igual que el anterior), “si la universidad no sirve al país ¿para qué sirve? Construyamos la transformación y tendremos UCV

para todos y educación para la vida" (igual que los dos anteriores), "la violencia genera violencia NO a todo terrorismo No a la guerra" (dibujo del símbolo de la paz).

El uso de los graffiti como medio propagandístico parece comprobarse cuando observamos la **Tabla # 13**, pues tres de cada cinco pintadas (59,9%) corresponden a hechos contextuales determinados. Así dos de cada cinco son dentro del contexto de *paros y marchas* (40,4%) -10 de diciembre, 17 de diciembre, 23 de enero, 11 de abril, etc.-. En segundo lugar (6,2%), las pintas están relacionadas con la *toma de la UCV y problemas universitarios*. El tercer contexto es el relativo a *referéndum Constitución/elecciones relegitimación* (4,6%), es decir, graffiti relacionados con el referéndum para ir a la Constituyente, para elegir a los asambleístas, para votar la aprobación de la nueva Constitución y para relegitimar al presidente de la República y los gobernadores y alcaldes. *Hechos internacionales* son el contexto de 3,4% de los graffiti y las *elecciones sindicales* y las *Leyes de la Habilitante* son el marco de 2,7 por ciento y 2,6 por ciento de las pintas, respectivamente.

La relación con los acontecimientos parece mostrarse también por el hecho de que dos de cada cinco graffiti están en los corredores viales principales de la ciudad (**Tabla # 14**), pues muchas pintadas eran consecuencia de la actividad de algunos de los participantes de las marchas por *avenidas y autopistas* (40,4%). En el *casco central*, sitio de confluencia también de muchas manifestaciones y trincheras de los partidarios de Chávez hay una cuarta parte de los graffiti recolectados (25,1%). Las *zonas popular y residencial* están casi parejas (15,0% y 14,3%) y en la periferia se obtuvo el porcentaje remanente (5,1%).

2.3. Discusión y conclusiones

Venezuela vive un inusual proceso político, desde la repentina entrada en escena del



teniente coronel Hugo Chávez a la escena política el 4 de febrero de 1992, alcanzando la presidencia casi siete años después. Sus procedimientos poco ortodoxos han infringido toda la tradición de comunicación política en el país, y su carismática figura se convirtió en el centro de la controversia política. El presidente ha sido polémico y pugnaz y ha enfrentado casi desde el principio a los medios de comunicación social, poniendo en el aire un programa televisivo que duró poco tiempo, creando un periódico denominado *El Correo del Presidente*, también de corta duración y difundiendo su programa radiofónico *Aló Presidente*, un intento más perdurable que se mantiene en antena hasta el momento y que también sale simultáneamente por televisión una vez a la semana.

En este contexto de medios, y con una situación convulsa en el país, en lo político, económico y social, con enfrentamientos entre partidarios y opositores del presidente, con marchas, protestas y paros, con la salida por breve tiempo del presidente de su cargo y su reinstalación en el poder, aparecen los graffiti como canal de comunicación política.

Al principio, desde que en septiembre de 2001 tomamos la iniciativa de asignar la tarea de recopilar pintas a los estudian-

tes del Curso de Opinión Pública II de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, lo hacíamos por la curiosidad de saber que estaría ocurriendo con el fenómeno, dada la situación del país, pero sin imaginar la batalla que comenzaría a librarse en las paredes de Caracas. Los primeros resultados no fueron muy halagadores, pues los estudiantes trajeron unos resultados que no decían mucho en cuanto a la calidad y cantidad de los graffiti, con escasas muestras del ingenio que se supone debe estar presente en las pintadas. La situación comenzó a cambiar aceleradamente hacia diciembre, diríamos que a partir del paro convocado por la organización patronal Fedecámaras, cuando vino una avalancha de graffiti que parece no detenerse, lo que nos motivó a continuar por nuestra cuenta la recopilación que presentamos ahora.

Lo primero digno de observarse en cómo el graffiti que hemos denominado *político* prácticamente ocupa los espacios, representando cuatro de cada cinco graffiti recolectados. A eso se añade que, aunque no fue objeto de nuestro estudio, también pudimos constatar que son mucho más frecuentes en estos momentos que los graffiti artísticos y los de expresión de sentimientos, situaciones y estados de ánimo individuales (tipo "T.Q.Q.J." o "Alicia te amo"). El bombardeo mutuo entre partidarios y opositores del presidente está en una relación de dos a uno y dentro de *política* destacó *controversia política*. No obstante, la referencia más importante en relación con estos graffiti es la que podemos observar en el subtema *medios de comunicación social*, que aunque cuantitativamente no fue muy frecuente, representa en lo cualitativo algo muy importante, pues se puede decir que es consecuencia directa del discurso presidencial contra los medios. Allí encontramos una de las no muy frecuentes muestras de ingenio de los bandos en pugna, pues de manera general

Tabla # 13
Contexto del graffiti

Contexto	%
Paros y marchas	40,4
No refiere hecho actual/no determinable	40,1
Toma y problemas de la Universidad	6,2
Referéndum Constitución/elección relegitimación	4,6
Hechos internacionales	3,4
Elecciones sindicales	2,7
Leyes de la Habilitante	2,6
Total	100

Tabla # 14
Zona de recolección del graffiti

Zona	%
Popular	15,0
Residencial	14,3
Casco central	25,1
Avenidas/autopistas	40,4
Periferia	5,1
Total	100
Base	740

podemos apuntar poca creatividad en las pintas. Podemos citar "Cuando los medios digan la verdad las paredes callarán" como un graffiti excelente, independientemente de que se esté de acuerdo o no con su contenido y "si los medios mienten las paredes dirán la verdad".

Otros temas, aunque presentes y a veces reflejando de alguna manera la pugna comentada –por ejemplo en el tema *sindical/laboral*, quedaron en situación minoritaria.

Más de tres cuartas partes de las pintadas tenían un protagonista definido. El protagonista más señalado es, obviamente, el presidente Chávez, con la particularidad de que era protagonista fundamentalmente en los mensajes antigobierno, en los cuales representó más de la mitad de las pintas de esta orientación. Esto indicaría que los mensajes progobierno variaron más, eran enfocados en más protagonistas e indica que la mira del mensaje antichavista se enfoca en el Presidente básicamente, lo que se demuestra también en los adjetivos mayoritariamente negativos usados contra Chávez, que reflejan esa situación.

Una particularidad digna de señalarse es que los graffiti, aunque mayoritariamente no tuvieron una apelación ideológica clara, como era de esperarse fueron mucho más anti-Establishment que pro-Establishment. Particularmente pudimos constatar como la temperatura de los graffiti comenzó a subir en la medida en que pasaban las semanas. Es interesante notar que entre los graffiti antigobierno la frecuencia es casi igual entre graffiti antisistema y prosistema, mientras que entre las pintadas progobierno no hubo mensajes prosistema.

Los graffiti están "identificados" en una cuarta parte y suponemos que un porcentaje mucho mayor es trabajo organizado y no "espontáneo".

Otra particularidad es que entre los graffiti antisistema una mayoría de más de las dos terceras partes de ellos son *progobierno*. Otro asunto interesante de observar es la correspondencia entre la zona de escritura del graffiti y su tendencia u orientación. Así, el mensaje en la zona popular es más *progobierno* que antigobierno y en la zona residencial ocurre lo contrario. En otras palabras, como estrategia propagandística el graffiti tendió a reforzar más que a convencer, pues estos dos extremos representan a su vez mayorías a favor y en contra del presidente.

En la guerra por las paredes, pudimos observar modificaciones de graffiti, para darle un sentido distinto. En este aspecto

estimamos que hubo originalidad. Caso de "la Ley de Tierra es justa... y estoy asustado", "fuerza Chávez" modificación de "fuera Chávez" o "viva Chávez con tu mama". Algunos graffiti tenían elementos gráficos, pero fueron pocos.

Podemos llegar a la conclusión de que los graffiti han sido usados como propaganda. El hecho de que tres de cada cinco pintadas pudieron ser contextualizados parece hablar a favor de esa conclusión. Este carácter de comunicación política parecida a un esfuerzo propagandístico se ratifica por el importante número de graffiti con fuente identificada, organizaciones, grupos, partidos políticos. Una importante conclusión es que, pensamos que por primera vez en el mundo –no conocemos punto de referencia para comprobar o negar esta conclusión– el graffiti pasa a ser un instrumento de un gobierno en ejercicio. Por primera vez, esta vía de protesta, de trasgresión, de discurso contra el poder, es tan usado por partidarios de un gobierno. Otra particularidad de este *sui generis* proceso.

■ Iván Abreu Sojo
Doctor en Ciencias
de la Comunicación.
Profesor de la Universidad
Central de Venezuela

Notas

- 1 En España se usa *pintada*. En países como Venezuela, aparte de *graffiti*, el término usado es *pinta*.
- 2 Sólo una por lo significativa, en el contexto del terror y el control más absolutos. Refiere Kershaw (2000, p.p. 541-542) que hasta Stalíngrado Hitler había estado mayoritariamente exento de las críticas, lo que pasó a modificarse drásticamente en 1943: "Pintadas en las paredes atacando a Hitler. 'el asesinato de Stalíngrado', eran un indicio de que la resistencia interna no estaba extinta".
- 3 Tal vez la expresión del presidente fue en respuesta a los graffiti.
- 4 Esto es lo que se supone significada la pintada o graffiti. No obstante, en la Venezuela convulsa de los últimos tiempos hemos observado, a plena luz del día y en marchas multitudinarias, los jóvenes activistas con sus aerosoles escribiendo sus mensajes abiertamente.
- 5 Hacemos esta distinción en función de la precisión anotada anteriormente. Son graffiti de este carácter todos aquellos que atañen a lo que es potencialmente común a la colectividad o comunidad



Agradecimientos.

El autor agradece la colaboración de los estudiantes del curso de Opinión Pública II, 2001-2, quienes asumieron muchos de ellos con entusiasmo de fotógrafos, la recolección de los primeros 200 graffiti de este estudio, como asignación evaluada de ese curso y muy especialmente a Dhamelys y Albany, quienes se tomaron en serio la ayuda para la recolección de los restantes 540 fotografías incluidas.

Referencias bibliográficas

- Abreu Sojo, Iván (1993). *Los rumores en Venezuela*. Edit. Centauro. Caracas.
- Abreu Sojo, Iván (2001). *El estudio de la opinión pública. Espacio público y medios de comunicación social*. 2da. edición. Edit. Vadell-Hermanos. Valencia-Caracas.
- Cabeza, Milagros; Moreno, Gloria y Horacio Ramírez (1986). *Grffiti un mensaje prohibido*. Universidad Central de Venezuela. Escuela de Comunicación Social. Trabajo especial de grado (inédito). Tutor: Atilio Romero.
- Castleman, Craig (1987). *Los graffiti*. Edit. Hermann Blume. Madrid. Traducc.: Pilar Vázquez Álvarez.
- Kershaw, Ian. (2000). *Hitler. 1936-1945*. Ediciones Península. Barcelona. Traducción José Manuel Álvarez Flórez.
- Mazzilli, Román (sin fecha). *Grffiti: las voces de la calle. Comunicación y vida cotidiana desde un enfoque psicosocial*. <http://www.campogrupal.com/graffiti.html>.
- Ortega Vargas, Alegría y Pasqualina Petitta L (1991). *Mientras exista una pared. Estudio del graffiti como medio de comunicación*. Universidad Central de Venezuela. Escuela de Comunicación Social. Trabajo especial de grado (inédito). Tutor: Iván Abreu Sojo.
- Silva, Armando (1988). *Grffiti. Una ciudad imaginada*. 2ª Edición. Tercer Mundo Editores. Bogotá.
- Tarre Briceño, Marcos (2002). "Grffiti". En columna *No sea usted la próxima víctima* en *El Nacional*. 01/04/2002. p. D-11.
- Thiel, A. (2000). *Grffiti and censorship*. <http://users.aol.com/archive1/ce.html>
- Vigara Tauste, Ana María y Paco Reyes Sánchez (1996). *Grffiti y pintadas en Madrid: arte, lenguaje, comunicación*. <http://www.ucm.es/info/especulo/numero4/graffiti.htm>.

