

NEOCELEBRIDADES

Director

Marcelino Bisbal

Editores adjuntos

Consejo de Redacción

Consejo editorial

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
Carlos Correa
Agrivalca Canelón
Andrés Cañizález
Gustavo Hernández
Carlos Delgado Flores
Humberto Valdivieso
Luis Carlos Díaz
Francisco A. Pellegrino
Honegger Molina
José Martínez-de-Toda

Consejo Fundacional

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

Colaboradores**del presente número**

Gabriela Arenas
Guillermo Zuloaga
Iria Puyosa
Espacio Público
Félix Seijas Rodríguez
Albinson Linares
María Eugenia Morales
María Belén Otero
José Luis Da Silva
Rowan Lozada-Aguilera
Lea C. Hellmueller
Nina Aeschbacher
Yorelis Acosta
Periodistas en Español
Angel Gómez
Gisela Kozak
Inside Telecom
Guillermo Bisbal
Simón Alberto Consalvi
Lucía Raynero
Instituto Cervantes de España

Revisión

Marlene García

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 200,00

Suscripción de apoyo: Bs. 400,00

Número suelto: Bs. 80,00

Forma de pago:

En Venezuela

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

Banesco

Cta. Cte. N° 0134-0413-59-413101041-4

Para suscripciones del exterior
contactar a la administración
del Centro Gumilla

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina Luneta,
Altagracia. Apartado 4838
Caracas, Venezuela ZP 1010.
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871
Fax: 564.7557

Redacción Comunicación:

comunicacion@gumilla.org

Redacción SIC:

sic@gumilla.org

Unidad de Documentación:

documentacion@gumilla.org

Administración:

administracion@gumilla.org

Depósito Legal

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

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

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

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

Visite nuestra página en la web:

<http://www.gumilla.org>

Esta publicación es editada con el apoyo de



comunicación

Nº 162 | Estudios venezolanos de comunicación • CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa • Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

PRESENTACIÓN	Neocelebridades	2
AGENDA PÚBLICA	Globovisión, símbolo de una época Andrés Cañizález	6
	Carta del presidente de Globovisión a los trabajadores de la televisora Guillermo Zuloaga.....	8
	Comunicación para el desarme: materia de arrastre para la paz en Venezuela Gabriela Arenas de Meneses	9
PRE-TEXTOS	Una campaña de muerte súbita Agrivalca Canelón	18
	El 14-A a la luz de los estudios de investigación Félix Seijas Rodríguez	32
	Marques de Melo: nuestro mentor y enlace continental Jesús María Aguirre	34
	Las últimas cuartillas de Simón Alberto Consalvi (1927-2013) Albinson Linares	38
	Simón Alberto Consalvi. Un sobreviviente María Eugenia Morales / María Belén Otero	40
TEMA CENTRAL	Lo efímero y la diversión. Claves para reconocer el presente José Luis Da Silva.....	54
	Los viejos como espectadores y espectáculo Jesús María Aguirre	58
	Recuerdos del futuro (II) Rowan Lozada-Aguilera / Francisco A. Pellegrino	64
ESTUDIOS	Producción y consumo de lo bien conocido Lea C. Hellmueller / Nina Aeschbacher	74
	El insulto y la descortesía en el discurso político venezolano Yorelis Acosta	94
INFORMACIONES		102
VITRINA	Libros, revistas	105
ENTREVISTA	¿Alta cultura o cultura de masas? Conversación entre Mario Vargas Llosa y Gilles Lipovetsky Instituto Cervantes de España	108
	Situación de la libertad de expresión en Venezuela 2012 Espacio Público	114

NEOCELEBRIDADES

Recientemente, el Premio Nobel de Literatura, Mario Vargas Llosa, reavivó el debate sobre el papel de la cultura y la comunicación en la sociedad contemporánea. *La civilización del espectáculo* (editorial Alfaguara, 2012), pese a que es una crítica implacable contra la cultura de masas, no deja de ser un libro interesante que nos lleva incluso a discernir en torno a los efectos psicosociales de las industrias culturales y de las nuevas industrias infomediáticas, inserción de la cultura mediática en la Internet, según Jesús María Aguirre.

En su libro, Vargas Llosa, motivado por la efervescencia de los apocalípticos frankfurtianos Adorno y Horkheimer; conmovido, sobre todo, por la visión elitista de la cultura de T.S. Eliot inicia su reflexión apoyándose, precisamente, en esta idea del poeta estadounidense: “(...) la cultura es patrimonio de una élite (...) porque es condición esencial para la preservación de la calidad de la cultura que continúe siendo una cultura minoritaria”. Lejos de las objeciones que se le puedan atribuir al Nobel latinoamericano, su libro trasluce un elenco de asuntos nada desechables, incluso para discutirlos con otros planteados, en su momento, por Walter Benjamin y Daniel Bell, por Edwards Shills y Dwight Mac Donald. Nos referimos a la tensión estética, política y económica que se establece entre alta cultura y cultura de masas, aún no superada en tiempos de mediaciones sociales; la democratización universal de la cultura y la destrucción de la alta cultura (pérdida de valores estéticos o de un canon prevaleciente); y la anti-función de los medios masivos que banalizan la realidad, homogeneizan contenidos y representan estereotipos. Benjamin objetaría a Vargas Llosa sobre el campo cultural aduciendo que si bien la obra de arte pierde su aura o su autenticidad cuando se reproduce técnicamente, ello no es negativo porque permite que sectores de la sociedad estén en condiciones de acceder y participar en la semiosis y producción estética de los men-

sajes masivos. Daniel Bell y Edwards Shills, por su parte, se opondrían a este enfoque elitista de la cultura argumentando que uno de los rasgos cruciales de las democracias radica en que la población ha sido incorporada a la sociedad y por ende no es ajena a la diversidad cultural. Estos autores insisten en el tema del acceso de bienes simbólicos desde la perspectiva estética y de la política liberal. En cambio, Dwight Mac Donald coincidiría con Vargas Llosa, cuando señala que la Masscult: “no es arte fracasado, es no-arte, Más aún es anti-arte.” (cfr. *Industria cultural y sociedad de masas*, editorial Monte Ávila, 1985).

A tenor de lo anterior, el tema central de la revista *Comunicación* retoma la discusión en torno a la cultura de masas con estos trabajos: *Lo efímero y la diversión. Claves para reconocer el presente* de José Luis Da Silva; *Los viejos como espectadores y espectáculo* de Jesús María Aguirre y *Recuerdos del futuro (II)*. Incluyendo, en la sección “Entrevista”, la transcripción literal de la conversación que sostuvieron sobre la cultura del espectáculo Mario Vargas Llosa y Gilles Lipovetsky en el Instituto Cervantes de Madrid, en 2012. “Estudios” nos presenta, en esta ocasión, un par de trabajos que siguen la línea de la comunicación política y cultural; nos referimos a *Medios de comunicación y celebridades: producción y consumo de lo bien conocido* de Lea C. Hellmueller y Nina Aeschbacher y *El insulto y la descortesía en el discurso político venezolano* de Yorelis Acosta. Finalmente, “Agenda Pública” y “Pretextos” versan sobre diversos temas de orden político y comunicacional: el futuro de *Globovisión* como canal informativo; la cultura de paz en Venezuela; las elecciones presidenciales del 14 de abril; y un reconocimiento a la obra del ilustre escritor, periodista y político venezolano Simón Alberto Consalvi.

Posdata: Quizás lo que le faltó a Vargas Llosa fue proponer una educación para la civilización del espectáculo.



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).



● agenda pública



Globovisión, símbolo de una época

Andrés Cañizález

● 6

Carta del presidente de Globovisión a los trabajadores de la televisora

Guillermo Zuloaga

● 8

Comunicación para el desarme: materia de arrastre para la paz en Venezuela

Gabriela Arenas de Meneses

● 9



Globovisión, símbolo de una época

La venta forzada de Globovisión es el resultado de una sistemática campaña de hostigamiento gubernamental que se agudizó, con mucha claridad, a partir del cierre de RCTV en 2007 y envía un mensaje muy claro a los medios de comunicación con línea editorial crítica.

■ ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

La venta de la mayoría de acciones del canal *Globovisión* a un grupo de empresarios con Juan Domingo Cordero a la cabeza, por parte de Guillermo Zuloaga, debe ubicarse en un contexto más amplio. No se trata obviamente de cualquier transacción empresarial. Desde mi punto de vista simboliza claramente una época, esta del chavismo, y envía un mensaje muy claro a los medios de comunicación con línea editorial crítica. La venta forzada del canal de noticias ha sido el resultado de una sistemática campaña de hostigamiento gubernamental que se agudizó con mucha claridad, a partir del cierre de *RCTV* en 2007.

Por aquel año de 2007 sostuve más de una discusión con colegas del mundo comunicacional de Venezuela y de América Latina. Desde mi punto de vista, entonces y ahora, era claro que el gobierno había aprendido la lección en relación con el alto costo político que le representó el cierre de *RCTV*, tanto a nivel interno como en el exterior. Ese caso fue llevado hasta sus últimas consecuencias por una empecinada determinación del presidente Chávez, que para aquel momento recién había sido reelecto y contaba además de la base de apoyo popular, con unas perspectivas económicas pujantes. El cierre de *RCTV* fue catalizador para la irrupción pública del movimiento estudiantil y tuvo un impacto en la primera derrota electoral del régimen, a propósito de la propuesta de reforma constitucional.

Así las cosas, no era previsible que el gobierno de Chávez repitiera la misma fórmula y optara por cerrar *Globovisión*.

Se ensayó, y los hechos vienen a demostrarlo, un nuevo esquema: un hostigamiento sistemático de bajo o mediano impacto (sin que una medida implicara en sí el cierre) pero colocando sobre las finanzas, operaciones y personal de este medio de comunicación una carga tan alta que finalmente lo hizo inviable. Recuerdo con claridad una conversación con Alberto Federico Ravell en 2009 en la cual nos comentó a un grupo de defensores de derechos humanos que el canal estaba invirtiendo más dinero en abogados, para defenderse, que en la plantilla de periodistas. No creo que haya sido una metáfora.

Dos hechos recientes simbolizan la estrategia oficial que ahora rinde sus frutos. A mediados del año pasado el canal de noticias fue obligado a pagar una multa equivalente a algo más de dos millones de dólares por presuntamente *generar zozobra* cuando informó de lo ocurrido en la cárcel de El Rodeo (año 2011). El proceso de apelación que introdujo *Globovisión* terminó con una decisión aún peor, según el Tribunal Supremo de Justicia si el canal no pagaba la multa de forma perentoria iban a ser embargados sus bienes por el triple del monto original. El canal pagó, obviamente bajo protesta.

El otro hecho ocurrió en febrero de este 2013, se trata de la Televisión Digital Terrestre (TDA). *Globovisión*, sin justificación alguna que pueda explicarse técnicamente, fue excluida de la parrilla de canales en el nuevo sistema digital. Tal medida oficial implicaba el rezago tecnológico del canal y su segura desaparición en 2020, cuando cesen las transmisiones



analógicas en el país. A esto se unió el vencimiento próximo de la concesión, una habilitación para poder operar cuyo otorgamiento y revocatoria es manejado con absoluta discrecionalidad por parte de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. Conatel no tiene reglas de juego claras y transparentes en el manejo de las concesiones, con lo cual los medios radioeléctricos del país están en una situación de debilidad jurídica-administrativa.

La guinda en esta campaña de asedio contra *Globovisión* fue la apertura, en plena campaña electoral a inicios de abril, del décimo procedimiento administrativo contra la planta debido a una supuesta interferencia en una cadena nacional de radio y televisión del entonces presidente encargado y candidato oficialista Nicolás Maduro.

Cada vez que asisto a un congreso o seminario internacional los colegas de otros países me preguntan: ¿hay libertad de expresión en Venezuela? Mi respuesta, invariable y que además se refuerza con el caso de *Globovisión*, apunta a señalar que sí, que en Venezuela se pueden expresar las voces críticas pero cada vez por un menor número de medios a su alcance. Además, la clara evidencia de que en el país la libertad de expresión está en franco retroceso no solo se puede medir por el número de medios críticos del Gobierno que están activos, sino por el costo que se le pone a quienes ejercen la crítica pública. Efectivamente, *Globovisión* no ha sido cerrado de forma directa por el Poder Ejecutivo, pero se encontró otra forma de sancionar a sus anteriores propietarios del

“
 (...) *¿hay libertad de expresión en Venezuela? Mi respuesta, invariable y que además se refuerza con el caso de Globovisión, apunta a señalar que sí, que en Venezuela se pueden expresar las voces críticas pero cada vez por un menor número de medios a su alcance*

medio por mantener una línea editorial cuestionadora del régimen.

La presiones oficiales rindieron su fruto para lograr sacar a Ravell, en 2010; esto debe entenderse como un preludio de los cambios que ahora se concretan con la venta del canal. No puede olvidarse que tanto Guillermo Zuloaga como Nelson Mezerhane, los accionistas mayoritarios hasta que se concretó la operación, están siendo acosados judicialmente en Venezuela por casos que en teoría no tienen que ver con la línea editorial de *Globovisión*, pero es un hecho que se les ha buscado sancionar también (y posiblemente con más saña) por haber estado en este medio de comunicación, cuyo alcance por televisión abierta se limita a Caracas y Valencia, mientras que en el mejor de los casos

puede llegar a la mitad de los hogares del país, que son —a fin de cuentas— los que tienen algún servicio de televisión por suscripción.

La carta de Guillermo Zuloaga a los trabajadores del medio, en marzo, es tal vez el más duro testimonio de los costos que conlleva mantener una voz disidente en esta época en Venezuela. La inviabilidad del medio, a la cual se refiere la misiva, no tiene que ver con un mal modelo de negocios; la inviabilidad en este caso es consecuencia de las sanciones directas e indirectas que en los últimos años impuso el gobierno de Hugo Chávez a *Globovisión*. Este caso, con seguridad, será digno de estudio por los expertos de libertad de expresión en América Latina. Un régimen que no tolera la crítica pública logra castigar a un medio y ha sido tan eficaz la estrategia que hasta puede presentarla como una simple transacción empresarial.

Al iniciarse el mes de mayo, y estar finalmente cerrada la transacción que ahora puso como propietarios de este medio a Juan Domingo Cordero, Raúl Gorrín y Gustavo Perdomo, se anunció una nueva directiva con Vladimir Villegas y Leopoldo Castillo. Tales designaciones parecen ser fruto de alguna negociación para que haya un giro hacia el centro en la línea editorial de este canal, tal como ha sostenido *El País* de España, sin perder el aura de medio crítico que a fin de cuentas le ha dado un porcentaje de audiencia en estos años. A partir de estos cambios, sin duda alguna, la marca *Globovisión* perdurará pero los contenidos serán diferentes. A todo esto se ha unido la abrupta decisión de Villegas de no incorporarse como director general de la estación por diferencias con los propietarios en torno a la programación y la cobertura periodística. Este anuncio no hace más que aumentar la incertidumbre en torno a *Globovisión*, canal que definitivamente ha sido símbolo de una época política en Venezuela.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

Profesor e investigador de la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.

Carta del presidente de *Globovisión* a los trabajadores de la televisora

AMIGAS, AMIGOS, COMPAÑEROS DE GLOBOVISIÓN, MUY BUENAS TARDES A TODOS:

La verdad es que nuestra querida *Globovisión*, ha sido una empresa difícil. Desde nuestros comienzos, hace 20 años, como continuación de la buena experiencia de mi familia con el diario *El Universal*, decidí promover y montar un canal de TV totalmente dedicado a la información y la opinión.

Al arrancar me encontré con un largo trayecto, lleno de obstáculos, pero gracias al espíritu de equipo, profesionalismo y compromiso de esta gran familia los hemos ido superando, cada uno en su momento.

Desde que comenzamos, hemos tenido problemas con el Gobierno, lo cual es lógico en un canal de información. Con el último gobierno de Rafael Caldera, cuando iniciamos nuestras transmisiones, no nos querían dar acceso a las fuentes oficiales, hasta que comenzamos a hacer unos reportajes sobre la situación de la frontera con Colombia y la penetración e influencia de la guerrilla en la zona, eso obligó al Gobierno a tenernos que declarar sobre su versión de los acontecimientos y desde ese entonces nos ganamos el respeto, que como medio informativo, nos merecíamos.

Cuando Hugo Chávez Frías gana las elecciones del año 1998, aquí en *Globovisión* decidimos darle el beneficio de la duda sin dejar de hacer periodismo y defender nuestros principios y valores. Durante dos años logramos trabajar bien y hasta nos ganamos el Premio Nacional de Periodismo. Logramos abrir las estaciones de Valencia y Caricuao. Pero a partir del año 2001, se comienzan a complicar mucho las cosas, desde que el presidente Chávez, en uno de sus actos, levantó nuestro micrófono y nos llamó enemigos de la revolución e insultó al padre de Alberto Federico Ravell.

Eso me obligó a hacer el primer editorial, reclamándole al presidente Chávez sus insultos hacia el padre de Alberto. A partir de ese momento, nos convertimos en enemigos de un Gobierno todopoderoso, que controla todas las instituciones y maneja un caudal de dinero inagotable.

Gracias a este gran equipo profesional, valiente y con una gran mística hemos sopor-

tado ataques físicos, insultos y todo tipo de vejámenes. Haciendo siempre un periodismo de gran altura y manteniendo una calidad de pantalla que es envidia de grandes canales. Gracias al gran equipo de abogados que nos han asistido y representado hemos logrado enfrentar todo tipo de juicios, averiguaciones, y procedimientos administrativos sin que nos hayan logrado sacar del aire.

Gracias a un gran equipo de ventas y la profesional atención y vigilancia de un gran equipo administrativo hemos logrado los recursos para mantenernos como una empresa financieramente sana. La verdad que han sido 13 años muy duros y difíciles.

Desafortunadamente, la situación del país, de nuestro entorno, y de nuestro campo de trabajo, en vez de mejorar en estos años se ha empeorado con creces. La situación política y la polarización ha hecho que los ataques a *Globovisión* sean cada vez más fuertes.

El año pasado, tomé la decisión de hacer todo lo que estuviera en nuestro poder, a riesgo del capital de los accionistas y conscientes de las implicaciones que esta actitud podría traer, para lograr que la oposición ganara las elecciones de octubre. Era la oportunidad, como venezolanos, para recuperar nuestro país. En *Globovisión* lo hicimos extraordinariamente bien y casi lo logramos, pero la oposición perdió.

Eso nos puso en una situación muy precaria como canal y como empresa, sumándole a esto el cúmulo de procedimientos judiciales, y el tener una concesión que vence en dos años, sin que se vea posibilidad de renovación. Adicional a esto, el debilitamiento de la economía y su directa consecuencia sobre nuestro flujo de caja, nos convirtió el día de hoy en una empresa inviable.

Somos inviables económicamente, porque nuestros ingresos ya no cubren nuestras necesidades de caja. Ni siquiera podemos subir los sueldos lo suficiente para compensar la inflación y mucho menos para compensar la devaluación. Somos inviables políticamente, porque estamos en un país totalmente polarizado y del lado contrario de un Gobierno todopoderoso que quiere vernos fracasar. Somos inviables jurídicamente porque tenemos una concesión que termina y no hay actitud de renovárnosla.

Todo lo contrario, estamos acosados por las instituciones del Estado, apoyadas en un

TSJ cómplice que las ayuda y colabora en todo aquello que nos pueda perjudicar.

Ante esta situación de inviabilidad, que no solo se ha reflejado en las amenazas y declaraciones de funcionarios del Gobierno, sino también en informaciones claras y directas a mi persona, me han obligado a buscar posibles soluciones a nuestro dilema. Me he reunido con varias personas y grupos sin éxito y hace tres semanas fui contactado por el doctor Juan Domingo Cordero, a quien conozco desde hace muchos años y lo conozco como un hombre de éxito en el mundo financiero.

Me hizo una proposición, que sin ser lo que los accionistas hubiéramos aspirado, me vi obligado a aceptarla ya que permitiría una solución que le daría proyección en el tiempo a *Globovisión* y permitiría mantener nuestra nómina de casi 500 personas, que es para mí la mayor preocupación.

Esta negociación estaba lista para cerrar la esta misma semana, ante la noticia de que tendremos elecciones el 14 de abril, arriesgando que la operación se cayera, tome la decisión de poner como condición firme e irrevocable, que se realizara después de las elecciones.

Para mi satisfacción y sorpresa el día de ayer recibí una llamada donde me informaron que aceptaban mi condición. Que entendían perfectamente mi posición y que su intención era convertir a *Globovisión* en un gran medio para nuestro público actual pero lo querían hacer crecer para que sea la fuente de información de todos los venezolanos.

Yo la verdad, me sentí complacido por su actitud. Habrá un proceso de transición, en el cual nos comprometimos a colaborar. Pero lo más importante es que esto le da a *Globovisión* y a ustedes la posibilidad de permanecer y crecer en el tiempo.

Yo les pido, a todos, que piensen en ustedes y en su futuro, que les demos el apoyo y colaboremos para que *Globovisión* continúe siendo la referencia informativa de Venezuela.

Muchas gracias. Daría lo que no tengo para poder estar allá y verlos a todos a los ojos. Los quiero mucho y entiendan siempre que el bienestar de ustedes es mi mayor preocupación.

Un fuerte abrazo.

Guillermo Zuloaga

Comunicación para el desarme: materia de arrastre para la paz en Venezuela

La ley para el desarme se ha convertido en un asunto de primera importancia no solo para el Gobierno, sino para la sociedad en su totalidad. El ensayo analiza el tema desde la óptica comunicacional y plantea la implementación de una política comunicacional para tal fin, entendiendo esta política pública como el desarrollo de toda una estrategia comunicacional que le haga ver a la sociedad la necesidad, cada vez más urgente, del control de armas, municiones y el desarme. El tema sigue como deuda para el país.

■ GABRIELA ARENAS DE MENESES

El contexto de la violencia armada en Venezuela

La violencia se ha convertido en los últimos diez años en una de las principales preocupaciones de los venezolanos. De acuerdo con el estudio *Valoraciones sociales en Venezuela*, realizado por el Centro Gumilla en abril 2011, para los ciudadanos con un nivel socio-económico C-, el principal problema es la inseguridad (37,9%), mientras que en los sectores D y E el desempleo (39,5% y 52,1%) se ubica en primer lugar seguido por la inseguridad (25,6% y 33,2%)¹.

Esta preocupación encuentra sustento en el incremento que han tenido en la última década los casos de homicidios, secuestros y accidentes que involucran armas de fuego. De acuerdo con los Anuarios de Mortalidad presentados por el Ministerio del Poder Popular para la Salud: en 1998 se cometieron 2 mil 817 homicidios, de los cuales 2 mil 236 fueron cometidos con armas de fuego. Esta cifra representaba una disminución de la cantidad de muertes por esta causa, que en 1995 se había ubicado en 3 mil 130 homicidios.

A partir de 1999, la cantidad de muertes por homicidios aumentó de forma sostenida pasando de 4 mil 017 a 10 mil 487 homicidios anuales. Es importante destacar el incremento en paralelo de la cantidad de muertes ocasionadas con armas de fuego que no se encuentran reflejadas en esta estadística oficial de homicidios o agresiones, por ubicarse en el renglón de *muertes con armas de fuego de intención no determinada*, cuya cifra

asciende a 50 mil 006 casos entre 1999 y 2010².

Esto supone que entre 1999 y 2010 han ocurrido, según la estadística oficial del Ministerio del Poder Popular para la Salud, 136 mil 568 muertes violentas que involucran armas de fuego; 935 se clasifican como accidentes; 84 mil 079 como homicidios u agresiones y 51 mil 554 como muertes ocasionadas por disparos con intención no determinada. Durante todo el período analizado entre 1999 y 2010 los homicidios se ubican como la principal causa de muerte en jóvenes varones, con edades comprendidas entre 15 y 24 años.

De acuerdo con el estudio *Comunicación y desarme: recomendaciones para el desarrollo de una política comunicacional*:

Para el año 2010, 94% de las muertes registradas por el Cuerpo de investigaciones Científicas, Penales y Criminalísticas (CICPC) fueron homicidios cometidos con armas de fuego...Esta situación motivó, en 2011, la creación de una Comisión Presidencial para el Control de Armas, Municiones y Desarme, ente que tenía entre sus atribuciones: ‘diseñar y recomendar a los órganos y entes competentes, directrices para la elaboración de campañas comunicacionales que señalen aspectos contundentes acerca del riesgo que representa el uso de armas de fuego para la seguridad personal, familiar, comunitaria, para el buen vivir, y que estimulen una cultura de paz y convivencia ciudadana y la cultura de la vida’^{3, 4}

Durante su gestión, que culminó en diciembre 2012, la Comisión desarrolló una serie de investigaciones y documentos, entre los que se encuentran una *Consulta nacional por una convivencia segura*, un *proyecto de ley desarme*, una serie de recomendaciones para la formulación de políticas públicas en materia de control de armas, municiones y desarme, entre otros.

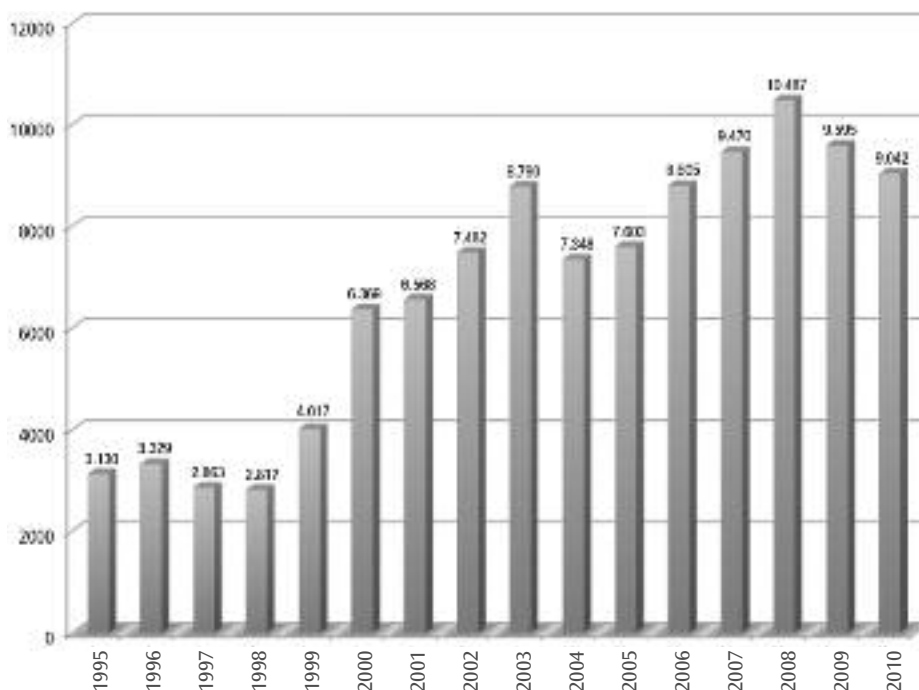
Después de año y medio, el balance de la *Comisión presidencial para el control de armas, municiones y desarme* no ha estado acompañado por una disminución del índice de muertes violentas ocasionadas con armas de fuego. Según fuentes del Cuerpo de investigaciones científicas, penales y criminalísticas (Cicpc), en 2011 se cometieron 18 mil 850 homicidios.⁵

El desarme supone lograr entender y abordar la problemática de violencia de forma integral; para ello se requiere modificar los problemas estructurales que coadyuvan a la violencia armada, como son: la carencia de una sólida estructura educativa que permita la integración efectiva de todos los jóvenes al sistema escolar y luego al sistema productivo, la satisfacción de las necesidades básicas de los individuos, la existencia de espacios públicos para la convivencia, la adecuada iluminación y mantenimiento de las comunidades, el control efectivo de armas y municiones, entre otros. Sin embargo, una modificación de lo estructural no logrará disminuir la violencia si no se acompaña con un proceso de promoción de paz que logre modificar los factores sociales y culturales que la acompañan. En este aspecto es fundamental el aporte que puede hacerse desde la comunicación.

De acuerdo con la investigación, *Comunicación y desarme: recomendaciones para el desarrollo de una política comunicacional*, elaborada por solicitud de la Comisión presidencial para el control de armas, municiones y desarme:

El Estudio *ACTIVA* de la Organización Panamericana de la Salud, midió en algunas ciudades de América Latina las actitudes más relevantes acerca del comportamiento violento, la creencia acerca de la eficacia de las diversas instituciones sociales, al igual que la percepción referente a las habilidades individuales para resolver conflictos... Aún cuando por lo general existe un alto porcentaje de aprobación de actitudes hacia la violencia en la región, resalta la cifra elevada que se declaró en Caracas... Habitantes de aproximadamente el 10% de las viviendas informan tener un arma de

VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE HOMICIDIOS EN VENEZUELA SEGÚN LOS ANUARIOS DE MORTALIDAD 1995-2010



fuego; cerca del 45% de los encuestados aprueban el derecho a matar para defender la propiedad, y alrededor del 30% piensan que no pueden controlarse en caso de ser insultados... En el caso del proceso de la Consulta Nacional: Por una convivencia sin armas, desarrollado por la Comisión Presidencial para el Control de Armas, Municiones y Desarme, se destaca: 'que las principales motivaciones para el uso de armas de fuego son, en primer lugar, la comisión del delito de robo, seguido de la resolución de conflictos interpersonales y luego el ajuste de cuentas. Sin embargo, (...) es importante señalar que la mayoría de los homicidios estuvieron motivados por el ajuste de cuentas y la resolución de conflictos interpersonales, lo cual podría estar indicando una ausencia de mecanismos de autorregulación y resolución de conflictos por la vía pacífica...' Los resultados de ambas investigaciones podrían arrojar la presencia de patrones culturales que favorecen el comportamiento violento. Estos patrones están relacionados con la baja capacidad de autorregulación y ausencia de mecanismos alternativos de resolución de conflictos.⁶

Estos patrones culturales, sumados a las estructuras sociales que se han establecido alrededor de la violencia armada en Venezuela, convierten el objetivo de

lograr el desarme y la disminución efectiva de las muertes que involucran armas de fuego en una tarea compleja, con muchas aristas. Una de ellas es la comunicación, elemento que puede jugar un papel fundamental para apoyar el proceso, según lo demuestran experiencias previas.

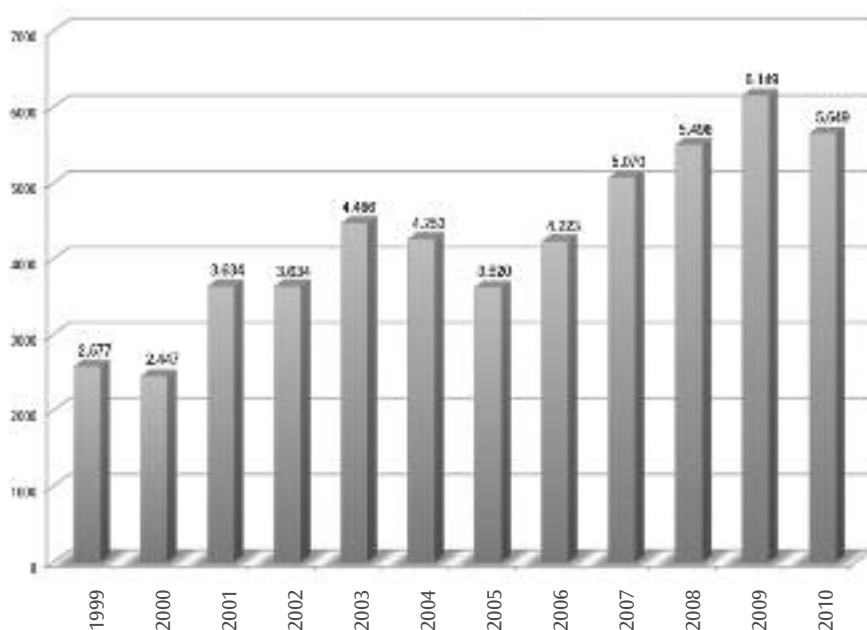
Comunicación para el desarme

En junio de 2012, la Comisión presidencial para el control de armas, municiones y desarme, solicitó el desarrollo de una investigación que permitiese "conocer las experiencias previas, que se han dado en el ámbito latinoamericano y nacional, en materia de políticas públicas en el área de la comunicación para el desarme, con el fin de diseñar un pliego de recomendaciones que acompañe el proceso de control de armas, municiones, desarme y construcción de paz que adelanta Venezuela"⁷.

Para ello se realizó una investigación de tipo mixta, bajo el paradigma interaccionista. De esta forma era posible asociar diversos elementos para tener una visión más amplia del problema.

Con un alcance de tipo explicativo, el estudio "conjugó estrategias metodológicas de tipo cualitativo que permitieron explorar experiencias previas, dentro y fuera de las fronteras venezolanas. Adicional-

VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE MUERTES OCASIONADAS EN VENEZUELA POR ARMAS DE FUEGO CON INTENCIÓN NO DETERMINADA • 1999-2010



mente se pudo conocer los aportes de quienes abordan el tema en Venezuela, para que pudiesen plantear sus propias soluciones desde lo que estiman es: posible, probable y aplicable en la cotidianidad nacional”⁸.

En la primera fase se realizó una investigación documental en la que se revisaron las experiencias de comunicación para el desarme utilizadas en Argentina, Brasil y Colombia, durante las últimas dos décadas. Una vez concluido el proceso se analizaron los aportes fundamentales y se realizaron una serie de entrevistas a académicos, directores de medios, periodistas de sucesos y representantes de organizaciones no gubernamentales. Finalmente todas las propuestas fueron socializadas con algunas de las comunidades organizadas que han desarrollado proyectos de construcción de paz en su entorno, para conocer su valoración de las mismas.

Entre los aportes de la investigación se encuentra la propuesta de entender la comunicación para el desarme desde diversos niveles:

La comprensión de las características de la violencia con armas de fuego y el abordaje de este fenómeno a través de programas integrales de construcción de paz, requiere que se analice el papel que la comunicación tiene en los mismos, entendiendo el componente comunicacio-

nal como un eje que abarca principalmente tres niveles: el primero de ellos tiene que ver con la información, el segundo con la legitimación de las acciones propuestas y el tercero con la promoción de un proceso que logre el involucramiento activo de los actores políticos, los medios de comunicación y el pueblo organizado. A continuación se analizan cada uno de estos niveles a partir de las experiencias previas que otros países de América Latina han tenido en procesos de comunicación para el control de armas, municiones y desarme⁹.

Estos ejes de intervención de la comunicación en procesos de desarme se establecen a partir de las experiencias vividas en Latinoamérica. El primero de ellos tiene que ver con el papel de *la información en procesos de control de armas y disminución de la violencia armada*, considerando que las TIC y las redes sociales han generado una sociedad de la información donde la transmisión de los mensajes es mucho más dinámica y donde los procesos de difusión de datos en relación con la violencia se han hecho más complejos.

Si bien es cierto que los medios de comunicación juegan un papel central en la difusión de los discursos legitimadores de la violencia y, por tanto, en la visibili-

dad que un grupo violento puede llegar a tener en la sociedad, por la capacidad que tienen los mismos de transmitir un mismo mensaje a miles o millones de personas al mismo tiempo. También es evidente su aporte para coadyuvar en procesos de difusión de información que deslegitime la violencia generada con armas de fuego y posicione la construcción de paz en la opinión pública¹⁰.