Estudia cómo el habla divide a la sociedad en bandos

Teun van Dijk

Entre profesores y alumnos de las escuelas de Letras, Idiomas, Artes, Comunicación Social y Estudios Políticos, Teun van Dijk se ha convertido en referencia obligada en los últimos años. Tanto así que son muchos los estudiantes de las universidades venezolanas que sostienen que aprendieron a mirar y a detallar más lo que se dice y lo que se escribe después de conocer la teoría de este estudioso holandés, profesor del programa de Análisis del Discurso de la Universidad de Amsterdam y de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Algunos de sus libros más conocidos en castellano son *Texto y Contexto*, *la Ciencia del Texto*, *La noticia como discurso*, y *Racismo y análisis crítico de los medios*.

El análisis crítico del discurso es la teoría que mayor difusión le ha dado a la obra de Van Dijk. Se trata del estudio de la conversación y de los textos escritos, y de cómo reflejan y reproducen relaciones de poder, dominación y desigualdad.

Hace pocos días, el investigador visitó el país para dictar un curso en el postgrado de Estudios del Discurso de la Universidad Central de Venezuela, institución donde también dio una conferencia sobre el discurso periodístico después del 11 de septiembre. También sostuvo una entrevista con *El Nacional* en la cual aportó importantes elementos de su teoría que permiten hacer un análisis de la problemática de Venezuela. Sus estudios han estado centrado en cómo los discursos de las élites en Europa (especialmente Holanda y España) reproducen el racismo y la discriminación de los grupos minoritarios.

—Los discursos de los medios, los discursos científicos, los textos escolares, son todos discursos públicos de las élites. Las élites simbólicas, son para mí las personas que literalmente toman la palabra, porque tienen acceso privilegiado al discurso público. Pertenecen a estas élites los políticos, los periodistas, los científicos, los profesores, entre otros.



El analista holandés, quien recientemente visitó el país, y dictó un curso en la Universidad Central de Venezuela, estudia desde hace 20 años cómo se reproduce el racismo a través de las conversaciones, textos educativos, noticias y debates parlamentarios. Su análisis da luces sobre la realidad actual y la dificultad para lograr el diálogo nacional

□ Mireya Tabuas

Explicó que después de más de 20 años de estudios, luego de leer miles de noticias, textos escolares, discursos parlamentarios ha hallado formas de reproducción de los prejuicios a través del discurso. «El racismo, ni el sexismo, ni el clasismo son innatos. Se aprenden. ¿Cómo es el proceso de membresía de un grupo? Los discursos

públicos tienen papel fundamental en esa formación. El sentimiento, los valores, la identidad, que tiene un grupo viene sobre todo del discurso público».

SITUACIÓN VENEZOLANA

Explica Van Dijk que después de viajar por América Latina y estar por quinta vez en Venezuela, cree conocer bastante bien la situación como para tener una impresión del universo discursivo, y en especial el papel de los medios. «Aquí hay un conflicto social y hay una oposición en el país. Los medios tienen que tomar una posición en esto y eso no es fácil».

—Pero el periodista no debe tener una posición prejuiciada sobre los hechos o las personas, ni reproducirla en sus textos informativos, su opinión no debe estar presente en las noticias.

—Todos vivimos en una sociedad racista, sexista y clasista, todos somos participantes de una manera u otra. Se puede contribuir con más o con menos a que la sociedad siga así. Contribuimos si no luchamos con las formas de marginalización de la mujer, las minorías, la gente pobre, si no hacemos nada estamos contribuyendo. Los periodistas no son explícitamente racistas, sexistas, clasistas, pero con su trabajo pueden reproducir esas discriminaciones, sólo con seleccionar unos hechos y no otros. Todos somos parte del problema y parte de la solución. La única forma de tratar de manera justa un tema como la inmigración (caso europeo) es hablar de lo malo y de lo bueno de la misma.

—En estos momentos, en Venezuela a través de los discursos de los distintos sectores se están creando formas de discriminación y desigualdad ¿Cómo no contribuir a seguir reproduciéndolos?

—En estos momentos cualquier artículo que publicamos tiene una contribución al proceso social del país. Tenemos que

«El discurso del presidente y de los medios debe ser para todo el país»

pensar sobre las consecuencias posibles de lo que estamos escribiendo. Si por ejemplo, la gente dice que Chávez está dividiendo el país, la pregunta para cualquier periodista crítico es ¿cuál es nuestra función en esa división del país? ¿vamos a contribuir a esa división? Toda la prensa tiene que elegir bien su papel ahora. Debemos darnos cuenta de que la selección de algunos tópicos van a tener una consecuencia. Probablemente es tarde, pero es necesario, sobre todo después del golpe del 11 de abril. Todas las personas con acceso al discurso público deben abogar por la paz.

—Se ha hablado de paz y de diálogo por parte del gobierno y la oposición, sin embargo ambos continúan creyendo tener la verdad y la bondad, y que al contrario lo califican como el malo ¿Un discurso de conciliación no debe comenzar con la asunción de la responsabilidad?

—Ahora para algunos medios (recordó El País de España) todo lo que hace el presidente mal está muy enfatizado y todo lo que hace bueno está minimizado, y al revés también, los medios dicen que son víctimas

—Lo mismo se le ha criticado a los políticos afectos al gobierno: hablar sumamente bien de ellos y mal de los opositores.

—El presidente tiene que ser de todo el país y los medios también de todo el país. El respeto al grupo contrario no significa que se acepten sus ideas. No se pueden ridiculizar entre ambos.

—Ahora se habla mucho de entrar en el diálogo, parece más bien algo teórico ¿cómo se contribuir con el discurso a este consenso?

—La regla se puede resumir: tratar a los demás igual como a nosotros. Decir las cosas malas y las buenas, y si nuestro gru-

Nosotros versus ellos

El retrato que Van Dijk hace de los discursos públicos como estrategias para reproducir la ideología de un grupo, se puede casi calcar a la realidad actual: tanto si se estudia a los voceros del gobierno como los de la oposición. Sea el lector, pues, quien lo analice con su propio criterio.

■ **División de nosotros-ellos:** Estructura del discurso que separa al grupo dominante al que pertenece un sector que se denomina «nosotros», en contra del grupo contrario (donde entran las minorías) llamado «ellos».

■ **Enfatizar-desenfatizar:** Representación positiva de «nosotros» y negativa de «ellos». Se enfatizan las cosas buenas de «nosotros» y las malas de «ellos» y a la vez se minimizan las cosas malas de «nosotros» y las buenas de «ellos». Por ejemplo, en los discursos públicos en Holanda jamás se habla de la contribución económica de los inmigrantes para el país, en cambio se publica mucha información sobre delincuencia de extranjeros. Asimismo, jamás el grupo «nosotros» habla de sus propias faltas, por ejemplo su racismo.

■ **Selección de temas:** En la prensa, debates políticos o conversaciones, los temas son una lista limitada cuando se habla de minorías y de inmigrantes («ellos»). Se les caracteriza como invasores, como amenaza, como delincuentes. Hay tres temas que se repiten: el primero es «ellos son diferentes». El segundo es: «ellos rompen las normas». «Por ejemplo, dicen que maltratan a las mujeres, pero nunca se habla de la discriminación a la mujer en nuestra propia sociedad», explicó Van Dijk. El tercer grupo de temas es «la diferencia como amenaza».

■ **Selección de palabras:** En Holanda se habla de inmigración ilegal, y ya la selección del término es prejuiciosa para Van Dijk porque «ilegalidad es para mucha gente sinónimo de delincuencia». Incluso la discriminación puede darse en el uso del activo y del pasivo en la oración: «No tiene la misma fuerza decir *Policía mató a manifestantes que Manifestantes fueron muertos por la policía*. También hay marcas por la generalización de palabras: «Hubo violencia, hubo matanza». Con frases así, tan totalizantes, «se esconde quién hace qué cosa».

■ **Los voceros:** Van Dijk se pregunta de dónde sacan los medios o los políticos sus datos para conformar el discurso. «Cuando se habla de minorías quien habla sobre ellos pertenecen al grupo dominante: políticos, dirigentes, policías... Pero poco se sabe por parte de las propias minorías. Todo el mundo es especialista en minorías, pero nunca hablan ellas solas o sus líderes».

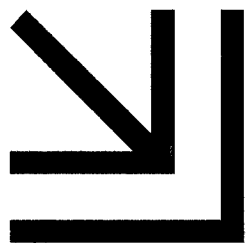
■ **Uso de lugares comunes:** Si se habla sobre «ellos» se usan una serie de lugares comunes (topos), argumentos fijos que siempre se repiten. Uno de los topos es el de la tolerancia nacional. «Somos un país tolerante pero no podemos hacer esto», ejemplifica el investigador. Otro topos es el del barco lleno: «Queremos que vengan pero no tenemos lugar o dinero suficiente». El topos más cínicco, según Van Dijk es: «no podemos tener muchos inmigrantes porque el país es tan racista que vamos a sufrir».

■ **Doble discurso:** Se trata de dar dos mensajes a la vez. A través de la negación aparente: «Yo no soy racista pero...», o de la afirmación aparente: «Ellos son muy inteligentes pero... O también de la falsa empatía: «Sé que todos los refugiados tienen problemas en su país pero...»

po hace algo mal, un golpe por ejemplo, hay que asumirlo. No puedes decir que eres muy democrático y legitimar un golpe de estado, es inconsistente. Puedes criticar a un presidente pero legitimar un golpe de estado es ir muy lejos. Si no respetas las reglas del juego, puede ocurrir lo mismo con el presidente que tú elegiste.

■ **Mireya Tabuas**
Periodista. Profesora de la UCV

Héctor Mujica



Tras las huellas
de un hombre inolvidable

■ Narsa Silva

Mujica: “un hombre de amor” como lo expresó en su libro *Creo lo que creo, digo lo que digo*, murió el 14 de febrero de 2002, en Mérida (precisamente el día del amor y la amistad) a los 74 años de edad, dejando un enorme legado a nuestro país en el mundo literario, periodístico, político, pero sobre todo, en lo que concierne a la condición humana.

Un personaje de pensamiento y vida intensa, firme en sus ideas y convicciones, fiel a sus principios, respetado y admirado por muchos: su familia, sus amigos, sus alumnos, sus colegas, y quienes como yo, no tuvimos la oportunidad de conocerlo, pero sí seguirlo a través de la lectura de varios de sus libros.