Actualmente esta capacidad de transmisión de información que tienen los medios masivos se ve influida por la transmisión de información a través de medios digitales, redes sociales, instituciones educativas y comunidades. Esto obedece a que toda información que se hace pública genera efectos en la agenda y en el encuadre de los medios de comunicación.¹¹

El tratamiento de la información relacionada con violencia en los medios de comunicación debe mantener un delicado equilibrio si su interés es contribuir a la promoción de la cultura de paz; esto se debe a que es fundamental que los medios no contribuyan con la magnificación del problema o con la legitimación de actitudes violentas, mientras que registran con transparencia la inseguridad objetiva, analizan sus causas y evidencian sus consecuencias.

El segundo eje de la comunicación en este tipo de procesos tiene que ver con la *legitimación de las propuestas para el desarme*, “para alcanzar la legitimidad es fundamental compartir un discurso social que contenga información, premisas y creencias compartidas y aceptadas por los diversos grupos sociales que forman parte de la estructura de un país”¹².

El papel del discurso como práctica social es importante, ya que a través de él se influye en la forma de adquirir, aprender o modificar ideologías en la sociedad... En este sentido, Van Dijk* (2003) plantea que las creencias sociales que conforman el discurso tienen una estrategia básica que se fundamenta en la categorización de los grupos. Es decir, una vez diferenciados el endogrupo, entendido como el interior del grupo donde comparto ideas y creencias; y el exogrupo, grupo que comparte creencias sociales y experiencia diferentes a las mías, la estrategia del discurso ideológico es referirse a los aspectos positivos del endogrupo y a los aspectos negativos del adversario. El objetivo de todo ello es, al igual que en cualquier otro agente de in-

fluencia, conseguir la adhesión de los sujetos a sus posiciones¹³.

La presencia en la agenda pública de la información proveniente del endogrupo resulta fundamental para justificar –frente a otro grupo de la población– sus acciones violentas, principalmente porque los coloca como víctimas, bien sea porque se reconocen a sí mismos como excluidos o porque señalan que sufren algún tipo de amenaza externa. Los ejemplos más evidentes de este tipo de justificación de la violencia los encontramos cuando los ciudadanos justifican el porte de arma porque son víctimas de la inseguridad y el arma es su mecanismo de defensa. O lo vemos en grupos armados que defienden su *derecho a estar armados* porque de esa forma se protegen a sí mismos en el barrio, establecen un cierto orden en sus comunidades y pueden expresarse tras haber sido víctimas de la exclusión y la apatía gubernamental durante años, por ejemplo: Colectivo La Piedrita.

Lo complejo en un proceso de desarme es lograr que en los medios de comunicación, en los espacios de socialización e incluso en las redes sociales, comience a transmitirse información que legitime la construcción de paz y deslegitime este tipo de mensajes de los endogrupos, sin omitir la publicación de información sobre la ocurrencia de muertes violentas o de episodios violentos ocasionados con armas de fuego. De esta forma se estará proporcionando información oportuna a la población para que sea capaz de entender la dimensión del problema sin especular o posicionar la violencia como una posible vía de interacción social.

Como tercer eje de intervención de la comunicación en procesos de control de armas, municiones y construcción de paz, encontramos la *participación del Estado, medios de comunicación y las comunidades organizadas*. La investigación *Comunicación y desarme: recomendaciones para el desarrollo de una política comunicacional*, utiliza el ejemplo del proceso de desarme en Brasil para ilustrar este punto.

En su primer año de vigencia, se estima que la ley evitó la muerte de cinco mil personas (UNESCO, 2005). Uno de los principales aportes comunicacionales que se incluyeron en el estatuto fue la unificación de un sistema único de registro de armas (SINARM), con el objetivo de concentrar los datos de armas de fuego en manos civiles y centralizar estas acciones con la Policía Federal.¹⁴



Lo complejo en un proceso de desarme es lograr que en los medios de comunicación, en los espacios de socialización e incluso en las redes sociales, comience a transmitirse información que legitime la construcción de paz y deslegitime este tipo de mensajes de los endogrupos

Resulta fundamental entender que el aporte de las ONG en los procesos de información relacionados con procesos de desarme, control de armas y municiones no es legitimar las acciones gubernamentales o desarrollar mensajes y campañas. Por el contrario, su verdadero valor está en la legitimación de la información, en la difusión de la misma a través de sus redes y voceros, además de lograr la movilización activa para contar con la participación de las comunidades. Este es el caso del plan de entrega voluntaria de armas en Brasil, donde “una de las características destacables del plan fue, en líneas generales, la gran participación de la sociedad civil, en particular de las iglesias y de varias ONG como Viva Rio y Sou da Paz, que impulsaron las medidas y fueron actores fundamentales en su implementación, pues funcionaron como puestos de recepción de las armas”.¹⁵

En el caso de Brasil, la Agencia de Noticias de los Derechos de la Infancia (ANDI), en Brasilia, entendió la importancia del medio y de la telenovela como socializador no solo porque efectivamente puede coadyuvar en el aprendizaje social de la violencia, también porque diversos estudios realizados en USA y Canadá reflejan que la exposición prolongada a la violencia en televisión ocasiona una normalización de la misma por parte de los jóvenes espectadores¹⁶. Para tratar de contrarrestar esta situación se propuso incluir el tema de la violencia en las telenovelas, no solamente para tener un reflejo de la situación, sino también para lograr enfocar el problema de forma que se pudiesen entender sus consecuencias y lo

destrutivo que resulta para quienes la viven.

Un ejemplo de esta iniciativa fueron las telenovelas escritas por Manoel Carlos y producidas por la Red Globo: *Mujeres apasionadas* (2003) y *Páginas de vida* (2006). ‘Ambas ficciones son urbanas, realistas y contemporáneas. Abordan hechos sencillos, presentes en el cotidiano de la vida de las personas. Muestran la vida rutinaria, con situaciones incluso banales, teniendo como referencia el presente, el día a día del telespectador... Ambas telenovelas alcanzaron récords de audiencia... por lo que desde hace varios años la Red Globo incluye en sus telenovelas lo que denomina mercadeo social. En un informe anual de la productora y emisora se reveló que en 2002 se emitieron un total de 1.138 escenas vinculadas con temas de interés social. Abordaron temáticas como el alcoholismo, la salud sexual, la donación de órganos, el uso de preservativos y el cuidado del medio ambiente, entre otros’.¹⁷

El abordaje de los temas relacionados con violencia dentro de la telenovela y de la programación televisiva y radial en Brasil y Colombia, se realiza con la asesoría de un grupo de ONG, académicos y especialistas dedicados a trabajar estos tópicos con el apoyo técnico del Sistema de Naciones Unidas. De esta forma, los medios de comunicación han tenido un rol de suma importancia en la promoción de la cultura de paz en estos países.

Aportes de especialistas y comunidades organizadas en Venezuela

Además del análisis de estos tres ejes de la comunicación en procesos de control de armas, municiones y desarme, la investigación *Comunicación y desarme: recomendaciones para el desarrollo de una política comunicacional* también analiza algunas de las estrategias comunicacionales utilizadas para promover la disminución de violencia en América Latina, así como la experiencia y el trabajo de diversos especialistas y organizaciones venezolanas que se dedican a la comunicación y a la promoción de paz.

Los perfiles establecidos para la selección de los entrevistados fueron subdivididos en cuatro grupos: académicos, directores de medios o jefes de redacción, periodistas y líderes de proyectos para promoción de una convivencia pacífica.



El grupo de académicos entrevistados incluyó a: Marcelino Bisbal, director del Postgrado en Comunicación Social de la UCAB; Maryclen Stelling, directora ejecutiva del Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos; y Fernando Buen Abad, miembro fundador de la Universidad de la Filosofía en Argentina. Entre los directores de medios consultados se encuentran: Eleazar Díaz Rangel, director de *Últimas Noticias*; Cenovia Casas, editor en jefe del diario *El Nacional*; Vanessa Davies, directora del *Correo del Orinoco*; Gerardo Lombardi, director nacional del *Instituto Radiofónico Fe y Alegría*; y Tania Díaz, exdirectora de *VTV* y conductora del programa *Toda Venezuela*. Entre los periodistas especializados en temas relacionados con violencia están: Pedro García de *El Universal*, Thá-bata Molina de *El Nacional*, y Wilmer Poleo de *Últimas Noticias*.

El grupo de líderes de proyectos de promoción de paz incluía a Luisa Perna-lete, del Centro de Formación e Investigación “Padre Joaquín” de Fe y Alegría; Patricia Clarembaux, oficial de comunicaciones de la oficina del coordinador residente en el Sistema de Naciones Unidas en Venezuela; Pablo Fernández Blanco, secretario técnico de la Comisión presidencial para el control de armas, municiones y desarme; y representantes de las organizaciones *Bájale dos, creando conciencia*; *Madres de San Félix*; *Universitarios en frontera* y *Fundación por la sagrada dignidad de las personas*.

Algunos de los aportes de los entrevistados en relación con *la información* en el proceso de control de armas, municiones y desarme fueron:

Todos los entrevistados coincidieron en que actualmente es difícil tener acceso a las estadísticas oficiales relacionadas con el tema de la violencia generada por las armas de fuego en el país. Señalan que los medios, universidades y grupos organizados a los que representan no reciben datos provenientes de fuentes gubernamentales... Los entrevistados pertenecientes a los medios de comunicación afirman que la imposibilidad de contar con estadísticas provenientes de los cuerpos de seguridad, representa una dificultad importante a la hora de trabajar, profundizar y conocer las causas que alimentan la violencia. Algunos directores de medios señalaron que han preferido dejar de publicar datos sobre la cantidad de homicidios que ocurren en el país, por lo complejo que resulta discriminar las

Todos los entrevistados coincidieron en que actualmente es difícil tener acceso a las estadísticas oficiales relacionadas con el tema de la violencia generada por las armas de fuego en el país. Señalan que los medios, universidades y grupos organizados a los que representan no reciben datos provenientes de fuentes gubernamentales

cifras si no se tiene acceso a los expedientes o a la información proveniente de las autoridades competentes¹⁸.

En cuanto al desarrollo de estrategias y campañas de sensibilización para promover una convivencia pacífica, los entrevistados consideran que:

En la actualidad se está generado un cambio en la valoración que los jóvenes venezolanos tienen sobre la violencia, llegando incluso a entenderla como mecanismo para lidiar con los problemas, obtener recursos económicos o lograr un mayor estatus y reconocimiento en las comunidades a las que pertenecen. Los académicos consultados afirmaron que los medios de comunicación pueden convertirse en aliados fundamentales para cambiar la percepción positiva que las comunidades tienen sobre la violencia, especialmente en los jóvenes. Para ello, refieren que es importante diseñar estrategias para lograr una construcción de sentido y no respuestas efímeras en la población. Sin embargo, advierten que estas estrategias no deben ser coercitivas, porque se ha comprobado que ese tipo de mensajes no generan respuestas que coadyuven a disminuir el problema¹⁹.

Con relación a la formulación e implementación de estrategias de educomunicación, los aportes principales fueron he-

chos por los representantes de las comunidades que han desarrollado proyectos de construcción de paz, quienes:

Consideran que ninguna estrategia o campaña comunicacional modificará las actitudes de los jóvenes y de las personas en general si no está acompañada de un componente formativo. Este proceso debe intervenir transversalmente el sistema educativo para lograr incorporar el tema de la seguridad ciudadana, las medidas alternativas de resolución de conflictos y la construcción de una cultura de paz desde la educación inicial hasta la universitaria. En este sentido, los académicos consideran que los medios pueden ser utilizados como herramientas para la formación si se incluye dentro de la práctica comunicacional elementos de educomunicación. Esta línea de trabajo no solo incluye el uso de los medios para la formación, sino que incorporar procesos de educación dirigidos a los ciudadanos para que manejen herramientas de análisis crítico de los contenidos expuestos a través de los medios de comunicación²⁰.

En lo que se refiere al equilibrio informativo y redimensión del tratamiento de la violencia en los medios de comunicación:

La mayoría de los entrevistados considera que los medios de comunicación son corresponsables en el problema de la violencia porque afianzan antivalores que legitiman la misma como mecanismo para la resolución de conflictos. Además, no profundizan en el tratamiento de la información relacionada con hechos violentos, suelen magnificar este flagelo y descontextualizarlo de sus causas y consecuencias. Todos los entrevistados coincidieron en que los medios de comunicación deberían equilibrar la cantidad de información que publican sobre este tema y las que tienen que ver con iniciativas positivas de construcción de paz. Sin embargo, algunos directores de medios señalaron que lograr este tipo de práctica resulta sumamente difícil, porque es muy poca la información que reciben de las organizaciones comunitarias responsables de estas experiencias.

Es importante destacar que algunos de los periodistas consultados asumieron que desconocen la información sobre experiencias de organizaciones sociales que han coadyuvado en la disminución de la violencia en diversas comunidades del país, razón por la cual no han desa-

rollado trabajos al respecto. Al ser consultados sobre la preponderancia de las noticias de sucesos, algunos directores de medios y periodistas justificaron esta tendencia señalando que los lectores y usuarios de radio y televisión respaldan y buscan este tipo de información. Para algunos de los entrevistados, las noticias de sucesos forman parte de una ‘tradicción’ de la prensa²¹.

Al tratar el tema de *la legitimidad* de las propuestas para la promoción del desarme y de la cultura de paz, se presentaron las siguientes consideraciones:

- *Despolitizar el tema de la violencia:* todos los entrevistados coinciden en que uno de los principales obstáculos para entender el tema de la violencia como un problema multifactorial relacionado con diversos ámbitos de la vida ciudadana, es el hecho de que se haya politizado la concepción del mismo.
- *Desarrollar iniciativas en las cuales participen diversos sectores del país:* para darle mayor legitimidad a las estrategias comunicacionales que se emprendan, buena parte de los entrevistados estiman que sería de gran ayuda que las mismas sean desarrolladas en conjunto por diversos actores de la vida nacional: instituciones gubernamentales, Sistema Nacional de Medios Públicos, medios privados, alternativos y comunitarios, comunidades organizadas, universidades, organizaciones no gubernamentales especializadas en temas de disminución de violencia, instituciones religiosas y cultos, entre otros.
- *Participación de los medios y comunidades organizadas en la verificación de las estadísticas relacionadas con violencia armada:* en relación a este tema, los entrevistados consideraron que la creación de una red de veedores que pueda verificar las estadísticas oficiales antes de que las mismas sean publicadas por las instituciones competentes sería de gran ayuda para darle mayor legitimidad a los datos. Esta red debería estar conformada por representantes de instituciones gubernamentales competentes en la materia, medios de comunicación y organizaciones sociales²².

Desde el punto de vista de *la participación* de los medios de comunicación, las comunidades organizadas y las instituciones del Estado en los procesos de de-



(...) todos los entrevistados coinciden en que uno de los principales obstáculos para entender el tema de la violencia como un problema multifactorial relacionado con diversos ámbitos de la vida ciudadana, es el hecho de que se haya politizado la concepción del mismo.

sarme, control de armas y municiones, y construcción de una cultura de paz, se encuentran en la investigación los siguientes aportes:

- *Creación de una instancia multidisciplinaria para la comunicación y promoción de una sociedad pacífica:* para algunos de los entrevistados, fundamentalmente representantes del sector académico, sería importante crear un “Consejo Nacional de la Comunicación”, entendido como un órgano integrado por representantes de diversos sectores del país vinculados con la comunicación: el sector gubernamental, medios públicos, privados, alternativos y comunitarios, líderes de proyectos de construcción de paz, académicos, periodistas, guionistas, productores de radio, televisión y cine, locutores, entre otros. Este consejo tendría entre sus objetivos desarrollar estrategias para promover la comunicación para el desarrollo, velar por la promoción de mensajes y contenidos que promuevan una convivencia segura y en paz y desarrollar programas de formación para periodistas y organizaciones sociales en esta materia.
- *Visibilización en los medios de las experiencias de construcción de paz y disminución de la violencia:* la mayoría de los entrevistados coincidieron en que sería enriquecedor visibilizar las experiencias que han tenido diversas organizaciones comunitarias, movimientos sociales, organizaciones no gubernamentales y otras formas de organización social en la implementación de proyectos de

construcción de paz y disminución de la violencia. Los participantes consideraron que el registro y la difusión de esas experiencias a través de los medios públicos, privados, alternativos y comunitarios pueden inspirar a otras comunidades que enfrentan problemas similares.

- *Formación y capacitación del talento humano que labora en los medios de comunicación sobre el tratamiento de los temas asociados a la violencia y construcción de una cultura de paz:* en relación a este punto, todos los consultados coincidieron en que el trabajo que vienen realizando los representantes de los medios comunitarios y digitales (redes sociales, blogs, portales web) se convierte en una oportunidad para crear espacios de producción y transmisión de contenidos relacionados con la prevención de la violencia y promoción de una cultura de paz²³.

Al concluir la investigación se presentaron a la Comisión presidencial para el control de armas, municiones y desarme una serie de recomendaciones enmarcadas en las dimensiones fundamentales de la comunicación en procesos de abordaje de la violencia armada para promover el desarme, la convivencia pacífica, el control de armas y municiones, a saber: la información, la legitimidad de las propuestas y la participación de los medios de comunicación, las organizaciones no gubernamentales y comunidades organizadas.

En el documento final publicado por la institución, estas recomendaciones fueron modificadas para incluir una serie de consideraciones propias de la experiencia de este órgano oficial durante su gestión. El resumen de recomendaciones que se presenta a continuación incluye los aportes extraídos de la investigación académica.

En relación con el tratamiento de la información en procesos de desarme, promoción de convivencia pacífica, control de armas y municiones, se recomienda:

1. *Crear un registro nacional sobre armas, municiones y violencia armada:* la creación de un registro nacional, no solo facilitará la labor de los cuerpos de seguridad y el sistema judicial; también permitirá extraer del mismo estadísticas que sirvan como insumo para los informes oficiales, las publicaciones a realizar por los medios de comunicación y las investigaciones académicas para profundizar y comprender mejor los diversos factores que contribuyen

en la proliferación de la violencia armada.

2. *Garantizar el acceso a la información oficial relacionada con hechos de violencia*: publicar información oficial actualizada acerca de los hechos de violencia, armas e inseguridad, que ocurren en el país permitirá una reducción de la incertidumbre en torno al tema.
3. *Desarrollar estrategias que incluyan campañas de comunicación directa en las comunidades y acciones simbólicas para promover el desarme*: estas estrategias permitirán revertir la anomia y promover *cero tolerancia* hacia la violencia.
4. *Promover el equilibrio informativo y el tratamiento responsable de la información relacionada con violencia en los medios de comunicación*.
5. *Posicionar el tema de la ética periodística en medios públicos, privados, alternativos y comunitarios*. Con el objetivo de incluir como tema fundamental de debate, la responsabilidad que tiene el periodista y el medio de información a la hora de publicar o transmitir información.
6. *Promover la inclusión del tema de la convivencia y la resolución pacífica de conflictos de forma educativa en la programación de los medios públicos, privados, comunitarios y alternativos*. Esto implica colocar a disposición de los medios una red de especialistas en temas vinculados con violencia, para que estos presten asistencia técnica a los periodistas, guionistas y productores que quieran tratar el tema en sus producciones.
7. *Incrementar el apoyo, la formación y los espacios en medios para las ONG y comunidades organizadas*.

En virtud de la información obtenida a través de la investigación documental, las entrevistas y de los encuentros sostenidos con las comunidades, se espera que estas recomendaciones puedan coadyuvar en un proceso de desarme, promoción de la convivencia pacífica, control de armas y municiones.

La formulación de las políticas de seguridad debe hacerse sobre la base de diagnósticos ajustados de la realidad social. Sin embargo, cuando los indicadores de las estadísticas oficiales no tienen en cuenta los actos cometidos en el hogar, o no recogen datos sobre colectivos como

la comunidad LGBT o la juventud, las políticas públicas de seguridad no reflejarán su experiencia y, por tanto, serán marcadamente discriminatorias o, cuando menos, no se ajustarán a la realidad social... Existe coincidencia en la literatura sobre la (in)seguridad en América Latina en señalar que los sistemas de medición y de información de la región son débiles y en muchos casos no son plenamente confiables para la elaboración de las políticas de seguridad. 'Frente a sistemas de información débiles, gran parte de la 'ola criminal' se sustenta en encuestas de opinión pública y cobertura de los medios de comunicación que transmiten una mirada parcial del fenómeno criminal' (Dammert, 2008:9). Pero la falta de información no sólo se presta para la elaboración de miedos por parte de la ciudadanía. Los mismos sistemas de información sirven de base para el diseño de las políticas de seguridad, con lo que no sólo se aumenta la angustia de las personas frente a la (in)seguridad sino que se disminuye la efectividad de las políticas públicas ²⁴.

En este sentido, es fundamental entender el aporte que las investigaciones realizadas pueden hacer para lograr una comprensión más amplia de la situación de violencia armada en Venezuela. Entender el problema y abordarlo a través de una política integral de promoción del desarme que incluya una estrategia de comunicaciones adecuada y legítima puede ser el inicio de un camino de largo aliento para lograr la paz en Venezuela, tal como lo demuestran las experiencias de otros países latinoamericanos que nos anteceden en el control de armas, municiones y desarme.

GABRIELA ARENAS DE MENESES

Comunicadora Social. Profesora de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. Candidata a Magíster en Comunicación para el Desarrollo Social.

Referencias

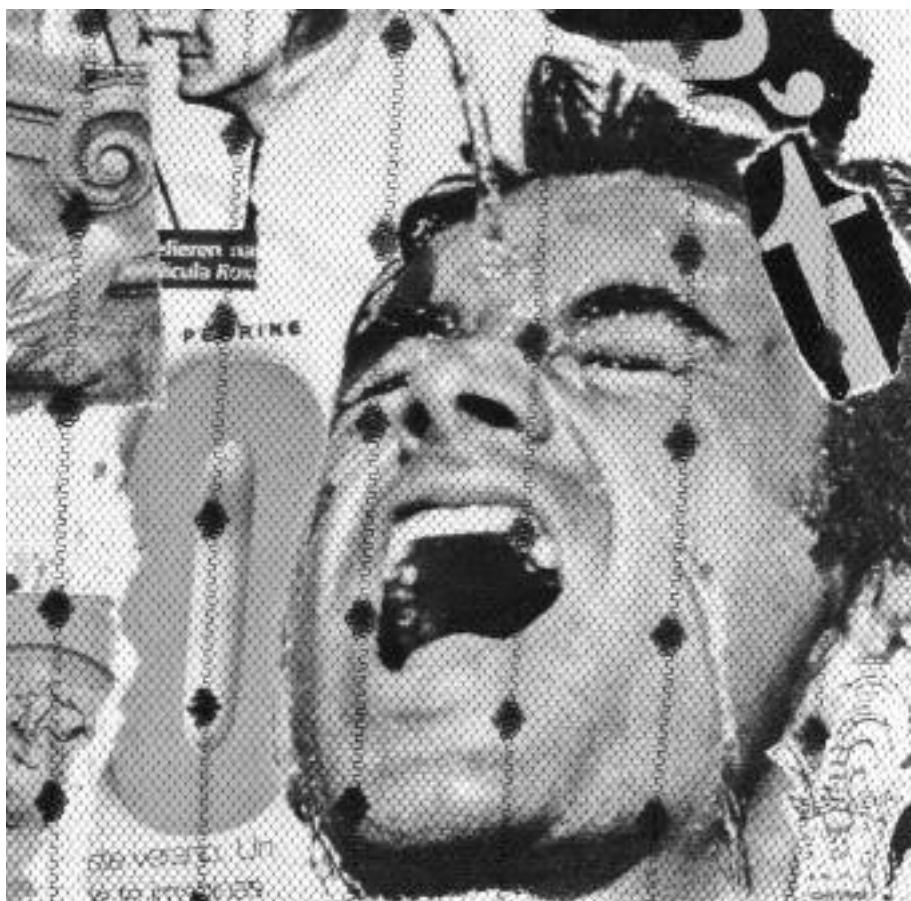
- * Teun Van Dijk es lingüista, Doctor por la Universidad de Amsterdam y es considerado uno de los fundadores del análisis crítico del discurso.
- 1 SALAMANCA, Luis (Octubre 2011): "Mapa social y político de los sectores populares. A pesar de todo el optimismo se desborda". En: revista *SIC* 738. Recuperado de <http://gumilla.org/democracia3> el 02 de febrero de 2013.

- 2 Anuarios de mortalidad 1995 – 2010. Ministerios del Poder Popular para la Salud. Recuperados de: http://www.mpps.gob.ve/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=11: anuarios-de-mortalidad el 01 de febrero de 2013.
- 3 Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. Año CXXXVIII . Mes VIII. Caracas, viernes 13 de mayo de 2011. Número 39.673. Disponible en: http://comisionpresidencialdesarme.gob.ve/descargas/gacetas/gaceta_oficial_39673.pdf
- 4 ARENAS de MENESES, Gabriela (2012): *Comunicación y desarme: recomendaciones para el desarrollo de una política comunicacional*. Comisión presidencial para el Control de Armas, Municiones y Desarme. Recuperado de <http://comisionpresidencialdesarme.gob.ve/index.php/documentacion> el 20 de febrero de 2013.
- 5 María Isoliet Iglesias, Deivis Ramírez con información de Frank López Ballesteros. Cada treinta minutos mataron a un venezolano durante 2011. El Universal. Recuperado de <http://www.eluniversal.com/sucesos/120111/cada-treinta-minutos-mataron-a-un-venezolano-durante-el-2011> el 10 de septiembre de 2012.
- 6 ARENAS de MENESES, Gabriela. (2012) Ob. cit.
- 7 *Ibíd.*
- 8 *Ibíd.*
- 9 *Ibíd.*
- 10 *Ibíd.*
- 11 BARRETO, Idaly; BORJA, Henry; SERRANO, Yeny; LÓPEZ-LÓPEZ, Wilson. (2009): *La legitimación como proceso en la violencia política, medios de comunicación y construcción de culturas de paz*. Univ. Psychol. Bogotá, Colombia V. 8 No. 3 PP. 737-748 sep-dic. 2009 ISSN 1657-9267
- 12 *Ibíd.*
- 13 *Ibíd.*
- 14 MACK, D. "Implementación del estatuto de desarme en Brasil: del papel a la práctica". En: *Urvio, Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana* No. 10, Noviembre 2011: 93-105, Flaco, sede Ecuador. ISSN: 1390-3691.
- 15 *Ibíd.*
- 16 ANDI (2012): *Mídia e infância: o impacto da exposição de crianças e adolescentes a cenas de sexo e violência na TV*. Disponible en: <http://www.andi.org.br/politicas-de-comunicacao/publicacao/midia-e-infancia-o-impacto-da-exposicao-de-criancas-e-adolescent>
- 17 *Ibíd.*
- 18 ARENAS de MENESES, Gabriela. (2012) Ob. cit.
- 19 *Ibíd.*
- 20 *Ibíd.*
- 21 *Ibíd.*
- 22 *Ibíd.*
- 23 *Ibíd.*
- 24 Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Dirección Regional para América Latina y el Caribe. "La Medición de la (In)seguridad Ciudadana". 2010. Recuperado de <http://www.eluniversal.com/sucesos/120111/cada-treinta-minutos-mataron-a-un-venezolano-durante-el-2011> el 10 de diciembre 2012.



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

● pre-textos



GALERIA DE PAPEL. Adrián García (2013).

Elecciones presidenciales 14-A Una campaña de muerte súbita

Agrivalca Canelón

● 18

EL 14-A a la luz de los estudios de investigación

Félix Seijas Rodríguez

● 32

Marques de Melo: nuestro mentor y enlace continental

Jesús María Aguirre

● 34

Las últimas cuartillas de Simón Alberto Consalvi [1927-2013]

Albinson Linares

● 38

SIMÓN ALBERTO CONSALVI Un sobreviviente –la última entrevista–

María Eugenia Morales • María Belén Otero

● 40

Elecciones presidenciales 14-A

Una campaña de *muerte súbita*

Un análisis de lo que fue el desarrollo comunicacional de la campaña electoral para las elecciones del 14 de abril de este año. Elecciones sorpresivas ante la muerte del presidente de la República electo el 7 de octubre de 2012. Primera vez en la historia del país que concurríamos a un proceso electoral motivado por esa circunstancia. El título del artículo no puede ser más elocuente: Una campaña de muerte súbita. Apenas diez días de campaña y dos candidatos principales, cada uno con su estrategia de propaganda y de movilizaciones. ¿El resultado? Todavía está por verse.

■ AGRIVALCA CANELÓN

El pasado 5 de marzo de 2013, a las 4:25 p.m., exhaló su último suspiro, en el Hospital Militar de la ciudad de Caracas, quien durante catorce años fuera el presidente constitucional de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez, luego de sostener una denodada lucha contra el cáncer a lo largo de sus veinte meses finales.

Tras la estela dejada por su partida, enjugada en el llanto y el desconcierto, advinieron bocanadas de cambio político para el país acicateadas en lo inmediato por la convocatoria, la organización y la consabida celebración de nuevos comicios, enfilados a escoger, a la usanza de una sociedad libre, democrática y soberana, a la persona a la que sería encomendada la misión de ocupar la jefatura del Estado y conducir los destinos de la nación hasta completar el período administrativo 2013-2019.

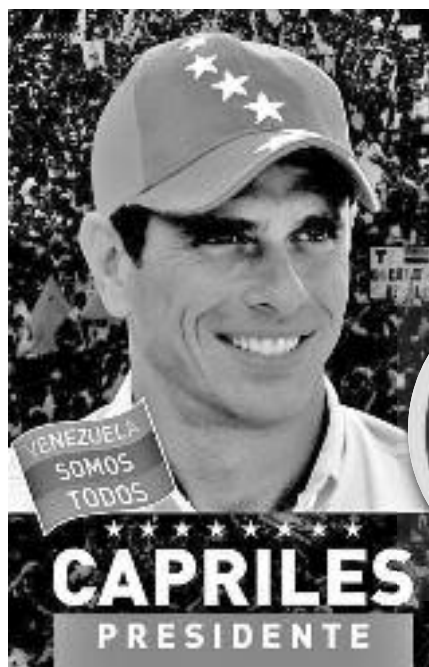
De antemano, en las que fueron las últimas palabras que dirigió a sus conciudadanos, transmitidas en cadena nacional de radio y televisión la noche del 8 de diciembre de 2012 (antes de su marcha hacia Cuba para someterse a una delicada operación, la cuarta en el itinerario médico), el hoy extinto Hugo Chávez asomó, entre líneas y pausas, la inminencia de eventos por lo demás contundentes y vertiginosos que bordeaban su posible desaparición física. Así procuró darlo a entender, con voz diáfana, de buena gana y sin cortapisas, compartiendo al vuelo su testamento político en el que designó, teniendo al pueblo de testigo a falta de notario y documento escrito, al para entonces vicepresidente ejecutivo, Nicolás Maduro, como su delfín¹. En teoría, quedaba la revolución a buen resguardo, y en las manos de la militancia del Gran Polo Pa-

triótico la obligación de cumplir el mandato, pese a que en esta ocasión fuese otro el abanderado, para hacerse con una nueva victoria electoral.

Mediaron en el camino, sin embargo, las interpretaciones emanadas desde el Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) en torno a las previsiones contempladas tratándose, en principio, de la jura del primer mandatario para el nuevo sexenio, y luego de la declaratoria de su falta absoluta para el ejercicio del cargo, atendiendo a la letra consagrada en los artículos 231² y 233³ de la carta magna, respectivamente.

Resolviéndose, en definitiva, el llamado oficial para concurrir a las urnas el domingo 14 de abril de 2013, sobre los hombros del Consejo Nacional Electoral (CNE) recayeron los honores de preparar la magna cita comicial, con un estrecho cronograma que entrañó el uso del mismo Registro Electoral del 7 de octubre de 2012 (alrededor de 18 millones 903 mil 143 votantes), amén del desenvolvimiento de actividades proselitistas por escasos diez días (comprendidos entre el 2 y el 11 de abril de 2013). Huelga decir, la campaña electoral más atípica y corta de la que se haya tenido noticias en la historia democrática de Venezuela.

Aún a sabiendas de tan precarias e inusuales condiciones, el 11 de marzo de 2013 se inscribieron para participar en la contienda los ciudadanos Nicolás Maduro, Henrique Capriles, María Bolívar, Reina Sequera, Eusebio Méndez, Fredy Tabarquino y Julio Mora, lanzándose de inmediato (casi con frenesí y contraviniendo las normas anunciadas apenas dos días atrás por el Consejo Nacional Electoral –CNE–) a una precampaña presidencial en la que, de por sí, estuvieron ne-



gadas las clásicas etapas de presentación de los candidatos y difusión de sus programas de gobierno, priorizándose más bien la petición directa del voto con marcados ribetes emocionales y el predominio de un enfoque táctico.

Al tamiz de estas coordenadas, permearon notablemente dos visiones contrapuestas del modelo político, económico y social que habría de regir en el país para el curso de los años venideros, léase: el vigente, de corte socialista y revolucionario (fiel al pensamiento y la obra de Hugo Chávez), representado por Nicolás Maduro; y el otro, catalogado por sus defensores como la *alternativa democrática*, encarnado por Henrique Capriles, aspirante por segunda oportunidad a la primera magistratura de Venezuela, con el respaldo de la Mesa de la Unidad Democrática (MUD).

Pese a esta disparidad de partida, el devenir de la faena electoral no tardó en revelar una serie de paralelismos en el comportamiento de los principales abanderados, comenzando por un tono deliberadamente agresivo y un verbo de alta confrontación, alimentado por acusaciones y descalificaciones mutuas, en mucho amplificadas gracias a la transmisión vía redes sociales.

Fue así como Nicolás Maduro, en el estilo combativo del finado presidente Chávez, no escatimó en cargar contra el imperialismo y la oligarquía criolla, a la par que denunció complots de la más variada estirpe (saboteo al sistema eléctrico, gue-



rra sucia y amenazas de fraude electoral), recurrió a la victimización (atentados a su vida), y planteó la perpetración de magnicidio en la persona de Hugo Chávez (hipótesis de la inoculación del cáncer). Otro tanto hizo Henrique Capriles, cuestionando con harta frecuencia la autoridad de su competidor político mediante el uso de la ironía (*Nicolás, a ti no te eligió nadie, chico*), cuando no del humor y la picardía (*Toripollo. Cuerpo de toro, cara de pollo*). No obstante, el capital más elevado lo depositó en la que tildó (desde el mismo momento de la aceptación de la candidatura presidencial) *la lucha de la*

*verdad frente a la mentira*⁴, condensada en la fórmula *Maduro te mintió*, con la que pretendió hacer caer en cuenta al país entero, y sobre todo al elector chavista, que los funcionarios del alto Gobierno (a quienes bautizó como *los enchufados*), auspiciaron una cortina de sombra alrededor del estado de salud del presidente Chávez durante su estadía en Cuba.

Enfilada con esta tendencia, en tanto segunda similitud, imperiosa se volvió la demanda de los candidatos, cada cual para sí, del acompañamiento del tricolor nacional exhibido y disputado en sus atuendos (en particular, la gorra), haciendo de la apropiación de los símbolos patrios un punto de honor que fungiera de asidero para la identificación de sus respectivas causas políticas y brindara un encuadre semántico a sus acciones. Semejante fervor nacionalista determinó, inclusive, el nombre de los comandos de campaña (*Hugo Chávez*, para el equipo asesor de Nicolás Maduro y *Simón Bolívar* para el grupo de trabajo de Henrique Capriles) en la ruta por mantener y mejorar el volumen de votación obtenido a propósito de los comicios presidenciales llevados a cabo el 7 de octubre de 2012, cuando Henrique Capriles consiguió 6 millones 591 mil 304 votos (44,31%), mientras que Chávez conquistó 8 millones 191 mil 132 votos (55,07%), siendo esta la línea base de despegue para Nicolás Maduro.

A expensas de este hilo conductor, tendido de lado y lado, una tercera característica compartida por los candidatos re-

dundó en la alusión, ora directa, ora velada, al fallecido presidente Hugo Chávez, cuya figura gravitó a sus anchas enmarcada en la diatriba política. Ello impregnó con un dejo mítico la campaña de Nicolás Maduro, quien se proclamó *apóstol* del comandante y afirmó actuar *en su nombre*⁵, al cabo que enfrascó a Henrique Capriles en el esfuerzo de retirar quirúrgicamente el halo de santidad que cobijaba a su contrincante, mostrándolo en su desnudez como político convencional y subrayando sus límites (*Nicolás no es Chávez*).

En últimas, se trataba de colocar las fuerzas, por vez primera, en un terreno de medición entre iguales, apuntalando la selección de atributos, el trazado de mensajes y la combinación de medios para calar hondo en el electorado y alcanzar el triunfo.

Yo soy candidato y seré presidente porque Chávez me lo ordenó⁶

Nicolás Maduro, a no dudar uno de los más estrechos colaboradores del difunto Hugo Chávez, arribó a los comicios presidenciales exhibiendo una hoja de vida profesional signada por un raudal e intenso periplo a través de diversas instancias de los poderes públicos, particularmente tratándose del Legislativo y el Ejecutivo. Ello le llevó a ocupar cargos de alta representación nomás rememorar sus días como diputado a la Asamblea Nacional Constituyente (desde agosto de 1999 hasta enero de 2000), diputado (en el lapso 2000-2005) y más tarde presidente (entre enero y agosto de 2006) de la Asamblea Nacional, ministro de Relaciones Exteriores (de agosto de 2006 a octubre de 2012) y vicepresidente de la República (en el interin que corrió de octubre de 2012 a marzo de 2013), para ser juramentado, finalmente, en calidad de Presidente de la República encargado el 8 de marzo de 2013 (tres días después del deceso de Hugo Chávez), habilitándosele, en consecuencia, para ejercer las funciones propias de un jefe de Estado simultáneas al rol de aspirante a la máxima magistratura del país.

Ateniéndose a las fuentes biográficas oficiales⁷, los orígenes de Nicolás Maduro remiten a la popular parroquia El Valle de la ciudad de Caracas, escenario de fondo no solo de su época de infancia y buena parte de su adolescencia (a ratos compartida entre las aulas del liceo José Ávalos y la banda de rock Enigma), sino también de sus primeras inquietudes políticas, cuyo fermento le impulsó a militar



No en balde, entonces, natural devino emplazar en afiches publicitarios la imagen de un Nicolás Maduro sonriente dirigiendo un autobús, coronada por el slogan: Hugo Chávez marcó el rumbo, Maduro lleva el volante



en las filas de la Liga Socialista, y más allá, de acuerdo con la versión libre de un informante (reseñada en una nota del periodista y escritor Carlos Alberto Montaner)⁸, a enrumbarse hacia Cuba en las postrimerías de la década de los ochenta para hacerse con la instrucción ideológica marxista de rigor en la Escuela Níco López del Partido Comunista. He allí, justamente, la razón por la que no pocos analistas atribuyen la inclinación por Nicolás Maduro, al momento de definir la línea de sucesión para la conducción de la revolución bolivariana de cara a la era post Chávez, en función de los lazos de larga data que le unen al régimen cubano.

Al fragor de la campaña electoral y al ras de un ambiente altamente polarizado, su antecedente como dirigente sindical en la C.A. Metro de Caracas le valió el mote de *autobusero*, detalle este que, lejos de amilanarlo, muy por el contrario vino a abonar en beneficio de la percepción como hombre de la clase obrera, humilde y de pueblo, suscitando una fuerte empatía entre los votantes de extracción popular⁹.

No en balde, entonces, natural devino emplazar en afiches publicitarios la imagen de un Nicolás Maduro sonriente dirigiendo un autobús, coronada por el slogan: *Hugo Chávez marcó el rumbo, Maduro lleva el volante*; un guiño indiscutible al antiguo oficio del candidato, quien lo reprodujo de cuerpo presente y en tiempo real el 14 de marzo de 2013, al abrigo de la precampaña, con motivo del traslado de un grupo de damnificados desde los refugios hasta sus nuevas viviendas¹⁰. Al parecer, privó en este gesto la intención, por parte de los asesores en la contienda, de afinar el grueso de la estrategia sobre el bastión tradicional de la fuerza chavista, hablándole a los seguidores de suyo convencidos (que no a las franjas medias, moderadas u oscilantes), en una apuesta por cerrar filas en torno a la causa revolucionaria y evitar las deserciones¹¹.

Ajustando la brújula a este norte, en el esfuerzo por encumbrar a Nicolás Maduro hacia el poder, imposible fue ignorar, claro está, la figura del *padre*, a la que se acudió sin remilgos pontificando la continuidad del proyecto político del socialismo del siglo XXI, al tiempo que invocando la inspiración de la otrora llamada *Propuesta del candidato de la patria comandante Hugo Chávez para la gestión bolivariana socialista 2013-2019*, estrenada por su creador con la mirada puesta sobre los comicios del 7 de octubre de 2012 y renombrada a la postre como el *Segundo plan socialista de la nación 2013-2019*, por quien habría de ser ungido y legitimado heredero el 8 de diciembre de 2012, conservando intactos sus cinco grandes objetivos originales, a saber:

- I. Defender, expandir y consolidar el bien más preciado que hemos reconquistado después de 200 años: la Independencia Nacional.
- II. Continuar construyendo el socialismo bolivariano del siglo XXI en Venezuela, como alternativa al sistema destructivo y salvaje del capitalismo y con ello asegurar la 'mayor suma de seguridad social, mayor suma de estabilidad política y la mayor suma de felicidad' para nuestro pueblo.
- III. Convertir a Venezuela en un país potencia en lo social, lo económico y lo político dentro de la gran potencia naciente de América Latina y el Caribe, que garantice la conformación de una zona de paz en nuestra América.



- IV. Contribuir al desarrollo de una nueva geopolítica internacional en la cual tome cuerpo un mundo multicéntrico y pluripolar que permita lograr el equilibrio del universo y garantizar la paz planetaria.
- V. Preservar la vida en el planeta y salvar a la especie humana.¹²

Así las cosas, la ciudad de Sabaneta de Barinas, cuna de Hugo Chávez, sería escogida en tanto epicentro desde donde desplegar las acciones proselitistas a partir del 1º de abril (fecha oficial para el inicio de la campaña presidencial), emulando el recorrido que hiciera el *líder supremo* hacia Miraflores apenas seis meses atrás, apertrechado en la plataforma política del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) y la estructura de los poderes del Estado (léase Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Electoral, Ciudadano y militar), rematadas por el respaldo financiero venido desde las arcas de Petróleos de Venezuela S.A. (Pdvsa).

De tal suerte, cincelando un perfil *a imagen y semejanza* del mentor, no era de extrañar que entre las ofertas programáticas del abanderado, medular resultara la exaltación de las misiones sociales a título de *buque insignia* de la administración chavista, si bien con la promesa de ampliar y profundizar sus logros, amén del aspecto crucial de optimizar su funcionamiento a la vuelta de una década de existencia. Por eso la decisión de apelar, por un lado, a la instauración del *Sistema nacional de misiones y grandes misiones socialistas*¹³ y, por el otro, a las denominadas *micro-misiones*, consagradas estas últimas a dar seguimiento a los planes y los proyectos de gobierno, en un intento por gestionar con eficiencia los recursos y alcanzar los objetivos, amainando la tan temida corrupción¹⁴.

A contracorriente de esta agenda, sin embargo, novedad constituyó la visibilidad propinada al tema de la seguridad, uno de los menos aludidos por el finado mandatario Chávez, al extremo de proscribirlo

durante las faenas electorales, pese a la veintena de iniciativas formuladas a lo largo de casi catorce años (a cual más reciente la Misión a toda vida Venezuela, dada a conocer en octubre pasado), sin que su resonancia traspasara los anuncios y los buenos propósitos para materializarse en éxitos concretos. Y es que, desde la perspectiva de los especialistas Ángel Álvarez y Roberto Briceño León¹⁵, ineludible fue para el candidato Nicolás Maduro, desprovisto de un mínimo viso de la elocuencia y el carisma que rodeaban a su antecesor, encarar la criminalidad de un país que ostenta dentro del continente el triste récord de entre 48 y 50 homicidios por cada 100 mil habitantes¹⁶.

De ahí el llamado al cese de la violencia sobre la base de la activación del *Movimiento por la paz y la vida* (www.movimientoporlapazyvida.com) conformado por personajes de distinta talla y procedencia, dentro y fuera del Estado, involucrados de manera directa con las funciones de seguridad, cuando no deportistas y artistas, a la guía del equipo promotor liderado por Soraya El Achkar (rectora de la Universidad Nacional Experimental de

la Seguridad –UNES–), Cilia Flores (procuradora general de la República), Francisco Arias Cárdenas (gobernador del estado Zulia) y el sacerdote Numa Molina, s.j.¹⁷. El mensaje, dirigido por Nicolás Maduro especialmente a los jóvenes por tratarse del segmento etario más vulnerable en una población cercana a los 30 millones de ciudadanos, buscaba alentarles a sustraerse de la órbita del delito (consustancial al *capitalismo depredador*, según la advertencia proferida de antaño por el comandante Chávez), dejando en prenda el compromiso de la entrada en vigor de la ley de desarme, hasta la fecha largamente postergada.

Curiosamente, en medio de estos aires, más que el contacto *cara a cara* pesaron sobre la estrategia de aproximación al votante las largas alocuciones vehiculadas en cadenas nacionales de radio y televisión, merced el uso intensivo y discrecional del sistema público de medios de comunicación, desdibujando la frontera de por sí delgada que convenía separara la silueta del Presidente encargado de la del aspirante a jefe de Estado¹⁸. En este orden de ideas, nomás citar cálculos realizados por la bancada opositora, formalizados vía denuncia expresa del director nacional del Comando Simón Bolívar (CSB), Carlos Ocariz, durante los primeros doce días de la precampaña, luego de la inscripción de las respectivas candidaturas ante el Consejo Nacional Electoral (CNE), el canal de señal estatal *Venezolana de Televisión* (VTV) privilegió los actos encabezados por Nicolás Maduro con veintidós horas de transmisión (mil 248 minutos)¹⁹ frente a 0 horas para la exposición de los planteamientos y demás actividades proselitistas del abanderado de la Unidad Democrática, Henrique Capriles, poniendo en evidencia un marcado desequilibrio mediático²⁰. Secundando estas apreciaciones, y circunscribiéndose al intervalo propio de la campaña (desde el 2 hasta el 12 de abril), la organización no gubernamental Monitoreo Ciudadano totalizó 70 horas,



26 minutos y 40 segundos de cobertura brindada a Nicolás Maduro en la misma estación televisiva, lo que promedió alrededor de 6 horas, 24 minutos y 14 segundos diarios, equivalentes a un monto de Bs 56 millones 036 mil 760,00 por concepto de publicidad (en moneda extranjera, US\$ 8 millones 894 mil 723,81 a tasa de cambio oficial vigente de Bs 6,30 por dólar)²¹.

Atendiendo a estas fortalezas comunicacionales, al menos en términos estructurales, fueron auspiciadas las más variadas consignas espontáneas, huelga decir *Chávez vive, Maduro sigue*, o la sin par *Chávez te lo juro, mi voto es por Maduro*, emplazando a cada instante la lealtad hacia el *comandante supremo* de la revolución bolivariana, su memoria y su legado, con resolución publicitaria en el eslogan *Maduro, desde mi corazón*, en el que se estableció una analogía explícita con el *leitmotiv Corazón de mi patria* de la campaña fechada en octubre de 2012. De resultados, trascendiendo la dimensión física y a dispendio del duelo que aquejaba a los simpatizantes, los asesores de campaña del PSUV consintieron en endosar a Nicolás Maduro la imagen omnipresente de Hugo Chávez, inclusive con un dejo cuasi-religioso de deificación y culto²². La intención de estos afanes, qué duda cabe, redundó en capitalizar el voto y la movilización política en breve tiempo, a tenor de un estado de desamparo emocional debido a la ausencia del *padre*, de donde se siguió para la militancia la obediencia irrestricta a su última voluntad en una especie de trasvase de liderazgo que consolidara el reconocimiento de Nicolás Maduro, aún a costa de su propia identidad²³.

A los efectos de comunicación, ello se tradujo en menciones reiteradas a Chávez en los discursos, aunadas a la adopción de símbolos evocadores de su persona (vestimenta, gestos, actitudes), reforzados por un *endorsement* publicitario póstumo²⁴ que decantó en dos vertientes. Por el lado de la gráfica, se apalancó en la proyección de la imagen del difunto comandante en vallas, acompañada por el lema *Maduro, desde mi corazón* impreso en caracteres que imitaban su caligrafía, como queriendo certificar, de su *puño y letra*, su deseo postrero. Por el lado del audio, llevó a la puesta a punto, ora del canto *Patria querida*²⁵ (ejecutado por el finado presidente a propósito de su última alocución al país en diciembre de 2012), ora del himno nacional *Gloria al bravo pueblo* (interpretado en su misma voz), cada vez que Nicolás Maduro daba inicio a sus



La intención de estos afanes, qué duda cabe, redundó en capitalizar el voto y la movilización política en breve tiempo, a tenor de un estado de desamparo emocional debido a la ausencia del padre (...)



actos de concentración de masas. Otro aparte supuso la pieza musical compuesta por Hany Kauam, Omar Enrique y Los Cadillac²⁶, en la que se fusionó el género *reggae* del tema *Soy Chávez de corazón* con el sabor urbano de la canción *Chávez corazón del pueblo* (ambos *spots* de campaña de Hugo Chávez en el 2012), insertándose en el preludio y en la coletilla las últimas palabras pronunciadas públicamente por el fallecido mandatario²⁷.

Tangencial a estas producciones, menester es poner de relieve las herramientas facilitadas por la Comisión de comunicación, propaganda y agitación del PSUV para llevar a la práctica la 3ª línea estratégica de acción política del partido, entendiendo la propaganda como un poderoso factor de movilización e instando a la comunicación en los espacios públicos. Fue así como, a través de la página web del partido (<http://www.psuv.org.ve/>), podían descargarse el logo del PSUV junto a la gráfica del Gran Polo Patriótico (manual de uso, logo, etiqueta, pendón, pancarta, set de prensa, gorra, franela, chapa), además de las plantillas para la creación del *stencil* de campaña en sus distintas versiones²⁸.



Precisamente, vueltos hacia el ruedo digital, conviene destacar igualmente los recursos implementados por el candidato oficialista en estas lides, comenzando por la activación, el 17 de marzo de 2013, de la cuenta en twitter @NicolásMaduro, a la que se agregó posteriormente un blog (nicolasmaduro.org.ve), una página en Facebook y un canal en YouTube. En paralelo, también se introdujo la opción del envío de mensajes bajo modalidad SMS, por un costo de Bs. 0,5 + básico + IVA por *tuit*²⁹.

Con todo, las bondades de estas plataformas digitales fueron expandidas por los seguidores del proceso revolucionario en aras de compartir las expresiones de apoyo nacidas de las iniciativas populares, como por ejemplo pintarse unos gruesos bigotes (a modo de mostacho) en sus avatares en twitter³⁰, subir las fotos a la página <http://bigotes.olabolivariana.org.ve/> (#Bigotes de Venezuela y #Bigotes del mundo), o difundir la noticia de un operativo gratuito (organizado por el colectivo *Fuerza integradora de la juventud* del estado Zulia), para tatuarse la firma del finado presidente de por vida³¹. En esta línea, merece traerse a colación también los carteles diseñados y puestos en circulación a través de la web por el colectivo de jóvenes *Tiuna El Fuerte*, bajo la égida “Junt@s somos Chávez”, en los que se retomó el estilo de las imágenes de Chávez *es otro beta*, aun cuando esta vez era Nicolás Maduro quien aparecía delgado y joven, surcado alternativamente por los mensajes *Maduro nuestra causa, Maduro pa' la cancha y Maduro, el desplace*, sellados por la frase *Maduro lleva el volante*, impresa en la parte inferior derecha de las piezas³².

La nuestra es una lucha épica³³

Henrique Capriles, autocalificándose como adversario que no enemigo de Hugo Chávez³⁴, se enlistó nuevamente en la carrera por la banda presidencial de Venezuela a la distancia de escasos seis meses del 7 de octubre de 2012 e investido por segunda ocasión del cargo de gobernador del estado Miranda (2008-2012 y 2012-2016). Siendo, de hecho, el competidor que más llegó a acercarse al difunto jefe de Estado en términos de cifras electorales, su experiencia en el ejercicio del servicio público remonta a sus períodos al frente de la Alcaldía del Municipio Baruta del Distrito Metropolitano de Caracas (2000-2004 y 2004-2008), precedidos por su estancia en el otrora Congreso de la República de Venezuela, cuerpo legislativo en el que se desempeñó como diputado por el estado Zulia y presidente de la Cámara de Diputados (1999), hasta la entrada en vigencia de la unicameral Asamblea Nacional luego de celebrado el referéndum constituyente. Abogado de profesión, egresado de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), posee una Especialización en Derecho Económico por esa misma casa de estudios, a la que suma un postgrado en Derecho Tributario por la Universidad Central de Venezuela (UCV).

Católico por confesión religiosa y de profunda vocación mariana, para su renovada incursión en pos de la primera magistratura del país, en la que de ninguna manera estuvo exento el halo místico, Henrique Capriles dio inicio, el 16 de marzo de 2013, a lo que no titubeó en denominar una *lucha heroica, épica y espiritual*³⁵, atravesando la región andina con una visita al santuario de La Grita en el estado Táchira (*¿Qué mejor sitio para arrancar que desde La Grita, qué mejor sitio para arrancar que desde una tierra santa? Porque esto es una lucha santa*), seguida de una parada en el estado Mérida³⁶. En el transcurso de la etapa de la precampaña, su peregrinaje se ramificó por once entidades regionales, asumiendo el ciclo



(...) *el margen angosto de tiempo y la falta de recursos económicos obró a favor de la reconversión creativa, inclinando la balanza hacia los encuentros de calle del candidato con sus seguidores*



oficial de actos proselitistas el 2 de abril de 2013 en la ciudad de Maturín (estado Monagas), lo que significó un cambio con respecto al itinerario original que contemplaba la ciudad de Sabaneta de Barinas como enclave de arranque, dada la petición formulada por el Comando Simón Bolívar (CSB) del propio estado Barinas, en función de evitar la coincidencia en el terreno con el candidato oficialista, Nicolás Maduro, y sus simpatizantes.

Así las cosas, si bien se aspiraba a reeditar el esquema del *pueblo por pueblo* y el *casa por casa* que reportó sus buenos frutos con motivo de la pasada jornada comicial de octubre de 2012, lo cierto del caso es que el margen angosto de tiempo y la falta de recursos económicos obró a favor de la reconversión creativa, inclinando la balanza hacia los encuentros de calle del candidato con sus seguidores, replicados en *estrategia coral* merced las visitas simultáneas de integrantes y colaboradores del equipo de campaña (diversificación de la vocería) en otras localidades (multiplicación de los mensajes clave)³⁷, procurando convertir los mítines en eventos mediáticos.³⁸ Empero, en razón de los limitados (por no decir nulos) espacios de cobertura brindados a Henrique Capriles a través del Sistema Nacional de Medios Públicos, en últimas el canal de información continua *Globovision* (con señal abierta solo para las ciudades de Caracas y Valencia, complementada con transmisión vía cable y satélite para el resto del país), acabó por hacer las veces de estación oficial de su campaña, acompañada con medios impresos de alcance nacional y regional a los que el abanderado concedió numerosas entrevistas.

Por esta razón el énfasis otorgado a cada ciudadano, en tanto y en cuanto permitirle empoderarse del proceso de reclutamiento electoral y transformarse en un embajador de la *Alternativa democrática* utilizando las herramientas en sus manos, desde la interacción cotidiana *cara a cara* hasta la sofisticación tecnológica de las redes sociales³⁹. Esta iniciativa, de índole individual (*Yo soy movilizador/a*), cristalizó en clave colectiva sustentándose en los llamados *Comandos familiares Simón Bolívar*⁴⁰, una modalidad de organización política habilitada en cada casa y conformada por un mínimo de tres personas (Coordinador del comando familiar⁴¹, encargado de organización y logística⁴², y encargado de propaganda y publicidad⁴³), con el ánimo de convencer y sumar a la causa las voluntades de cuando menos treinta personas entre familiares, vecinos,



amigos, compañeros de trabajo y conocidos (fuesen no alineados, abstencionistas o abiertamente adversarios). Se ambicionaba, por ende, una suerte de versión mejorada del *1x10*, lo que implicó el levantamiento de bases de datos, la exhortación a sufragar antes y durante el día de las elecciones y, de ser necesario, el apoyo al elector para trasladarse hasta su centro de votación.

Subyacía en este movimiento el propósito de acercarse y aunar la conexión emocional con amplios sectores, perfilando la imagen de Henrique Capriles como *el presidente del futuro, de la unión, del encuentro, de la paz y de la tranquilidad*, idea básica recogida en el lema *Venezuela somos todos*, la cual, ondeando sobre el tricolor nacional, funcionó cual impronta de todas las piezas de campaña (gráfica, spots y piezas digitales)⁴⁴, pivotadas sobre las consignas de la inclusión y de la reconciliación nacional; en suma, la instauración de un gobierno para todos, ajeno a la violencia y la división⁴⁵, con el valor agregado de la eficiencia en la gestión (*dormir tranquilo, poder comer, tener recursos en el bolsillo*)⁴⁶.

No por casualidad, pues, la alusión en el discurso a los problemas de prolongada y sentida repercusión en el país, padecidos por la mayoría de la población, y en especial tratándose de los más humildes, en virtud de su matiz económico-social: inflación (el acumulado para el primer trimestre de 2013 se ubicó alrededor del 8%, sin que la política de ajuste de precios haya surtido efecto); desabastecimiento (los productos de la cesta básica merman con un índice promedio mensual del 20%); inseguridad (matan a una persona cada 1,6 horas); desempleo (su crecimiento responde al fortalecimiento del volumen de importaciones de bienes y servicios, que rozó los US\$ 50 mil millones en 2012); y la corrupción (Venezuela ocupó el puesto 165 de 174 en el índice de percepción de la corrupción que elaboró Transparencia Internacional para el año 2012)⁴⁷.

A todas luces, Henrique Capriles de cantó en su campaña por la construcción de una alternativa de país distinto y mejor⁴⁸, incluso retomando y potenciando aquellas obras legadas por el presidente Chávez que, pese a sus bondades, devinieron insuficientes o excluyentes (las misiones). Tales premisas fueron conjugadas en el programa de gobierno titulado *Plan nacional a largo plazo y una alianza política para su realización (2013-2019)*, el cual consignó ante el Consejo Nacional



A los fines de comunicar estas propuestas, además del uso de la publicidad masiva (de por sí muy restringida a causa de las exiguas fuentes de financiamiento), el Comando Simón Bolívar (CSB) dio amplia cabida a las herramientas de cuño digital para conseguir la proximidad del candidato con la gente

Electoral (CNE) al momento de inscribir su postulación presidencial. En el texto se plantea la restitución de la institucionalidad democrática y el fortalecimiento del Estado descentralizado, al amparo de un modelo de desarrollo que articule economía de mercado y políticas sociales⁴⁹ con arreglo a cinco ejes de acción:

- Educación: aumentar la inversión orientada a la reparación, el mantenimiento y la construcción de escuelas; desarrollar programas culturales que promuevan la creatividad y sean cónsonos con el avance tecnológico. La idea es instruir para la formación ciudadana y democrática.
 - Salud: desplegar programas de atención especial destinados a los menores entre dos y cinco años, los adolescentes y las mujeres embarazadas; mejorar el Sistema Público Nacional de Salud; ajustar las remuneraciones de los médicos y los enfermeros y enfermeras.
 - Seguridad: prevenir y sancionar el delito; combatir la violencia mediante el trabajo conjunto entre el Estado, los poderes públicos y la sociedad civil, apelando a la creación de los comités de seguridad vecinales en cada comunidad; materializar el desarme nacional⁵⁰.
 - Vivienda: establecer un sistema integrado de planificación territorial y urbana; aplicar una nueva política de desarrollo urbano y de vivienda; proteger y garantizar la propiedad.
 - Empleo: aumentar el salario mínimo al menos en 40% (para que ‘lo que ganes te alcance’); crear empleos de calidad a partir del trabajo mancomunado de los sectores público y privado; auspiciar condiciones de seguridad jurídica; estimular la inversión; incentivar la producción nacional y liquidar el reparto indiscriminado de recursos al extranjero. Adicionalmente, en la agenda de gestión, se estipulan medidas encaminadas a la reducción de la inflación a un solo dígito⁵¹.
- A los fines de comunicar estas propuestas, además del uso de la publicidad masiva (de por sí muy restringida a causa





de las exiguas fuentes de financiamiento), el Comando Simón Bolívar (CSB) dio amplia cabida a las herramientas de cuño digital para conseguir la proximidad del candidato con la gente y, al mismo tiempo, generar información (denuncias ciudadanas, mensajes de apoyo). En este sentido, se activó la página oficial de la campaña venezuelasomostodos.com (con noticias, galería de fotos, vídeos, biografía del aspirante y registro de datos), acompañada de la página concapristepropone.com para el acopio de planteos venidos desde los electores de cara al programa de gobierno.

De antemano, Henrique Capriles ya disponía de una cuenta en twitter a título personal, abierta en 2009 y a su entero manejo, que rondaba los 2,5 millones de seguidores para la época de la campaña. A este instrumento se añadió un repertorio de cuentas en Facebook (<https://es-es.facebook.com/HenriqueCaprilesRadonski>), YouTube (<http://www.youtube.com/channel/HCax5FIPqiypA>), Instagram, Soundcloud, Keek y Pinterest⁵²; amén de la plataforma de voluntariado *Actívate con Capriles*⁵³ sirviéndose de la página www.votacapriles.com, la dirección de correo electrónico votacapriles@voluntadpopular.com, sin descontar el e-mail muévete@comandosimonbolivar.com para el monitoreo del voluntariado y la instalación de los comandos familiares.

No pueden organizaciones civiles jugar a ser organizaciones políticas⁵⁴

Convidados a enumerar los rasgos que definieron el desenvolvimiento, aunque corto, de la campaña electoral con vistas al 14 de abril de 2013, indefectiblemente el primero a listar es la polémica, puesta de realce a lo interno del país, como era normal esperar, a tenor de los antecedentes de los procesos comiciales vividos durante los últimos catorce años para elegir al nuevo mandatario nacional. No obstante, para este episodio, tanto la atención como la resonancia mediáticas registradas a nivel internacional en nada fueron menores, traduciéndose incluso en la invitación extendida por la cadena informativa *CNN en Español* al candidato-presidente oficialista, Nicolás Maduro, y al abanderado por la Unidad Democrática, Henrique Capriles, para debatir en un foro presidencial a realizarse el jueves 4 de abril de 2013, desde las 7:00 p.m., en los estudios del canal de señal abierta *Venevisión*, con transmisión en vivo y directo a través de las mencionadas estaciones televisivas y

A estas quejas, rayanas en el abuso de poder, se adhirieron otras encuadradas en las limitaciones al accionar de la oposición (libre tránsito aéreo y terrestre para las movilizaciones del candidato Henrique Capriles en distintos estados, permisos y disponibilidad de espacios para la celebración de concentraciones)

radios afiliadas de Venezuela, de modo de garantizar una vasta difusión en el país y en Latinoamérica⁵⁵.

Aun cuando el evento suscitó entusiasmo entre simpatizantes y los que menos, al final no llegó a concretarse, como tampoco la entrevista ofrecida a Henrique Capriles por el canal público de televisión *Venezolana de Televisión (VTV)*, en la voz de su director para entonces, William Castillo, apenas transcurridos cuatro días de la protesta elevada por el director nacional del Comando Simón Bolívar (CSB), Carlos Ocariz, sobre la base de la preferencia observada en la citada estación de televisión por la divulgación de los discursos y demás actos de campaña (sin mencionar los de gobierno) de Nicolás Maduro, marginando la cobertura del aspirante opositor, cuando no ridiculizándolo⁵⁶. Otro tanto subrayó el directivo del CSB en lo que tildó una *ofensiva* por parte del ministro de Comunicación e Información, Ernesto Villegas, *para presionar y generar autocensura en los medios*, a lo que agregó la injerencia indebida de la presidenta de la Cámara de la Radiodifusión, Enza Carbone, en su pretensión de revisar todos los contenidos de las cuñas radiales, de suyo una atribución exclusiva del Poder Electoral⁵⁷.

He aquí siquiera un apéndice de las múltiples denuncias de parcialidad y ventajismo gubernamental que fueron expuestas ante el Consejo Nacional Electoral (CNE), fundadas en el doble rol desempeñado por Nicolás Maduro como presidente en funciones y candidato electoral, estatus susceptible de propiciar la filtra-

ción de recursos económicos del Estado para el financiamiento de sus actividades de proselitismo político y de propaganda (publicidad de radio y televisión, reproducción masiva del himno de la Patria, afiches y pendones), junto a la utilización de la infraestructura de entidades oficiales (edificios y vehículos), el control y la coacción sobre trabajadores estatales⁵⁸ (obligados a costear la campaña del abanderado⁵⁹ y/o a participar en los actos electorales, valiéndose de amenazas que comprometían su empleo⁶⁰), sin descontar la desviación de funciones de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana (FANB)⁶¹.

A estas quejas, rayanas en el abuso de poder, se adhirieron otras encuadradas en las limitaciones al accionar de la oposición (libre tránsito aéreo y terrestre para las movilizaciones del candidato Henrique Capriles en distintos estados, permisos y disponibilidad de espacios para la celebración de concentraciones), con el añadido de las sanciones impuestas por el Consejo Nacional Electoral (CNE), en la persona de su presidenta Tibisay Lucena, a organizaciones no gubernamentales (ONG) y asociaciones civiles, aduciendo la prohibición de hacer propaganda electoral conforme lo reseñado en el artículo 204, numeral 6 de la normativa del Poder Electoral. Fue este el caso de la organización *Mujeres por la libertad*, cuyos avisos, publicados en varios medios impresos de circulación nacional (*El Nacional*, *Tal Cual*, 2001 y *Últimas Noticias*), fueron suspendidos luego de la medida tomada por el máximo órgano comicial el 26 de marzo de 2013, la cual fue objetada por el también rector del CNE, Vicente Díaz, anteponiendo como crítica el silencio del ente frente al uso de las cadenas nacionales para hacer campaña en pro del candidato oficialista, y recalcando el hecho de que la amonestación se produjo en el período de la precampaña, el cual no está regulado⁶².

En medio de esta atmósfera algo enraizada, sumaron al cauce las expresiones de respaldo apuntaladas por personajes y organizaciones de ascendencia fuera de las fronteras venezolanas, entre los que se cuentan, por lo que concierne a la candidatura de Nicolás Maduro, el coordinador del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Venezuela, Niky Fabiancic, quien destacó los *logros* sociales alcanzados por el país en la última década, los cuales le llevaron a ubicarse en el puesto 71 del Índice de Desarrollo Humano, por encima de Brasil y Colombia. Mención aparte amerita la solidaridad

manifestada al candidato-presidente con motivo del X Encuentro de Intelectuales, Artistas y Luchadores Sociales en Defensa de la Humanidad, llevado a cabo entre el 25 y el 26 de marzo de 2013 en los espacios del Hotel Alba Caracas, en el que se reunieron alrededor de cien personalidades procedentes de diversas partes del mundo, pertenecientes a los ámbitos político, académico, de los movimientos sociales, así como escritores y artistas, con el objetivo de rendir homenaje a la memoria de Hugo Chávez y analizar el *Segundo plan socialista de la nación para el período 2013-2019*⁶³.

No obstante, preciso es reconocer que el más contundente de los espaldarazos al oficialismo provino del ex presidente brasileño Luiz Inácio Lula da Silva, merced un conmovedor vídeo presentado en el marco de una reunión especial del Comité Ejecutivo del Foro de Sao Paulo (celebrada en el Cuartel de la Montaña 4F), en el que “ratificó la labor del Comandante Chávez y reconoció el trabajo del entonces canciller Nicolás Maduro, para levantar la imagen de Venezuela y el brillo de la democracia en América Latina”⁶⁴.

Por el bando de la *Alternativa democrática*, hicieron lo propio el premio Nobel de Literatura, Mario Vargas Llosa, y el ex presidente uruguayo, Luis Alberto Lacalle, teniendo como escenario el seminario *América Latina: Desafíos y Oportunidades*, organizado por la Fundación Libertad de Rosario para celebrar su 25º aniversario. Al cobijo de esa instancia, Vargas Llosa, refiriéndose a Venezuela, calificó de “espectáculo verdaderamente lamentable” el exhibido por presidentes democráticos “que en sus países impulsan gobiernos democráticos y de economía abierta”, pero que en el plano internacional “apoyan regímenes populistas semi-dictatoriales, cuando no directamente dictaduras”. En sus conclusiones afirmó que “los países latinoamericanos que padecen dictadores sólo pueden contar consigo mismos porque los gobiernos democráticos les dan la espalda”⁶⁵.

A la postre, los primeros cien días de gobierno de Nicolás Maduro, contados a partir del 8 de diciembre de 2012, fueron presa de no pocas dificultades al compás de una devaluación de la moneda nacional, en la víspera del asueto de carnaval (viernes 8 de febrero de 2013), que alcanzó el orden del 32%, trasladando el tipo de cambio oficial de Bs 4,30 a Bs 6,30 por dólar. A ello le escoltó la que ha sido, hasta la fecha, la única actuación del Sistema Complementario de Administración



A la postre, los primeros cien días de gobierno de Nicolás Maduro, contados a partir del 8 de diciembre de 2012, fueron presa de no pocas dificultades al compás de una devaluación de la moneda nacional, en la víspera del asueto de carnaval

de Divisas (Sicad)⁶⁶, bajo cuya tutela, junto a la del Órgano Superior para la Optimización del Sistema Cambiario, fueron subastados cerca de US\$ 200 millones, desconociéndose el precio ganador en la puja (versiones extraoficiales lo colocan en Bs 14 por dólar, lo que duplica la tasa de cambio fijada por el Gobierno y equivaldría a una segunda devaluación), los montos adjudicados, y los nombres de los 383 agentes privados beneficiados (menos de 1% del universo total de empresas importadoras inscritas en el registro).