Poseedor de una basta cultura, políglota, que vivió cabalgando entre sus tres pasiones: el periodismo, la literatura y la política. Se graduó de Lic. En Filosofía en la UCV, y ejerció como periodista en diferentes medios impresos nacionales y extranjeros. Recorrió muchos destinos: Praga, Chile, Roma, Moscú, París, Cuba; vivió la experiencia del exilio en Chile, donde permaneció cinco años, allí se tituló como periodista y obtuvo el Doctorado en Filosofía en la Universidad de Chile.

Sin duda, un destacado intelectual, investigador, escritor (con más de 30 libros en su haber) ensayista, y docente. Fue miembro del Partido Comunista, hasta finales de los años 80, y candidato presidencial en las elecciones de 1978. Fundó la escuela de periodismo de la UCV, la cual dirigió en 1958 y 1969, y fue el primer presidente del Colegio Nacional de Periodista.

Fue directivo de la Asociación Venezolana de Prensa; miembro fundador del Centro Internacional de Estudio Superio-



res de Periodismo para América Latina, y del Instituto Internacional de Prensa de Zurich, Suiza.

Ramón Querales y Omar A. Pérez, autores del libro *Humano, Humano, Humano*, 40 años en el periodismo de Héctor Mujica, lo definen como “uno de los comunicadores y teóricos de la comunicación social más importante de la segunda mitad del siglo XX latinoamericano”.

En este recorrido por su vida y obra, una de sus hijas, María Fernanda Mujica, Comunicadora Social, directora de prensa y publicidad de la UCAB, muestra el lado humano de este personaje, que supo combinar la escritura, investigación, docencia y militancia política. “Mi papá fue un todo, no desvinculaba una cosa de la

otra, era por encima de todo muy humano. Para él, el periodismo era una forma de vida. Fue un hombre con espíritu de ayuda y apertura hacia el mundo, hacia la gente, hacia la amistad. Eso fue lo que nos enseñó y lo que vivimos en mi casa. Los principios se practicaban, no había catequesis”.

UNA ‘PLUMA’ INCANSABLE...

Héctor Mujica nació el 10 de abril de 1927 en Carora, a los 13 años ya era pregonero, y empezó su carrera como periodista escribiendo artículos en *El Diario de Carora*, y en *El Impulso*. En 1944 decidió dejar su terruño para trasladarse a Caracas en busca de oportunidades. En ese mismo año se inició como reportero con artículos en el medio *Aquí está* y también en *El Heraldo*.

Luego pasó a *Tribuna Popular*, donde permaneció hasta su clausura el 13 de abril de 1950. En 1948, funda el grupo literario “Contrapunto”, cuya revista del mismo nombre contó con numerosos artículos de su autoría. Sobre este medio expresó para ese entonces en *El Nacional* que “Contrapunto quiere ser expresión de nitidez, sobriedad, sencillez y precisión. Quiere desterrar, o mejor, no dar entrada en sus páginas a la falsedad encubierta, al circunloquio, a la expresión torcida”.

Consideraba al periodismo como un vicio y al mismo tiempo un placer. “Esa condición ambivalente, que nos obliga a ir tras una verdad difícil de apresar, constituye tal vez el rasgo fundamental de uno de los oficios más apasionantes. Si un periodista no siente ese llamado y antepone un deseo de venganza, de odio, fama o de dinero, equivocó entonces su profesión”¹.

Este vicio y placer lo llevaría a desarrollar una prolífica carrera como periodista, en diferentes medios que abrieron sus puertas a su "pluma" versátil y comprometida con la realidad venezolana, entre los que se cuentan: *El Tabloide*; *El Nacional*; *El Universal*; *El País*; *Fantoches*; *Tribuna Popular*; *El Impulso*; *El Siglo*; *Ultimas Noticias*; *El Globo*; *Clarín*; *Bohemia*; y *Qué pasa en Venezuela*.

Dejó numerosos artículos sobre los más variados temas: periodismo, política, economía, literatura, historia, música, petróleo, deportes, artes visuales, poesía, ecología, ciudad, religión, cuentos, folklore, reseña de libros. Querales y Pérez en la obra antes mencionada *Humano, Humano, Humano*, publicada en 1987, realizan la ardua labor de recopilar el trabajo periodístico de Héctor Mujica en 40 años de carrera (1944-1984).

Para 1984, había publicado un total de 1.527 artículos en los medios impresos *El Nacional*; *Tribuna Popular*; *El Impulso*, *Bohemia*, *El Siglo*, *Qué pasa en Venezuela*, *Ultimas Noticias*, *Clarín*, *El Heraldo*, 2001, *Universidad Central*, *Contrapunto*, *Revista Nacional de Cultura*, y *El periodista*. Se calcula que hasta el 2002 escribió aproximadamente un total de 2000 artículos, sin contar con los trabajos periodísticos realizados en el exterior.

En una entrevista publicada por *El Nacional* hace diecisiete años, Mujica afirmó que "El paso por la tierra es breve y hay que apurarlo para realizar lo que uno quiere realizar". Sin duda, a sus 74 años, fue mucho lo que realizó, vivió y aportó a nuestro país.

De la mano de su carrera periodística, desarrolló su labor como cuentista y ensayista, dejando un valioso legado para la literatura y el periodismo venezolano; luego ejerció la docencia, como profesor de periodismo informativo y de opinión en la UCV; todo esto sin descuidar nunca la política.

En 1947 publicó su primer volumen de cuentos, titulado *El pez dormido*. De sus obras narrativas destacan: *Las tres Ventanas* (1953, que ha sido traducido a 10 idiomas y figura en la Antología Universal del Cuento, compilación editada por "Labor", Barcelona-España.); *La ballena roja* (1961); *Cuentos de Lucha* (1965); *Los tres testimonios y otros cuentos* (1967); *Los cuadernos del anticipo* (1973); *Escrituras para un libro de buen amor* (1976); *Cuentos de todos los diablos* (1981), *La noche de los ayamanes* (1988); *El aroma de la muerte* (1995); *Cuentos* (1998); *El inquieto anacobero* (1999).

"Soy un escritor y un hombre normal que mira con naturalidad lo sucedido. Un hombre que no abriga odios y quiere a sus amigos como a sus hijos y sus nietos. Cuando muera, quiero un epitafio que diga: un hombre de amor y sin odios"

Héctor Mujica

En cuanto a sus ensayos, éstos se centraron principalmente en el tema periodístico: *El tabloide: historia y técnica*; *El Imperio de la noticia*; *Sociología Venezolana de la comunicación*; *La historia en una silla*; *Como a nuestro parecer*, y *La Televisión y las guerras*, constituyen una muestra representativa de este género.

Su talento como escritor le valió una beca a París a finales de los años 40, gracias a un trabajo sobre Marcel Proust. Se marchó junto a su primera esposa, "Enriqueta", a cursar un postgrado. Sobre esta etapa de su vida, su hija cuenta que ahí nació su hermano mayor, Michelle. "Era la época de la posguerra, y en París coincidieron muchos venezolanos, sobre todo pintores y escultores, entre ellos, Cruz Diez y Héctor Poleo. Ahí vivía un hermano de mi abuelo que era embajador en París, Juan Oropeza, y mis padres contaban muchas anécdotas familiares de esta etapa".

Aun cuando se encontraba en el exterior, Héctor Mujica no dejaba de escribir. Desde París envió unos cuantos trabajos periodísticos, entrevistas y reseñas sobre personajes y acontecimientos políticos que ocurrían en el viejo continente, buena parte de ellos para *El Nacional*.

A su regreso de Francia, inicia la segunda etapa de la revista *Contrapunto*, y posteriormente se desempeñó en *El Nacional* como reportero. Su valioso trabajo le trajo consigo un reconocimiento como "Redactor del año" en 1952.

De allí, pasó a ejercer como docente en la UCV. "Mi papá se preocupó siempre por la formación de los estudiantes, la importancia de la ética y tener una sólida cultura. La enseñanza también era una de sus pasiones", comenta María Fernanda.

En Venezuela se vivían tiempos difíciles, y Mujica no escapó a ello. Sus dos pasos por la prisión en los años 50 y el régimen dictatorial lo condujeron al exilio.

EL COMUNISMO Y SUS VIVENCIAS EN EL EXILIO

Mujica, como hombre de fuertes convicciones políticas, al llegar a Caracas en 1944 entra a Unión Popular, y pasa a formar parte del Partido Comunista, PCV, donde se mantuvo hasta finales de los años 80. A mediados de 1951 fue detenido por participar en un acto de la casa Sindical de la Oposición, en la cárcel Modelo se encuentra a Jesús Sanoja Hernández, quien reseña que Mujica, "era ya comunista viajado, pues había pasado una productiva temporada en Francia desde donde enviaba artículos para el diario dirigido por Gustavo Machado, así como para *El Nacional*".²

Otra vez fue detenido en 1953 y torturado. Salió desterrado con destino a Chile, donde permaneció cinco años, ampliamente productivos, en el campo académico y profesional. Ahí obtuvo además de su licenciatura de periodismo, un doctorado en Filosofía.

Durante su exilio fue jefe de redacción del diario chileno *Ultima Hora* y publicó numerosos artículos en diferentes medios de ese país. Entre 1955 y 1958 escribió para el periódico *El Siglo* su columna semanal, "Los hombres y las cosas", firmada con el seudónimo de Joaquín Jiménez, también colaboró con los diarios *La Tercera Hora* y *Noticias de Ultima Hora*, y en *La Gaceta de Chile*, dirigida por Neruda.

Además, entre 1956 y 1958 colaboró en el Suplemento de *El Tiempo* de Bogotá, que ya en 1954 había publicado dos de sus cuentos.

Cuenta su hija que para ese entonces era muy pequeña, pero sus padres y familiares se encargaron de reproducir las principales vivencias de la época. "En Chile vivimos 5 años, y mi padre hizo un gran grupo junto a adecos y comunistas. Gente como Devora Gabaldón, Clarisa Sanoja, Federico Álvarez, los Mayobre, el Negro Herrera, y muchísima gente que recuerdo que eran y siguen siendo amigos. También mis padres hicieron grandes amigos chilenos. Ya en Venezuela siempre en mi casa se celebró el día nacional de Chile, con grandes fiestas donde asistían los amigos".

EL REGRESO A CASA

Derrocada la dictadura en 1958, regresó al país y ocupó el cargo de director de la Escuela de Periodismo de la UCV, allí

fundó el periódico *Universidad Central*. En este mismo año entró al Comité Central del PCV, y fue electo diputado suplente. Al poco tiempo de este regreso publica su ensayo *La historia de una silla* (Antonio Guzmán Blanco). Al año siguiente, producto del triunfo de la Revolución Cubana, viajó a la Habana y realizó la primera entrevista de un venezolano al Che Guevara, publicada el 3 de enero de 1959.

La década del 60 su hija la recuerda como tiempos difíciles. "Era la época de los allanamientos. Mi papá se encontraba escondido y mi abuelo (el reconocido pediatra Pastor Oropeza) entraba y salía para saber de nosotros. Nos visitaban muchos amigos, que se han mantenido con los años".

En 1962 nuevamente cae en prisión, a raíz de la huelga de transporte en enero de este mismo año. Al concluir Leoni su mandato, Mujica ocupa nuevamente su cargo de diputado y continúa sus labores en el periodismo y la docencia.