A todas estas, después de aquel miércoles 20 de marzo de 2013, próximo a las vacaciones de Semana Santa, no se volvió a saber de otra subasta, quizás para evitar el costo político que ello pudiera significar en términos de la buena marcha de la candidatura presidencial del PSUV; pese a ello, la escasez de medicinas, sobrevenida a raíz del racionamiento y el retraso en la entrega de divisas, no se hizo esperar, afectando seriamente a las personas aquejadas por diabetes, hipertensión, tiroides y otras enfermedades crónicas de alta morbilidad, sin olvidar a las personas de la tercera edad⁶⁷.

Precisamente, a estas problemáticas de gestión fue atribuido el acelerado descalabro verificado por el candidato Nicolás Maduro, quien después de despuntar en las encuestas con un 49,2% de las preferencias electorales a pocos días del deceso de Hugo Chávez (ateniéndose a los datos suministrados por la empresa Datanálisis), faltando dos semanas para las elecciones presidenciales perdió terreno frente a su rival, Henrique Capriles, estrechando la brecha a ocho puntos porcentuales (de conformidad con los resultados de la pesquisa conducida por la empresa Datin-

Corp, encargada por dirigentes del Partido Socialista Unido de Venezuela –PSUV– y divulgada por el diario ABC de España), dando cabida a la probabilidad de un resultado reñido.

A la luz de estos hallazgos, 67% de los electores depositaba muy bajos niveles de confianza en el abanderado oficialista, en especial cuando se le comparaba con la confianza que tenían en Hugo Chávez (tendencia registrada en 23% de los llamados *chavistas duros* y en 54% de los *chavistas moderados*). Esta debilidad se acentuaba llevada al plano del tratamiento de la información con relación a la enfermedad del desaparecido presidente Chávez; en esta línea, 64% de los consultados consideraba que el Gobierno no informó correctamente sobre el particular, mientras que 42% afirmó que las informaciones gubernamentales *no fueron fiables*⁶⁸.

En el ínterin, empezaron a acaecer incidentes poco favorables para la imagen del candidato-presidente, con notable repercusión sobre la intención de voto. Cítese a título ilustrativo la trasmisión en cadena nacional del acto de graduación de la segunda cohorte de médicos integrales comunitarios (MIC), en el que Nicolás Maduro entonó el himno nacional de Cuba, lo que suscitó un llamado del Secretario Ejecutivo de la Mesa de la Unidad (MUD), Ramón Guillermo Avelo, en defensa de la soberanía de Venezuela⁶⁹. Otro capítulo comportó la mofa hecha por el abanderado oficialista (a propósito de un mitin en el estado Anzoátegui), refiriéndose a su contrincante Henrique Capriles, de quien afirmó sufría mal de San Vito, imitando de seguidas el movimiento descontrolado de las personas que padecen esta enfermedad⁷⁰. Empero, la expresión menos afortunada del candidato Nicolás Maduro correspondió al día en que formalizó su postulación a la presidencia de la República ante el Consejo Nacional Electoral (CNE), en el que, dirigiéndose a la multitud que lo acompañaba, dijo *Yo sí tengo mujer. ¿Oyeron? Me gustan las mujeres y aquí la tengo*⁷¹, denotando un claro sesgo homofóbico en el afán de diferenciarse del aspirante por la Unidad Democrática, Henrique Capriles, quien es soltero.

Siguiendo esta tónica, una alusión discriminatoria hacia los niños con Síndrome de Down (*Crearé escuelas para niños mongólicos*), le fue achacada al candidato-presidente en el marco de la entrevista sostenida con el canal de señal abierta *Venevisión* el día del cierre de acciones de proselitismo político, aunque fue desmentida en cuestión de horas por

Jorge Rodríguez, jefe del Comando de Campaña “Hugo Chávez”, con el beneficio de la duda, puesto que nunca se mostró un vídeo que diera fe del hecho⁷². A pesar de este aparente cierre del capítulo, en una nota publicada por el Diario de Caracas con fecha del 13 de abril de 2013, se asevera que Nicolás Maduro sí se habría referido de manera peyorativa a los niños especiales cuando fue presidente de la Asamblea Nacional, reproduciéndose la información del diario El Nacional, del día 22 de junio de 2005, escrita por la periodista Laura Weffer y conservada en archivos⁷³.

En este recodo, tratándose justamente de los niños y los adolescentes, no se reparó en los cuestionamientos al Gobierno por incurrir en la violación de las leyes que protegen a este grupo etario de ser usado con fines propagandísticos, al tamiz de la noticia transmitida a través de la televisión pública en la que estudiantes de educación primaria defendían los logros de la revolución bolivariana, sobre todo una niña que, portando en sus manos una mini laptop Canaima, negaba a los televidentes que se les estuviese *lavando la mente*⁷⁴.

Con todo, la víspera del 14 de abril de 2013 fue testigo de la censura en el medio artístico cuando a la actriz Norkys Batista se le impidió presentar el monólogo *Orgasmos* en el Hotel Venetur Maremares de Puerto La Cruz, como consecuencia de la sentencia proferida por el ministro de Turismo, Alejandro Fleming, de que en esa cadena de hosterías no se presentaría ninguna persona que hubiese ofendido la memoria del presidente Hugo Chávez⁷⁵. Por esos días también un grupo de artistas anunció la creación de un nuevo sindicato de cine, teatro, radio y TV para brindarle seguridad social a la industria artística y cultural venezolana, exteriorizando su aval al candidato Nicolás Maduro⁷⁶. En el ambiente se coló la canción *Mentira fresca*, compuesta por el venezolano Rolando Padilla, interpretada por el salsero puertorriqueño Willie Colón, y compartida por el abanderado de la Unidad Democrática, Henrique Capriles, sirviéndose de su cuenta en la red social Twitter⁷⁷. En paralelo, el politólogo y militante del PSUV, Nicmer Evans, acudió a un gesto parecido desde su blog personal, pero para escribirle una carta abierta a Nicolás Maduro pidiéndole no sumar falsos revolucionarios a la causa⁷⁸.

Por de contado e inexorablemente, la historia avanzó la página para proclamar



(...) un grupo de artistas anunció la creación de un nuevo sindicato de cine, teatro, radio y TV para brindarle seguridad social a la industria artística y cultural venezolana, exteriorizando su aval al candidato Nicolás Maduro

a un vencedor... esa entrega de la película todavía queda por contar...

AGRIVALCA R. CANELÓN S.

Licenciada en Comunicación Social y Magíster en Comunicación Organizacional por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Coordinadora Académica y profesora del Postgrado en Comunicación Social de esa casa de estudios.

Notas

- Cítese a este respecto un extracto de la transcripción de la cadena nacional ofrecida por el presidente Chávez el sábado 8 de diciembre de 2012, desde el Palacio de Miraflores: “Y sobre todo para asumir el nuevo período para el cual fui electo por ustedes, por la gran mayoría de ustedes, si algo ocurriera, repito, que me inhabilitara de alguna manera, Nicolás Maduro no sólo en esa situación debe concluir como manda la Constitución, el período; sino que mi posición firme, plena como la luna llena, irrevocable, absoluta, total, es que —en ese escenario que obligaría a convocar como manda la Constitución de nuevo a elecciones presidenciales — ustedes elijan a Nicolás Maduro como Presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Yo se los pido desde mi corazón.” El texto completo puede ser consultado a través de la página web del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MinCI): <http://www.minci.ob.ve/>
- De acuerdo con lo reseñado en el artículo 231 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, inserto en el Título V “De la Organización del Poder Público Nacional”, Capítulo II “Del Poder Ejecutivo Nacional”, Sección Primera “Del Presidente o Presidenta de la República”: “El candidato elegido o candidata elegida tomará posesión del cargo de Presidente o Presidenta de la República el diez de enero del primer año de su período constitucional, mediante juramento ante la Asamblea Nacional. Si por cualquier motivo sobreviniera el Presidente o Presidenta de la República no pudiese tomar posesión

ante la Asamblea Nacional, lo hará ante el Tribunal Supremo de Justicia.”

- Reza en el artículo 233 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, inserto en el Título V “De la Organización del Poder Público Nacional”, Capítulo II “Del Poder Ejecutivo Nacional”, Sección Primera “Del Presidente o Presidenta de la República”, lo siguiente: “Serán faltas absolutas del Presidente o Presidenta de la República: la muerte, su renuncia, la destitución decretada por sentencia del Tribunal Supremo de Justicia, la incapacidad física o mental permanente certificada por una junta médica designada por el Tribunal Supremo de Justicia y con aprobación de la Asamblea Nacional, el abandono del cargo, declarado éste por la Asamblea Nacional, así como la revocatoria popular de su mandato. Cuando se produzca la falta absoluta del Presidente electo o Presidenta electa antes de tomar posesión, se procederá a una nueva elección universal, directa y secreta dentro de los treinta días consecutivos siguientes. Mientras se elige y toma posesión el nuevo Presidente o Presidenta, se encargará de la Presidencia de la República el Vicepresidente Ejecutivo o Vicepresidenta Ejecutiva. En los casos anteriores, el nuevo Presidente o Presidenta completará el período constitucional correspondiente. Si la falta absoluta se produce durante los dos últimos dos años del período constitucional, el Vicepresidente Ejecutivo o Vicepresidenta Ejecutiva asumirá la Presidencia de la República hasta completar el mismo.”
- “Elecciones en Venezuela, una desigual batalla”. 8 de abril de 2013. Disponible en: <http://monitoreociudadano.org/yomonitoreo/2013/04/elecciones-en-venezuela-una-desigual-batalla/>
- Para ofrecer al lector mayores elementos de juicio en relación con esta afirmación, baste traer a colación un extracto de las palabras enunciadas por Nicolás Maduro a propósito de su postulación ante el máximo órgano comicial: “Yo logré descifrar el alma de Hugo Chávez, el hombre, logré conocerla desde adentro. Yo puedo decirles cómo pensaba, qué quería, cómo sufría por su pueblo, cuáles eran sus proyectos y alegrías”. Ver “Maduro dice que él logró ‘descifrar’ el alma de Chávez”. Disponible en: http://www.diariolibre.com/latinoamerica/2013/03/11/i374818_maduro-dice-que-logro-descifrar-alma-chavez.html
- Palabras del presidente de la República (E) y candidato presidencial por el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), Nicolás Maduro, durante la XII Conferencia del Partido Comunista de Venezuela (PCV), celebrada el 10 de marzo de 2013.
- Biografía de Nicolás Maduro Moros. Disponible en: <http://www.nicolasmaduro.org.ve/biografia/>
- MONTANER, C. (2013, marzo 22): “El hombre de la Habana”. Disponible en: <http://www.elblogdemontaner.com/el-hombre-de-la-habana/>
- RAMÍREZ, O. (2013, marzo 31): “Maduro saca provecho del autobús”. Disponible en: <http://el-tiempo.com.ve/venezuela/politica/maduro-saca-provecho-del-autobus/85132>
- “Maduro en precampaña, conduciendo un autobús”. 14 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.diariolavoz.net/2013/03/14/maduro-en-precampaña-conduciendo-un-autobus/>
- DE LA CRUZ, A., y MARTÍNEZ, L. (2013, abril 9). “Venezuela: un líder social vs. el Estado-partido político”. Disponible en: <http://www.revis->

- taperspectiva.com/analisis/venezuela-un-lider-social-vs-el-estado-partido-politico
- 12 “Propuesta del Candidato de la Patria Comandante Hugo Chávez para la Gestión Bolivariana Socialista 2013-2019”. Disponible en: <http://blog.chavez.org.ve/>
- 13 CULSHAW, F. (2013, marzo 23): “Las estrategias de Capriles Radonski y Maduro para las elecciones del 14-A”. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/Noticias/Actualidad/Noticias/Las-estrategias-de-Capriles-Radonski-y-Maduro-para.aspx>
- 14 “Lanzarán micro-misiones para dar ‘seguimiento’ a proyectos”. 24 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/lanzaran-micro-misiones-para-dar-seguimiento-a-pro.aspx>
- 15 PACHECO, V. (2013, marzo 26). “Maduro obligado a encarar inseguridad en Venezuela”. Disponible en: <http://www.elnuevoherald.com/2013/03/25/1439667/maduro-obligado-a-encarar-inseguridad.html#storylink=cpy>.
- 16 “EFE: Capriles R. en lucha ‘épica’ y Maduro pide ayuda contra la violencia”. 24 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/efe-capriles-r-en-lucha-epica-y-maduro-pide-ayuda.aspx>
- 17 “Maduro activa Movimiento por la Paz y la Vida en Catia”. 1º de abril de 2013. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/130401/maduro-activa-movimiento-por-la-paz-y-la-vida-en-catia>
- 18 CAÑIZÁLEZ, A. (2013, marzo 24): “Corta y mediática”. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=83987&tipo=AVA>
- 19 De acuerdo con lo señalado en la nota rubricada por el periodista Ewald Scharfenberg, cabe destacar que, de esas veintinueve horas, casi cinco horas y media (342 minutos) correspondieron a transmisiones en cadena nacional de radio y televisión, siendo *Venezolana de Televisión (VTV)* fuente de la señal de los demás medios radioeléctricos oficiales. Véase SCHARFENBERG, E. (2013, marzo 24): “Capriles choca con el poder del chavismo”. Disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2013/03/24/actualidad/1364157970_946737.html
- 20 ESPINOZA, O. (2013, marzo 23): “Comando Simón Bolívar denuncia profundo desequilibrio en precampaña”. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/elecciones-2013/130323/comando-simon-bolivar-denuncia-profundo-desequilibrio-en-precampaña>.
- 21 “CNE no tiene excusa. Exigimos que termine el abuso: #denuncia14A @eleccion”. 14 de abril de 2013. Disponible en: <http://monitoreciudadano.org/yomonitorio/>
- 22 Por eso las referencias al *comandante eterno* o al *líder supremo*, cuando no al *Cristo redentor de los pobres*, dotado de poder para interceder a favor del nombramiento del primer Papa latinoamericano. Esta tónica subyace en las declaraciones del candidato-presidente (E), registradas el 18 de marzo de 2013, con motivo de una reunión sostenida con los jefes de movilización y logística del comando de campaña, en las que sentenció: “Nos declaramos apóstoles de Hugo Chávez, los apóstoles de la causa del comandante Chávez y vamos a cuidar su legado porque vamos a cuidar a nuestro pueblo. Nos vamos a convertir en los protectores de los electores. El comandante fue el reivindicador de Bolívar e hizo que volviera a nosotros al despertar la conciencia del pueblo”. Véase “Maduro: somos los apóstoles de Chávez”. 18 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/130318/maduro-somos-los-apostoles-de-chavez>.
- Suma a este cauce la aseveración de Nicolás Maduro, el día del lanzamiento de su campaña: “De repente entró un pajarito, chiquitico, y me dio tres vueltas acá arriba. Se paró en una viga de madera y empezó a silbar, un silbido bonito. Me lo quedé viendo y también le silbé, pues. ‘Si tú silbas, yo silbo’, y silbé. El pajarito me vio raro, ¿no? Silbó un ratico, me dio una vuelta y se fue y yo sentí el espíritu de él, de Hugo Chávez”. Ver “Chávez se me apareció en forma de pajarito y me bendijo: Maduro”. 2 de abril de 2013. Disponible en: http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12721087.html
- 23 “El enigma Maduro”. 15 de abril de 2013. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=84922&tipo=ESP&idcolumn=79>
- 24 MORAJO, J. (2013, abril 15): “‘Endorsement’ del más allá”. Disponible en: <http://sesiondecontrol.com/actualidad/internacional/venezuela/endorsement-del-mas-alla/>
- 25 La canción *Patria querida*, letra y música del compositor Heriberto Maluenga es, en realidad, el himno del Batallón Blindado *Bravos de Apure* acantonado en el estado Aragua. A continuación se proporciona al lector una transcripción completa de la letra, a los efectos de calibrar, en sosiego, su tremenda carga simbólica:
- Estrofa I:** Al rumor de clarines guerreros/Ocurre el blindado, ocurre veloz/Con celosos dragones de acero/Que guardan la Patria que el cielo nos dio.
- Coro:** Patria, Patria, Patria querida/Tuyo es mi cielo, tuyo es mi sol/Patria, Patria, tuya es mi vida, tuya es mi alma, tuyo es mi amor.
- Estrofa II:** Tiembla la tierra, vibra el espacio/cuando el blindado corre marcial/con su consigna de amar la patria/y su esperanza de honrarla más.
- Estrofa III:** Paso, Paso, Paso al blindado/Nada en la lucha lo detendrá/Si halla la muerte gana la gloria/Y con la gloria la eternidad.
- Estrofa IV:** Paso al blindado, nadie pretenda/Cambiar su ruta de integridad/Porque ha jurado vivir con honra/Y esta ni muerto la perderá.
- Coro:** Patria, Patria, Patria querida/Tuyo es mi cielo, tuyo es mi sol/Patria, Patria, tuya es mi vida, tuya es mi alma, tuyo es mi amor.
- 26 Ver *spot Maduro desde mi corazón*. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=uq4P-6WFTSU>
- 27 MORAJO, J. (2013, marzo 23): “Canción electoral de Nicolás Maduro – Un remix de los éxitos de Chávez.” Disponible en: <http://jingleelectoral.com/2013/03/22/cancion-electoral-de-nicolas-maduro-un-remix-de-los-exitos-de-chavez/>
- 28 No se escatimaron en el *website* del PSUV los recursos tradicionales (galería de fotos, vídeos, noticias, discursos), amén del apartado *PSUV en acción* para el registro del *1x10* en línea (cédula, teléfono celular, número de confirmación), o merced la descarga de la planilla de rigor en archivo PDF para ser entregada luego en la sala situacional del PSUV del respectivo municipio o estado.
- 29 BRICEÑO, C. (2013, marzo 17): “Nicolás Maduro inicia su ‘batalla digital’ con nueva cuenta en Twitter”. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/Noticias/Actualidad/Noticias/Nicolas-Maduro-inicia-su-batalla-digital-con-nue.aspx>.
- 30 “Tuiteros se pintan bigotes en apoyo a Maduro”. 20 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/tu-voto/noticiaselectorales/tuiteros-se-pintan-bigotes-en-apoyo-a-maduro.aspx>
- 31 “Y abajo llevo el difunto”. 1º de abril de 2013. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=84183&tipo=AVA>
- 32 MORENO, S. (2013, abril 5): “Rejuvenecen a Maduro para la campaña”. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/fotos---maduro-nuestro-causa-es-parte-de-la-camp.aspx>.
- 33 La frase corresponde al título del *post* escrito por el candidato de la Unidad Democrática, Henrique Capriles, en su blog personal, el día 7 de abril de 2013. Disponible en: <http://henriquecapriles.wordpress.com/2013/04/07/la-nuestra-es-una-lucha-epica/>
- 34 La expresión fue acuñada por Henrique Capriles en el marco de un texto de su autoría publicado en su blog personal el domingo 10 de marzo de 2013, día en el que aceptó la candidatura para medirse en la nueva elección presidencial por la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), y en la víspera de cumplirse la primera semana del fallecimiento del presidente Hugo Chávez. En el referido *post*, titulado “Un momento difícil”, analiza la situación del país y los retos que se perfilan en el horizonte para los ciudadanos, los líderes y las instituciones del Estado, consumada la muerte del primer mandatario: “El presidente Chávez y yo fuimos adversarios, nunca enemigos. Esto que quiero decir por esta vía lo digo desde el respeto y para todos los venezolanos, sin excepciones ni divisiones de ningún tipo. Debemos respetar las emociones, porque las emociones son parte de lo que nos define y de lo que nos permite expresarnos como seres humanos. Y este es un momento duro del cual nuestro país, de historia larga, debe salir adelante porque Venezuela sigue. Pero para eso nos necesita a todos.” Para mayores detalles, consultar el enlace: <http://henriquecapriles.wordpress.com/2013/03/10/un-momento-dificil/>
- 35 En procura de mayores señas, se recomienda la lectura del *post* titulado *La nuestra es una lucha épica*, publicado en el blog personal del candidato por la Unidad Democrática, Henrique Capriles, con fecha del 7 de abril de 2013. A los efectos ilustrativos, vaya un breve extracto: “Esta lucha que estamos llevando adelante junto al pueblo venezolano es contra los corruptos y los enchufados. Esta lucha es contra los abusos de un Estado que ha sido secuestrado por un partido político cuya dirigencia cada vez piensa menos en sus militantes y más en mantenerse atomillados en sus puestos. Esta lucha es contra los vicios de la política de quienes, cada vez que hay una elección, juegan con la esperanza del pueblo para engatusarlo. Ver *La nuestra es una lucha épica*. 7 de abril de 2013. Disponible en: <http://henriquecapriles.wordpress.com/2013/04/07/la-nuestra-es-una-lucha-epica/>
- 36 “Venezuela se lanza a la calle en una precampaña con acusaciones cruzadas”. 16 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/Noticias/Actualidad/Noticias/Venezuela-se-lanza-a-la-calle-en-una-precampaña-con-acusaciones-cruzadas>

- com.ve/Noticias/Actualidad/Noticias/Venezuela-se-lanza-a-la-calle-en-una-precampaña-co.aspx
- 37 De acuerdo con el director del Comando Simón Bolívar (CSB), Carlos Ocariz, hasta el 23 de marzo de 2013, vale decir ocho días después de haber comenzado su precampaña el candidato de la Unidad Democrática, Henrique Capriles, se habían “recolectado 54 mil 383 propuestas por Venezuela en más de mil 300 puntos Simón Bolívar (...)”, a la par que se había “contactado a más de 1 millón 234 mil personas en actividades de calle”. Para mayor información, consultar la nota *21 horas para Maduro*. 23 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=83966&tipo=AVA>
- 38 CAÑIZÁLEZ, A. (2013, marzo 24): “Corta y mediática”. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=83987&tipo=AVA>.
- 39 SÁNCHEZ, J. (2013, marzo 18): “El triunfo de Capriles pasa porque los ciudadanos pierdan el miedo”. Disponible en: <http://www.comunicacion-politica.com/2013/03/entrevista-con-el-consultor-politico.html?m=1>
- 40 “Nuestra propuesta no asusta ni amenaza: convoca, esperanza y fortalece los deseos de vivir mejor que tiene cada madre, cada hermano, cada vecino. Y si Nicolás y su combo deciden utilizar a las instituciones del Estado para su campaña, usando el dinero de los venezolanos para beneficiarse políticamente, nosotros usaremos la institución más sólida de nuestro país, la que nunca se equivoca: la familia. En la comunidad, en el trabajo, con el amigo. Cada miembro de las familias que quieren un mejor futuro convertido en un movilizador. Cada sueño de un venezolano convertido en una razón.”. Véase *La nuestra es una lucha épica*. 7 de abril de 2013. Disponible en: <http://henriquecapriles.wordpress.com/2013/04/07/la-nuestra-es-una-lucha-epica/>
- 41 El coordinador del comando familiar “es el responsable de administrar la planilla para llenar los datos de las 30 personas que han contactado. Una vez completada, debe enviarla al Comando Central. También velará por el trabajo de los encargados de logística y publicidad, y será el portavoz y el enlace con el Comando Central para cualquier duda o solicitud. Su acción más importante será contactar a cada persona del listado el día de la elección para saber si ya votó o si ha tenido alguna dificultad para hacerlo, y en la medida de sus posibilidades resolver el inconveniente o ponerse en contacto con el partido.” Ver Peytibi, X. (2013, abril 1). “Táctica ‘Mueve a 10 (1x10)’”. Disponible en: http://institutede comunicacionpolitica.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=504:t%C3%A1ctica-1x10&Itemid=55
- 42 El encargado de organización y logística “deberá verificar en la página web del Comité electoral cada una de las cédulas registradas en la planilla, para así informar a cada elector sobre el centro de votación que le corresponde el 14 de abril. Su rol más importante será conocer si en su listado hay personas que necesiten ayuda de algún tipo para ir a votar. De ser necesario, planificará una red de transporte para garantizar la participación de todos”. Ver Peytibi, op. cit.
- 43 El encargado de propaganda y publicidad “debe dar a conocer el tarjetón, imprimirlo y sacarle copia para difundir a cada una de las personas de su listado. Además, tiene la responsabilidad clave de instruir a más personas que puedan con-
- formar otro comando en cualquier urbanización, edificio o barrio del país. Estará encargado, además, de enviar esta información y explicar de forma clara esta iniciativa”. Ver Peytibi, ibídem.
- 44 Ver el spot *Capriles Radonski: ¡Venezuela somos todos!* Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=3TSt1P4XXg8>
- 45 “Voto por reconciliación”. 20 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=83836&tipo=AVA>.
- 46 Por lo regular, la eficiencia resultó ser uno de los escollos más difíciles de afrontar y resolver por parte de la administración del gobierno dirigido por Hugo Chávez. En ese orden de ideas, baste traer a colación algunos puntos de interés reseñados en la *Memoria y cuenta 2012 del Despacho de la Presidencia de la República*, en donde se señala la recepción de 578 instrucciones giradas por el jefe de Estado, cumpliéndose solamente 175 (apenas 30%), al cabo que el resto se mantuvo bajo el estatus de *iniciadas y en curso*, por ser *obras de gran envergadura en los ámbitos social, económico productivo y misiones especiales*. Cabe destacar que, según reza en el mismo documento, de las 578 órdenes, la mayor cuantía fue emitida por el presidente Chávez en actos públicos (358), difundiendo las demás ya fuese en los consejos de ministros (100), el programa dominical “Aló Presidente” (86) y la cuenta en Twitter @chavezcandanga (14). Un detalle muy llamativo lo constituye el hecho de que 208 instrucciones presidenciales fueron enunciadas durante la campaña para las elecciones de octubre 2012 (julio, agosto y septiembre). Por lo demás, en el informe de gestión del Ministerio del Despacho de la Presidencia de la República se admiten dos grandes obstáculos para alcanzar 70% de las asignaciones correspondientes al seguimiento de gestión, a saber: en primer lugar, “la debilidad en las políticas de atención y respuesta oportuna de los organismos e instituciones con competencia en la solución a las solicitudes, demandas y planteamientos”; y de segundas, “la debilidad en la continuidad de las articulaciones con la Vicepresidencia del Área Social para la atención de las solicitudes que el Pueblo dirige al Comandante Presidente y que se enmarcan en las Grandes Misiones Sociales”. Para ahondar en este asunto, consultar AYALA, D. (2013, marzo 26): “Órdenes desatendidas”. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=84051&tipo=AVA>
- 47 DE LA CRUZ y MARTÍNEZ. Op. cit.
- 48 ACUÑA, M. (2013, marzo 11): “La emoción definirá elección del 14-A”. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/la-emocion-definira-eleccion-del-14-a.aspx>
- 49 “Capriles: Maduro prende velas para que me retire de la contienda electoral”. 27 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/elecciones-2013/130327/capriles-maduro-prende-velas-para-que-me- retire-de-la-contienda-electo>
- 50 Coherente con esta línea maestra, la noche del 1° de abril, a pocas horas de la largada electoral, Henrique Capriles encabezó una caminata nocturna junto a los ciudadanos de Caracas (municipios Sucre y Chacao), replicada en otras entidades regionales del país, para tomar la calle y exigir más seguridad. Ver “Marcha por la seguridad”. 31 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=84165&tipo=AVA>. También puede accederse al spot promocional *Juntos sin miedo*, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=1CRws1s0EJw>
- 51 LOZADA, O. (2013, marzo 25): “Con nuevo programa”. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=83994&tipo=AVA>.
- 52 LECUMBERRÍ, B. (2013, marzo 30): “Venezuela: la campaña electoral se mudó a internet”. Disponible en: <http://america.infobae.com/notas/68939-Venezuela-la-batalla-electoral-se-mudo-a-las-redes-sociales>.
- 53 “Actívate con Capriles”. 22 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=83947&tipo=AVA>
- 54 Frase pronunciada por la presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE), Tibisay Lucena, a propósito de la sanción impuesta a la organización no gubernamental *Mujeres por la Libertad* el 26 de marzo de 2013. Véase LÓPEZ, A. (2013, marzo 26): “El ojo rojo del CNE”. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/nota/visor.aspx?id=84043&tipo=AVA>
- 55 “CNN reitera invitación a Maduro y Capriles R. para un debate televisado”. 25 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/cnn-reitera-invitation-a-maduro-y-capriles-r-para-asp>
- 56 Véanse las notas “VTV invita a Capriles Radonski a exponer su programa de Gobierno”. 27 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/Noticias/Actualidad/Noticias/VTV- invita-a-Capriles-Radonski-para-que-expongasu-asp> y “Villegas: Capriles no aceptó ser entrevistado en VTV”. 30 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/Noticias/Economia/Banca/Villegas-Capriles-no-acepto-ser-entrevistado-en-V.aspx>
- 57 “CSB contabiliza 342 minutos de cadenas a Maduro en 8 días”. 23 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/maduro-lleva-342-minutos-en-cadena-de-cara-al-14-a.aspx>.
- 58 De acuerdo con De la Cruz y Martínez, los empleados públicos venezolanos, entre el Gobierno central y los organismos descentralizados, representaban hacia finales de 2012, 19,5% del total de la población económicamente activa, o sea, 2 millones 440 mil 986 personas. Según estos cálculos, el Estado se aseguraba para el 14 de abril de 2013 una base electoral de 10 millones 392 mil 127 votos, equiparables a 54,97% del Registro Electoral Permanente (REP). Véase De la Cruz y Martínez, op. cit.
- 59 A los fines de financiar la campaña electoral del candidato Nicolás Maduro, entre el 18 de marzo y el 11 de abril fue organizada la jornada *Un día de salario por la revolución*, a través de la cual se invitó a los funcionarios de la Administración Pública a aportar un día de salario mediante la compra de un ticket para participar en la rifa por un microbús (premio mayor), motocicletas, combos de computadoras, combos de *Mi casa bien equipada* y *El moral de Chávez*. Véase “Combos de ‘mi casa bien equipada’ se rifarán en la campaña de Maduro”. 20 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/130320/combos-de-mi-casa-bien-equipada-se-rifaran-en-la-campana-de-maduro>
- 60 Algunas de las frases proselitistas contenidas en los comunicados emitidos por Petróleos de Venezuela C.A. (Pdvs), en los estados Anzoátegui

- y Zulia, fueron las siguientes: “Trabajadores de PDVSA estarán activados en la campaña de Maduro” o “Trabajadores ratifican apoyo al presidente Nicolás Maduro”. Por su parte, la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV), en el estado Táchira, también divulgó un comunicado institucional en el que se indicaba “trabajadores y trabajadoras de UBV del Táchira se pronuncian en apoyo a Nicolás Maduro”. Entretanto, los empleados de la Compañía Anónima Teléfonos de Venezuela (Cantv) protagonizaron una marcha hasta el Palacio de Miraflores el 25 de marzo de 2013, en respaldo a la gestión del presidente de la República (E), Nicolás Maduro, bajo la consigna *Aquí somos todos chavistas*. Véase “Venezuela: alertan por uso de fondos públicos para campaña oficial”. 27 de marzo de 2013. Disponible en: <http://america.infobae.com/notas/68743-Venezuela-alertan-por-uso-de-fondos-publicos-para-campana-oficial>
- 61 El diputado a la Asamblea Nacional y miembro del Comando Simón Bolívar (CSB), Alfonso Marquina, denunció el 31 de marzo de 2013 un supuesto plan, fraguado desde las instancias del Gobierno, con miras a instruir a efectivos de la Milicia Bolivariana y la Guardia del Pueblo para actuar como movilizadores de arrastre electoral a favor del candidato Nicolás Maduro el 14 de abril de 2013, día de la jornada comicial. Señaló que las órdenes estaban dirigidas al despliegue por todo el país de más de mil 500 motos, autobuses y automóviles del Comando Regional 5 para instar a los ciudadanos a votar por el abanderado oficialista. Asimismo, aseveró que el documento, entregado por militares activos al CSB, identifica a voceros y coordinadores del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), e inclusive ministros. Recordó que el ministro de la Defensa, Almirante Diego Molero Bellavia, hizo un llamado a votar por Nicolás Maduro y declaró que *le daría en la madre a todos los venezolanos que no estuvieran con el Gobierno*. Véase DE LA ROSA, A. (2013, marzo 31): “Denuncian supuestas operaciones de la FANB para beneficiar al PSUV el 14-A”. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/elecciones-2013/130331/denuncian-supuestas-operaciones-de-la-fanb-para-beneficiar-al-psuv-el-14-a>
- 62 La oportunidad fue propicia para que el rector Vicente Díaz se pronunciara en relación con otros casos que, a su juicio, encarnaron un fiel reflejo de proselitismo y propaganda política (razón por la cual atentaban contra el equilibrio electoral), sin que el CNE los considerara dignos de atención o de censura, como por ejemplo la repetición de la cadena de radio y televisión en la que el fallecido presidente Hugo Chávez pidió votar por Nicolás Maduro; amén de la declaración realizada por el ministro de la Defensa, Diego Molero Bellavia, en la que aseguró que haría lo necesario, junto a las FANB, para cumplir el orden del finado mandatario. Otro tanto acotó en lo atinente a la columna publicada el 25 de marzo de 2013 en varios diarios oficialistas, titulada “Un grano de maíz”, en la que se asestó un llamado al odio y a la violencia, asegurando que el 14-A eran unas *elecciones hijas del magnicidio forzadas por un crimen perpetrado por los asesinos de Chávez*, quienes hoy competían en la contienda electoral. También enseñó un documento que constituiría la *evidencia clara* de la petición de fondos para financiar la campaña de uno de los candidatos. Véase “Lucena y Díaz se enfrentan por la propaganda electoral”. 26 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/130326/lucena-y-diaz-se-enfrentan-por-la-propaganda-electoral>
- 63 En la actividad participaron representantes de los siguientes países: Cuba, Argentina, Paraguay, Uruguay, Perú, República Dominicana, Brasil, Colombia, EEUU, Canadá, Chile, Francia, Panamá, México, Honduras, Nicaragua, El Salvador, Haití, Italia, España, Bolivia, Ecuador, Puerto Rico, Costa Rica, Reino Unido, Australia, Guatemala, Belarús, Chipre, Senegal, Mozambique y Portugal. Véase “Intelectuales y artistas analizan Segundo Plan Socialista de la Nación”. 25 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.nicolasmaduro.org.ve/noticias/intelectuales-y-artistas-analizan-el-plan-de-la-patria/#.UXKg2SuIp0u>
- 64 La pieza se titula *Video de Lula: Maduro presidente es la Venezuela que Chávez siempre soñó*, y puede verse a través del enlace: <http://www.youtube.com/watch?v=wuUIURIUZ5M>
- 65 “Vargas Llosa contra los presidentes democráticos que apoyan dictaduras”. 11 de abril de 2013. Disponible en: <http://www.infobae.com/notas/705421-Vargas-Llosa-contra-los-presidentes-democraticos-que-apoyan-dictaduras.html>
- 66 “El Sicad consiste en un complejo sistema de subasta de divisas que se rige por el llamado método Vickrey. Al sistema solo pueden acceder empresas que demanden divisas para la importación y cumplan determinadas condiciones y requisitos administrativos (entre ellos la petición del certificado de no producción). Del promedio de los máximos y mínimos ofrecidos durante la puja, resulta un precio marcador del volumen total de divisas a la venta.” Véase SCHARFENBERG, E. (2013, marzo 29): “Venezuela efectúa una devaluación encubierta del bolívar en plena campaña”. Disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2013/03/29/actualidad/1364516033_298039.html
- 67 De acuerdo con lo notificado por la diputada de la Unidad Democrática, Dinorah Figuera, también escasearon medicamentos comunes como acetaminofén, antigripales, antiinflamatorios, antiangiolíticos, anticonvulsivos, analgésicos, anticonceptivos, algunas fórmulas de antibióticos y hasta el ácido fólico, utilizado por las embarazadas para prevenir malformaciones congénitas. Véase “Ni para remedio”. 24 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.talcualdigital.com/Nota/visor.aspx?id=83976&tipo=AVA>
- 68 BLASCO, E. (2013, abril 1°): “ABC: Maduro baja en las encuestas a dos semanas de las presidenciales”. Disponible en: <http://www.lapatilla.com/site/2013/04/01/abc-maduro-baja-en-las-encuestas-a-dos-semanas-de-las-presidenciales/>
- 69 DE LA ROSA, A. (2013, marzo 23): “Aveledo llamó a los venezolanos a defender la soberanía de Venezuela”. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/130323/aveledo-llamo-a-los-venezolanos-a-defender-la-soberania-de-venezuela>
- 70 “Ahora Maduro se burla de las personas que sufren ‘mal de San Vito’”. 21 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.lapatilla.com/site/2013/03/21/ahora-maduro-se-burla-de-las-personas-que-sufren-mal-de-san-vito-video/>
- 71 “Maduro besó a Cilia Flores: ‘Yo sí tengo mujer: ¿Oyeron?’”. 11 de marzo de 2013. Disponible en: <http://diariodecaracas.com/politica/el-beso-entre-nicolas-maduro-cilia-flores-postularse-la-presidencia>
- 72 “Jorge Rodríguez desmiente comentarios ofensivos de Nicolás Maduro a niños especiales”. 12 de abril de 2013. Disponible en: <http://www.lacalle.com.ve/home/nacionales/item/6654-este-jueves-el-jefe-del-comando-de-campa%C3%B1a-hugo-ch%C3%A1vez-jorge-rodr%C3%ADguez-desminti%C3%B3-que-nicol%C3%A1s-maduro-hiciera-comentarios-ofensivos-de-ni%C3%B1os-especiales-y-que-los-llamara-%E2%80%9Cni%C3%B1os-mong%C3%B3licos%E2%80%9D-y-acus%C3%B3-al-candidato-henrique-capriles-radonski-de-ser-%C3%A9l-qu.html>
- 73 “Afirman que Maduro sí llamó ‘mongólicos’ a niños especiales. 13 de abril de 2013. Disponible en: <http://diariodecaracas.com/politica/afirman-que-nicolas-maduro-si-llamo-mongolicos-ninos-especiales>
- 74 PERNALETE, J. (2013, marzo 20): “Niños venezolanos atacan a la oposición desde sus aulas”. Disponible en: <http://www.diariolasamericas.com/noticia/154254/ninos-venezolanos-atacan-a-la-oposicion-desde-sus-aulas>
- 75 OBELMEJÍAS, Y., y TASCA, L. (2013, marzo 26): “La censura toca puertas del espectáculo”. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/arte-y-entrenamiento/130326/la-censura-toca-puertas-del-espectaculo>
- 76 “Artistas crean sindicato de cine, teatro, radio y TV”. 22 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.notitarde.com/Espectaculos/Artistas-crean-sindicato-de-cine-teatro-radio-y-tv-2013/03/22/172964>
- 77 “Capriles: no dejen de escuchar la canción ‘Mentira fresca’”. 31 de marzo de 2013. Disponible en: <http://globovision.com/articulo/capriles-no-dejen-de-escuchar-la-cancion-de-mentira-fresca>
- 78 “Dejemos las sumas que no suman nada”. 31 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/evans-a-maduro-dejemos-las-sumas-que-no-suman-nada.aspx>

¿Una mayoría lo es solo para efectos electorales?

¿Cómo se construye la mayoría en democracia?

¿Cómo se construye, hoy por hoy, el espacio público para la deliberación democrática?

En esta época de crisis de los grandes relatos y de excesiva pragmatización ¿cómo construir los proyectos políticos?



Pensando en estas y en otras preguntas y en que para dar respuesta cabal, en nuestra época, es necesario ir de la comprensión a la explicación y no al revés, la Universidad Católica Andrés Bello, a través del Postgrado en Comunicación Social, y el Centro Gumilla a través de la Revista *Comunicación* ofrecen este libro que reúne los documentos del *Seminario La política venezolana y la construcción de las mayorías más allá de lo electoral*, junto con otros valiosos aportes de alto valor académico.

Disponible para la venta en:

Librería Pensum (UCAB/Montalbán) • *Distribuidora Estudios de La Castellana*
Centro Gumilla (Caracas) • *Centro Gumilla* (Barquisimeto)

EL 14-A a la luz de los estudios de investigación

Se trata de analizar cómo los estudios de opinión cumplieron su rol en la corta campaña electoral hasta llegar al 14-A. ¿Se equivocaron? No lo sabemos todavía, pero lo que sí vimos es que reflejaron la fotografía del momento y el mismo día de las elecciones los estudios de conteo rápido decían que cualquiera de los dos candidatos podría ser el ganador, igualmente que el margen sería muy estrecho. Ningún estudio arrojó un resultado concluyente.

■ FÉLIX SEIJAS RODRÍGUEZ

Cuando el pasado 9 de marzo el CNE anunció la fecha en la que se llevarían a cabo las elecciones presidenciales, quedaba claro que seríamos testigos de un proceso intenso y poco común en la historia reciente de Venezuela. La ausencia del gran líder del oficialismo y una campaña electoral muy corta presentaban retos importantes para las dos principales fuerzas políticas del país.

En cuestión de números, los estudios de opinión electoral cumplieron su rol abasteciendo de información útil a cada comando de campaña, apoyándolos de esta manera en el diseño y puesta en marcha de sus respectivas estrategias electorales. En un artículo publicado el sábado 13 de abril, así como en diversos *tuits*, comenté sobre los elementos que serían claves en el resultado de las elecciones y qué escenarios podríamos esperar. Estos elementos básicos eran cuatro: primero, la *tendencia* que la matriz de opinión electoral venía mostrando; segundo, el nivel y composición de la abstención que se produjese el día de las elecciones; tercero, la capacidad de *remolque* que en los dos comicios anteriores había mostrado el oficialismo; y por último, todos los *por menores* que podrían ocurrir durante ese domingo como parte de las estrategias que cada fracción pusiera en marcha.

Al inicio de las mediciones, la intención de voto mostraba una brecha superior al 25,0% a favor del candidato del oficialismo Nicolás Maduro. Sin embargo, el resto de las variables en estudio, junto con los resultados de los estudios cualitativos, indicaban dos aspectos que mostraban fragilidad en el apoyo a este candidato. Uno de los aspectos era el inicio de una transición de personas del *chavismo duro*

al *chavismo moderado* lo cual, si bien ya venía ocurriendo durante los últimos años de gestión de Hugo Chávez, se producía a un ritmo bastante lento y no con la rapidez que ahora se estaba observando. Por otra parte, era evidente que el soporte en votos del que gozaba Maduro estaba basado totalmente en la *esperanza* de que él diera continuidad al legado del expresidente, no solo preservando los beneficios que la gente sentía que Chávez les había otorgado, sino incrementándolos en calidad y cantidad. El problema consistía en que dentro de una parte importante del *chavismo moderado*, esta esperanza se mostraba débil; las dudas estaban presentes y se incrementaron de forma rápida en la medida en que Maduro se exponía a los medios. Esto originó un desprendimiento progresivo en la intención de voto del candidato del oficialismo que se trasladaba al rubro *no sabe*, mientras que la intención de voto hacia Capriles registraba su ascenso esperado, el mismo observado tanto para el 7-O como para el 16-D. Esta tendencia en la matriz de opinión era clara y sostenida, traducéndose en una disminución constante y acelerada de la brecha.

Salvo muy contados casos, las tendencias en lo electoral suelen estabilizarse dos semanas antes de unos comicios presidenciales, tal como sucedió para el 7-O. Sin embargo, en esta ocasión no sucedió así; para el momento de la última medición, cinco días antes de las elecciones, la matriz de opinión continuaba cambiando y la brecha reduciéndose para ubicarse el martes 9 de abril alrededor del 8,0%. Esto hacía pensar que la intención de voto estaría incluso más cercana para el domingo 14-A. ¿Cuánto? Solo podíamos especular al respecto.



(...) *la gran sorpresa del día la dieron las personas que, habiéndose desprendido del oficialismo, engrosaban el rubro ninguno, ya que alrededor del 60,0% de ellos finalmente acudieron a votar y lo hicieron por Capriles Radonski.*

Fíjense que hasta ahora hemos hablado de *intención de voto*, es decir, cómo se distribuye esa *intención* declarada por todas las personas inscritas en el Registro Electoral. Ahora bien, ¿quiénes de ellos irían a votar y quiénes no?; ése constituía el segundo aspecto a tomar en consideración. En condiciones normales, la abstención termina distribuyéndose de manera proporcional entre las diferentes tendencias políticas. Sin embargo, existían suficientes indicios para esperar que, en esta oportunidad, ése no fuese el escenario más factible, y es que ya en las elecciones presidenciales del 7-O se había registrado una abstención mayor dentro de las filas del oficialismo, la cual fue contrarrestada con la llamada *operación remolque*, que logró mantener constante el flujo de votantes oficialistas en horas de la tarde. En esta nueva elección, ante la ausencia del líder motivador del oficialismo y la débil confianza que hacia la figura de Maduro mostraba el sector moderado del chavismo, era lógico pensar que la abstención se concentraría de una manera más pronunciada en dicho sector. Si esto ocurría, podíamos esperar dos consecuencias: la primera, que la participación general se ubicara entre 70 y 75 por ciento, y la segunda, que la brecha final en votos pudiese ubicarse alrededor del 4,0%. Ahora bien, a esta ecuación había que añadirle la posibilidad de observar un nuevo operativo de remolque que ampliara la brecha, así como otros elementos que también comentamos en su oportunidad; aspectos tales como máquinas dañadas, entre otros factores, que pueden incidir en la votación final.

Todo lo que hasta ahora hemos comentado de manera muy general, nos hacía esperar desde una victoria oficialista con una brecha *respetable*, hasta un final ce-

rrado donde cada voto contaría de manera particular. Ahora bien, un resultado ajustado era factible ante una alta participación de la oposición y una muy baja participación del oficialismo. Ambas hipótesis eran posibles. El punto estaba en cuán grande sería la participación de la oposición y qué tan baja resultaría la del oficialismo.

Pues bien, ciertamente el oficialismo se abstuvo en una proporción mayor que la oposición, pero no en la magnitud esperada. Por su parte, la oposición mostró una participación bastante elevada, confirmando la alta motivación que logró generar en sus filas la corta, intensa y muy bien conducida campaña electoral. Sin embargo la gran sorpresa del día la dieron las personas que, habiéndose desprendido del oficialismo, engrosaban el rubro *ninguno*, ya que alrededor del 60,0% de ellos finalmente acudieron a votar y lo hicieron por Capriles Radonski. Este hecho aumentó el voto efectivo del candidato de la oposición en aproximadamente 5,0%, conduciendo a un resultado realmente ajustado y a una participación del 78,0%.

¿Hubo o no hubo remolque en esta ocasión? El *exit poll* conducido por Delphos el día de la elección no muestra claros indicios de que lo haya habido. Tanto el 7-O como el 16-D el efecto de estos operativos se leyeron claramente durante la tarde, en ambos casos incidiendo en la brecha en aproximadamente 3 o 4 por ciento hacia el oficialismo. En esta oportunidad, si el operativo se llevó a cabo, a juzgar por la evolución del *exit poll* el *remolque* salvó entonces al oficialismo de una catástrofe electoral mucho mayor de la que finalmente se registró.

Los buenos estudios orientan a los encargados de diseñar estrategias electorales. Al acercarse la fecha de los comicios, estos estudios pueden dar pistas de qué cosas podrían ocurrir, y en ciertos casos pueden mostrarnos de manera bastante clara quién puede resultar el vencedor. Para el 14-A era aventurado hacer algún tipo de afirmación acerca de este último punto. A menos de una semana de la elección teníamos una matriz aun en movimiento y una brecha reducién-

dose. Lo que sí estaba claro era que una victoria oficialista por un margen igual o superior al registrado el 7-O era poco factible, y que una victoria opositora por un amplio margen estaba fuera de alcance.

En diversas oportunidades me preguntaban si pensaba que a una semana de la elección la intención de voto ya estuviese nivelada. Mi respuesta fue siempre la misma: si faltando una semana para los comicios la intención de voto estuviese nivelada, tomando en cuenta la tendencia que mostraban tanto la matriz de opinión como la brecha en la intención de voto, pues entonces debíamos esperar que la oposición ganara por un margen amplio e indiscutible, lo cual sabíamos que era poco probable.

El *exit poll* del 14-A nos mostró un inicio del día con un amplio margen a favor del oficialismo, el cual se cerró rápidamente durante la mañana, para mantenerse a la baja, a un ritmo menor, durante la tarde. Al final del día el *exit poll* no era concluyente y lo único que podía afirmar era que el resultado, en cualquier caso, sería ajustado. Delphos no condujo ningún estudio de conteo rápido en la noche del 14-A, pero tuve acceso al resultado de dos que fueron realizados dicho día; ninguno de ellos arrojó un resultado concluyente.

¿Se debe realizar o no se debe llevar a cabo la auditoría solicitada por el Comando Nacional Simón Bolívar (CNSB)? Ante lo que mostraron los estudios de opinión, el *exit poll* del 14-A y los conteos rápidos, las dudas que del proceso electoral levantan las observaciones presentadas por el CNSB, parecieran indicar que lo más prudente es realizar la revisión en los términos que sean necesarios en aras de despejar toda incertidumbre ya que, al final de una actividad como esa, solo una cosa prevalecería: la verdad.

FÉLIX SEIJAS RODRÍGUEZ

Estadístico. Especialista en estudios de opinión pública. Profesor de pregrado y postgrado en la Universidad Central de Venezuela y en la Universidad Católica Andrés Bello. Director de la empresa Delphos.

MARQUES DE MELO: nuestro mentor y enlace continental



Un perfil del investigador brasileño, y latinoamericano, más importante de las décadas de los años setenta, ochenta y noventa. Un académico y un investigador a carta cabal de la comunicación en nuestra región, pero sin olvidar a su país. Es amigo de nuestra revista y solidario continental en tiempos críticos para América Latina. Aquí sigue estando entre nosotros José Marques de Melo y desde la revista nuestro reconocimiento y nuestro abrazo más fraterno.

■ **JESÚS MARÍA AGUIRRE**

1. Solidaridad continental en tiempos borrascosos

En aquellos tiempos en que los regímenes de seguridad del Cono Sur ahogaron la vida democrática e intelectual de Suramérica, Venezuela se convirtió en una especie de zona franca política. Con su relativa estabilidad política de signo más bien democrático y una bonanza económica debida al mercado petrolero, los brazos del país estuvieron abiertos a números profesionales, fueran asilados políticos o migrantes en situación precaria. En esas fechas el país acogió a figuras tan ilustres como el brasileño Darcy Ribeiro, el argentino Tomás Eloy Martínez, el chileno Andrés Gacitúa, el uruguayo Mario Kaplún, y otros muchos.

En tal coyuntura, siendo yo director del Centro de Comunicación Jesús María Pellín –organización asociada al Centro Gumilla de Venezuela–, y José Martínez de Toda, coordinador de los programas radiofónicos de Serpal, recibimos en el año 1980 la visita de los representantes de la Uclap y de la Unión Cristiano Brasileña, entre cuyos directivos estaban Clarenco Neotti, Ismar de Oliveira, y Marques de Melo.

Nuestra agenda estuvo conformada en torno a la ampliación de la organización de Uclap (Unión Católica Latinoamericana de Prensa) y las alianzas necesarias para responder desde la perspectiva cristiana a los regímenes opresivos del Cono Sur y a la represión de libertades fundamentales como la de asociación y expresión.

En la práctica, más allá de las relaciones institucionales visibles fue tejiéndose

una red tupida semiclandestina, ya que algunos intercambios pudieran ser sospechosos para los organismos represivos.

Así, una carta fechada en noviembre de 1981, sin remitente pues simplemente indica *Núcleo de correspondencia* y procedente de São Paulo, nos invita a participar en el Núcleo que “quer servir de canal para os movimentos populares divulgarem o material que produzem (boletim de fabrica, jornaizinhos, caderninhos, etc)”.

Por nuestra parte enviamos al Núcleo la serie de *Comunicación de Base*, que recogía nuestras herramientas de trabajo para los movimientos populares y las comunidades eclesiales de base.

Posteriormente esta agenda inicial fue ampliada en torno a la promoción de un nuevo orden informativo y comunicativo mundial (Nomic), que contó con un amplio respaldo del mismo gobierno venezolano, así como de instituciones académicas (Ininco, escuelas de comunicación social), centros de investigación y difusión (Centro Gumilla, Centro Pellín) y asociaciones gremiales (Colegio Nacional de Periodistas, Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa).

Estos primeros contactos, se extendieron más tarde al campo académico, especialmente a la investigación y a las redes latinoamericanas, y en esa trayectoria el lazo de unión ininterrumpido fue José Marques de Melo.

2. Intercambio intelectual fructífero

Si consideramos la evolución del pensamiento latinoamericano sobre comunicación de masas, veremos que sobre todo las figuras del venezolano Antonio Pasquali y



(...) esa visita de solidaridad de Marques de Melo y sus compañeros en medio de las dificultades políticas y comunicacionales, no solo contribuyó a estrechar lazos sino que germinó en un intercambio intelectual fructuoso brasileño-venezolano

del boliviano Luis Ramiro Beltrán copan la escena. Sin embargo, la proyección de estas dos figuras a través de los organismos nacionales e internacionales —especialmente la Unesco— no era suficiente para generar el tejido intersticial entre los países, sus investigadores y profesionales. Otro tanto ocurría con la irradiación de Paulo Freire, cuya primera influencia en el campo educativo se expandió más tardíamente al ámbito comunicacional. Mis primeros ensayos de “Teoría y praxis de la Comunicación horizontal” deben mucho a las reflexiones vertidas por Freire en “Extensión o Comunicación” (véase: n° 23 de *Cuadernos del Laboratorio Educativo*, colección Experiencias Alternativas, Caracas 1975).

Sin embargo, este influjo intelectual a través de las publicaciones no se encarnaba aún en lazos de cooperación intelectual o en procesos sistemáticos de comunicación e investigación, tal como ocurría en el área educativa. Por ejemplo, la dinámica que suscitó Celadec en el campo educativo apenas había trascendido al de la comunicación o a lo sumo se manifestaba integrado a los procesos posteriormente denominados de educocomunicación (véase: *Documentación y comunicación sobre comunicación popular de Celadec*, Lima, junio de 1979).

De ahí, pues, que puedo decir que esa visita de solidaridad de Marques de Melo y sus compañeros en medio de las dificultades políticas y comunicacionales, no solo contribuyó a estrechar lazos sino que germinó en un intercambio intelectual fructuoso brasileño-venezolano, basado en criterios compartidos desde las prácticas sociales de comunicación e investigación y alimentado por los canjes de las respectivas publicaciones.

Nuestra afiliación al campo crítico y alternativo de las comunicaciones facilitaba el cauce para compartir productos intelectuales y experiencias de acción comunicacional.

Así iniciamos, gracias a José Marques, la cooperación entre la revista venezolana *Comunicación. Estudios venezolanos* y la

brasileña *Comunicação & sociedade*, dirigida por él.

No es fortuito, pues, que en la revista *Comunicación. Estudios venezolanos* saliera publicado un artículo de José Marques, traducido por mí: “Prensa comunitaria en el Brasil”, y tomado de *Comunicação & sociedade* (dezembro de 1979, N°2) o que en el número de septiembre de 1981 de esta última revista aparezcan las firmas de Luis Ramiro Beltrán “Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal” y el de mi firma “Consciencia e formação crítica da consciencia de classe”, extraído del número doble 28-29 de la revista venezolana.

Estas primeras experiencias son sintomáticas de los tipos de interés compartidos en torno a temas generadores como la revisión crítica de los modelos de comunicación, la búsqueda de procesos alternativos con énfasis en la comunicación horizontal, el énfasis en la sensibilidad social que invitaba a los actores a participar en las transformaciones sociales y, en fin, a inspirar de sentido humanista y democrático los cambios que se auguraban. Posteriormente también la revista ha difundido ensayos de otros autores brasileños enriqueciendo el proceso de fertilización cruzada tan necesario en el continente.

3. Apoyo internacional y reforzamiento institucional

El nombramiento de Marques de Melo como presidente de Alaic supuso para nosotros un espaldarazo a nuestras líneas de trabajo investigativo y un apoyo institucional en el mapa latinoamericano pues

Venezuela, a pesar del protagonismo de algunos pioneros como Antonio Pasquali, Oswaldo Capriles, José Antonio Mayo-bre, quedó, si no estancada, al menos desdibujada ante la pujanza investigativa de México y Brasil, sobre todo a partir del proceso de democratización brasileño.

José Marques, en su condición de nuevo presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores para el trienio 1990-1992, se propuso sedimentar la comunidad latinoamericana de investigadores y a él debemos en gran parte la continuidad de la urdimbre tejida en la década anterior.

La crisis política venezolana de los 90 y el desmedro económico-social marcó un declive de los espacios académicos y de los centros de investigación con un debilitamiento de las asociaciones. Sin embargo, nunca nos sentimos postergados en esa etapa.

Ya en septiembre de 1989 fuimos convocados en Florianópolis 55 investigadores con el objeto de relanzar Alaic, fortaleciendo las asociaciones nacionales y promoviendo alianzas bilaterales o multilaterales. Como instrumento de enlace José Marques fundó el *Boletín ALAIC. Comunicación para América Latina*.

Los primeros números de ese boletín dan buena cuenta de ese proceso dinámico, en el que contribuimos con algunos aportes como el de la propuesta de la consolidación de “Red Iberoamericana de revistas: desafíos de Alaic” (Boletín, N° 2, marzo de 1990).

En esa oportunidad destacábamos la poca interrelación de los investigadores (a excepción de una élite), el bajo intercambio de información entre las revistas y la mínima incorporación de los resultados de la investigación en los procesos de formación académica. Como prueba aducíamos que en el índice onomástico de nuestro rastreo continental recogíamos apenas 39 investigadores y 13 instituciones latinoamericanas con producción significativa y visible en revistas (ver: *La ideología como mensaje y masaje*, Monte Avila Editores, 1980).

Treinta años después, en otro mapa semejante, el número de investigadores alcanza la cifra de 104 y el de revistas institucionalizadas 85 (ver: *Práctica y travesías de comunicación en América Latina*, Centro Gumilla, Caracas, 2010).

Estos datos son ilustrativos de la expansión cuantitativa, debida en primer lugar al crecimiento de las instituciones académicas y centros de investigación y, en segundo lugar, a las nuevas conexiones facilitadas por Internet, pero su coherencia y conectividad tiene que ver en gran parte a los mecanismos integradores, capaces de enuclear iniciativas dispersas y atomizadas.

El mencionado Boletín de Alaic, hoy transformado en revista; la construcción de la Red COMNET-AL con la función de intercambiar data entre las bases ya computarizadas con criterios homologables; el sostenimiento de los encuentros bianuales; las visitas del presidente de Alaic para dar continuidad a los lazos establecidos, fueron otros tantos dispositivos que se consolidaron durante la presidencia de José Marques al frente de Alaic.

Para corroborar el dato de las visitas de José Marques, quiero recordar el evento celebrado el 26 de abril de 1990. Con motivo de su estancia en Caracas, ya presidente de Alaic, y del 15º aniversario de la revista *Comunicación* que arribaba a su número 69, organizamos un foro en el que se hicieron presentes Antonio Pasquali, Elizabeth Safar, Oswaldo Capriles, Eleazar Díaz Rangel, José Ignacio Rey y Marcelino Bisbal entre otros.

Tras los saludos y presentaciones de rigor tomó la palabra José Marques y describió minuciosamente el estado de Alaic y de las asociaciones nacionales en el contexto internacional, pero particularmente quiero resaltar el reto que nos lanzó:

...somos pocos de América Latina, somos pocos de cada país y la separación que muchas veces tenemos por diferencias institucionales, metodológicas, teóricas o ideológicas, esas diferencias muchas veces nos han separado y han dificultado el avance de la disciplina en cuanto a actividad económica en el continente.

Estas palabras lanzadas como un reto y publicadas en el *Boletín de ALAIC* en noviembre de 1990 (Nº 3), han sido recogidas por el equipo de la revista *Comunicación. Estudios venezolanos*, y han sido transmitidas a través de tres generaciones de estudiosos durante estos últimos veinte años. Nuestra respuesta a ese llamado ha sido la publicación del estudio *Prácticas y travesías de Comunicación Social en América Latina* por parte del Centro Gumilla. En este momento en que la revista ha rebasado los 35 años y José Marques arriba a los 70, no nos queda sino agradecerle el impulso espiritual y la solidaridad que nos manifestó en todo momento. Desde Venezuela nuestro reconocimiento y nuestro abrazo.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Director de la Fundación Centro Gumilla.
Jefe de Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

REVISTA comunicación

● Miradas (1975-2012) ● Miradas

● Aulas

● Multimedia

● TV

www.gumilla.org

37 años

Una revista de comunicadores para comunicadores

CENTRO GUMILLA

TRABAJAR JUNTOS POR UN FIN COMÚN Y MEJORAR LA VIDA DE LOS VENEZOLANOS GENERA EL MEJOR DE LOS BALANCES BALANCE SOCIAL 1998-2012



	INVERSIÓN 2012	ACUMULADO 1998 - 2012
TOTAL INVERSIÓN SOCIAL	66.154.928	247.342.045
COMPROMISOS CONTRAÍDOS	5.550.000	5.550.000
TOTAL GENERAL INVERSIÓN SOCIAL		
MÁS COMPROMISOS CONTRAÍDOS	71.704.928	286.504.502

Cifras expresadas en bolívares

Directores

Juan Carlos Escotet Rodríguez	Miguel Ángel Marcano Carrea
Daisy Josefina Véliz Eulate	Olga Elena Marcano de Vaamonde
Flavel Castañeda de Ledanois	Oscar Doval García
María Josefina Fernández Maroño	Sergio Mateo Saggese Ciammino

Banesco nuevamente rinde cuenta de manera transparente a sus grupos de interés con la publicación del Balance Social 2012. Nos complace ser la primera institución venezolana en obtener la mayor calificación del Global Reporting Initiative (GRI) en nuestros reportes de Responsabilidad y Sostenibilidad, con el "A+GRI Checked" desde el 2009.

Las últimas cuartillas de SIMÓN ALBERTO CONSALVI [1927-2013]

Una estupenda crónica sobre un gran periodista, pero sobre todo un gran intelectual. Un testigo excepcional de varias épocas y momentos de la vida del país. No se trata de una despedida, sino más bien una manera de decirle ¡hasta luego amigo y querido Simón Alberto!

■ ALBINSON LINARES

Cesar es un arte. Desaparecer, irse en *fade out*, sumergirse en la bruma del discurso mediático y dejar una estela de juicios valiosos, preguntas vigentes y preocupaciones intelectuales, son caras aspiraciones para los hombres pensantes. Simón Alberto Consalvi cumplió a cabalidad buena parte de estas metas.

Nacido en los albores del siglo XX, en julio de 1927, creció en una aldea diminuta. Pasó sus primeros años en ese pueblito de un verdor delicioso, bañado en el frío de las cumbres merideñas que es Santa Cruz de Mora. En múltiples ocasiones lo escuché decir que tuvo una infancia feliz, donde correteaba por el espacio infinito de la finca *Cuba Libre* donde fue criado.

Le gustaba bañarse en el riachuelo que surcaba esas tierras y era buen jinete. Pasaba largas horas montando a pelo en los caballos que tenían sus padres. Desde muy pequeño la curiosidad insaciable lo llevó a convertirse en un lector desafiado por lo que salió de esas montañas, de ese Edén rural para solo volver de visita. Llevó consigo el frescor, el gusto por la pisca hirviente y los animales de granja y esa *dicción viciosa* de la gente del páramo que acompañó su verbo.

Como pocos vivió a plenitud las diversas fases del devenir histórico de la Venezuela del siglo pasado. Creció escuchando la épica lucha contra la dictadura de Juan Vicente Gómez por lo que no es de extrañar que durante el *Trienio revolucionario* dirigiera, con tan solo 19 años, el diario *Vanguardia* y la revista *Juventud* en

Táchira, para luego mudarse a Caracas donde empezó a cursar la carrera de Periodismo.

Desde diversas trincheras aportó ideas y acciones contra la dictadura perezjimenista al sumarse a la lucha clandestina, con Acción Democrática, que lo llevó al exilio en 1953. En sus estancias en La Habana y Nueva York vivió una *juventud magnífica*, según decía con picardía. Desarrolló una afición particular por los oradores y pensadores ingleses por lo que toda su vida frecuentó los ensayos de Moro, Hume, Pope, y el mismo Churchill a quien veneraba.

El acercamiento que tuvo con la generación de 1928 dejó una huella imborrable en su memoria. Los invocaba constantemente poniendo su lucha de hombres civiles como ejemplo para el futuro. Repetía con vehemencia que *la democracia no se dio de la noche a la mañana* y que muchos de esos jóvenes formados por Gallegos eran tan sólidos en su formación intelectual como en las acciones políticas:

Cuando uno lee los discursos de febrero del 28 ve que esa gente de 20 años tenía una gran madurez intelectual. No hay que olvidar que para pronunciar esos discursos con Gómez como presidente había que tener aparte de luces otros administrativos. Valentía o bolas bien puestas como se dice vulgarmente.

Oírlo evocar episodios como el asesinato de Leonardo Ruiz Pineda, o la lenta agonía de cáncer que sufrió Alberto Car-



Como buen periodista, decidió irse después de cubrir esa última noticia, de pensar algunas cuartillas y experimentar el cierre final de su escritura en este mundo.

nevali en la Penitenciaría de San Juan de los Morros, era estremecedor porque a Consalvi le encantaba cultivar la imagen de hombre duro y su voz se quebraba al recordar el martirio de estos líderes que murieron a los 37 años de edad.

Fue hombre de confianza de Betancourt, estuvo junto a Ramón J. Velásquez muy cerca del nacimiento de los gobiernos democráticos, fue diputado, ministro y como canciller venezolano se desempeñó sólidamente con una pasión calcinante por los asuntos de Estado. Allí quedan varios volúmenes titulados *Los papeles del canciller*, en los que da cuenta de su ejercicio y reflexiona sobre el oficio de la diplomacia, de la cual decía con sorna que *a punta de negociaciones y maquinaciones había salvado a la raza humana de la extinción atómica*.

Del largo ejercicio político que signó su vida y de tanto ver el ascenso y la caída de líderes, era frecuente que reflexionara:

Los políticos no son santos y tratan siempre de arrimar la sardina. Pero en política la mentira salta a la cara. La demagogia es un arma de doble filo, da con generosidad y quita para siempre cuando se miente y se hace uso (in) discrecional de sus recursos. Se puede ser un gran demagogo pero manteniéndose dentro de la verdad y no pensando que la demagogia permite multiplicar los panes, como Blakamán vendiendo milagros.

Sus ensayos históricos vertidos en libros como *Grover Cleveland y la controversia Venezuela-Gran Bretaña*; *Reflexiones sobre Venezuela*; *El carrusel de la historia*; *La guerra de los compadres: Castro vs. Gómez, Gómez vs. Castro* o *La revolución de octubre, 1945-1948: la primera república liberal democrática*, entre muchos otros, serán objeto de estudio por las generaciones venideras de investigadores. Pero puedo asegurar que en el área de las relaciones internacionales, de la tortuosa y compleja diplomacia vengo-



lana, siempre se encontrarán comentarios acertados, cavilaciones ácidas y las descripciones algo crueles de Consalvi.

Amante del buen uso del lenguaje y cultor de una retórica árida pero sabrosa, nunca dejó de analizar los códigos del poder:

Tengo la impresión de que el nombre de Bolívar es un denominador común en los discursos presidenciales del siglo XIX. Siempre pretendieron cobijarse bajo su manto o simplemente beneficiarse de su gloria. Al llamarlo Padre de la Patria automáticamente se convertían en hijos del grande hombre. No importaba la situación miserable del Estado, todo el tiempo pobre y endeudado, o las invocaciones a la paz muy hipócritas porque la culpa siempre era de los otros. De los malos hijos de la Patria. Ese tono plañidero y mediocre, más culpa fue de los tinterillos que de los caudillos.

Mención aparte merece su estupenda labor como gerente cultural fundando el Inciba y capitaneando hitos editoriales como Monte Ávila Editores; la Biblioteca Ayacucho, el proyecto de historia de las

ideas y mentalidades más complejo de América Latina; la revista *Imagen* y editoriales independientes como Tierra de Gracia, cuyos aportes perduran en el país.

Amigo de grandes conversadores, periodistas y escritores como Gabriel García Márquez, Mario Vargas Llosa, Plinio Apuleyo Mendoza, Álvaro Mutis, Miguel Otero Silva, Ludovico Silva y Adriano González León, coleccionaba recuerdos gratos y verdades desnudas que seguro están escritas en los amenos borradores de sus memorias.

Los que tuvimos la fortuna de escuchar su voz ronca, la risa ahogada de sus anécdotas y el ingenio que destilaba en las largas horas de la redacción de *El Nacional* somos afortunados porque Consalvi siempre reivindicó al periodismo como su primer oficio y pasión más duradera. No en vano fundó el diario *El Mundo* en 1958, dirigió prestigiosas revistas como *Élite*, *Momento*, *Bohemia* y fue columnista en *El Nacional*. Escucharlo debatir era hablar con el siglo, con la *petite histoire*, las anécdotas menudas, el relato entrelíneas que esa entelequia que damos en llamar *historia oficial* nos escamotea constantemente.

En su larga vida de 86 años, Consalvi vio desaparecer a muchos de sus afectos más íntimos, vivió la destrucción de su *Cuba Libre* cuando las lluvias arrasaron con Santa Cruz de Mora, sufrió los cambios drásticos de la democracia que ayudó a fundar y vivió el último gran suceso histórico del país con la muerte de Hugo Chávez, ese fenómeno político al que le dedicó centenares de líneas y juicios críticos. Como buen periodista, decidió irse después de cubrir esa última noticia, de pensar algunas cuartillas y experimentar el cierre final de su escritura en este mundo.