Cuando Caldera inicia su primer período con el propósito de la pacificación, "mi papá se involucró mucho en este proceso", afirma su hija.

En 1969 ejerció nuevamente la dirección de la escuela en la UCV, en medio de tiempos difíciles debido al "movimiento de renovación universitaria", polémica plasmada en su libro *Cogobernalía*.

Siguió combinando sus labores como escritor y político, y el momento cúlmine llega en 1978, cuando es designado candidato presidencial por el PCV, faceta que le inspiró para escribir su libro *Historia de un candidato*.

Se mantuvo en el PCV hasta finales de la década de los ochenta. "Antes de la caída de Gorbachov mi papá renunció al partido comunista, pero las amistades cultivadas dentro del partido las siguió manteniendo siempre. Decidió irse un tiempo a Praga, y luego regresó al país y se instaló en Mérida", allí permaneció los últimos diez años de su vida, donde dedicó buena parte de su tiempo a escribir cuentos, y trabajos para el Diario *El Globo*.

SU CONDICIÓN HUMANA

Al hablar de su padre afirma que "sus aportes en el campo del periodismo se centraron principalmente en la formación de periodistas con apego a la ética y amor por la cultura. El se sentía orgulloso de ser periodista, y siempre trató de dignificar ese oficio, que exige responsabilidad

Galardones

- Premio Nacional de Periodismo en Docencia e Investigación. 1969
- Premio Internacional de la Organización Internacional de Periodistas. 1962.
- Premio CONAC de narrativa. 1981.

Principales obras publicadas

- *Las tres ventanas*. 1953. Universidad de Los Andes. Segunda edición. 2000.
- *Cuentos. Antología* (1ª Edición). Monte Ávila Latinoamericana. 1997.
- *Margarita y Cubagua en el paraíso de Colón*. Gob. Edo Nueva Esparta y ULA. 1997.
- *El Aroma de la muerte. Cuentos parameros*. ULA. 1994.
- *Como a nuestro parecer*. Monte Ávila Latinoamericana. 1993.
- *Creo en lo que creo, digo lo que digo*. 1944-1984. Editorial Arte. 1990.
- *La noche de los ayamanes*. Editorial Pomaire. 1988.
- *Bolívar y las dificultades de hoy*. Barcelona. Municipalidad del Distrito Bolívar del Edo Anzoátegui. 1984.

Textos sobre comunicación

- CO-AUTOR. *Los medios empresariales y la libertad de prensa*. Editorial UCV
- *El Tabloide. Historia y técnica*. Editorial Escuela de Periodismo UCV 1959.
- *El Imperio de la noticia. Algunos problemas de la Información en el Mundo Contemporáneo*. 2ª Edición. Biblioteca UCV 1967.
- *Sociología Venezolana de la Comunicación*. Editorial UCV 1974. 1969.
- *Sociología de la comunicación*. 2ª edición. Editorial. Biblioteca UCV 1977.

social y cultura, y eso le enseñaba a sus alumnos. Pero más allá de su contribución al periodismo, a la literatura y su vinculación al comunismo, está su condición humana. Fue un hombre que valoró mucho la familia, disfrutaba de sus hijos y nietos, de los encuentros con los amigos, tuvo amigos en todas partes, y gozó la vida a plenitud".

Entre sus aficiones estaban la lectura, los viajes, la música, el canto y la cocina. Recuerda con especial cariño un viaje que hicieron luego del regreso del exilio en un Volkswagen por toda Venezuela, "fue una experiencia bonita e inolvidable". También menciona que su casa era sitio de encuentro de los amigos, "mi papá era amante de las tertulias. Además de los amigos antes mencionados, que nos frecuentaban, también visitaban nuestra casa amigos del PCV, de la UCV, de la época del exilio, escritores, políticos, periodistas, historiadores. Gustavo Machado, Juan Farías, Federico Álvarez, Pompeyo Márquez, Jesús Sanoja Hernández, Otero

Silva, Rodríguez Iturbe, Carpentier, Nicolás Guillén, Pablo Neruda, Daniel Santos, y muchísimos otros, cuya amistad perduró en el tiempo".

De esta condición humana, sus valores, sus principios y su apertura a las ideas y a la gente, vale la pena resaltar dos fragmentos escritos por Mujica en su valioso libro *Creo lo que creo, digo lo que digo*, el primero de ellos afirma: "El nuevo humanista tiene que ser un hombre que vive de cara a la vida, inmerso en la sociedad de su tiempo. No puede ser un *homo pro se*, sino hombre para los otros, para los demás".³

El segundo, "Hay que saber sacar las lecciones del pasado, hay que aprender de los errores... Superar la estrechez y la rutina es sobre todo indispensable en las condiciones del mundo de hoy".⁴

Siempre será recordado por muchos como un hombre íntegro, que practicaba la tolerancia, el respeto por el otro, sus criterios, ideas y diferencias. Esta frase expresada por Sanoja Hernández ilustra la capacidad de Mujica para sobrellevar las diferencias y adversidades. "Héctor era tan tolerante que lo amargo lo convertía en almíbar".⁵

Su andar en el periodismo, la política y la literatura a lo largo de su vida, deja vivencias, obras y recuerdos. Así se expresó Héctor Mujica en una entrevista publicada en *Tal Cual* sobre sus tres grandes pasiones: "Hay sueños en la vida que no se alcanzan, sueños para los que seremos siempre incompetentes... pero a esos tres oficios (político, periodismo, literatura)... les agradezco su paso fervoroso por mi alma. Lo que haya hecho o dejado de hacer no es culpa de ellos. A la política le agradezco que me haya enseñado a Venezuela, al periodismo que me haya permitido darme a conocer ante el país... ¿Y a la literatura? Que me haya permitido explorar en el alma universal de la que no estábamos exentos los venezolanos".

1 Sanoja Hernández, Jesús, "Héctor Mujica se marchó con su saber a cuestras", *Papel Literario, El Nacional* (23/02/02), recoge este pensamiento de Héctor Mujica.

2 Sanoja Hernández Jesús, "Insistir en medio de la selva política". *El Nacional*. (15/02/02). Cuerpo C, Pág. 4.

3 Mujica, Héctor. *Creo lo que creo, digo lo que digo 1944-1984*. Editorial Arte. Caracas 1990., Pág. 171.

4 *Ibidem*, Págs. 168-169.

5 Tomada del trabajo publicado en *Papel Literario*.

REVISTAS



REVISTA MEXICANA
DE COMUNICACIÓN
NÚMERO 74. MARZO / ABRIL 2002
FUNDACIÓN MANUEL BUENDÍA

Bajo el título “2001 para los medios”, la Revista mexicana de Comunicación realiza un balance a través de sus artículos, de la situación de los medios de comunicación durante el pasado año en el referido país. Igualmente realiza algunos estudios sobre industrias como el cine, y temas de constante interés en el mundo académico y periodístico como la “agenda setting”.

En el particular caso de la televisión mexicana, la autora Alma Rosa Alva de la Selva, asegura en su trabajo que las tensiones políticas sufridas durante varios meses del 2001 influyeron en la creación de un clima de tensión en este medio de comunicación. Sin embargo, concluye que a pesar de esos inconvenientes, el resultado fue favorable para los propietarios de las estaciones.

Otro de los artículos que especialmente llaman la atención de esta publicación es el referido a la industria mexicana del cine. El trabajo, titulado “El Cine, entre glamour y penurias”, estudia como a pesar de los buenos resultados económicos que han tenido los distribuidores y exhibidores, es decir dueños de sa-

las, los productores mexicanos no acaban de ver consolidada su industria fílmica nacional. Marién Estrada, la autora de este artículo, afirma que “dos o tres éxitos de taquilla pueden echar las campanas al vuelo, aunque no constituyen una industria sana”.

También incluye este número 74 un interesante trabajo del conocido autor Tanius Karam donde aborda uno de los temas que más polémicos debates ha configurado en los terrenos de la creación, la relación entre el periodismo y la literatura. Para lograr este objetivo, Karam se acerca a la obra del escritor peruano Mario Vargas Llosa.

El lector también podrá encontrar en esta edición de la Revista mexicana de Comunicación trabajos sobre las telecomunicaciones, desarrollo de la Internet, radio y las comunicaciones gubernamentales en el país azteca; la percepción de México en la prensa norteamericana; propaganda y guerra; y un ilustrativo apunte donde se reseñan las polémicas sobre la transmisión del conocido programa televisivo *Big Brother* en esta República.

Con el sugerente título de *Ciberdemocracia*, el Departamento de Periodismo III de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid lanza un nuevo número de sus conocidos Cuadernos de Información y Comunicación. Esta edición nos acerca a los estudios que se han realizado en los últimos tiempos acerca de la forma como los medios de comunicación, y especialmente las nuevas tecnologías de la información, han configurado un tipo distinto de sociedad mediática hipervincula que ostenta formas distintas de relación con el poder y la administración gubernamental.

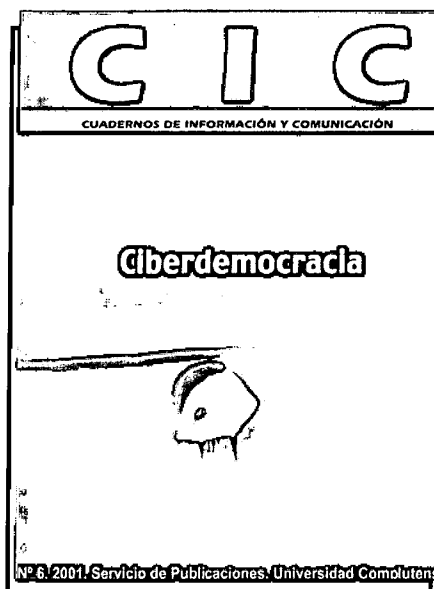
Como el propio José Luis Dader, miembro del Consejo de redacción de esta publicación, afirma en la presentación “Ciberdemocracia, “democracia electrónica”, “política virtual” o “teledemocracia” son los principales términos utilizados en los últimos años para designar un nuevo contexto potencial de las democracias electrónicas contemporáneas, fraguado bajo el impulso de las nuevas tecnologías de la comunicación, con especial referencia a Internet”

En uno de los trabajos de este número de 368 páginas, los docentes de la Universidad de Salamanca Ángel Badillo y Patricia Merenghi, explican cómo el advenimiento de las nuevas

tecnologías de la información han permitido que los ciudadanos puedan manejar información que antes sólo estaba reservada a los medios de comunicación. Esta situación establece una diferencia importante entre la mediación realizada por los tradicionales medios (Prensa, radio y televisión), y la facilitada a través de las innovaciones electrónicas. Esta dicotomía la resumen los autores en un interesante título, “de la democracia mediática a la democracia electrónica”.

Otros autores como Richard Davis y Gianpiero Mazzoleni, examinan el tema de la Revolución de Internet. Un número importante de artículos estudian la relación de la política con las redes electrónicas, en especial, como los partidos políticos y otros grupos han utilizado estas herramientas. En particular José Antonio Coca y José Luis Dader analizan estos temas desde las específicas experiencias de Bolivia y España respectivamente.

Este nuevo número de Cuadernos de Información y Comunicación incluye muchos otros trabajos donde se aborda la manera como en los últimos tiempos ha habido “un cruce de perspectivas entre la ciencia política y las ciencias de la información ante la presión de las nuevas tecnologías”.