ALBINSON LINARES

Periodista de la Cadena Capriles.

Nota: *Crónica escrita para el portal Prodavinci.*

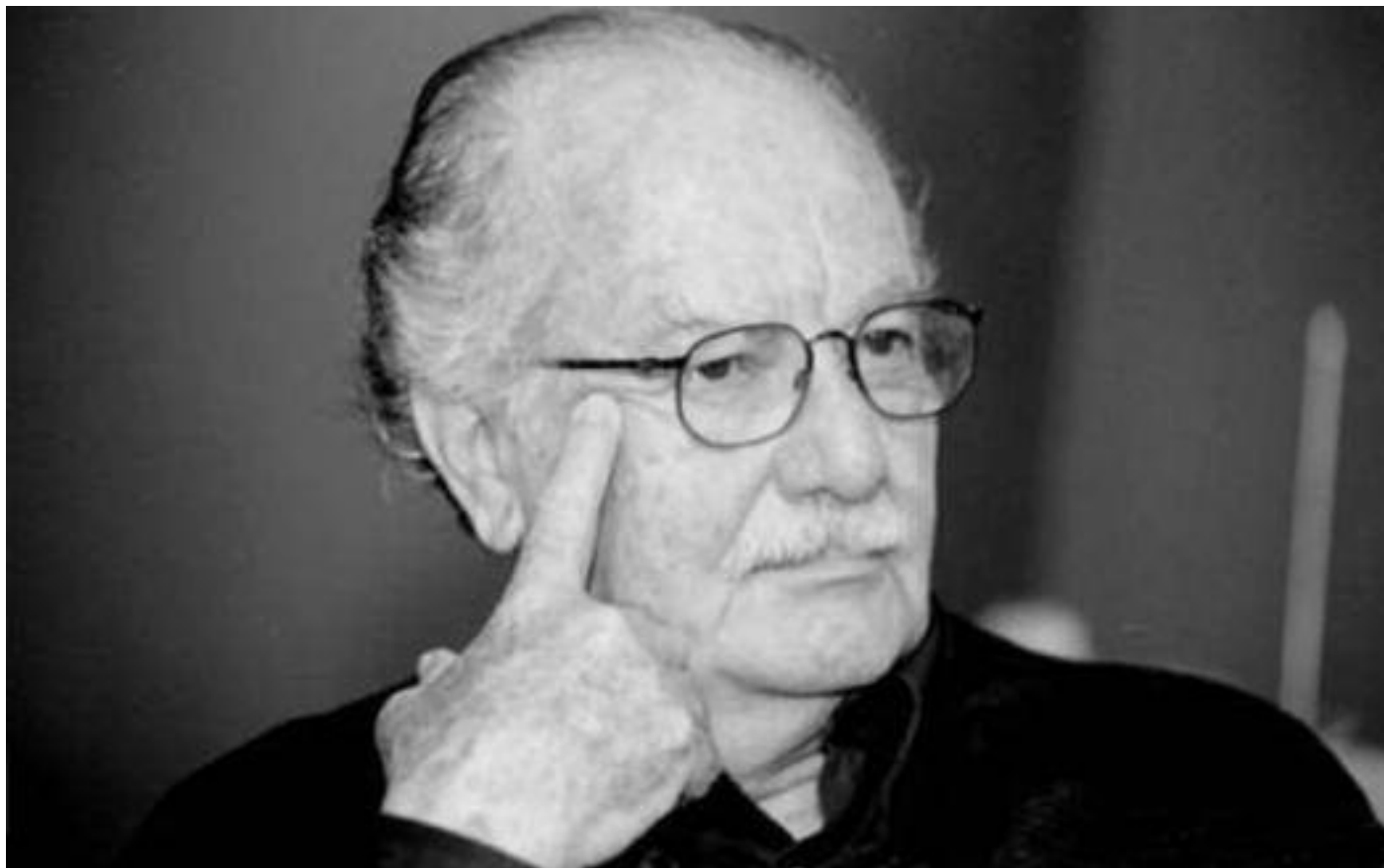


FOTO: ARCHIVO EL UNIVERSAL

Fue perseguido por Marcos Pérez Jiménez, pasó tres años en la cárcel de Guasina, fue obligado a exiliarse en el exterior, padeció del acoso en Cuba y salió ileso moralmente después de más de cincuenta años de ejercicio del poder. Diputado, embajador, canciller, director de la OCI, fundador del Inciba, ministro de la Secretaría de la Presidencia, ministro del Interior y Presidente encargado, Simón Alberto Consalvi es ni más ni menos un hombre de Estado. Pero también es periodista. Quizá el más precoz de los periodistas andinos pues llegó a ser director de un diario a los 19 años de edad; fundó y dirigió al menos una decena de periódicos, revistas y publicaciones; y fue reportero de un diario caraqueño durante los difíciles comienzos de la dictadura perejimenista. Entonces también es un forjador de la libertad de expresión.

■ **MARÍA EUGENIA MORALES • MARÍA BELÉN OTERO**

SIMÓN ALBERTO CONSALVI

Un sobreviviente –la última entrevista–

Desde la ventana de la oficina de Simón Alberto Consalvi en *El Nacional* no se ve el cielo, no se ven árboles, tampoco la fachada de algún edificio vecino. Desde esta ventana se ve una inmensa máquina color naranja donde se leen unas siglas: WIFAG OF7, que identifican a la moderna rotativa del periódico.

Está encendida y metros infinitos de papel impreso se deslizan a toda velocidad frente a esta ventana. Como si el escenario hubiera sido creado para este encuentro, como una paradoja, el ruido de la rotativa acompaña y al mismo tiempo parece dar ritmo a la conversación con el periodista.

“Una noche del año 1957 caminaba yo por la calles de La Habana Vieja y me detuve a ver los libros expuestos en la vitrina de una librería, cuando de pronto ¡estallaron los vidrios, estallaron los libros! La confusión fue terrible, recuerda Simón Alberto Consalvi. Corrí y me metí debajo de unos carros que estaban ahí. Es que en La Habana en ese año estallaba una bomba en una esquina y a los cinco minutos estallaba otra en la siguiente esquina, y así era, como un reloj que iba dando las horas, una bomba en cada esquina iba estallando”, era la Revolución Cubana que cada vez estaba más cerca de tomar el poder.

Esas encrucijadas de la historia hicieron de Cuba una escala fundamental en muchas de las etapas de la vida de SAC, quien siempre tiene a la distancia de un brazo un buen habano.

Cuba Libre era el nombre de la finca donde, 28 años antes del episodio en La Habana Vieja, nació Simón Alberto Con-

salvi: “Mi infancia transcurrió en una finca muy pequeña, minúscula, que se llamaba así porque mi abuelo, un corso llegado a Venezuela a finales del siglo XIX, y probablemente como solidaridad con Cuba por la guerra de independencia que libraba ese país contra los Estados Unidos, le puso ese nombre. Yo me crié durante los primeros diez años ahí”, en esa finquita encallada en un pueblito llamado Santa Cruz de Mora, al suroeste del estado Mérida.

Pero a los diez años, Consalvi no tenía ni idea de cuánto significado cobraría para su propia vida aquel nombre que probablemente, tallado en una madera, colgaba en alguna cerca o portón en la entrada de la propiedad familiar. Eso llegaría mucho después.

Las bases del humanista

Se considera a sí mismo como *un campesino arrepentido de haber dejado el campo*. Esa nostalgia de su espacio vital lo acompañará desde siempre, pues hoy recuerda cómo, a la corta edad de siete años sus padres lo enviaron al Colegio San José de Mérida, dirigido por los Hermanos Jesuitas, en donde lo llamaban *El Llorón*, porque *nunca me reconcilié con el internado, y siempre sentía mucha nostalgia de la casa*. A los once años se fue a estudiar en La Grita al *Colegio Kermaría* dirigido por Hermanos Eudistas, “con quienes completé una formación, no religiosa, pero cercana a la religión. Eran muy estrictos –recuerda– todos los días debíamos llevar aprendido de memoria un soneto, imagínate ¡qué cosa tan maravillosa! Yo siento una gran nostalgia de esa

** Esta fue la última entrevista que concediera Simón Alberto Consalvi como parte de un ejercicio de aula para el Programa de Estudios Avanzados en Periodismo de la Universidad Católica Andrés Bello. La misma fue publicada en el libro colectivo Trincheras de papel. Editado por la UCAB y Libros de El Nacional en 2008.*

educación humanística y hoy en la distancia a uno casi le parece que aquello era mentira”.

Pero la base religiosa y espiritual no logró contener la inquietud política que se agitaba en aquel joven andino de padres italianos. Para cuando tenía 16 años se fue a vivir en Tovar y comenzó a estudiar en el colegio *Simón Bolívar*, por cuyas aulas pasaron también el expresidente Isaías Medina Angarita, el periodista Carlos Rangel Lamus, el historiador Ramón J. Velásquez, los políticos Leonardo Ruiz Pineda y Domingo Alberto Rangel, y el escritor Orlando Araujo, entre muchos otros andinos ilustres.

“Comencé a escribir en la revista del liceo que se llamaba *Juventud*. En el comité de redacción estábamos Orlando Araujo y yo. Luego me inicié como colaborador del diario *La Vanguardia* de San Cristóbal me vinculé con sus propietarios y ellos, en un momento de crisis, optaron por mí” dice en un tono que es una mezcla de orgullo, picardía y resignación. A los 19 años Consalvi estudiaba en el colegio *Simón Bolívar* y ya dirigía un diario de San Cristóbal.

¿Acaso podemos imaginar cómo se veía aquel joven en quien confiaron la dirección de un diario tan influyente, en esa capital tachirense de tardes frías y noches silenciosas? Nos viene a la mente una imagen en color sepia, porque para esos años no existían las fotos a color: un rostro muy blanco de rasgos muy europeos, cabello castaño claro, trajeado de oscuro casimir, un bigote corto al borde del labio superior, y unos anteojos de carey, obligatorios para superar la miopía temprana que lo acosaba.

Una salida diplomática

En 1946 los dueños de *La Vanguardia* le dan a su novel director una beca para que viaje a Caracas y estudie periodismo en la recién creada escuela de la Universidad Central de Venezuela. “*Vanguardia* tenía una línea política más sectaria que *Fronteras* —el diario de la competencia y que era dirigido en aquel entonces por el influyente Leonardo Ruiz Pineda— y hoy en día creo que esas posiciones estorbaban los arreglos que Ruiz Pineda estaba llevando a cabo con gente muy difícil y muy sensible en la política del Táchira”.

Consalvi trae a la mesa recuerdos remotos con una precisión como si hubieran ocurrido apenas ayer: “La oposición era muy fuerte en aquella época y estaba dirigida sobre todo por la Iglesia católica. En



“(...) todos los días debíamos llevar aprendido de memoria un soneto, imagínate ¡qué cosa tan maravillosa! Yo siento una gran nostalgia de esa educación humanística y hoy en la distancia a uno casi le parece que aquello era mentira”.

un momento dado Ruiz Pineda estaba hablando con monseñor Domingo Roa Pérez, y el diálogo fue de tal naturaleza que Roa terminó diciéndole ‘nosotros no estaremos tranquilos hasta que no nos sentemos en esas butacas forradas con el cuero suyo’. Ese era el tono de la política en esa época. Entonces influyó un poco la línea que tenía *Vanguardia* para que a mí, diplomáticamente, me dieran la beca en Caracas. ¡¡Un boleto de ida sin retorno!! (risas). Esa es la verdadera historia de por qué me dieron la beca.”

La Revolución de Octubre nos cambió la vida

Al llegar a Caracas, busca posada en La Pastora y desde allí comienza a relacionarse con las personalidades de la política y el periodismo mientras estudiaba en la UCV. Formó parte de la primera promoción de Periodistas Profesionales (así dice el título) que para aquel entonces se obtenía en dos años. Algunos de sus compañeros de clase también son forjadores del periodismo venezolano contemporáneo: Miguel Otero Silva, Sofía Imber, Oscar Guaramato, María Teresa Castillo, y Francia Natera, entre otros.

“Yo me vine a Caracas en el 46, ya la Revolución de Octubre había alterado nuestras vidas, había puesto al país patas arriba, dio inicio a una vorágine y nuestras vidas comenzaron a tomar rumbos que no estaban previstos, abrió una cantidad de puertas que no estaban previstas”, nos dice como si estuviera recogiendo sus pasos, ocultando el tono de su voz detrás del constante traqueteo de la rotativa detrás de la ventana. Como si recordara a los caídos y no quisiera perturbarlos con su recuerdo y evocación.

Ya instalado en Caracas le tocó comenzar de nuevo: de ser director de un periódico en San Cristóbal, entró a *El País* como corrector de pruebas. Menuda sacudida, pero el joven periodista, hoy en día editor adjunto de *El Nacional*, se le sale la risa y convierte lo que pudo ser un golpe al ego profesional en una anécdota graciosa y magistral. *He hecho un recorrido por toda la profesión.*

Es entonces cuando llega el momento de la politización definitiva, pues aunque reconoce que ya tenía cierta actividad política en Los Andes, aclara que “era algo muy discreto, muy moderado, la verdad es que la actividad política para mí comienza en la clandestinidad a partir del año 48 y no antes, aunque yo tenía mi filiación con Acción Democrática, no estaba involucrado en la vida partidista, que nunca me gustó”.

Para el año 48 ya no estaba en *El País* sino en *La Esfera* como reportero de calle: “Fue una etapa muy difícil. Ese fue el año cuando me politicé a fondo, igual que le pasó a casi todos los jóvenes de la época, como lo relata Jesús Sanoja Hernández en su libro maravilloso *De Golpes y Revoluciones*. Ahí no nos quedó otra alternativa, ya para nosotros la política comenzó a ser, no la primera prioridad, sino la única prioridad...” y se le nota por el énfasis de su voz, porque se le afina la mirada y se cierra al mundo que lo rodea en este momento. El celular replica y simplemente lo apaga.

Las palabras emergen estremecidas por las heridas del cuerpo y del alma que dejó la persecución política y la censura en los años de la dictadura: “comenzamos a llevar la doble vida de la clandestinidad. Yo me convertí en el chofer del secretario general de Acción Democrática y perseguido del nuevo régimen, Leonardo Ruiz Pineda. Era una cosa muy riesgosa que requería de una gran confianza porque en los automóviles era donde se llevaban a cabo las entrevistas de ellos y entonces uno se enteraba absolutamente de todo”.

La rotativa sigue encendida. Solo que ahora parece prestar más atención a la conversación que se lleva aquí adentro. A tal punto parece atender al diálogo que baja el volumen hasta casi apagarse en momentos precisos. Como este.

—¿Cómo fue vivir en la clandestinidad?

—Es vivir en medio del terror y del miedo. La vida en la clandestinidad fue una cuestión bastante azarosa sobre todo al final cuando ellos (el gobierno) nos tenían infiltrados. Era terrible porque uno

no sabía quién lo estaba vendiendo a uno. Se nos hizo muy estrecho el contacto con la calle. Las cosas se pusieron tan difíciles que ya uno no tenía en donde esconderse. Cuando matan a Ruiz Pineda (21 de octubre de 1952) comienza la guerra a muerte. La gente ya no nos quería dar escondite, teníamos que alquilar casas a nombre de otras personas. La última casa la alquilamos en los Palos Grandes y la Seguridad Nacional agarró y torturó al dueño. Ahí vivíamos Antonio Pinto Salinas, Rigoberto Henríquez y yo. Un día nos delataron, nos agarraron a Rigoberto y a mí porque la noche anterior Pinto Salinas se había ido, y resulta que lo asesinaron en Pariaguán (24 de febrero de 1953).

Infame reclusión

Parece inverosímil, pero este hombre de apariencia tranquila, de voz apacible y de ideas tan firmes pasó tres años metido en una de las cárceles del régimen peregimista: la cárcel de Guasina en el estado Bolívar. La periodista Milagros Socorro no duda en advertir que “ahí donde lo ves, es un duro. Tiene fama de haberse mantenido muy entero ante la brutal tortura a la que fue sometido en las cárceles de Pérez Jiménez”.

En el libro *Ramón J. Velásquez. La historia y sus historias*, Consalvi transmite el abanico de sensaciones que se puede experimentar en una prisión, pero al mismo tiempo su lenguaje es tan sereno y directo que la aproximación es como si viéramos la historia transcurrir dentro de una caja de vidrio. Como si estuviéramos a salvo de todo aquello solamente hasta que decidamos golpear fuerte los cristales:

...Luego de la muerte de Leonardo Ruiz Pineda y del fraude electoral de 1952, el cerco se estrecha y ya no hay (no podrá haber) actividad intelectual posible, ni referencias indirectas a todo lo prohibido. Ya Ramón J. Velásquez había tomado el único camino posible: el trabajo clandestino, el *Libro Negro* (Venezuela bajo el signo del terror), ‘libromito, leyenda que se salía de la historia común de los libros’, como dijo José Vicente Abreu, la relación con Ruiz Pineda, la conspiración. Los años de cárcel en Ciudad Bolívar fueron el desenlace de esta historia, hasta que cae la dictadura.

Figura curiosamente entre quienes cobran la libertad veinticuatro horas después de la fuga del dictador. En la cárcel es uno entre mil. Conversa, lee, dialoga,



Escribí en Bohemia cosa que solamente lograron Rómulo Gallegos, Rómulo Betancourt y Andrés Eloy Blanco ¡y yo, imagínate, yo metido en ese trío!”. Y suelta la risa, como un niño feliz luego de consumir una travesura.

enseña. Lo han llevado a la cárcel de Guayana acusado nada más y nada menos que de ‘magnicidio’ de pretender tramar contra la vida del dictador, lo cual, de haber sido cierto no hubiera podido calificarse exactamente de magnicidio. Entre sus innumerables compañeros (y cómplices) estaba José Gerbasi, el más pacífico de los venezolanos y, entre sus contertulios el Arzobispo de Ciudad Bolívar, Monseñor Juan José Bernal, quien les daba alguna noticia del mundo de los vivos, apelando a ingeniosas metáforas bíblicas cuando algún domingo iba a decirles misa a los presos. Chepino Gerbasi, entretanto, se comunicaba con un panadero napolitano cantando supuestas óperas en italiano. Estas anécdotas pueden dar una idea del aislamiento en aquella inolvidable y sórdida Cárcel del Orinoco, donde tantos pagamos por tan poco. (Caracas, 1981)

Sin embargo ahora, cuando le preguntamos sobre el tema, no se refiere al temido *rin*, ni a los choques de electricidad, ni a las torturas psicológicas, tampoco habla de la comunicación en claves con el exterior. Consalvi recuerda, sin alterarse, una de las cosas que más le marcó: “Fue terrible, nosotros estuvimos tres años en la cárcel. El primer año éramos un grupo muy pequeño, 15 o 20. Luis Miquilena estaba en ese grupo. Nos tenían aparte. Pero al año de estar ahí, hubo una conspiración militar y mandaron a un grupo muy grande de militares para donde estábamos nosotros y a nosotros nos metieron con los otros presos. Tuvimos que hacer un régimen de cooperativas, el que recibía dinero compraba la comida que era tan infame... Teníamos que lavar los espaguetis para poder comerlos, quitarles el cebo, eran malolientes, teníamos que lavarlos, en-

tonces le echábamos una lata de diablitos para los 15... Fue muy difícil, porque había mucha hambre, mucha pobreza, porque la comida era infame”.

Exilio en Cuba

Relata que un día cualquiera lo sacaron de la cárcel, lo pusieron en un avión en Maiquetía y llegó a La Habana. Era el año 56. Fulgencio Batista estaba en el poder y Fidel Castro en las montañas. No habían muchos venezolanos en Cuba para ese momento pues los colaboradores de Rómulo Gallegos, que se habían autoexiliado después del golpe del 48, decidieron irse a México con la llegada de Batista. Entonces el semblante de SAC cambia. Se anima.

“Los años de exilio en La Habana para mí fueron muy buenos. Habían dos o tres dirigentes venezolanos y me quedé ahí y creo que fue la mejor opción porque disfruté de un país muy bello y una gran riqueza cultural en ese momento. Escribí en *Bohemia* cosa que solamente lograron Rómulo Gallegos, Rómulo Betancourt y Andrés Eloy Blanco ¡y yo, imagínate, yo metido en ese trío!”. Y suelta la risa, como un niño feliz luego de consumir una travesura.

Pero con el paso de los días la cosa comenzó a complicarse para SAC en la isla: “Lo que pasa es que yo me involucré mucho con Faure Chomón y Enrique Rodríguez-Loeches, unos amigos del *Directorio revolucionario 13 de marzo* que asaltaron al palacio presidencial. Después del asalto, Enrique Rodríguez se va para mi apartamento y me echa el cuento de lo que había ocurrido. Rápidamente yo hago unas notas y las mando a *Bohemia* para su publicación. Las cosas se fueron complicando. Una noche del año 1957 caminaba yo por la calles de La Habana Vieja y me detuve a ver los libros expuestos en la vitrina de una librería...” el resto del episodio lo conocemos.

Salir ileso de un hecho de esa magnitud, sumado al acoso al que fue sometido por el gobierno debido a sus amistades con los más activos opositores del régimen llevó a SAC a tomar decisiones: “Yo estuve 15 días preso en La Habana, fui enjuiciado porque participé en un acto contra la dictadura junto con Raúl Roa que era el decano de Ciencias Sociales de la Universidad de La Habana, y con los dirigentes de la Federación de Estudiantes Universitarios, José Antonio Echeverría y Fructoso Rodríguez, quienes después fueron asesinados en un encuentro con la po-

licía. Después del juicio yo tenía que presentarme cada tres días al tribunal. La cosa se fue complicando y pensé que lo mejor era escaparme. Llegué a Miami y de ahí me fui en autobús a Nueva York.”

En los Estados Unidos, Consalvi inició sus estudios sobre política internacional, que culminará años más tarde cuando es designado embajador.

1958: la prensa refleja diez años de dictadura

En enero de 1958 Marcos Pérez Jiménez huye de Venezuela y comienza el retorno de cientos de exiliados, y salen de las mazmorras de la dictadura cientos de intelectuales, periodistas y políticos que fueron torturados por el simple hecho de pensar distinto.

—¿Qué aprendió el periodismo venezolano en diez años de dictadura?

—La experiencia al regresar a Venezuela fue surrealista porque los periódicos de esa época se dedicaron a reconstruir la historia que no habían podido publicar los últimos diez años: todos los escándalos, todas las violaciones, todos los extremos de la dictadura, los crímenes, todo lo que no se había podido contar se contó en el año 58, vivimos una especie de recuperación de la historia de diez años.

Al regresar al país, SAC fue director de *Momento*, *Élite* y *Bohemia*, una ola vertiginosa de compromisos profesionales porque había un estallido de libertad que copaba todos los espacios. Entonces el hombre regresa al aquí y al ahora y nos regala una primera reflexión: “cuando uno ve hoy las amenazas sobre la libertad de expresión piensa en esos momentos, piensa en que los gobernantes creen que pueden perseguir impunemente a los periodistas, eliminar la libertad de expresión, porque creen que van a gobernar para siempre, pero siempre se equivocan”.

Socialismo cubano vs. socialismo yugoslavo

En paralelo con su actividad periodística, al llegar a Venezuela Consalvi participa en las elecciones legislativas de ese año y resulta electo diputado en representación del estado Mérida por el partido Acción Democrática, sin embargo, su vocación partidista no era ni remotamente parecida a su interés por el servicio exterior. La memoria se abre ahora al diplomático:



“Yo creo que si nosotros seguimos de una manera profesional y no de una manera apasionada el discurso del presidente Chávez, vemos como él va cambiando sistemáticamente de consigna

“Yo quedé enamorado de Cuba. Entonces el CEN aprueba enviarme de embajador en Cuba, pero cuando se lo plantean a Rómulo Betancourt él dice: “¿Consalvi de embajador en Cuba? ¡Nada y nunca! Yo no quiero ver al embajador de Venezuela con Domingo Alberto Rángel hablando mal del gobierno de Venezuela en las calles de La Habana. Si Simón Alberto quiere irse al servicio exterior entonces que se vaya a Yugoslavia para que se le enfríe la cabeza”.

Consalvi reconoce que su inclinación hacia la izquierda no tenía hasta ese momento un fundamento real: “¡Dicho y hecho! Me fui a Yugoslavia y se me enfrió la cabeza. Puedo decir que yo no tenía una visión del socialismo y del comunismo, pero cuando veo la realidad del más tolerante y diverso de los sistemas socialistas como lo era Yugoslavia, una especie de punto medio entre el capitalismo y el comunismo, y sin embargo la pobreza era tan grande, a mí me cambió todo. Además ¿hasta dónde puede hablarse de justicia social? Yo no podía decir que *la escasez compartida* era una gran consigna para las personas y eso era lo que ocurría en ese país”.

Por eso se siente con bases suficientes para desconfiar del planteamiento político del presidente Hugo Chávez, el socialismo bolivariano o el socialismo del siglo XXI: “Yo creo que si nosotros seguimos de una manera profesional y no de una manera apasionada el discurso del presidente Chávez, vemos como él va cambiando sistemáticamente de consigna. Cuando él habla de socialismo de pronto se le puede olvidar ese tema y caer en el cultivo de soya o el gasoducto. Él mismo ha dicho que tiene que invitar a

muchos teóricos del mundo para que vengamos a definir qué cosa es el socialismo del siglo XXI. Yo lo que creo que finalmente el presidente Chávez lo que quiere es establecer una dictadura militar personal apoyada, no en el pueblo, sino en las fuerzas armadas”.

Cuba ¿libre?

Esa marca que dejó Cuba en Consalvi es indeleble y su simpatía por la isla y su gente, por los amigos que dejó allá era muy profunda. Era tan profunda que sus afectos hacia la isla estuvieron por encima de su vinculación con el poder. Estando en Yugoslavia, se enteró de la Invasión de Bahía de Cochinos (abril 1961), y de inmediato mandó un telegrama a su amigo Raúl Roa que ahora era canciller: “Yo estuve preso con él en Cuba. Cuando me enteré de Playa Girón le mandé un telegrama a Raúl, que lo publicaron por ahí, expresándole mi solidaridad. Eso llegó aquí, fue un gran chisme y la verdad es que no sé ¿cómo no me botaron para el carajo!” termina diciendo entre risas.

Y es que la antipatía personal entre Rómulo Betancourt y Fidel Castro era del dominio público. Entonces Consalvi asume con todas las letras su exitosa gestión y ante la pregunta de cómo manejó la relación Venezuela-Cuba, se ríe, toma el toro por los cuernos y dice: “Lo manejé bien a pesar de que era un tema muy difícil. Tengo muchas anécdotas de ese tiempo. Cuando Arturo Frondizi era presidente de Argentina viajé a Buenos Aires con el canciller Ignacio Arcaya (padre) y por Cuba estaba el presidente Oswaldo Dorticós Torrado (julio 1959-diciembre 1976). Bueno, resulta que Dorticós iba a visitar Caracas después de Buenos Aires, y en el último momento Betancourt se opone a la visita. Aquello creó una crisis que no tienes idea ¡qué fiasco! —recuerda entre risas—. Entonces Arcaya me mandó para Caracas a convencer a Betancourt. Imagínate. Me vengo a Caracas y entonces Betancourt bueno... yo cometo una estupidez en la conversación con él porque le digo “bueno presidente es que usted es un líder que todavía tiene un gran prestigio” (risas) Él creyó que yo lo estaba comparando con Fidel Castro. Aquello fue un fiasco yo me enredé todo, me enredé todo (risas)... Entonces Betancourt al final me dice “bueno, dígame que venga por diez horas o una vaina así”. ¡diez horas era algo! y yo me fui con la gran noticia otra vez a Buenos Aires de que sí podría venir, que hiciera una escala breve aquí... y así fue”.

Pieza clave en la relación Cuba-Venezuela

La tirantez del gobierno revolucionario de Cuba y los gobiernos democráticos venezolanos tuvo dos momentos estelares durante el período 1958-1999. El primero en el mes de noviembre de 1961, cuando se produce la ruptura de las relaciones bilaterales producto de la política anticomunista implementada desde la OEA y de un cruce de notas de protesta entre Caracas y La Habana. El segundo es en mayo del año 1967, cuando una misión militar cubana intentó invadir a Venezuela por el litoral. La invasión de Machurucuto.

Para el año 1974 habían pasado catorce años desde la ruptura de las relaciones bilaterales y Simón Alberto Consalvi era el embajador de Venezuela ante la ONU. Él fue el artífice del restablecimiento de los vínculos diplomáticos con la isla: “Consideraré necesario restablecer las relaciones con Cuba. Era absolutamente anormal aquella distancia después de que los cubanos habían reconocido el error de la invasión a Venezuela. Había que reconocer que el tiempo había borrado aquella experiencia y era el momento de intentar una relación diferente. Ricardo Alarcón y yo éramos los embajadores de Cuba y Venezuela ante las Naciones Unidas. Hicimos las gestiones y se concretó la normalización. Después de eso los dos países mantuvieron una relación bastante cordial y de cooperación. Llegamos entre otras cosas a la *Operación triangular en materia petrolera* que consistía en que Venezuela le suministraba petróleo a Cuba y Rusia se lo daba a España y entonces Madrid y La Habana se ahorraban los fletes.”

—¿Y cómo aprecia usted la evolución de esas relaciones en los últimos nueve años?

—Nunca me imaginé yo que Venezuela iba a ser conquistada por Cuba, que nuestro país pasaría a ser una dependencia de La Habana, porque eso es lo que tenemos hoy en día: Venezuela depende de Cuba en todo y para todo, dice con notable tristeza.

Cuando fluir con los cambios es la clave

Aunque es casi imposible deslindar cada uno de los roles desempeñados por SAC, intentamos conversar ahora con el periodista.

Su oficina en *El Nacional* (donde se desempeña como editor adjunto) no revela mucho sobre su ocupante. Es una oficina nueva, muy blanca, muy despe-



Nunca me imaginé yo que Venezuela iba a ser conquistada por Cuba, que nuestro país pasaría a ser una dependencia de La Habana, porque eso es lo que tenemos hoy en día: Venezuela depende de Cuba en todo y para todo, dice con notable tristeza.

jada, en construcción todavía. Cuando uno entra por primera vez da la impresión de que el ejercicio del periodismo en sus espacios es un descubrimiento reciente.

Aunque tiene 80 años recién cumplidos, SAC camina con agilidad y habla con una fluidez y claridad encantadora. El *pen-drive* que cuelga de su cuello —donde alguna vez colgó una identificación de la ONU o un bolígrafo para corregir noticias— habla de un hombre, de un periodista que no le teme a los cambios, sino que fluye y evoluciona, trayéndose consigo lo aprendido en el pasado.

“Yo creo que soy abierto a los cambios, y creo que eso es lo que me mantiene a estas alturas de la vida en la profesión porque si no estuviera abierto a los cambios estaría yo fuera de tiempo. Yo utilizo mucho la Internet para las investigaciones de orden histórico. Por ejemplo la historia de Venezuela del siglo XX y las dictaduras de Castro y Gómez las he investigado a través de los archivos del *New York Times* ¿Cómo podría yo investigar en los archivos del *NYT*? ¡Las posibilidades que ofrece Internet se pierden de vista!”.

Esa adaptabilidad, sin duda, es la que lo ha mantenido como una referencia del periodismo moderno. El vive en el presente y no muestra ningún temor por el futuro: “Yo creo que el periodismo se va a ir a Internet. Vamos a cargar el periódico en el bolsillo, en papel digital, y lo vamos a ver a cualquier hora. Reconozco que hace tiempo yo mismo pensaba *sin el papel no puedo vivir* pero, de pronto, mira... hay que ver las ventajas que ofrece. Leer las noticias de todo el mundo casi de inmediato, puedes ajustar el tamaño de las letras para leer con comodidad.

—Pero hoy en día cualquier persona abre un blog y se convierte en un reportero de su entorno... ¿va a desaparecer el periodismo?

—No creo. Esa es una discusión que ya está planteada pero yo no creo que desaparezca. Será imposible porque no vamos a cultivar la idea de la Torre de Babel ni de la espontaneidad como alternativa para el periodismo. El lector irá a quien le escriba, a quien le ofrezca la posibilidad de una escritura profesional. Además, no cualquiera puede ser periodista. La gente puede intervenir, participar, perfectamente; pero ser periodista no.

—¿Y qué es ser periodista para usted?

—¿Ser periodista? —hace una pausa, nos mira fijamente, y respira hondo— Es estar condenado a pensar en los demás (risas) en gran medida, y a pensar en la actualidad y a analizarla. Yo creo que es producto de una gran curiosidad que uno tiene, de una gran inquietud por conocer, informarse. Y también es un impulso de informar a los demás, de pensar que uno presta un servicio a los demás.

Cambia su tono de voz, se inclina hacia adelante en la silla y gesticula ágilmente en el aire con su mano derecha, sin duda el tema de la formación del periodista le inquieta: “Creo que el periodista se hace en la calle, pero no es la interpretación llana de andar caminando por las calles; la connotación es otra: uno está atento a la calle todo el tiempo, el periodista nunca se desvincula de la calle, la calle es la vida, la calle es lo que ocurre todos los días, es imposible que el periodista se desvincule de lo que es su alimentación cotidiana que es la actualidad. Cuando se pierde ese contacto ya dejas de ser periodista”.

Y va aún más allá: “Yo suscribo completamente una frase del historiador peruano Luis Alberto Sánchez, quien vino a Venezuela cuando tenía apenas 23 años y entrevistó a Juan Vicente Gómez. Él dice que *ser historiador es una manera anticuada de ser periodista. O, invirtiendo el problema: ser periodista es una manera contemporánea de ser historiador*. Ahí tienen la respuesta”.

El valor de la universidad

Sin embargo, SAC no resta ningún mérito a la formación académica del profesional de la comunicación; al contrario, “yo diría que la formación universitaria es sumamente importante para el periodista, porque antes la profesión era algo que dependía de la capacidad personal y sobre todo

del estilo, pero uno no manejaba las técnicas que han surgido con las escuelas de periodismo, con la diversidad de la profesión”.

Esas dos vertientes, calle y academia, las une para expresar su idea sobre los principios éticos de la profesión: “Yo creo que la universidad te da unos principios, pero la práctica te consolida los valores principistas que puedes tener. Además, la práctica contribuye a darte un gran perfil como profesional. Porque no olvides que la respetabilidad y la confiabilidad en lo que haces cuenta mucho en esta profesión”.

—¿Qué diferencias y similitudes aprecia usted en el periodismo venezolano que se hace hoy, y el de hace veinte o treinta años?

—Yo creo que nos hemos ido distanciando de lo que podrían ser las raíces venezolanas, las raíces históricas. Recuerdo que cuando figuras como Antonio Arraíz, Ramón J. Velásquez, Uslar Pietri fueron directores de *El Nacional* se ponía mucho interés en el proceso histórico venezolano, en los valores históricos, en los grandes personajes venezolanos, del signo que fueran. Santos o demonios, pero ahí estaban. Eso hace mucha falta porque se fue olvidando, y cuando desaparecen periodistas como Jesús Sanoja Hernández, que tenían un sentido y conocimiento de la historia, no cabe duda de que eso va acrecentando el problema político porque contribuye a un mayor divorcio entre el venezolano y sus raíces, en un país donde no se cultiva la memoria colectiva.