CUADERNOS DE INFORMACIÓN
Y COMUNICACIÓN
NÚMERO 6. 2001
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA INFORMACIÓN
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO III

LIBROS

EL MALESTAR EN LA GLOBALIZACIÓN

El diagnóstico de Joseph Stiglitz es contundente: 'La globalización actual no funciona'. Muchos millones de personas han notado 'cómo su situación empeoraba' y 'cómo sus empleos eran destruidos y sus vidas se volvían más inseguras', 'se han sentido cada vez más impotentes frente a fuerzas más allá de su control' y 'han visto debilitadas sus democracias y erosionadas sus culturas'.

Los argumentos de Stiglitz podrían resumirse así: la globalización alberga un potencial enorme y puede ser benéfica para todos. Si no lo es todavía es porque está pésimamente gobernada. Buena parte de la responsabilidad recae en las organizaciones internacionales: el FMI, el Banco Mundial y la OMC. El FMI es el más malo. Sus políticas tienen una doble ceguera: la ideológica y la de la incompetencia. El dramático cambio hacia la mala economía y la peor política fue en los años ochenta. Ronald Reagan y Margaret Thatcher lanzaron la gran batalla ideológica a favor del 'fundamentalismo del mercado' y el FMI y el Banco Mundial se convirtieron 'en nuevas instituciones misioneras, a través de las cuales esas ideas fueron impuestas sobre los reticentes países pobres que necesitaban con urgencia sus préstamos y sus subvenciones'. La austeridad fiscal, la privatización y la liberalización de los mercados, 'los tres pilares del consenso de Washington', se convirtieron en verdades ideológicas incontestables. De este modo, el FMI fue abandonando la misión para la que fue fundado: la estabilidad económica global. Y se convirtió en el instrumento que garantiza los intereses del capital financiero internacional.

El FMI ha actuado 'como un mandatario colonial'. En Asia lo único que fue capaz de hacer el FMI fue acabar de hundir a los países afectados por la crisis y conseguir un gravísimo contagio en cadena para salvar a los prestamistas occidentales. La terapia de choque aplicada a la ex Unión Soviética tenía motivaciones ideológicas, pero ha sido un desastre económico y político: los ritmos son muy importantes en cualquier proceso de cambio. El resultado de la actuación de estas instituciones es que la globalización ha servido para aumentar las desigualdades y para generar un amplio movimiento de rechazo. El precio pagado ha sido superior a los beneficios: 'El me-

JOSEPH E. STIGLITZ.
TRADUCCIÓN DE CARLOS RODRÍGUEZ BRAUN
TAURUS. MADRID, 2002

La mundialización puede ser benéfica. Pero, según el Nobel de Economía 2001, Joseph E. Stiglitz, no lo es porque está mal gobernada. A su juicio el FMI tiene parte de la culpa. De 'mandatario colonial', desinhibido de los efectos de su política sobre la gente, tacha el autor al teórico paladín de la estabilidad económica

dio ambiente fue destruido, los procesos políticos corrompidos y el veloz ritmo de los cambios no dejó a los países un tiempo suficiente para la adaptación cultural'. Éstas son las raíces de estos miedos de los que últimamente se habla tanto, que el discurso político desvía hacia la inseguridad para evitar el debate sobre las cuestiones de fondo.

Stiglitz, que trabajó tres años en el Banco Mundial, no quiere hacer el proceso de intenciones a las instituciones internacionales. Pero asegura que sólo desde la defensa de los intereses de los inversores occidentales se puede encontrar coherencia a las políticas del FMI y del Banco Mundial. Ellos han sido los que han otorgado al capital financiero un valor normativo que se ha impuesto por encima de la política. Stiglitz rechaza la hipótesis cons-

pirativa: no lo han hecho por connivencia, sino por incompetencia profesional, obnubilación ideológica y desconocimiento de la realidad. Urge, por tanto, la reforma de unas instituciones que considera imprescindibles, para conseguir que los beneficios del proceso de globalización alcancen a todos.

El libro esboza una lectura política de la actuación del FMI, sobre tres ideas principales: la noción de fundamentalismo de mercado, la importancia del ritmo de las reformas ('el tiempo -y la secuencia- es todo') y la necesidad de recuperar la política.

Stiglitz nunca habla de 'neo liberalismo', siempre utiliza la fórmula 'fundamentalismo del mercado'. Y, en efecto, es sorprendente cómo en la narración de las actuaciones del FMI reaparecen los lugares comunes de toda práctica fundamentalista. Idealismo de los principios: la imposición de la verdad -la teoría- contra las evidencias que la realidad emite, de modo que si las cosas salen mal nunca es culpa de la doctrina, sino de la incapacidad de los países en desarrollo para adaptarse y entender la buena nueva. Elitismo vanguardista: Stiglitz habla de 'un enfoque bolchevique de las reformas del mercado' con una élite encabezada por burócratas internacionales forzando cambios rápidos sobre poblaciones renuentes. Redención por el dolor: los países en desarrollo tienen que pasar por el sufrimiento para alcanzar el paraíso de las sociedades avanzadas de mercado. Si las políticas empeoran la situación hay que asumir el tránsito por la miseria y por el conflicto como los dolores de parto de la historia. Miseria del ciudadano: el individuo es insignificante al lado del valor superior que es la sociedad del mercado. Los funcionarios del FMI 'no sienten lo que hacen, como cuando se tiran bombas desde 50.000 pies'. Al FMI no le interesan en absoluto las condiciones de los ciudadanos ni los efectos que sus políticas tengan sobre sus vidas. Aplican un manual escrito en Washington que sirve para todos los usos -Stiglitz reporta errores informáticos que confirman que de un país a otro sólo se hacían algunos cambios sobre un mismo documento matriz- porque los tres pilares del consenso de Washington están por encima de los hombres. Los tiempos pasan y los modos de dominación se repiten. Los poderes se parecen mucho, sobre todo cuando pretenden una -homogeneización- universal.

Los ritmos y los tiempos: no hay reforma que pueda ser exitosa si no cuenta con un amplio consenso social. El ciudadano necesita tiempo para integrar procesos que afectan sensiblemente a su modo de estar en el mundo. En Rusia, las prisas del FMI, la famosa terapia de choque, han resultado fatales. Se urgió la privatización y la liberalización sin haber creado ni el ámbito jurídico necesario -las reglas del juego- ni el marco cultural adecuado. El resultado ha sido la corrupción y el capitalismo mafioso, sostenido además con dinero internacional. ¿Cómo privatizar sin una ley y unos tribunales para dirimir los abusos, sin gente preparada para ejercer como empresarios en un marco de competencia, sin las condiciones de libertad necesarias para que se pueda hablar realmente de economía de mercado? La privatización ha sido la transferencia de las propiedades de todos al grupo oligárquico superviviente de la antigua nomenclatura comunista. Sólo desde el fanatismo ideológico se puede negar la atención a los ritmos del cambio.

La recuperación de la política: la estrategia del FMI también es política, pero es una po-

lítica degradada que pretende uniformar el espacio económico y negar la capacidad de decisión soberana a los distintos países. Y, sin embargo, en la globalización la proximidad sigue siendo importante: precisamente para acertar en los ritmos y en las secuencias. De Etiopía a Malasia, Stiglitz analiza los ejemplos que demuestran que los responsables de estos países conocían mucho mejor la situación que los funcionarios que se guiaban por una mirada de turista con las cifras macroeconómicas como gafas. Para Stiglitz, los países que mejor han superado las crisis han sido aquellos que han preferido seguir sus propias políticas antes que dismantelar sus países con las terapias del FMI. La denuncia del ninguno de la política que hace tiene, sin embargo, un punto débil: su defensa apasionada de China, como ejemplo de transición a seguir. Su alma de economista le traiciona: como aquellos a los que critica, pone los valores del crecimiento y el desarrollo por delante de la política. En materia de libertades políticas, ¿cabe admitir los retrasos en nombre de los ritmos del cambio? ¿No es la libertad una condición necesaria para atender correctamente los tiempos y las secuencias?

Para Joseph E. Stiglitz, la gran víctima de la globalización es la responsabilidad. Precisamente para eludirla se presenta la globalización como un destino inevitable al que sólo cabe adaptarse. Pero, al final del camino, la pregunta es: ¿las instituciones globales cuyas políticas Stiglitz critica son realmente reformables o tienen razón los que sospechan que estas instituciones son los batallones de choque de un neocolonialismo pospolítico?

Josep Ramoneda,
Babelia, 19 de mayo de 2002



■ Informaciones

LATINOAMÉRICA, TELECOMUNICACIONES HIPOTECADAS

Las telecomunicaciones en Hispanoamérica están en una difícil encrucijada. El 42% del mercado global de las comunicaciones móviles es controlado por apenas 12 compañías y cerca del 50% de las líneas fijas en Latinoamérica están en manos de multinacionales, según el informe de la consultora Roland Berger Strategy.

La crisis por la que atraviesan esas multinacionales en sus mercados domésticos está traduciéndose en una tendencia a la desinversión en los mercados latinoamericanos. Pese a ello, Portugal Telecom y Telefónica, las más activas en el continente, también tienen sus dudas. Españoles y portugueses, tras su unión en Brasil, compiten con empresas de telecomunicaciones estadounidenses como Bell South y Verizon, y otro grupo europeo construye una presencia significativa en la región, como Telecom Italia.

La paradoja del mercado latinoamericano es que las redes de telefonía fija son muy poco densas y apenas llegan, en el mejor de los casos, a una penetración por encima del 21% (Brasil, Chile y Argentina). Nunca se ha invertido en telefonía fija dado el alto coste del tendido de la red, y menos ahora que la telefonía móvil ha frenado cualquier tipo de inversión.

El problema añadido es que el nivel de saturación del servicio móvil está determinado también por el poder adquisitivo de la población, de los que el 44% de los latinoamericanos viven bajo el umbral de la pobreza. El restante 56% tiene un ingreso medio anual de aproximadamente 6.300 millones de dólares, es decir, menos de la mitad que Portugal y un tercio que España.

Como quiera que el nivel de penetración está entre el 34% (Chile) y el 5,9% de Perú, en los próximos dos a tres años varios de los más

atractivos mercados latinoamericanos comenzarán a saturarse, como México, Brasil o el propio Chile.

El desafío ahora es que las compañías y las grandes empresas de telecomunicaciones, acostumbradas a servir a clientes de clase media europea o norteamericana, van a tener que aprender a servir rentablemente el segmento de bajos ingresos latinoamericano. Esto va a implicar nuevos socios de negocios.

Según el informe de Roland Berger, los que logren triunfar en esa dura batalla podrán acceder no sólo a más de 200 millones de latinoamericanos de clase baja que aún aguardan servicios básicos de voz, sino también para participar en el mercado de dos billones de consumidores de bajos ingresos en China, Indonesia e India.

(Negocios, *El País*, 9 de junio de 2002)

DEBATE SOBRE EL DESEMPEÑO MEDIÁTICO NACIONAL INVADIR DIVERSOS ESPACIOS

Cuando los medios estuvieron de primeros

Los lugares comunes no en pocas ocasiones se han convertido en plagas que van enfermado con absoluto descaro al lenguaje. Las siglas 11-A, esas que haciendo gala a la tiránica brevedad periodística pretenden resumir más de 100 horas de traspaso en 4 caracteres, pasaron a formar parte de los chocantes clichés de la prensa venezolana. El 11 de abril, con o sin versión disminuida y desmejorada, quedará en nuestra historia contemporánea como la fecha en la que tuvimos al menos unos tres presidentes, golpe de Estado o vacío de poder -para gustos colores-, contragolpe o regreso de la constitucionalidad, conspiración o derecho a la rebelión, paro indefinido, movilización popular, detonaciones, tiburones, conversaciones amanecidas de camuflaje, y al frente de todo los medios.