Los peligros del periodismo de hoy

Para este periodista con más de cuarenta años de ejercicio profesional, la prensa de hoy en día debe cuidarse de la superficialidad “porque uno abre un periódico y se encuentra con las noticias más banales y remotas, cosas que no nos interesa saber, que pueden ser interesantes para otras regiones del mundo pero no tanto para nosotros. Aquí tenemos que poner prioridad en las cosas de América Latina más que en las de Asia, y en las cosas de Venezuela más que en las de América Latina.” Y luego de establecer esa prioridad Consalvi invita a comprender el nuevo rol de la prensa escrita:

Las tendencias actuales del periodismo son más al análisis de las grandes cosas, que competir por noticias; el periódico compite con mucha mayor ventaja en la in-



El lector quiere establecer un diálogo con el periódico. Quiere reflexionar, agudizar su imaginación y su conocimiento y eso solamente el periódico lo puede dar. La televisión, la radio e Internet te dan la inmediatez. El periódico, la profundidad

terpretación de lo que está pasando. ¿Qué es lo que el lector quiere? El lector quiere un interlocutor con el periódico. El lector quiere establecer un diálogo con el periódico. Quiere reflexionar, agudizar su imaginación y su conocimiento y eso solamente el periódico lo puede dar. La televisión, la radio e Internet te dan la inmediatez. El periódico, la profundidad.

Para aprender periodismo

Esta oficina es muy especial, pues también tiene una pared de cristal desde donde se ve la sala de redacción del periódico. Constantemente pasan personas frente al cristal, sonríen y saludan. Los menos apurados entran sin pedir permiso, a saludar al “Dr. Consalvi”, un hombre en constante evolución y en constante proceso de aprendizaje:

“La experiencia aquí, en esta etapa de *El Nacional*, ha sido muy buena porque si tu te asomas a la redacción te das cuenta de que la mayoría son periodistas de 24 ó 25 años ¡parece un jardín de infancia!” dice entre una risa que raya en la cargada cómplice, pero entonces retomando la seriedad advierte “creo que en un momento dado en las empresas consideraron que tener cuarenta años era una edad desechable y entonces cometieron un error, porque hay cuestiones que tú no le puedes pedir a un periodista tan joven. Tú necesitas tener referencias en la redacción, sobre todo de la historia reciente que es lo más desconocido, porque en los institutos enseñan la historia pasada pero la reciente, la de los últimos veinte ó treinta años, que es además el instrumento que necesita todo redactor para trabajar, esa no la enseñan.

—Pero usted mismo es un periodista que entró a la sala de redacción muy joven...

—Sí. Éramos jóvenes pero no estábamos solos. Éramos jóvenes pero en la redacción había muchos viejos. Tú veías una evolución, una conexión entre los mayores y los más jóvenes, ahora hay un divorcio muy grande. Había una convivencia entre los más jóvenes y los que tenían experiencia.

Tú encontrabas periodistas de todas las edades, encontrabas por ejemplo a José *Chepino* Gerbasi (hermano del poeta Vicente Gerbasi) con treinta ó cuarenta años en la fuente económica. Ahora no.

Sin embargo, SAC se admira y expresa su satisfacción por ese contacto cotidiano con la juventud “porque ellos traen lo nuevo de las universidades, las nuevas inquietudes, visiones nuevas. Siempre se aprende, los jóvenes enseñan mucho. Increíblemente. La espontaneidad, la imaginación, ellos traen el conocimiento fresco de las universidades...”

Educar e informar

El debate sobre la función social del periodismo que periódicamente resurge entre la opinión pública no constituye problema para SAC, quien lo resuelve reconociendo la existencia de *vasos comunicantes* entre las dos aristas que intentan antagonizar: educar versus informar.

“La información tiene fines importantes. Si una persona se informa bien, al final esa información se constituye en bases formativas. Sin embargo, hay que hacer énfasis en el análisis y en la selección de temas que pueden vincular al lector con su formación. El lector de ahora tiene mucha necesidad de llenar grandes vacíos que la educación no le proporcionó y uno de esos vacíos es el conocimiento de la historia. La comprobación de esta afirmación es que cuando publicas un reportaje sobre un acontecimiento de historia, enseguida la gente se interesa, lo lee porque hay un vacío. Eso debería ser objeto de una investigación y no lo ha sido: *Cómo en Venezuela nos complacemos y nos conformamos con noticias muy superficiales*”.

Sus formadores

Simón Alberto Consalvi responde con precisión. No divaga en sus respuestas. Es tan directo al hablar como sencillo en el uso del lenguaje. Al estar frente a él, al verlo, al escucharlo, se construye una

imagen perfectamente coherente en todos los sentidos. Su vestir es sencillo, fresco, sus ademanes son diáfanos sin ser bruscos. Su risa es precisa, nunca burlona, en ocasiones irónica o pícaro, pero jamás humillante. La guayabera marrón de mangas largas le da un aire de cubano, otra vez Cuba, de cubano viejo y sabio pero no triste como los que estamos acostumbrados a ver en las películas. Es un hombre sosegado.

Ahora nos interesamos por saber cuáles periodistas y editores han marcado su vida, qué le dejaron, qué aprendió de ellos en tantos años de ejercicio y luego de haber pasado por tanta prensa. Entonces la rotativa se va apagando poco a poco. Parece que SAC y la máquina tuvieron un ritmo parecido, pues mientras ella extingue su actividad, él busca con calma en sus recuerdos, como quien revisa un fichero, o mejor, como quien *googlea* un concepto, un nombre para encontrar una conexión:

“Yo creo que tal vez en *El Nacional* es donde me he nutrido más de ese conocimiento porque es donde he estado más tiempo en la redacción. José Moradell fue un hombre de una extraordinaria disciplina y de una gran competencia profesional, diría que ejemplar... Moradell fue importante, eso fue cuando yo dirigía Séptimo Día y él era jefe de redacción.

En la época en que trabajé con Miguel Otero Silva el director del periódico era Uslar Pietri. Con Uslar aprendí el respeto y la consideración que él tenía por los redactores del periódico. Además, él como interlocutor, la conversación con Uslar siempre tenía una gran altura, incitaba al conocimiento y la curiosidad, uno consideraba que era como un privilegio hablar con Uslar por su gran fama intelectual.

Ahora con Miguel, fue diferente. Él tenía una agudeza como periodista excepcional diría yo, pero Miguel era muy distinto a Uslar, muy distinto, porque con Miguel el trato era más llano, más accesible. Uslar te ponía una distancia, entonces uno veía a Uslar como un personaje allá arriba, a Miguel no. Por una parte Miguel no tenía cargo en esa época dentro de la redacción pero estaba permanentemente allí y conversaba de manera muy informal con todo el mundo. La experiencia humana de Miguel como periodista y su capacidad de escritor son incuestionables.

“Jesús Sanoja Hernández, un periodista de gran calidad y un escritor excepcional que conocía tanto la historia de Venezuela. Un historiador”.



SAC Es un hombre de gran disciplina, un periodista accesible, un intelectual que inspira al conocimiento, un apasionado de la historia y de la cultura.

Entonces nos damos cuenta de que no miente, porque eso es SAC. Es un hombre de gran disciplina, un periodista accesible, un intelectual que inspira al conocimiento, un apasionado de la historia y de la cultura.

En el SNTP y la libertad de expresión

Consalvi también fue un moderado activista de los derechos laborales de los periodistas, y un férreo defensor del derecho a la libertad de expresión.

En las actas constitutivas del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa encontramos el nombre de SAC en la junta directiva para el periodo 1949-51 como secretario de actas, y luego en la junta de 1951-53 como secretario de organización. Justamente los años cuando comenzaba la dictadura de Marcos Pérez Jiménez, calificada por los historiadores como uno de los períodos más oscuros para el periodismo venezolano y para la libertad de pensamiento, de expresión y de prensa.

—¿Cómo aprecia usted la evolución del concepto de libertad de expresión en Venezuela?

—Haciendo excepción de la dictadura de Pérez Jiménez, que hubo una gran persecución, cerraron periódicos, encarcelaron periodistas, y fue una época en la que no hubo libertad de expresión bajo ninguna circunstancia, a partir de ahí creo que siempre fue un hecho visible en los medios, un derecho contra el cual nadie atentó.

Los atentados contra la libertad de expresión están ocurriendo ahora en esta época de la revolución bolivariana que pretende regimentar la información, debilitar o liquidar a los medios independientes, multiplicar los medios del Estado tanto en TV como radio y prensa.

—Pero fue público, notorio y suficientemente registrado por periodistas e historiadores la persecución y la censura que se vivió durante los gobiernos de Leoni y de Betancourt. No es posible negar que la libertad de expresión haya tenido escollos también durante los gobiernos del periodo democrático...

—Los ha tenido, por su puesto que los ha tenido y los tiene en todas partes. A ningún gobierno le gusta la libertad de expresión. Es muy difícil encontrar a algún gobierno que no haya tenido alguna clase de pecado respecto a la libertad de expresión. Porque hay que entender la libertad de expresión como el combate cotidiano de la sociedad por sus derechos y los gobiernos emprenden acciones para resolver las crisis que se les presentan. Habría que hacer un inventario, por ejemplo, de cuantos intentos de golpe de Estado se planificaron contra Betancourt. Pero lo importante es entender que esas acciones han sido circunstanciales, y no han sido políticas de Estado. Es necesario saber diferenciar aquellos casos de lo que tenemos hoy, de lo que se quiere convertir en política de Estado y en norma permanente, en acallamiento permanente de la libertad de expresión.

Además, esto de la libertad de expresión tiene distintos aspectos: por una parte tienes a un Gobierno que constantemente bombardea de propaganda a la población, un Gobierno que restringe a un sector y quiere ser el único que informa, pero solo informa de acuerdo a sus intereses.

Simón Alberto Consalvi fue director de la Oficina Central de Información a finales de la década del 60, cuando Raúl Leoni llegaba al poder con su *gobierno de amplia base*, con las guerrillas urbanas aún activas en Venezuela, con el comunismo echando raíces en Cuba y en plena Guerra Fría.

En ese contexto le correspondía la labor de explicarle a los venezolanos lo que hacía el gobierno dentro y fuera de las fronteras, pero reconoce que no solo durante Betancourt y Leoni, sino en todo el periodo democrático, “la gestión comunicacional estuvo basada en la tontería y la irresponsabilidad porque se extremaban los escrúpulos en la utilización de los recursos del Estado, y se confundía la divulgación de la obra de gobierno y de los valores de la democracia, con la promoción de la ideología del partido. La población no entendió lo que estaban haciendo Betancourt y Leoni, sino peor aún, la

gente no entendió lo que había hecho el gobierno de Pérez Jiménez.”

Si hacemos una contraposición de conceptos sencilla, podemos deducir, en cambio, que la gestión comunicacional de Pérez Jiménez fue tan exitosa que todavía hoy, en un pueblo sin memoria como el venezolano, la gente se refiere con una certeza inverosímil a la *gran obra de infraestructura que dejó Pérez Jiménez*.

Ahora cambiamos roles y Consalvi hace las preguntas:

“¿Quién comenzó la autopista Caracas-La Guaira? ¿Quién comenzó a construir el Centro Simón Bolívar, la avenida Bolívar? ¿Quién comenzó la Ciudad Universitaria?; y se responde: esos son estudios que venían desde la época de Isaías Medina cuando se buscaron los financiamientos en el exterior, y se comienzan con Rómulo Gallegos”. Y ahora sí, visiblemente molesto con el pasado lanza: “el mérito de Pérez Jiménez fue haberlo construido y haberse cogido las comisiones que después negociaron. Pero es peor, tú le preguntas a la gente quién hizo el puente sobre el Lago de Maracaibo ¡y te dicen que fue Pérez Jiménez! La gente no sabe que lo hizo Betancourt en el año 62, y en tan solo año y medio.”

1957 el año en que perdimos el miedo

A la par de su labor de Estado y de su desempeño periodístico, Consalvi ha sido un escritor fructífero que además ha dejado testimonio escrito de su accionar público, de su reclusión, de su exilio, de la historia del país que en muchas ocasiones se cruza con su historia personal.

Los textos escritos durante y después de su paso por la cancillería son documentos de alto valor histórico para comprender la evolución de las relaciones internacionales de Venezuela: *La política exterior de Venezuela 1974-1979; Un momento histórico de América Latina. Acapulco 1987; Una política exterior democrática en tiempos de crisis; Los papeles del canciller 1985-1988*.

También de su paso por la ONU (*La paz nuclear. Ensayos de historia contemporánea*) y por la embajada de Washington (*Diario de Washington 1989*) ha dejado material invaluable.

Su pasión por investigar y escribir sobre las raíces de la nación y su contexto regional le valió su nombramiento como miembro de número de la Academia Nacional de la Historia (*Ramón J. Velásquez. La historia y sus historias; Auge y caída de Rómulo Gallegos; De cómo el primer*



Creo que nunca había sido tan sencillo la unión de la sociedad como ahora, porque antes habían unos partidos que se disputaban el poder porque eran fuertes, pero ahora no. ¿Cuál es la razón para que no estemos unidos ahora cuando ninguno tiene posibilidades de nada? Entonces la única posibilidad que tenemos es la unión.

canciller Juan Vicente Gómez instruyó al ministro plenipotenciario de Washington en 1909; Pedro Manuel Arcaya y la crisis de los años 30; Grover Cleveland y la controversia Venezuela-Gran Bretaña; El perfil y la sombra; El precio de la historia; Reflexiones sobre la historia de Venezuela; El Petróleo en Venezuela).

Su interés por biografar a los grandes venezolanos de todos los tiempos (*Profecía de la palabra. Vida y obra de Mariano Picón-Salas; El carrusel de las discordias; Alberto Adriani, el hombre de Estado*) y dejar testimonio de su aporte, terminaron por hacer realidad un gran sueño: la Biblioteca Biográfica Venezolana, una iniciativa propia que contó con el apoyo de *El Nacional* y el Banco del Caribe y que desde 2005 ha producido más de cincuenta textos sobre la vida de los más insignes venezolanos, incluyendo dos escritas por su propia mano (*La historia secreta, biografía de Rómulo Gallegos; Biografía de Juan Vicente Gómez*) y actualmente trabaja en la redacción de la biografía de José Rafael Pocaterra.

Sin embargo, de su más reciente publicación *1957: el año en que los venezolanos perdieron el miedo*, Consalvi manifiesta lo siguiente: “A mi se me parece mucho aquella época con lo que se vive hoy en día en Venezuela, por la conflictividad, por las amenazas que hay sobre las libertades. Valdría con que nos dispongamos a unirnos con seriedad. En aquel entonces logramos la unidad después de demasiados problemas entre nosotros pero se llegó. Creo que nunca había sido tan

sencillo la unión de la sociedad como ahora, porque antes habían unos partidos que se disputaban el poder porque eran fuertes, pero ahora no. ¿Cuál es la razón para que no estemos unidos ahora cuando ninguno tiene posibilidades de nada? Entonces la única posibilidad que tenemos es la unión.”

Aunque todos sus textos tienen un carácter documental-histórico-periodístico, en el año 1992 Consalvi se aventuró con buena fortuna en la publicación de *Lascivia brevis* (Caracas, 1992), una colección de cuentos que fue bien recibida por los lectores.

La censura al revés

No se puede hablar de SAC sin hablar de su paso por el extinto *Instituto Nacional de Cultura y Bellas Artes* (Inciba) fundado en el año 1965, y desde cuya plataforma Consalvi logró dar vida a *Monte Ávila Editores* en 1968, y a la revista *Imagen*, además de estar al frente de la primera edición del Premio Internacional de Novela Rómulo Gallegos (1967), ganada por el escritor peruano Mario Vargas Llosa con su obra *La casa verde*.

El solo hecho de plantear el tema lo llena de satisfacción: “Yo diría que fue una de las mejores etapas de mi vida cuando estuve al frente del *Inciba*, la mejor diría yo, sobre todo la que me entusiasmó más, la que me identificó más con lo que yo siempre he querido hacer que sin duda alguna era la difusión de la cultura y las políticas editoriales del Estado.”

“*Monte Ávila*, la revista *Imagen* fueron expresiones de un extraordinario pluralismo —recuerda con satisfacción. En *Imagen* se hablaba de todo menos del gobierno. Era una censura al revés. Pues se consideraba que si metíamos un discurso del presidente, siquiera un discurso mío como presidente del instituto, aquello podía contaminar la cultura. El manejo que hacíamos era de una escrupulosidad muy ingenua, demasiado ingenua diría hoy. En *Monte Ávila* no hay un solo libro de política venezolana favorable al partido de gobierno”.

Entonces mira hacia la rotativa que lleva un rato agitada y ocupada en sus infinitas tiras de papel impreso, y se aventura: “Yo me pregunto ¿qué hubiera pasado en aquellos años si Pdvsa publica 750 mil ejemplares de una biografía de Ruiz Pineda? ¡Cae el gobierno! Ahora sacan una biografía del Ché Guevara de 750 mil ejemplares para Venezuela que costó 5 mil millones de bolívares a *Pdvsa* y no

pasa nada” el ejercicio mental queda en el aire... “En todo caso fue una extraordinaria experiencia que echó las bases de algo que ha sobrevivido hasta estos días, casi negando la tradición venezolana de que todo se acaba. *Monte Ávila* esta ahí, ahora está editando textos marxistas y métodos marxistas, pero ahí esta.”

Pero su acción de promoción cultural no se limitó a las paredes del *Inciba*. Como todos los aspectos de su vida, la cultura fue un complemento más de su actividad pública y privada. Así lo confirma Araceli Gil, funcionaria jubilada del Ministerio de Relaciones Exteriores, y que trabajó junto a Consalvi en los dos períodos en los que fue canciller de la república:

En todo ese tiempo el incansable canciller no olvidó mantener con frecuencia un interés por el arte y la literatura. Tuve la oportunidad de colaborar con Rafael Pineda (crítico de arte fallecido) en el montaje de la muestra ‘La nueva imagen de Bolívar’. Para ello, Consalvi convocó a artistas plásticos para que enviaran un trabajo sobre Bolívar. Debo reconocer que nunca exigió filiaciones políticas, a ninguno de ellos le exigió adhesión al gobierno que representaba. Les dio plena libertad ideológica y temática. Así pudimos asistir a una exposición muy completa, variopinta del Bolívar que cada uno de ellos inventó.

Me vienen a la memoria los nombres de Zapata, Edgar Sánchez, Alirio Palacios, Luisa Richter y otros, pero recuerdo en particular el trabajo de Régulo Pérez, un lienzo de gran formato con la figura de un Bolívar vestido de civil contemporáneo que cargaba en su paltó, a manera de broche, una perla. También me viene a la memoria el rescate de las telas murales del pintor francés Octave Denis Victor Guillonet. Fue un trabajo que Consalvi encomendó a Rafael Pineda a través de la Oficina del Patrimonio Artístico del MRE. Se trataba de unas piezas encargadas en el año 1928 por el Ministro de Venezuela en los Países Bajos, Holanda y Finlandia, José Ignacio Cárdenas, al pintor ‘como una muestra –decía la invitación original– del espíritu de paz mundial que es la norma de la política exterior del país’.

La noche de los tanques: una comedia de errores

Pero volvemos a la política dura. El periodista Nelson Bocaranda, primo de



Taparon inmediatamente el intento de golpe y en un lapso de un mes, más o menos, el jefe del golpe ya estaba libre. Aquello no se investigó. Hubo muchas versiones de lo que había ocurrido, contradictorias todas y finalmente aquello se dejó en la oscuridad. Ahora, José Soler Zambrano es jefe de Pdvsa en Barinas.”

SAC, dice con ese tono de voz de secreto de Estado, de confesión definitiva que lo caracteriza: “Fíjate tú que a Simón le ha tocado ocupar los cargos más importantes diría yo, dentro del gobierno: ha sido diputado, embajador, canciller, jefe de la misión en la ONU, ministro de la Secretaría de la Presidencia, ministro del Interior, y justamente siendo ministro del Interior le tocó estar como Presidente encargado la famosa *noche de los tanques* que el presidente Chávez siempre nombra, porque el presidente Jaime Lusinchi se encontraba fuera del país”.

El incidente ocurrió en octubre de 1988, al final del período presidencial de Jaime Lusinchi, ocasión en que una unidad de tanques del Batallón Ayala salió de Fuerte Tiuna y tomó la sede del Ministerio de Relaciones Interiores. Consalvi lo describe, sin dudar, como “una experiencia casi cómica. Una comedia de errores. Primero los militares van a hacerme preso en *La Viñeta*, donde yo no estaba y por eso no logran ponerme preso. Entonces mandan los tanques y las tanquetas a rodear Miraflores y el Ministerio del Interior donde sí estaba. Ahí yo conversé con el capitán jefe del comando: ¿A quien buscan? le pregunto ¿qué pretenden? Entonces el capitán me dice ‘tengo órdenes de venir a protegerlo a usted’. Le respondo: ¿protegerme de qué? y el capitán me repite ‘yo vine a protegerlo y aquí estamos’. En cinco minutos estaban todas las puertas del ministerio con un soldado. Fue una operación de gran calado sin saber contra quién ni para qué. Me da la impresión de

que... dicen que fue un ensayo del chavismo que ya se asomaba y fue tan disparatado aquello... Y bueno, del disparate de ellos pasa al disparate del gobierno, y al de los militares que siempre tienen la tendencia a taparse unos con otros, a echar arena. Taparon inmediatamente el intento de golpe y en un lapso de un mes, más o menos, el jefe del golpe ya estaba libre. Aquello no se investigó. Hubo muchas versiones de lo que había ocurrido, contradictorias todas y finalmente aquello se dejó en la oscuridad. Ahora, José Soler Zambrano es jefe de Pdvsa en Barinas.”

Lo cierto es que el propio presidente Hugo Chávez ha relatado en varias ocasiones que efectivamente él estuvo detenido como parte de las averiguaciones del incidente. La más reciente ocasión en que el primer mandatario recordó lo ocurrido fue a comienzos de este año durante la emisión de un *Aló Presidente*:

Inmediatamente me acusaron de que yo era uno de los jefes de aquel movimiento. No, en verdad no tuve nada que ver, estábamos jugando softbol allá en Paquiita... Y de repente llegan unos soldados corriendo a llamarnos a los oficiales que estábamos ahí, pues que hay unos tanques rodeando el Palacio, inmediatamente salimos... me vestí de campaña, la pistola, me armé pues, a ver qué cosa era aquella... Entonces en la esquina de Bolero había soldados blindados, no pudimos pasar, habían tomado el Ministerio de Interior, habían tomado La Viñeta y estaban rodeando el Palacio: “que fue una falsa alarma, que una llamada telefónica anónima y un mayor...” A mí me quedó la duda, muy extraño aquello, lo cierto es que al día siguiente estaba yo preso, acusado de que era uno de los conspiradores, pues no tenía... mentira, mentira, me querían sacar de aquí, no lo lograron, no había pruebas, me sacaron unos meses después preso de aquí, ya Carlos Andrés Pérez presidente. (Aló presidente N° 269, 27 de febrero 2007)

Caldera y el fin de los partidos

“Sí –dice con tranquilidad que disimula su malestar– cuando Rafael Caldera llega por segunda vez, ya los partidos tradicionales no tenían nada que buscar. Ya habían perdido el juego absolutamente. Ya Caldera no era representante de los partidos tradicionales y estos ya habían entrado en crisis. Y eso es importante revisarlo para evitar los equívocos y comprender los ban-

dazos que los partidos dieron, y es lo que explica el arribo de Chávez”.

Con ojo de historiador, que ve los hechos en perspectiva, explica que “todo esto que vivimos es producto de la crisis de los partidos: es la única explicación. Esas grandes movilizaciones (de la oposición) indican que el espíritu democrático está vivo y que mantiene la voluntad de los venezolanos de no dejarse arrebatar sus libertades. Ahí hay una masa gigantesca, más decisiva y mucho más fuerte que la del chavismo, mucho más consistente porque es gente con convicción democrática. Esa es una fuerza tan grande... La verdad es que yo no me explico como no ha surgido un liderazgo a la altura de estas masas. Y creo que no ha surgido porque no se quiere renunciar a las grandes comodidades que todavía existen, pero surgirá, siempre surge el liderazgo.”

Y remata la predicción con una pregunta: “Creo que Venezuela va a comenzar una etapa absolutamente nueva que no tiene nada que ver con lo que es hoy. Vamos a tener un país que no dependerá del petróleo, y ya eso es un cambio considerable en todo un siglo de dependencia petrolera. Mientras más crece el precio del petróleo en los mercados, más surrealista es el precio que pagamos aquí por la gasolina. Más artificial es la vida del venezolano, ¿hasta dónde podemos vivir de la mentira?”

—Usted ha dicho en otras ocasiones que la política exterior de Venezuela se ha movido a lo largo de la historia entre la bullaranga y el silencio. ¿En cuál de esos espacios se mueve actualmente?

—Yo creo que en el silencio porque han ocurrido cosas tan graves en este gobierno. Antes tu hablabas del Golfo de Venezuela y los militares hacían toda la bulla posible dentro de los cuarteles, hablabas del Esequibo y era lo mismo; pero Chávez prácticamente ya cedió el Esequibo, ya lo dijeron los mismos guyaneses, y aquí no se ha movido nadie. Estamos en la etapa del silencio. Los militares antes usaban las cuestiones territoriales para presionar la democracia. Ahora guardan silencio, ¿por qué? ¿Dejó de interesarles la cuestión territorial de la noche a la mañana?

El niño en el caballo

En los primeros minutos del primer encuentro con SAC, antes de asistir a la historia contemporánea de Venezuela contada por uno de sus protagonistas, tuvi-

mos una primera impresión: en los ojos de Consalvi perviven la curiosidad y el asombro de la juventud. Y también experimentamos una segunda percepción: los años y las heridas no han hecho mella en este historiador, periodista y político, como para quitarle el gusto por la vida y cerrarle la sonrisa.

Esa primera impresión se fue consolidando a lo largo de varios encuentros con él. Poco a poco se fue dibujando una personalidad y un carácter, pero se trata de breves, brevísimos encuentros de apenas minutos en una vida de ochenta años. Entonces decidimos recurrir a quienes lo conocen mejor. Sus amigos.

Araceli Gil cuenta una historia que solía relatar el difunto Homero Arellano, amigo de la infancia de SAC: “En Tovar había un colegio que para llegarle había que caminar mucho porque no había transporte. En aquella época nadie tenía carro. Había que caminar un largo trecho y la mayoría de los niños eran muy humildes. Homero contaba que a él no se le olvidaba la primera vez que él vio un caballo. El era un niño de unos siete años y todavía lo recordaba con nitidez. Era un caballo blanco, hermosísimo, y sobre el caballo venía un niño muy blanco, italiano, que venía montado en su caballo para llegar a la escuela. Era Simón Alberto. Arellano siempre decía que la humildad de Simón se manifestó desde esa primera vez, porque él llegaba al colegio, se bajaba de su caballo blanco y entonces era uno más de nosotros. Con una humildad igual a la de los otros niños que habíamos llegado después de caminar mucho”.

Para Gil esa imagen se repitió muchas veces en la cancillería. “Si uno lo estaba esperando, él se asomaba a la puerta y te decía “mira Araceli en este momento no te puedo atender ¿por que no te vienes dentro de una hora?” No era del tipo que te dejaba esperando y luego te mandaba a la secretaria a decir que no podía.”

Consalvi es un hombre que cultiva la amistad. Lo constatan sus vínculos de muchas décadas con las figuras más importantes de la política, la cultura y el periodismo venezolano. Lo constata, por ejemplo, su vínculo cincuentenario con el historiador Ramón J. Velásquez a quien le escribió en la dedicatoria de su libro homónimo: “Al ex presidente Ramón J. Velásquez, por su sabiduría y amistad”.

La periodista Milagros Socorro lo describe en los siguientes términos: “es un trabajador de todas las horas. Es impresionante lo que trabaja y lo productivo que es. Es una cabeza absolutamente conec-

tada con el mundo: cualquier conversación con Simón te hace ver lo que sabe de los periódicos extranjeros y eso es porque los lee diariamente por Internet. Está muy informado. Tiene muy buen humor. Es un hombre refinado, en el mejor sentido de la palabra. Muy andino y muy venezolano. Tiene una característica que me llama la atención: es muy austero. Lo otro es que es un gran lector y, como suele ocurrir con los grandes lectores, se aburre rápidamente de la vida común (y quiere regresar a los libros). Tiene una memoria prodigiosa.”

Por su parte, el periodista Nelson Bo-caranda se refiere a Consalvi como “un hombre poco expresivo. Ahora se ha vuelto más expresivo después de viejo, pero es muy reservado. Ayudó a mucha gente en la cancillería, preparó a mucha gente y siempre ha sido muy abierto para compartir su conocimiento.”

Estos tres personajes coinciden en afirmar que SAC es austero, cuenta con un refinado sentido del humor, es inteligente, reservado, ponderado, intenso, sencillo, responsable e incansable.

Entonces optamos por preguntarle a él mismo: *¿Cómo se definiría usted?* De los cristales de la oficina para afuera todo está en silencio desde hace un rato. Apenas se percibe un murmullo de maquinaria trabajando a lo lejos.

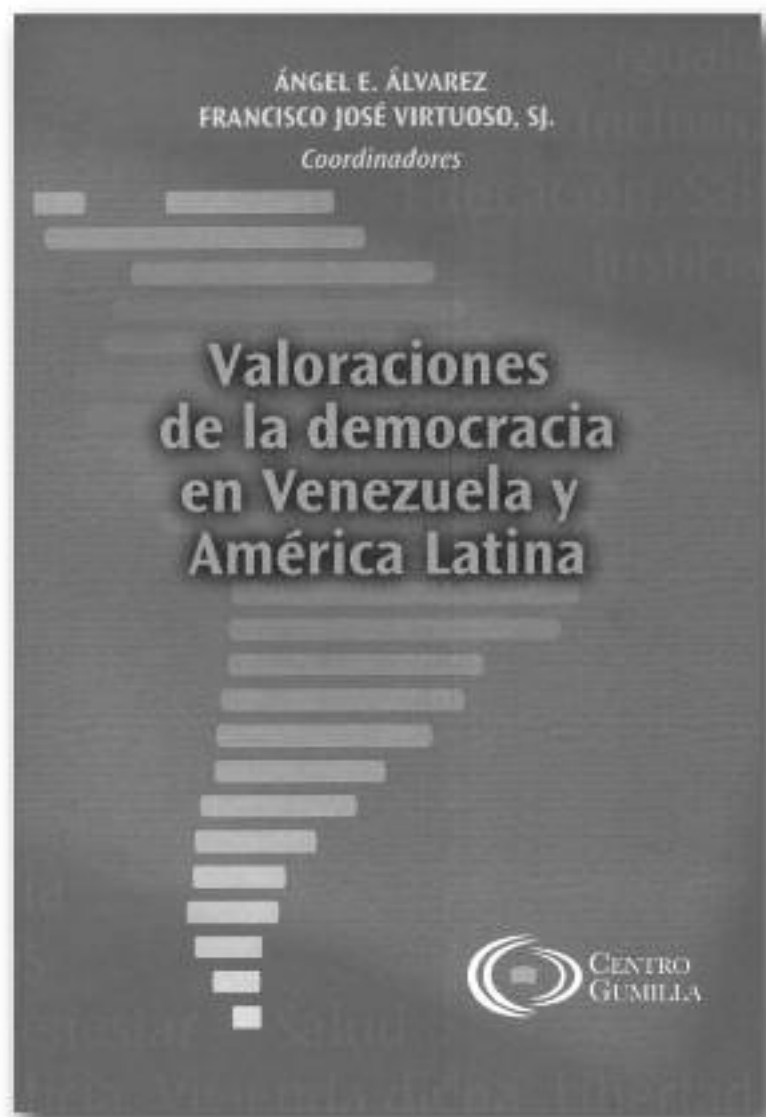
“Yo me siento un sobreviviente de la época de la clandestinidad; me siento en buena medida un sobreviviente de Cuba porque estuve metido en cosas que no tenía por qué, pero estuve por ese romanticismo que siempre lo atrae a uno; me siento, sí, un sobreviviente... Y más allá de lo físico uno es un sobreviviente de las experiencias políticas y todavía después de tantas frustraciones y de ver cómo la patria le cuesta a uno tan caro y de ver cómo la patria se le va a uno diluyendo, y sin embargo, uno sigue pensando en el futuro. Espero seguir sobreviviendo. Y sobre todo espero poder sobrevivirme a mí mismo. ¡Amén!”

Y Simón Alberto Consalvi deja una última risa feliz, sosegada, satisfecha, flotando frente a la ventana desde donde se ve la inmensa rotativa anaranjada que imprime tiras infinitas de *El Nacional*.

**MARÍA EUGENIA MORALES
MARÍA BELÉN OTERO**

Postgraduadas del Programa de Estudios Avanzados en Periodismo de la Universidad Católica Andrés Bello.

Nueva publicación del Centro Gumilla



Valoraciones de la democracia en Venezuela y América Latina

Francisco José Virtuoso s.j.
y Ángel Álvarez

La investigación Valoraciones de la democracia en Venezuela y América Latina responde a la necesidad de evaluar la calidad de la democracia que hoy tenemos, después de un intenso debate sobre sus significados y fines, y de un largo proceso en el país y en la región dirigido hacia la transformación de sus estructuras y modelos de funcionamiento.

¿Cuál es la calidad de nuestros regímenes políticos?

¿Cuáles son los significados que hoy evoca el término democracia?

¿Qué fines se plantean nuestras democracias?

¿Cuáles son sus principales valores?

Desde estas preguntas nace la investigación cuyos finales compendiamos en este texto.

Adquiéralo a través de los números (0212) 564 9803 o (0212) 564 5871



● tema central



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

Lo efímero y la diversión

Claves para reconocer el presente

José Luis Da Silva

● 54

Los viejos como espectadores y espectáculo

Jesús María Aguirre

● 58

Recuerdos del futuro (II)

El rechazo a la ciencia ficción en las academias latinoamericanas

Rowan Lozada-Aguilera

Francisco A. Pellegrino

● 64

Lo efímero y la diversión

Claves para reconocer el presente

Este es el mundo que hoy tenemos: gris y espantoso... El autor se pregunta, con tono pesimista, si en un mundo así tiene sentido utilizar el tiempo para pensar, reflexionar y estudiar. Al final la respuesta clara y definitiva: ante la sociedad del espectáculo es necesario volver, como antaño, a los valores del aprecio y respeto por la cultura universal.