Una de las cosas que podemos dar por ciertas es que después de los días tensos, algunas veces vienen los calmos, pero también en otras circunstancias, un poco más especiales, se aproxima el recuerdo y la reflexión de la tensión, impotencia o indignación vivida. La oleada de foros, reuniones, seminarios, mesas redondas, debates y conversaciones de plazas y aulas que se han suscitado en el país sobre la actuación de los medios de comunicación, obedece en cierta forma a esa segunda opción, la discusión, la catarsis, el desahogo de la experiencia.

MEDIOS Y SOCIEDAD

La relación de los medios de comunicación social como mediadores entre el hecho noticioso y la sociedad, fue sin duda el tema que invadió el mayor número de eventos. Posiblemente debido a que un número importante de opiniones de diversos sectores se han dirigido, desde opuestas posiciones, a la calidad de esta relación. Uno de los primeros encuentros que trató este tema fue el foro "*Las responsabilidades sociales y éticas en la comunicación social de masas*", organizado por el Foro Social Venezolano por la Ética en la Comunicación y el Centro de Derechos Humanos de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

El Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (ININCO-UCV) también incluyó este tópico en la agenda de su ciclo de foros "*Crisis política y medios de comunicación*". Específicamente el evento donde se discutió la relación y responsabilidad del periodista frente a sus receptores tuvo como título una pregunta, "*¿Quién garantiza el derecho a la información de los ciudadanos?*". Por su parte dos de las principales casas formadoras de periodistas de la capital, UCV y UCAB, también reunieron a algunos de sus profesores e invitados especiales



en sus respectivos foros sobre esta coyuntura. En el caso de la UCV se trató de un ciclo titulado "*Análisis Abierto*" que contó con 4 encuentros. La UCAB llevó a cabo un foro organizado por el propio Centro de Estudiantes de la escuela de comunicación Social titulado "*El papel de los medios ayer, hoy y mañana*". Otras instituciones de educación superior del país también reflexionaron sobre los hechos. La Universidad Fermín Toro de la ciudad de Barquisimeto organizó un multitudinario foro titulado "*Periodistas en el banquillo*", que fue gravado por esa casa de estudios y ya ha sido transmitido en varias ocasiones por el canal del Estado Venezolana de Televisión.

Incluso instituciones extranjeras como la colombiana Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), presidida por Gabriel García Márquez, junto al peruano Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) también se preocuparon por el tema y organizaron dos mesas redondas donde experimentados reporteros nacionales y extranjeros, editores, propietarios de medios y periodistas debatieron sobre la base de testimonios de experiencias latinoamericanas que de alguna manera sirven de criterio para evaluar la situación nacional.

El empresariado venezolano de medios de comunicación agrupado en la Venezuelan American Chamber of Commerce and Industry (VENAMCHAM) se unió a esta discusión desde la intimidad de dos foros privados. A estos encuentros sólo asistieron especialistas en la materia, docentes, periodistas y por supuesto propietarios. El tratamiento de estos eventos se hizo desde dos perspectivas; en el primero se exploró la relación medios - sociedad con una percepción pragmática, y recibió el título: "*¿Ha variado la calidad y credibilidad del periodismo que se está realizando en Venezuela actualmente?*"; el segundo evaluó la dimensión social del asunto y tuvo por título: "*¿Cuál es el espacio de los medios de comunicación en la sociedad venezolana?*".

En este último encuentro los participantes llegaron a conclusiones de las cuales valdría la pena comentar algunas de ellas como «Organizar seminarios y talleres para el mejoramiento y desarrollo de los periodistas, en especial de la fuente política, contando con el apoyo logís-

tico de VENAMCHAM; crear un canal de comunicación entre los medios y sus audiencias, en especial las plantas de televisión; apoyar el reinicio del diálogo entre los sectores de la oposición y el oficialismo; y revisar el rol de los medios en el futuro inmediato".

Finalmente en este prolongado debate sobre la relación de los medios con sus audiencias, La Red de Periodistas y Comunicadores Expresión Libre, realizó el foro "*Los medios en el medio*", cuyo objetivo, expresado por la propia organización, fue "profundizar en la discusión acerca de cuál es el papel que medios y periodistas deberían tener en la Venezuela de hoy, fraccionada en dos pedazos y donde pareciera que los espacios de diálogo van a terminarse por cerrarse".

RIESGO, EJERCICIO Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

Una de las polémicas en torno al ejercicio del periodismo que se desató luego de los sucesos de abril, fue la de si era válido excusar la no cobertura de algunas noticias por el riesgo que pudieran correr los profesionales de la comunicación implicados. Justificación por cierto que fue ofrecida por algunos periódicos y plantas de televisión ante su silencio los días 13 y 14 de abril. Como era de esperarse, este tópico también fue debatido en diversos espacios. El segundo encuentro del referido ciclo de foros de la Escuela de Comunicación Social de la UCV abordó esta situación con el nombre "*El periodismo y sus riesgos. Censura, autocensura, silencio informativo: ¿Qué pasó entre el 11 y el 14 de abril?*". Por su parte el ININCO también incluyó esta reflexión en el primer evento de su ciclo de foros bajo el título "*Periodismo: Profesión de alto riesgo*".

Las instituciones internacionales igualmente han dejado sentir su preocupación por este tema. En una de las comentadas mesas de trabajo realizadas por IPYS y FNOI se tomó en cuenta esta complicada relación entre el profesional de la comunicación y el riesgo. La mesa redonda "*Ataques a la prensa y protección de periodistas que cubren crisis políticas*", conformada básicamente por miembros de organizaciones para la defensa de la libertad de expresión y del ejercicio periodístico, fue la encargada de realizar estas discusiones.

HÉROES IMPROVISADOS Y OTROS TEMAS

Podemos decir que es casi una norma que en toda confrontación surgen repentinos liderazgos. Personas comunes, cuyos nombres no son del dominio público, o que sólo están relacionados con un específico sector, pueden en un momento de tensión convertirse en protagonis-

FORO ¿PERIODISTAS EN EL BANQUILLO?

Urge reforzar enseñanza de la ética periodística

tas. Los profesionales de la comunicación son quizás un gremio que por su propio oficio están, feliz o desgraciadamente, tentados u obligados a encarnarse en figuras notorias.

Al menos tres encuentros de los que hemos reseñado han tocado este tema. El segundo panel del evento organizado por el Foro Venezolano por la Ética en la Comunicación y el Centro de Derechos Humanos de la UCAB, tomó en cuenta los testimonios de comunicadores sociales bajo el título "*Hablan los protagonistas*". Asimismo el ciclo de foros de la Escuela de Comunicación Social de la UCV debatió esta especial polémica desde dos perspectivas. La primera, desarrollada en el tercer encuentro bajo el nombre "*Fuerza del reportero gráfico: Hablan los fotógrafos*", abordó a quienes deben estar en las primeras filas o trincheras obteniendo las mejores imágenes. La segunda, estudiada en el último encuentro "*Los medios extranjeros: Hablan los periodistas internacionales*", tomó en consideración la óptica de los profesionales cuya labor es servir de puente entre distantes tierras.

Otros foros, como el último de los organizados por el ININCO llamado "*Formación del periodista. Un reto de las Universidades*", se aproximaron a otros temas también relacionados con la coyuntura comunicacional social en Venezuela. Particularmente, el foro antes nombrado se preocupó por reunir a los directores de algunas escuelas de comunicación social y también a algunos docentes, que son quienes tienen, en cierta medida, parte de la responsabilidad por la calidad del actual y futuro desempeño periodístico.

Finalmente, el Viceministerio de Cultura continúa con los encuentros "*Cultura y Comunicación*", donde se tiene como objetivo abrir un espacio para intercambiar y discutir criterios con relación al tema de las comunicaciones en la acción cultural venezolana. Alguno de los puntos tocados en estas reuniones de especialistas, señalan la revisión de las relaciones entre la cultura y la comunicación en el marco de la globalización, la actuación del CONAC en cuanto a las políticas de Estado para el área audiovisual y el espectro radioeléctrico, la Ley de Contenidos y los canales 5 y 8 como estaciones de servicio público no gubernamental, entre otros temas.

Desde la aparición de las nuevas tecnologías de información y comunicación, que han configurado un tipo distinto de sociedad hipervinculada, los medios y quienes los poseen han pasado a ocupar lugares privilegiados en la estructura social. Sin embargo, gracias a la cotidianidad de esta situación, a menudo olvidamos dichas certezas. De vez en cuando ocurren situaciones como las del 11 de abril que nos obligan a recordar que los medios han ocupado otros espacios aparte de la mediación.

Iván Alonso

Reforzar la enseñanza de la deontología en las escuelas de comunicación social, revolucionar las estructura del Colegio Nacional de Periodistas y discutir la creación de consejos de ética, fueron tres de las propuestas formuladas por Jesús Urbina en el foro *¿Periodistas en el banquillo?*, realizado en la Universidad Fermín Toro de Barquisimeto (UFT).

El profesor de ética en la Escuela de Comunicación Social de La Universidad del Zulia inició el debate en el cual participaron Marcelino Bisbal, Pablo Antillano, Tulio Hernández y Andrés Izarra, invitados por un grupo de periodistas de Lara que organizó el encuentro.

El foro se realizó con el aval de más de 94 periodistas, 8 reporteros gráficos y un camarógrafo, quienes —respaldados por la Defensoría del Pueblo y la UFT— firmaron un documento que expresa la necesidad de evaluar las violaciones al Código de Ética y a la Ley del Ejercicio del Periodismo. "La forma como se ha agudizado la crítica colectiva en torno al ejercicio periodístico en Venezuela, exige la evaluación del desempeño de los comunicadores sociales, a propósito del clamor nacional de abrir espacios para el entendimiento y la rectificación. No asumir responsabilidades ni rectificar a tiempo agudizará el estado de incredulidad e irrespeto en perjuicio de nuestra profesión", indica el documento que reposa en la Defensoría del Pueblo.

Jesús Urbina cuestionó el "código del silencio" activado por algunos medios de comunicación social en el país durante los hechos ocurridos entre el 11 y el 14 de abril, y calificó al CNP como una estructura gremial fracasada.

Por su parte, Pablo Antillano, además de dictar una cátedra del oficio, criticó que los medios de comunicación "nos hayan impedido comprender el momento histórico-político que vivimos", situación que a su juicio no es nueva, pues se agudizó desde hace más de dos años en Venezuela. Con la actuación de muchos periodistas y moderadores, explicó, se reforzaron tendencias a los odios y las diatribas; se reveló la utilización discrecional, irregular y unilateral de la fuente periodística; y se incurrió en el error de exhibir puerilmente las posiciones editoriales de los medios.

"El 11 de abril los periodistas perdieron el control de la información. Los problemas informativos comenzaron a notarse cuando en los periódicos resultó evidente el uso irregular de la fuente y serias dificultades informativas". ¿Qué hacer?, se preguntó Antillano para luego asentir: "Debemos revelarnos ante la división de la sociedad y defendernos para recuperar la credibilidad".

El sociólogo Tulio Hernández, por su parte, dio una explicación sociopolítica de la forma como los medios de comunicación, la Iglesia y

las organizaciones no gubernamentales asumieron la función de partidos políticos y desvirtuaron sus funciones. "Se debe castigar por igual las dos intolerancias extremas", afirmó.

Pero como en el periodismo no se sabe con quién debe revisarse el ejercicio profesional, porque el CNP ya ha asumido posiciones políticas en medio del conflicto, "la sociedad civil debe generar organizaciones para efectuar esa revisión". A propósito de sociedad civil, Hernández rechazó la forma como se ha hecho creer que sociedad civil son siete u ocho organizaciones no gubernamentales.

En tanto, el profesor Marcelino Bisbal hizo un llamado a la ponderación: Existe gran parte de la población que no es chavista ni antichavista, la cual espera que le digan la verdad, al margen de las posiciones fanáticas. "No existe sólo uno, ni dos, ni tres países con distintos sectores y distintos medios informativos creando rumores y tensión en la población".

NO AL GOLPE

Bisbal calificó como inaceptable el golpe de Estado y cualquier intento de activar mecanismos anticonstitucionales como una salida a la crisis política venezolana. Advirtió del peligro que implica apoyar la deslegitimación del gobierno. Pero además, dijo, es inaceptable el apoyo incondicional a Chávez. La idea es brindar un apoyo crítico al proceso, desde el lugar que como periodistas corresponde.

Cuestionó la forma como son utilizados los medios de comunicación del Estado, en los cuales también se presenta información sesgada y a favor del partido oficialista.

Finalmente tomó la palabra Andrés Izarra, ex gerente de producción del noticiero El Observador, de Radio Caracas Televisión, quien dio detalles sobre la forma como este canal censuró las informaciones referidas al sector oficial durante el fugaz golpe de Estado liderado por Pedro Carmona Estanga.

La Universidad Fermín Toro de Barquisimeto, bajo la rectoría del doctor Pedro Briceño, y el equipo de periodistas organizador del foro, preparan la redacción de la revista *¿Periodistas en el Banquillo?*, en la cual se ofrecerá un resumen de las ponencias expuestas por Bisbal, Hernández, Antillano, Urbina e Izarra.

La iniciativa del rector responde a la importancia de que la UFT se fortalezca como un espacio académico de discusión en torno a la enseñanza y ejercicio del periodismo, hecho que será anunciado el 27 de junio, Día del Periodista, cuando se entregará la publicación dirigida a los profesionales y estudiantes de comunicación social.

Glexsy Ynsú Duterte

COMUNIDADES CRISTIANAS DE PETARE SE PRONUNCIAN EN RELACIÓN A LOS MEDIOS

Petare, 27 de mayo 2002

CARTA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE VENEZUELA

Nosotros, integrantes de Comunidades Cristianas de Petare (Edo. Miranda), apremiados por la emergencia que atraviesa nuestro querido país, y movidos por una honda preocupación humana y cristiana, queremos entregar a los medios de comunicación social el motivo de nuestra angustia. ¿De dónde será que el venezolano, que es un ser habitualmente solidario y humanitario, se ha vuelto últimamente tosco, receloso y desconfiado? ¿Por qué será que, de despreocupado y relajado, se ha tornado tenso y lleno de zozobra? ¿Por qué hemos tenido que descubrir con dolor, en nosotros, en los últimos meses, motivos irracionales de odio y rencor hacia «el otro»? Somos profundamente creyentes: creemos en el amor de Dios, y en las inmensas virtudes del amor compartido entre nosotros. Vivimos normalmente en la acción de gracias y la búsqueda del amor. Pensábamos estar vacunados contra el desamor y el cultivo de la desunión. Sin embargo, con sorpresa hemos descubierto en nosotros mismos, en nuestros corazones, y en los demás, la posibilidad real de odiar. Éste es el motivo de nuestra profunda inquietud. No nos reconocemos a nosotros mismos. Las rupturas ideológicas y -peor- afectivas, pasan por el seno de nuestras mismas familias. Somos seres divididos. Pensamos que, en estos meses, una locura irracional y diabólica está recorriendo todos los estratos de la vida colectiva y privada de nuestra sociedad. Todos están acusando a todos, y nadie quiere reconocer parte alguna de responsabilidad en la trágica situación colectiva que estamos conociendo a nivel nacional. ¿Cómo puede una sociedad construirse en la perpetua acusación mutua, o la satanización del hermano? Algo nos dice que, por este camino, no puede llegarse a ninguna sociedad fraternal y solidaria.

En la Biblia, según la Primera Carta de San Juan, el acusador es el demonio: haciendo caer al ser humano en el error, se encarga, después, de tomar a Dios mismo como testigo de la caída lamentable de quien fue inducido al mal. Pero la misma Carta de San Juan nos avisa: el demonio es el padre de la mentira.

Reconocemos que todos tenemos parte de culpa en nuestra peligrosa desunión nacional. Hemos proferido acusaciones violentas y a veces infundadas, a menudo por desconocimiento del «otro» actor social, del «otro» estrato de la sociedad (en una sociedad lamentablemente dividida por una injusticia social de larga fecha). Hemos descalificado a los demás, los hemos calificado con palabras desagradables e insultantes; no hemos respetado su condición

Alrededor de 50 grupos cristianos pertenecientes a la conocida barriada popular de Petare, en la ciudad de Caracas, hicieron llegar a diversos medios de comunicación una carta donde manifestaron su preocupación acerca de la división que se ha producido en la sociedad venezolana, y sobre los sentimientos de odio y de mutua acusación. Cabe destacar que dichos grupos tienen en este considerablemente poblado sector, una larga tradición y arraigo como movimientos cristianos de base

de seres humanos viviendo bajo el mismo cielo nacional, y de hermanos destinados a integrar la misma fraternidad. No hemos favorecido el diálogo, y peor aún, hemos blasfemado de esta preciosa palabra para ponerla injustamente al servicio de nuestros rencores y nuestros egoísmos. Pero nosotros, gente de ambiente popular, somos personas sin gran poder social ni comunicacional. Recibimos el impacto de los medios. Y debemos decir que nos hemos sentido defraudados, engañados, manipulados, inducidos, por la violencia que emanan los medios de comunicación social. Varios canales de televisión y varios periódicos, varios(as) periodistas, han tenido y siguen desempeñando, a nuestro entender, una función grave de incitación al rencor, la amargura, el odio; de incitación a estos mismos sentimientos que, precisamente, encuentran hoy asidero en nuestras vidas, por nuestra fragilidad frente al mensaje recibido. Nos dicen que los medios no inventan la noticia mala, y que sólo le dan la debida publicidad. No creemos en este razonamiento, ni en esta supuesta inocencia.

No tenemos por qué recordar a los medios de comunicación social su tremendo poder educativo, o anti-educativo. Ellos saben mejor que nosotros que la información supuestamente objetiva no existe. Que mucho depende del «conjunto» de las noticias, de su interrelación, del análisis que le dan, de los «montajes», del tamaño de los títulos, y finalmente de la intención de la publicación; tanto televisada como escrita. A todos estos niveles, pedimos urgentemente que los medios reflexionen, y rectifiquen sus numerosos errores. Esto no significa que vayamos a callar nuestra convicción en cuanto a la grave responsabilidad compartida también por los poderes públicos en la situación que conocemos. Algo de ella sabemos y criticamos. Tenemos la intención de pronunciar otra palabra en ese sentido, y dirigirla a los

poderes públicos. No deseamos absolver el error legal y moral, allí donde se encuentra. Queremos llevar a cabo, con sinceridad, la necesaria crítica a las instituciones y personas del Estado. Reconocemos la necesidad de los medios para este libre ejercicio de la crítica. Queremos, por eso, que los medios nos ayuden a realizar este trabajo importante de conocimiento de la verdad y formación de criterios propios. Pero a su vez, nos oponemos a que los medios de comunicación social, olvidando su función propia, se transformen en los voceros sistemáticos de la crítica, en «partidos de oposición», e impidan el conocimiento de la verdad que pretenden servir. Que asuman, mas bien, de manera responsable, su enorme papel en el campo informativo y pedagógico, evitando lo que contradiga la moral social y política. En esta hora aciaga de divisiones y peligros, descalificaciones mutuas, acusaciones con o sin fundamento, distorsiones, rencores, y edificaciones de odios que podrían llegar a ser literalmente mortales para nuestro país, suplicamos insistentemente a los propietarios de los medios, a los periodistas y demás comunicadores: **QUE BUSQUEN LA VERDAD, DENTRO DE LA PAZ Y LA JUSTICIA.** Somos un país pobre y sufrido. Necesitamos superar nuestra situación de atraso, de pobreza, falta de salud y educación. Necesitamos crear un marco de sosiego y esfuerzo, creatividad, y sobre todo, de tolerancia y respeto mutuo, para avanzar en el logro de nuestras grandes metas: justicia, y dignidad, trabajo, educación, salud, vivienda, recreación, alegría de vivir, para todos. No nos reconocemos en los extremismos ni el desbordamiento de las pasiones, cualquiera sea su origen o su pretendida justificación. No queremos caer en la trampa de las intolerancias y las descalificaciones. No podemos desesperar unos de otros, y menos aún satanizar a los del «otro bando». Rechazamos categóricamente la afirmación de quienes consideran la violencia como inevitable. Rechazamos absolutamente la eventualidad misma de la guerra civil en nuestra querida Venezuela. Si se desatara mayor violencia en nuestro país, todos perderíamos, -empezando, por supuesto, por nosotros, los más pobres. La situación histórica de otros países, vecinos, o en otros continentes, nos llama a gritos a dejar de coquetear (implícita o explícitamente) con la muerte, so pena de cosechar muerte durante años. **QUEREMOS PROPICIAR LA RECONCILIACIÓN** entre Venezolanos (as) y Venezolanos (as). Sabiendo, además, que si esta reconciliación, por desgracia, no llegara a producirse antes de una guerra, de toda manera tendría que realizarse después de ella. ¿Acaso no podemos ahorrarnos miles y miles de víctimas innecesarias? Un gran estadista judío -lamentablemente asesinado por sus paisanos ultra-ortodoxos- tuvo la valentía de decir a quienes lo acusaban de buscar la

CAPÍTULO VENEZOLANO DEL MEDIA WATCH GLOBAL

El Media Watch Global actúa como un tribunal de observación del comportamiento de los medios de comunicación con la misión fundamental de crear la conciencia de que la libertad de expresión y la defensa de la información le pertenece a todos los ciudadanos del mundo y, en el caso de Venezuela, que sea veraz, transparente y que, de esa manera, fortalezca la democracia. Este es el tema central que reunió ayer miércoles a periodistas e investigadores de más de 17 países de Latinoamérica y Europa y una numerosa concurrencia de comunicadores, profesionales de otras áreas y público en general.

Esta iniciativa de crear el Media Watch Global, Capítulo de Venezuela, surge como una iniciativa del Colegio Nacional de Periodistas, seccional Distrito Federal, a raíz del foro de Sao Paulo, con el fin de examinar y trabajar en función a la libertad de expresión que ha sido uno de los principios básicos del CNP y expresado actualmente en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, además de ser un principio incorporado en el código de ética del periodista.

Dentro del programa previsto para horas de la mañana se hizo un balance de la propuesta de crear el Media Watch Global en Venezuela. Hubo un intercambio muy importante entre los representantes extranjeros invitados, periodistas en ejercicio e investigadores, algunos de agencias de prensa y otros de agencias particulares, con Ignacio Ramonet dirigiendo el debate. También se dio la participación del público asistente, repartido en dos salas completamente llenas del Hotel Caracas Hilton. Muchos de los presentes tuvieron la oportunidad de plantear sus inquietudes.

Vale destacar parte del discurso pronunciado por Ignacio Ramonet: «En esta mañana, nosotros vamos a coordinar la primera sesión y nuestra intención es dirigirnos sobre todo a nuestros amigos venezolanos para explicar, comentar, contar sencillamente qué es esto de Media Watch Global. ¿Cómo surge esta asociación, esta ONG Internacional, con qué intenciones, por qué razones, por qué motivos y con qué objetivos?».

Así mismo, señaló que «la idea de esta Asociación Internacional Media Watch Global surge en el último Foro Social Mundial realizado en Porto Alegre, en enero-febrero de este año y, es una idea que yo había lanzado en el marco de una

conferencia plenaria, en el que participábamos Roberto Savio, presidente de IPS y Jack Cohen quien es uno de los profesores norteamericanos, miembro de la revista Extra».

Recordó que en el marco de esa intervención, había propuesto crear una ONG de nuevo tipo que se preocuparía de lo que podría llamarse la «Ecología de la Información», por una serie de razones. A partir de esa sugerencia se creó espontáneamente una comisión de profesores, periodistas esencialmente brasileños, en la que participó inmediatamente Joaquim Palhares. Acotó que al terminar el Foro Social Mundial ya había un embrión de Carta de Principios con la idea efectivamente de avanzar.

Ramonet dijo que el Observatorio surge, como lo señaló en Sao Paulo cuando se fundó hace tres días el Media Watch Global que, «esencialmente esta organización no es una asociación más de periodistas, no es un consejo más de profesionales de los medios, no es un nuevo sindicato internacional de los periodistas. Prefiero decir lo que no es, para que sepamos un poco lo que es. Es una expresión del Movimiento Social Internacional que ha surgido como expresión del descontento ciudadano que existe hoy día a escala internacional.

En otro momento, Ramonet aclaró que los miembros que se adhieren a Media Watch Global tienen tres tipos de perfiles, por lógica, eminentemente hay periodistas, porque son profesionales que saben cómo se construye la información, porque tienen una experiencia concreta en la producción de la información, tienen una experiencia concreta también en la relación con las empresas de información. Saben cuáles son los imperativos económicos, publicitarios, retóricos, políticos, etc., que puede existir en la construcción de la información.

Del resto de las actividades programadas en horas de la tarde quedarían sentadas las bases del MWG, Capítulo Venezuela, con ubicación física para localización, como una realidad o tribuna para periodistas, reporteros, ciudadanos comunes que tienen muchas interrogantes y muchas dudas con relación a lo que se ha venido haciendo en el país referente al tratamiento de la información y al papel que han jugado los medios de comunicación en estos últimos tiempos.

Cristóbal Alva

paz con los Palestinos: «La paz no se realiza con el amigo, sino con el enemigo». ¡Palabras de inmensa sabiduría que deberían servirnos de norte nacional! Estas mismas palabras, así como los modelos no-violentos de Gandhi y Martin Luther King, nos quieren servir de guía, e ilustración de un evangelio generoso y amplio, buena noticia dirigida a todos los hombres y mujeres de buena voluntad. Esa misma buena voluntad que se encuentra felizmente repartida -más allá de nuestros sentimientos de mutua desconfianza- en todos los estratos de la sociedad. INVITAMOS A LOS MEDIOS A AYUDARNOS A DESARMAR LAS MENTES Y LOS ESPÍRITUS, PARA CULTIVAR ALEGRÍA, CONFIANZA Y VIDA.

Jesús dijo: «He venido para que tengan vida, y que la tengan en abundancia» (en san Juan). Este es nuestro ideal, le suplicamos insistentemente a los medios de comunicación social que nos ayuden a cultivar VIDA, antes de que sea tarde.

Firman los integrantes de los siguientes grupos cristianos de Barrios de Petare: *Comunidad Cristiana del Gran Poder, Los Topitos Iglesia Evangélica Fuente de Vida, José Félix Ribas Comunidad Cristiana Pueblo de Dios, Vista Hermosa Comunidad Cristiana La Milagrosa, La Pamplona Asamblea Dominical Bartolomé Salóm, Valle Alto Grupo Bíblico Nuevo Renacer, San José de La Urbina Comunidad Cristiana Santa Ana, Carpintero Comunidad Cristiana Animo, confianza, Dios está con nosotros, Sector La Cruz Grupo La Planada, El Carmen Grupo de Madres Catequistas San José, Grupo de la Comunidad Paramaconi, Cuatricentenario Comunidad Cristiana Sendero de Esperanza, Cuatricentenario Comunidad Cristiana Semilla de Amor, Las Casitas, Carpintero Comunidad Cristiana del Isaías Medina Angarita, Grupo Juventud Obrera Católica, 24 de Marzo Grupo Juventud Obrera Católica, Cuatricentenario Comunidad Cristiana Santa Marta, Carpintero Comunidad Cristiana Los Peregrinos de María, 24 de Marzo Grupo Esperanza, Barrio Bolívar Comunidad Cristiana San Judas Tadeo, Antonio José de Sucre Parte Alta Grupo de Comunidades Carismáticas Co-razón de la Virgen del Carmen, Maca Comunidad Cristiana del Píritu, Comunidad Cristiana del Metropolitano, Comunidad Cristiana María Auxiliadora, La Parrilla Comunidad Cristiana del Carmen, Segunda Parrilla Comunidad Cristiana La Chiquinquirá, El Manguito, Comunidad Cristiana Virgen del Valle, Julián Blanco Comunidad Cristiana Santa Teresita, 24 de Marzo Comunidad Cristiana La Gruta, San José Comunidad Cristiana Virgen del Carmen, C. Torres Y otros veinte grupos en espera. Además: -Escuela de Formación Popular de Petare Justicia y Paz de Petare Con el apoyo de la Coordinadora Nacional de las Comunidades Eclesiales de Base de Venezuela.*

NO CREAN....
¡TANTO TRABAJO HACE
QUE A UNO LE DUELA
EL CUERPO REPRESIVO!



27 FM-30

Venezuela Crisis y Medios

Abilio Padrón sin duda alguna es un artista que piensa la realidad ya que el verdadero arte es una forma de pensamiento, un pensamiento reflejo de nuestro mundo externo o interno. El artista con sus planteamientos, materiales o inmateriales, nos brinda la posibilidad de alcanzar significados de cómo la realidad social, cultural o espiritual de un momento afecta nuestra fibra interna, nuestra forma de ser.

Abilio piensa para enseñarnos a pensar, de esta forma asume el compromiso de invitarnos a reflexionar a través de su percepción social, con la profunda intención de contribuir a aumentar el grado de conciencia de sus lectores, con el propósito de dejar el testimonio de los valores éticos, filosóficos y culturales de una época. Tal como señala el mismo Abilio, "el dibujo de humor es un pensamiento que se dibuja. Cuando uno dibuja, uno es un tanto moralista y otro tanto gozador. De un lado, el placer estético de dibujar, y de otro, la posibilidad de razonar, meditar sobre el problema que es objeto de nuestra preocupación".

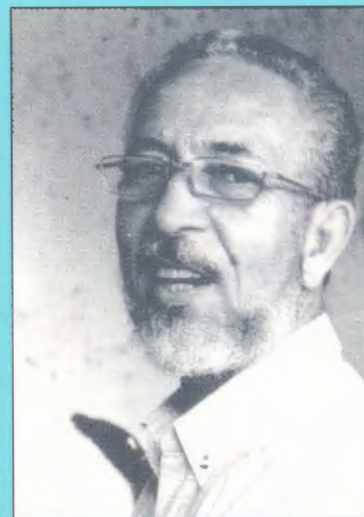
Caraqueño de nacimiento, Padrón estudió en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la UCV, en la Escuela de Artes Plásticas y Aplicadas de Caracas y en el Centro Artístico Internacional de Roma. Ha realizado numerosas exposiciones nacionales e internacionales, en muchas de las cuales ha obtenido importantes reconocimientos. En una entrevista que le concediera a Antonio García Ponce, Abilio indica cómo se manifestó su inclinación por el dibujo: "El momento en que estudiando la carrera de arquitecto descubrí mi vocación por el dibujo. Si esto fue importante para mí, creo que más importante aún fue para los otros. Yo, como dibujante, soy perfectamente inofensivo. Que yo sepa, ninguna de mis víctimas ha muerto a causa de mi sátira emponzoñada. Si me hubiese dedicado a construir edificios, me temo que no podría decir la misma cosa".

Podemos señalar sin temor a equivocarnos que Zapata y Abilio Padrón son los grandes

renovadores de la estética del dibujo humorístico en nuestro país. Son ellos los que abren las puertas de la contemporaneidad a este tipo de manifestación, sacándolo del lugar común de lo cómico, de la risa por la risa, de la línea estereotipada generadora de muñequito simplones y graciosos. Ellos han hecho del dibujo humorístico político un arte que piensa, del cual nos sentimos orgullosos pues se encuentra por su contenido y calidad entre los mejores del mundo. Hasta el punto de que la obra de Padrón aparece reconocida en el *Who's Who In Graphic Art*, el diccionario mundial de las artes gráficas.

A través del libro *Abilio, maestro no sólo del dibujo*, de Hildemaro Torres, editado por Petroglifos Producciones, hemos invitado a este creador a participar en esta edición de la Galería de Papel. El libro en cuestión recoge la actividad dibujística de este artista, no sólo en el área del dibujo humorístico, sino también sus importantes realizaciones en el campo de la ilustración y su dilatada actividad como docente.

La publicación está constituida por una rigurosa selección de trabajos correspondiente a la época de los gobiernos de las llamadas "cúpulas podridas", publicados en la prensa nacional. Sin embargo, a pesar encontrarnos en la V República: la corruptela, la politiquería, el atropello, el poder de los medios y la miseria siguen siendo los protagonistas de un proyecto de país. Bastaría sólo con sustituir los viejos rostros de las caricaturas por los nuevos, para con dolor y risa descubrir que muy poco ha cambiado la situación. Que a pesar de la llamada "revolución" continúan los viejos vicios y la miseria.



Abilio Padrón. 1997. Foto: Carlos Beltrán

VICTOR HUGO IRAZABAL
irazabalzu@yahoo.com

- Crónicas desde lo visible, lo simbólico y lo político
- Meses de conflictividad en el 2002
- El periodismo venezolano sucumbe a la política
- Desenredando los nudos del silencio
- Ley de Contenidos: retoque punitivo
- Medios y destellos de racismo
- Gestión para una Venezuela diferente
- Comunicaciones sin tregua: cinco reflexiones
- La prensa y el golpe: ¿Conspiración militar o mediática?
- Locus solus: Juan David García Bacca
- Los periodistas: ¿Víctimas o victimarios?
- La expresión publicitaria de un suceso político
- Graffiti en la V República