■ JOSÉ LUIS DA SILVA

Fue Schopenhauer quien comparó los seres humanos con los relojes de cuerda, ambos están en marcha sin saber por qué lo hacen. En este sentido, la vida como el transcurrir carece de significado. Los hombres, por ser simples engranajes de un tiempo que no les pertenece, no pueden manipular ni entender el por qué de su existencia. Los humanos como los relojes tampoco serían capaces de fijar propósito alguno porque no piensan por sí mismos. Solo les queda entretenerse con pequeñas cosas "...que se reciclan continuamente para rehuir así del aburrimiento..." (2005: 418). El hombre, al igual que el reloj, son ejemplos de una voluntad ciega y monótona. Pasajeros de un viaje sin destino, repetitivo, infinito, expresión de la naturaleza, por más que se defiendan la ficción de una razón que todo lo ordena.

No podemos siquiera imaginar un reloj con criterio propio que se fije fines, porque inmediatamente lo echaríamos en el trasto de la basura. Serán bonitos, a la moda, precisos, visibles, monótonos, intranscendentes. "...Es realmente increíble cuán fútil e insignificante fluye la vida de la mayoría de los hombres, vista desde fuera, así como cuán sórdida y apática se siente por dentro..." (418). La mayor aspiración consiste en una vida saludable para el disfrute. En este contexto no parecen augurarse los mejores designios para la humanidad: tedio, fastidio, reciclaje de lo mismo, ninguna historia que contar, solo alguna que otra alegría menor en un mundo agobiado por la cotidianidad de las responsabilidades, de los sacrifi-

cios, de los dolores. El anonimato se considera la moneda de uso común, pues ninguna acción e historia individual resulta meritoria o digna de contarse y recordarse. En medio de tantas pesadumbres y contrariedades, el ser humano se construye un mundo imaginario donde habitan dioses, templos y oraciones, los cuales serán su único aliviadero en este mar de lágrimas que es el mundo. El hombre se cree un ser racional, cuando no pasa de ser voluntarioso e instintivo; se asume trascendente cuando realmente es intranscendente. Sus diálogos, la mayoría de los casos, se circunscriben al presente, lo cual deja entrever una falta de proyecto de vida y reconocimiento propio.

No cabe sospechar un panorama más lúgubre para la existencia, con una dosis de pesimismo extremo en el que la pregunta que surge, sin mucho esfuerzo intelectual, es la siguiente: ¿entonces, por qué existimos? Schopenhauer responde: por la ciega voluntad; mientras que la filosofía en general señala, desde sus propios orígenes, que hay intenciones, propósitos y fines que la razón y el conocimiento pueden explicar. Posiblemente Schopenhauer le está ripostando a Kant, cuando este alega un lento pero progresivo progreso de la humanidad, a través de los designios de la razón práctica, o a sus contemporáneos como Hegel y su astucia de la razón.

Sea para Schopenhauer, o en su defecto para Kant y Hegel, se trata de justificar o no la vida humana en su transitar mundano. En un caso solo queda resignarse y ver en la muerte una realidad na-



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

tural que disipe las vanidades, las ficciones racionales y supersticiones que rodean el mundo; o en cambio, para los otros, apostar por el conocimiento, el raciocinio la preservación del pasado y la apuesta de un futuro mejor donde el presente no es más que la bisagra que está entre el antes y el después.

Lo cierto es que en pleno siglo veintiuno, ambas opciones no lucen muy atractivas. La primera es por demás obvia: no parece recomendable recordarle constantemente a las personas que no olviden que en poco tiempo dejarán de existir, prepararse para la muerte, quiere decir: resignarse; la segunda, menos amarga pero no por ello menos desagradable por disciplinada, propone la formación de una identidad cultural sólida, consistente, sobre la cual han de empeñarse los mejores esfuerzos y estudios para comprender la esencia y sentido de la humanidad, y de esta manera, forjarse un destino, un proyecto de vida.

¿No es posible otra solución? ¿Tiene que ser todo tan gris y espantoso? Reconocemos la fluidez de la vida y sus riesgos de anonimato e intranscendencia, no obstante, más allá del pesimismo o de una postura laboriosa podemos contar con una tercera opción, ¿no sería mejor ser pragmáticos y menos catastróficos?, ¿por qué no elevar como primera opción de vida el entretenimiento, el pasarla bien sin mayores consideraciones?, en una palabra ¿por qué enredar las cosas si estas pueden ser tan simples? ¿Por qué sucede esto? Pues porque hoy lo importante no es el pasado y el futuro, sino el presente. Un presente que rompe sus nexos instalándose en un devenir sin secuencias ni consecuencias. No hablamos de instantes aislados y mucho menos de inconexiones entre los hechos, los discursos o las personas. Existe hoy como ayer, la historia, la política, la religión, las profesiones, las tradiciones, la moral y los saberes en general. Pero, aplanadas, sencillas y transparentes; sus profundidades solo pueden interesar a extraños especialistas. Hoy como ayer contamos con refinados restaurantes con exquisitos y muy elaborados platillos artesanales, los cuales pueden ser aderezados con diálogos que estimulan la reflexión, pero la gran mayoría prefiere la comida rápida, producida en serie y con el mismo sabor. Hoy como ayer se puede comprar las grandes obras de la literatura y el pensamiento universal, pero las preferencias por una frase que no sobrepase los ciento cuarenta caracteres goza del aprecio de



En un mundo así suena desatinado utilizar el tiempo para pensar, reflexionar y estudiar. La formación cultural, la literatura por ejemplo, se resume en imágenes y frases cortas, sin profundidad ni consecuencias mayores.

una mayoría que se actualiza tecnológicamente y se autodenomina civilizada¹.

Las consistencias de los acontecimientos no está en los nexos sino en sus emergencias. Demorarse por explicar las causas de un hecho es un exceso que no se pueden permitir los mecanismos de información, los cuales subsisten en el presente. El cambio como norma y la sensibilización del individuo son claves sin las cuales no cabría entender lo actual, y para ello no se requiere ni del pasado y sus tradiciones, ni del futuro y sus metas y valores.

Pero un presente sin registros y valores no es sinónimo de inmoralidad. Las respuestas morales son sinceras pero emotivas, de ahí que no establezcan compromisos o deberes entre los individuos de una sociedad. Una norma moral está más cerca de un lema publicitario que de un argumento ético. El deseo mueve a la acción sin por ello pretender la justificación de lo acontecido o la preservación y el ahorro de energías para el futuro. La moral se promueve en un espacio de absoluto derroche del presente.

El *es necesario* cede paso al hechizo de la felicidad, la obligación categórica al estímulo de los sentidos, lo prohibido irrefragable a las regulaciones a la carta. La retórica sentenciosa del deber ya no está en el corazón de nuestra cultura, la hemos reemplazado por las solicitaciones del deseo, los consejos de la psicología, las promesas de la felicidad aquí y ahora. Al igual que las sociedades modernas han erradicado los emblemas ostentativos del poder político, han disuelto las evidentes conminaciones de la moral.

La cultura sacrificial del deber ha muerto, hemos entrado en el período posmoralista de las democracias. (Lipovetsky, 1994: 47,48)

El lenguaje del presente resulta ser efímero como el deseo y la emoción, no hay un deber que cumplir, ni por el cual responder. En la cultura individualista enunciada por Lipovetsky encontraremos los anuncios de pasarla bien, disfrutar las vacaciones, vivir para el descanso y el placer, no hay arraigos sino movimientos, no hay compromisos sino disfrute. El trabajo es un mal pasajero y la tradición un pésimo acompañante:

En pocas décadas, hemos pasado de una civilización del deber a una cultura de la felicidad subjetiva, de los placeres y del sexo: la cultura del *self-love* nos gobierna en lugar del antiguo sistema de represión y de control dirigista de las costumbres, las exigencias de renuncia y austeridad han sido masivamente reemplazadas por normas de satisfacción del deseo y de realización íntima, ésta es la ruptura más espectacular del ciclo posmoralista... (1994: 49)

En un mundo así suena desatinado utilizar el tiempo para pensar, reflexionar y estudiar. La formación cultural, la literatura por ejemplo, se resume en imágenes y frases cortas, sin profundidad ni consecuencias mayores. Resulta extemporáneo seguir aquellos consejos que buscan reforzar los hábitos del gusto y el refinamiento. El recuerdo y la memoria, baluartes de la identidad de todo sujeto, son dejados a un lado, a menos que ello pueda servir para responder preguntas en un programa de concurso o los juegos de Internet sobre enigmas que buscan medir los *conocimientos* de los jugadores. Reconocer imágenes y palabras es más que suficiente; por ello, ya no se necesitan las explicaciones ni los procesos de construcción del conocimiento, realidad que ya advertía Mariano Picón Salas en los años cincuenta del siglo XX:

Calma, gracia, perfección, porque son virtudes que se están perdiendo en el estrépito de nuestros días, debemos re aprenderlas en el ejemplo de los grandes maestros. Con la calma necesaria para leer, pensar y decidir, con la cortesía y las formas, que son para la pulcritud del espíritu lo mismo que el baño diario y el uso del jabón para el cuerpo, acaso no se modifique radicalmente la Humanidad,

pero se ha hecho más diáfano, al menos el trato y la comprensión de los hombres (2008: 1361)

El leer solo puede entenderse como una actividad pasajera y los escritores solo están para entretener. Ni pensar en las teorías filosóficas, políticas, religiosas y mucho menos las científicas.

La novela, el ensayo y la monografía no es un asunto serio, más bien, es un artículo que solemos colocar en el bolso de viaje junto con el cepillo de dientes, el bronceador, o en su defecto, el abrigo de invierno. Si no es capaz el autor de hacer novelas divertidas tendrá irremediablemente que cambiar de profesión. El doble de Vila-Matas o Vila-Matas desdoblado en sí mismo nos relata en tono autobiográfico lo acontecido con un taxista en el camino hacia el hotel:

... ¿y en qué trabaja usted exactamente, señor?... Escribo –dije... Largo silencio... -Y dígame, ¿se lo pasa uno bien siendo escritor?... Parecía querer burlarse de mí. Preferí no contestar, pero me habría gustado explicarle sin complejos que, por ejemplo, cuando un escritor se encierra a trabajar en soledad está poniendo consciente o inconscientemente una gran fe en la humanidad... -Muy complicado, señor. Si yo fuera usted, trataría de ser taxista. Créame, se es más feliz sabiendo menos. O no sabiendo nada... (Vila-Matas, 2010: 6,9)

¿Se puede ser más sincero que el taxista y su buen consejo, tendremos argumentos para recriminarlo? ¿Por qué sería difícil hacerlo hoy?; pues, como dice Mario Vargas Llosa, vivimos en la civilización del espectáculo "...la verdadera razón para la pérdida total de interés de la sociedad en su conjunto por los intelectuales es consecuencia directa de la ínfima vigencia que tiene el pensamiento en la civilización del espectáculo..." (Vargas Llosa: 2012: 46). No existe aprecio por los signos culturales. Su utilidad está en distraer, amenizar, y hacer agradables las jornadas; todo aquello que se empeña en complicar las cosas es puesto sencillamente al margen. La cultura individualista refuerza este tipo de actitudes donde consumir está por encima de formar y educar; donde perderse en el anonimato es preferible a preservar los documentos que avalan y dan cuerpo a una cultura sólida. "...La raíz del fenómeno está en la cultura, o mejor dicho, en la banalización lúdica de la cultura imperante, en la que el



En un mundo en el que nada permanece, la solidez de las relaciones y las instituciones se transformaron en líquido que fluye sin resistencias. Una vez más las emociones individuales superan con creces todo intento de valores comunes en el seno de las sociedades.

valor supremo es ahora divertirse y divertirse, por encima de toda otra forma de conocimiento o ideal..." (136) El conocimiento es lúdico y pasajero, ya no es formativo ni constitutivo de la identidad de los individuos.

En el mismo orden de ideas, tenemos al sociólogo Zygmunt Bauman cuando nos habla de la *comunidad de guardarrropa* o *comunidad de carnaval*. En un mundo en el que nada permanece, la solidez de las relaciones y las instituciones se transformaron en líquido que fluye sin resistencias. Una vez más las emociones individuales superan con creces todo intento de valores comunes en el seno de las sociedades. En este peregrinar sin rumbo, los trajes representan lo que el individuo es en ese momento, sus humores están en su vestimenta. El hombre es lo que tiene puesto, su biografía no debe exceder los ciento cuarenta caracteres, si quiere tener un lugar en el escenario.

...La designación *comunidad de guardarrropa* capta perfectamente algunos de sus rasgos característicos. Los asistentes a un espectáculo se visten 'para la ocasión' ateniéndose a un código de sastrería distinto de los códigos que siguen diariamente... (Bauman, 2005: 210)

No cabe entonces pensar como antaño en los valores de aprecio y respeto por la cultura universal cuyas pretensiones descansan en la humanización. Quizás tenga razón Schopenhauer cuando ve en el ser humano pura voluntad, qué mejor que la sociedad del espectáculo para acogerlo

con los valores de lo efímero y la diversión.

JOSÉ LUIS DA SILVA

Doctor en Filosofía e Historia. Director del Centro de Investigación y Formación Humanística de la Universidad Católica Andrés Bello. Profesor de Postgrado y Pregrado de la UCAB.

Referencias

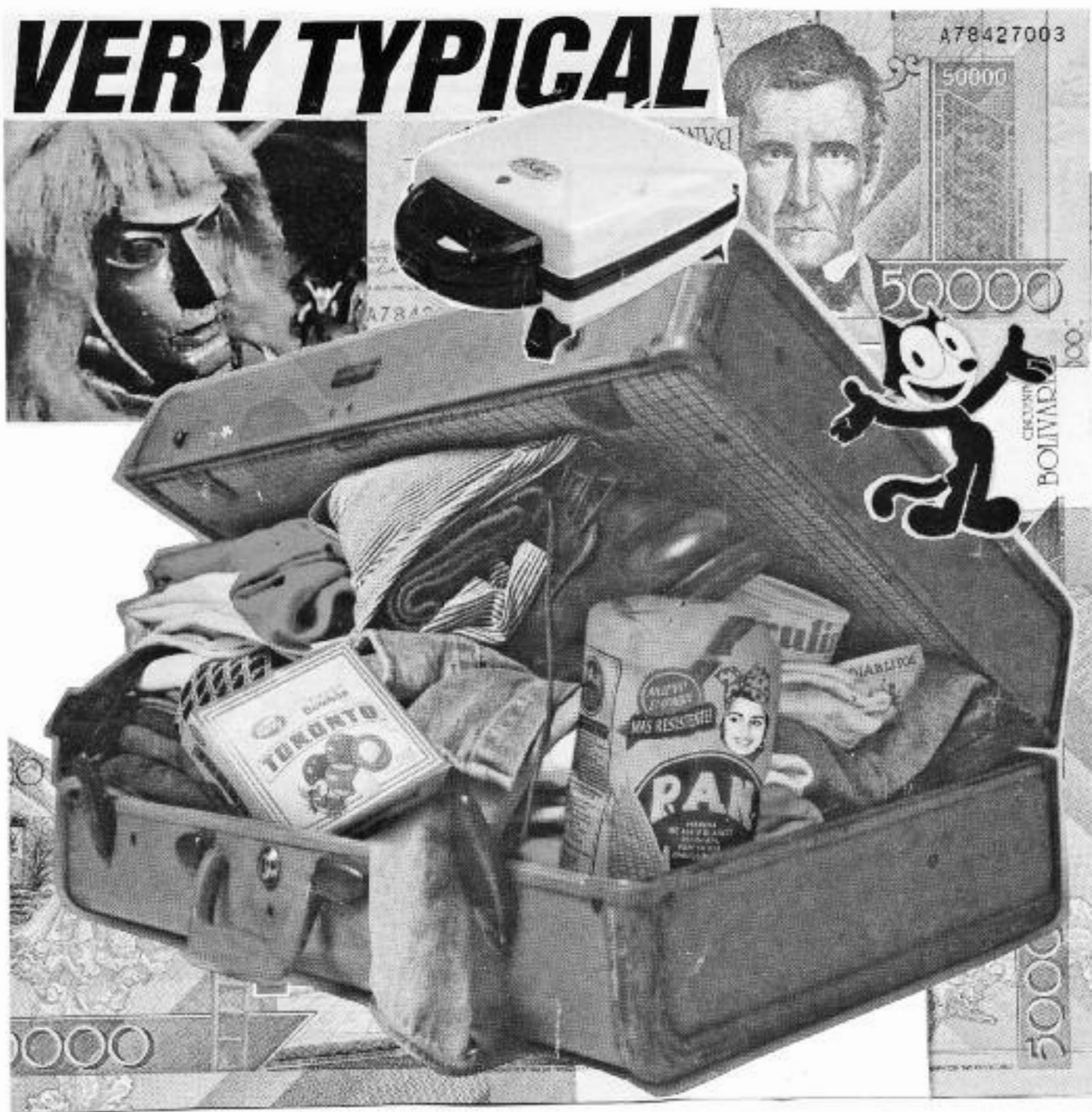
- BAUMAN, Z. (2005): *Modernidad líquida*. Buenos Aires: F.C.E.
- LIPOVETSKY, G. (1994): *El crepúsculo del deber*. Barcelona: Anagrama.
- SCHOPENHAUER, A. (2005): *El mundo como voluntad y representación*. México: F.C.E.
- PICÓN SALAS, M. (2008): "Civilización actual". En: *Obras selectas*. Caracas: Publicaciones Ucab.
- VARGAS LLOSA, M. (2012): *La sociedad del espectáculo*. Bogotá: Alfaguara.
- VILA-MATAS, E. (2010): *Perder teorías*. Barcelona: Seix Barral.

Notas

- 1 A inicios de este año 2013 la cifra ya superaba los 500 millones de usuarios, lo que manifiesta que el Twitter es la red de *microblogging* más grande del mundo.



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

Los viejos como espectadores y espectáculo

Los nuevos espectadores son viejos

Desde que el cine se impuso como espectáculo de masas a mediados del siglo XX, uno de los resortes principales de captación fue el *star system*, basado en el glamour y la juventud de las luminarias rutilantes y exuberantes de belleza. Nada más citar a Marilyn Monroe, Gary Cooper, Sofía Loren o Marcelo Mastroianni, se nos desata la cadena de nombres interminables con los que recordamos la historia del cine, obviando a los directores y guionistas.

La asistencia al cine era además una pauta de consumo predominantemente juvenil y grupal, sea en pareja o grupo de amistad. El espectador solitario era un *avis rara* de las cinematecas y salones de arte y ensayo.

Todavía pasados los ciento diez años de la invención del cine y aunque este se ha transformado como una hidra en múltiples plataformas digitales (cine digital, dvd, blu-ray, 3D, comunicación móvil en diversos soportes...) que permiten una visión más individualizada, sigue siendo un espectáculo gregario participado, comentado, discutido, entre pares, no solamente en la calle sino en las redes sociales. Esta última transformación refuerza también el carácter juvenil del fenómeno de consumo.

Sin embargo, las posibilidades del cine visionado en casa, me atrevo a asegurar, han ampliado significativamente el acceso de gente de tercera edad en el ámbito del hogar. De hecho son los niños y los mayores quienes más televisión consumen y el menú principal de muchos canales te-

máticos está compuesto por películas clásicas o nuevas. A las dificultades visuales y auditivas se ha respondido con mejoras en la definición, amplitud de pantalla, sonoridad, doblajes, etcétera.

Hoy muchos espectadores adultos y de tercera edad se deleitan con las reposiciones de películas que no pudieron ver en su niñez y juventud, pues una vez pasados los ciclos de mercado, los mejores productos pasaban a esos museos fílmicos, llamados cinematecas, que de vez en cuando los proyectaban para los cinéfilos. Gracias a Margot Benacerraf muchos venezolanos disfrutaron del recinto de Bellas Artes durante la década del 60 y 70. El telecine supuso un primer cambio en la difusión, como lo demostró Rodolfo Izaguirre con su programa "Cinemateca del aire", pero el video y el dvd hicieron el resto. Hoy muchos nuevos espectadores son viejos, o más eufemísticamente adultos contemporáneos por aquello que dijo Dalí: "Muchas personas no cumplen los ochenta porque intentan durante demasiado tiempo quedarse en los cuarenta".

Los grandes directores no son tan jóvenes

Hay otro hecho incontrovertible en el mundo del cine y es que el séptimo arte no es ya tan joven, ni tan moderno, si queremos referirnos a sus autores, directores, e intérpretes.

¿Sabía ud. que Scorsese se acerca a los setenta, que Haneke se ha hecho con una segunda estatuilla también con setenta, que Woody Allen ronda los ochenta, que Clint Eastwood superó los 81 y el pa-

*Quien conserva la facultad de ver la belleza no envejece.**

FRANZ KAFKA (1883-1924)

El cine como expresión cultural de la humanidad no es tan joven, ni tan moderno. Así mismo, la asistencia al cine no es tan juvenil según reflejan los estudios culturales de estos tiempos. Hoy muchos nuevos espectadores son adultos contemporáneos, o personas mayores. Desde esas consideraciones el autor se propone analizar tres películas sobre la vejez, porque ella da pie para muchas historias tiernas, entrañables, sombrías y hasta despiadadas.

■ JESÚS MARÍA AGUIRRE

triarca del cine portugués Manoel de Oliveira, autor nonagenario de *Palabra y utopía* (2000) sobre la vida del jesuita P. Vieira, cuya trayectoria se ha desarrollado en paralelo con la del séptimo arte, dirigió *El extraño caso de Angélica* con 100 años y estaba empeñado en hacer otra de las suyas a los 103?

Estos datos ponen en cuestión las tesis de que el oficio de los directores de cine no es apto para cardíacos o de que pasados los cincuenta se agota la creatividad. Y esto sin considerar la vitalidad de guionistas y escritores, que no están sujetos al vértigo de la producción.

El cineasta sueco Ingmar Bergman (1918-2007), que produjo y culminó su último film *Sarabanda* con casi noventa años, comentaba: “Envejecer es como escalar una gran montaña. Mientras se sube las fuerzas disminuyen, pero la mirada es más libre, la vista más amplia y serena”. Ahora bien, y sin contradecir al escandinavo, el director francés Jean Louis Barrault (1910-1994) agregaría “la edad madura es aquella en la que todavía se es joven, pero con mucho más esfuerzo”.

Por otra parte, el mundo de los actores, donde prevalece la juventud para los papeles estelares, ha sufrido algunas variantes, tal como nos demuestra la candidatura de Emmanuelle Riva para los premios César de Francia y Oscar de Estados Unidos. Esta actriz lanzada a la fama por Alain Resnais en *Hiroshima mon amour* en 1959, ha saboreado las mieles del éxito cincuenta y cuatro años después.

La actriz estadounidense, Katherine Hepburn (1909-2003), quien afirmaba humorísticamente, que “cuanto más se envejece más se parece la tarta de cumpleaños a un desfile de antorchas”, se mantuvo activa hasta avanzada edad e incluso en 1981 obtuvo un Oscar de actuación por el film *On Golden Pond* (*Nuestros años dorados*), y ese mismo mérito podía haberse reconocido a Henry Fonda, quien coprotagonizó el film.

Posiblemente entre nosotros sean Román Chalbaud (1931-), repotenciado por los recursos oficiales, y César Bolívar (1944-), próximo a estrenar *Corpus Christi*, los directores que a su edad se mantienen más activos, y no podemos eludir al actor Miguel Angel Landa, quien en *El manzano azul* no tuvo que recurrir al excesivo maquillaje para hacer su papel de abuelo o a Elba Escobar, que ha celebrado ya 35 años de carrera artística y entre sus nuevos proyectos destaca el rodaje de la película de Fina Torres, *Liz en septiembre*.



(...) en su conjunto, el cine latinoamericano nos ha presentado una visión edulcorada de la ancianidad en que todavía no se revela la otra cara de la historia, tal como denunciara Simone de Beauvoir en su obra sobre la vejez en el viejo mundo.

El cine sobre la tercera edad ofrece un nicho temático

En tanto en cuanto el cine es un reflejo de la vida, la vejez siempre ha estado representada, aunque su protagonismo haya sido menos visible y hasta marginal. En toda la historia del cine, sobre todo si nos referimos a las películas históricas, los sabios reconocidos al final de sus vidas, algunos héroes y gurúes, y numerosos abuelos y abuelas, han tenido cierta cabida en el universo fílmico. En la prolífica filmografía del cine occidental (cf. *La Biblia* de John Houston, *El viejo y el mar* de Fred Zinnemann o de Taylor) y oriental (cf. *Vivir* del japonés Kurosawa, *Sorgo rojo* del chino Yimou), encontraremos ejemplos significativos de ancianos venerables y ejemplares, aunque no falten denuncias de viejos perversos y críticas de las gerontocracias decadentes.

Refiriéndonos, por ejemplo, solamente al cine de habla castellana tenemos títulos como *Del rosa al marillo* de Summer (1963), una historia de amor situado en un ancianato, *Mamá cumple cien años* de Saura (1979), radiografía de una familia numerosa, que nos han presentado la cara amable y aun romántica de esa etapa de la vida, sin que falten historias de entuertos como en *El abuelo* de José Luis Garci (1998).

Los autores latinoamericanos, principalmente argentinos, también se han recreado con esta etapa de la vida haciendo gala de un humor entre amable y corrosivo. Con Héctor Alterio y Norma Aleandro de intérpretes en *El hijo de la novia* (2001), Campanella nos hizo reír de lo divino y de lo humano, presentando la cara antiparabólica del matrimonio eclesiástico; *Elsa y*

Fred (2005), de Carnevale, nos descubrió el florecimiento de los amores tardíos.

Otro tanto cabe decir de nuestras películas venezolanas *Simplicio* de Rubartelli (1978) sobre la sabiduría oriental del viejo margariteño, la mencionada *El manzano azul*, y la más reciente *Patas arriba* de Alejandro García Wiederman (2012), todas ellas una invitación a la superación de los desencuentros generacionales.

El cine inspirado en la obra literaria de García Márquez ha contribuido a ampliar el ciclo de la vejez, aunque sin gran mérito fílmico, con su universo particular confinado a las pasiones sinuosas de la edad madura. Arturo Ripstein se basó en “El coronel no tiene quien le escriba” (1999), Rui Guerra en *La cándida Eréndira y su abuela desalmada* (1983), Newell en *El amor en tiempos de cólera* (2007) y últimamente Carlsen en *Memoria de mis putas tristes*. Por primera vez se muestran las sombras de una etapa de la vida, marcada por la soledad y tratando de poblarla con recuerdos de amores perdidos o sueños imposibles.

Pero, en su conjunto, el cine latinoamericano nos ha presentado una visión edulcorada de la ancianidad en que todavía no se revela la otra cara de la historia, tal como denunciara Simone de Beauvoir en su obra sobre la vejez en el viejo mundo. Allí avisaba la feminista, compañera de Sartre, que tras el tema de la injusticia social y de la opresión del segundo sexo, se abría la conciencia y agenda de la opresión de la vejez en el mundo occidental.

Los japoneses se adelantan a mostrar la cara oculta

Un estudio de la ONU basado en estimaciones y cálculos elaborados con datos hasta agosto de 2009, informaba que el país más envejecido es Japón, con 44 de promedio, y el más joven Níger, con apenas 15, siendo la media mundial de 28 años. Para ese año Japón contaba con una población de 128 millones. Según la proyección del Gobierno, para 2048 habrá menos de 100 millones y en 2060 menos de 87 millones. En 2060, casi 40% de la población será mayor de 65 años.

Hace poco Taro Aso, ministro japonés de Finanzas, declaró que las personas mayores deben *darse prisa y morir* para aliviar los gastos del Estado en su atención médica. Declaraciones especialmente alarmantes en una sociedad en la que 25% de la población tiene más de sesenta años. Aunque reconoció que sus declaraciones

habían sido *inadecuadas* en un foro público, insistió en que estaba hablando solo de su preferencia personal.

Adelantándose muchos años a Aso pero con un propósito de denuncia y no de justificación, el director japonés Shohei Imamura, en un remake de la película *Narayama bushi-ko*, filmada en 1958 por Keisuke Kinoshita, rodó *La balada de Narayama*, que obtuvo la Palma de Oro del Festival de Cannes (1983). Rememora una antigua tradición, aún vigente en el siglo XIX, según la cual al alcanzar los setenta años los ancianos debían abandonar el pueblo para ir a vivir en la cima de la montaña Narayama. Una sentencia de muerte despiadada que si bien hoy nos horroriza, tiene sus defensores en la actualidad, aunque las versiones sean más sofisticadas.

En el fondo de esa tradición japonesa está la convicción de que es necesario el abandono de los mayores para destinar los alimentos y el espacio que estos ocuparían a los más jóvenes y a los niños que son el futuro, y que algún día peregrinarán o serán llevados también a la montaña.

Esperamos que próximamente Aso, quien cumplió 72 años, suba estoicamente por sus propios pies a la colina de Narayama, donde podrá disfrutar de las dos versiones de la película e inspirar un nuevo filme con su retiro.

Y, entre tanto recordaremos que una buena parte de las divisas de la industria cultural japonesa provinieron de talentosos octogenarios como Akira Kurosawa (1910-1998), quien en su tercera edad dirigió *Dersu Uzala*, (*El cazador*, 1975), *Kagemusha*, (*La sombra del guerrero*, 1980), *Ran*, (*Caos*, 1985), *Los Sueños*, (*Sueños*, 1990) y ganó dos Oscar para regocijo del mercado de cine japonés, o que también el recién fallecido Nagisa Oshima (1932-2013) y el prolífico Takeshi Kitano (1947-), siguen reportando pingües beneficios.

Tres filmes descollantes sobre la vejez

Si tuviera que organizar un taller de cine sobre el tratamiento de la vejez en el cine escogería estos tres filmes: *La familia Savages*, *Arrugas* y *Amour*.

En esta escogencia privan tanto razones de orden estético como antropológico y humano. Solamente la tercera ha gozado del prestigio globalizado que otorga la ganancia de un Oscar, pero las tres han tenido cierta relevancia en las respectivas cinematografías nacionales por su factura artística y su exploración humana.



Drauzio Varela, oncólogo y Premio Nobel de Medicina:
“En el mundo actual, se está invirtiendo cinco veces más en medicamentos para la virilidad masculina y silicona para mujeres, que en la cura de Alzheimer.”

La familia Savages de Tamara Jenkins es una producción estadounidense del año 2007, que en Venezuela fue presentada dos años después en la semana de cine independiente.

En la sinopsis de Filmaffinity se nos cuenta que dos hermanos, Wendy (Laura Linney) y Jon (Philip Seymour Hoffman), tras vivir años separados, se ven obligados a convivir de nuevo para cuidar de su padre enfermo, Lenny Savage, con el que no se hablaban en los últimos veinte años.

Hasta ahí el relato se nos aparece como anodino, pero el film tiene el mérito de ahondar en ese triángulo de relaciones: padre-hijo, padre-hija, y hermanos con una mirada que sacude la visión estereotipada del hogar, del amor filial y de la condición senil en el marco de las condiciones actuales de una familia reducida y dispersa. La cámara en este caso no se enaña tanto en el sufrimiento y soledad del padre, sino que se orienta a escarbar las relacio-



nes de los dos hermanos adultos cuando se ven arrancados de su cotidianidad, centrada en sí mismos y en sus proyectos individuales. Una dirección inteligente y femenina ahonda en los procesos de cambio en las actitudes de Wendy y Jon frente al anciano.

El padre se consume, sus hijos son los únicos que pueden asistirlo y al final se renuevan unas relaciones fraternales, que parecían ya condenadas al fracaso.

A su vez, la película española *Arrugas*, de Ignacio Ferreras (2011), nos sitúa en otro escenario muy distinto en que la trama comienza, justamente, en el momento en que los hijos deciden trasladar a su padre Miguel a una residencia de ancianos.

Curiosamente es una película de animación para un pú-



blico adulto, basada en el cómic del mismo título de Paco Roca (Premio Nacional de Cómic 2008). El género de animación, habitualmente asociado a relatos imaginarios e intrascendentes se convierte en un cauce irónico para convertir la historia en una tragicomedia.

¿Hay algo más trágico que ver a un jubilado, prácticamente desechado por su familia en el destierro de un geriátrico, inaugurando una nueva vida, que, prácticamente se reduce a comer, defecar y dormir, como dirá sarcásticamente Emilio, el amigo de Miguel, quien sufre Alzheimer.

Los dos amigos se solidarizarán en una batalla para no acabar en la planta superior de la residencia, el temido piso de los asistidos —que es como llaman allí a los desahuciados.

Es una historia de soledades y amistades en esos espacios en que la sociedad moderna confina a los jubilados y ancianos, y que nos evoca el comentario irónico de Drauzio Varela, oncólogo y Premio Nobel de Medicina: “En el mundo actual, se está invirtiendo cinco veces más en medicamentos para la virilidad masculina y silicona para mujeres, que en la cura de Alzheimer. De aquí a algunos años, tendremos viejas de tetas grandes y viejos con pene duro, pero ninguno de ellos se acordará para qué sirve”.

Ferreras, el director, y Paco Roca, el guionista, nos recuerdan que cuando para muchos las vidas de Miguel y Emilio habían acabado, ellos acababan de empezar una nueva. Aunque el film pareciera una denuncia sobre la situación de los geriátricos, considero que prevalece como un himno a la amistad en las fases más difíciles y precarias de la condición humana.

Por fin, la tercera película *Amour* de Michael Haneke, que no requiere mayor presentación por la proyección internacional que ha adquirido por los premios César y Oscar a la mejor película extranjera, nos sume en la intimidad de una pareja de profesionales jubilados, Georges y Anne. Los dos intérpretes geniales del cine francés, Emmanuelle Riva y Jean-Louis Trintignant, dan vida a los personajes, con la particularidad de que encarnan a personas de su misma edad.

Ambos profesores de música clásica, viven solos en una casa en París, lejos de sus familiares con los que mantienen contactos esporádicos, hasta que Anne sufre un infarto y queda paralizada de medio cuerpo. A partir de ahí comienza el vía crucis de una cotidianidad no solamente insípida, sino dura y sufriente. Casi pareciera tratarse de un cine etnográfico. Cada



(...) la vejez da pie para muchas historias entrañables, tiernas, sombrías y hasta despiadadas, en las que están envueltos todos los espectadores, sea porque sean mayores, sea porque tienen que hacerse cargo de ellos

acción sencilla, la más humanamente simple —comunicarse, caminar, sentarse y acostarse—, y cada operación rutinaria —limpieza, alimentación, necesidades físicas, cambio de pañales, horas muertas de ocio, sueño— se convierten en un acto heroico para el acompañante. El ritmo lento de la película con largos planos secuencia refuerza el tedio ambiental y transmite las sensaciones asfixiantes de Georges.

Caben múltiples lecturas sobre el film, por cuanto se presta tanto a una interpretación sobre el amor puesto a prueba como a la justificación de la eutanasia. No es nuestro propósito inducir al espectador sobre la lectura más legítima, pues se trata de un obra artística, ricamente abierta.

Tres películas, tres situaciones diversas, tres exploraciones sobre una etapa de la vida, que cada vez nos arroja más enigmas a medida que se prolonga la longevidad humana.

En la sociedad venezolana todavía las expectativas de vida no son tan altas como en Japón, España o Francia, pero ya mu-

chos de nuestros recién jubilados, a veces prematuramente deteriorados, inician una aventura de otro ciclo largo de vida y a menudo sin siquiera el horizonte de un geriátrico digno.

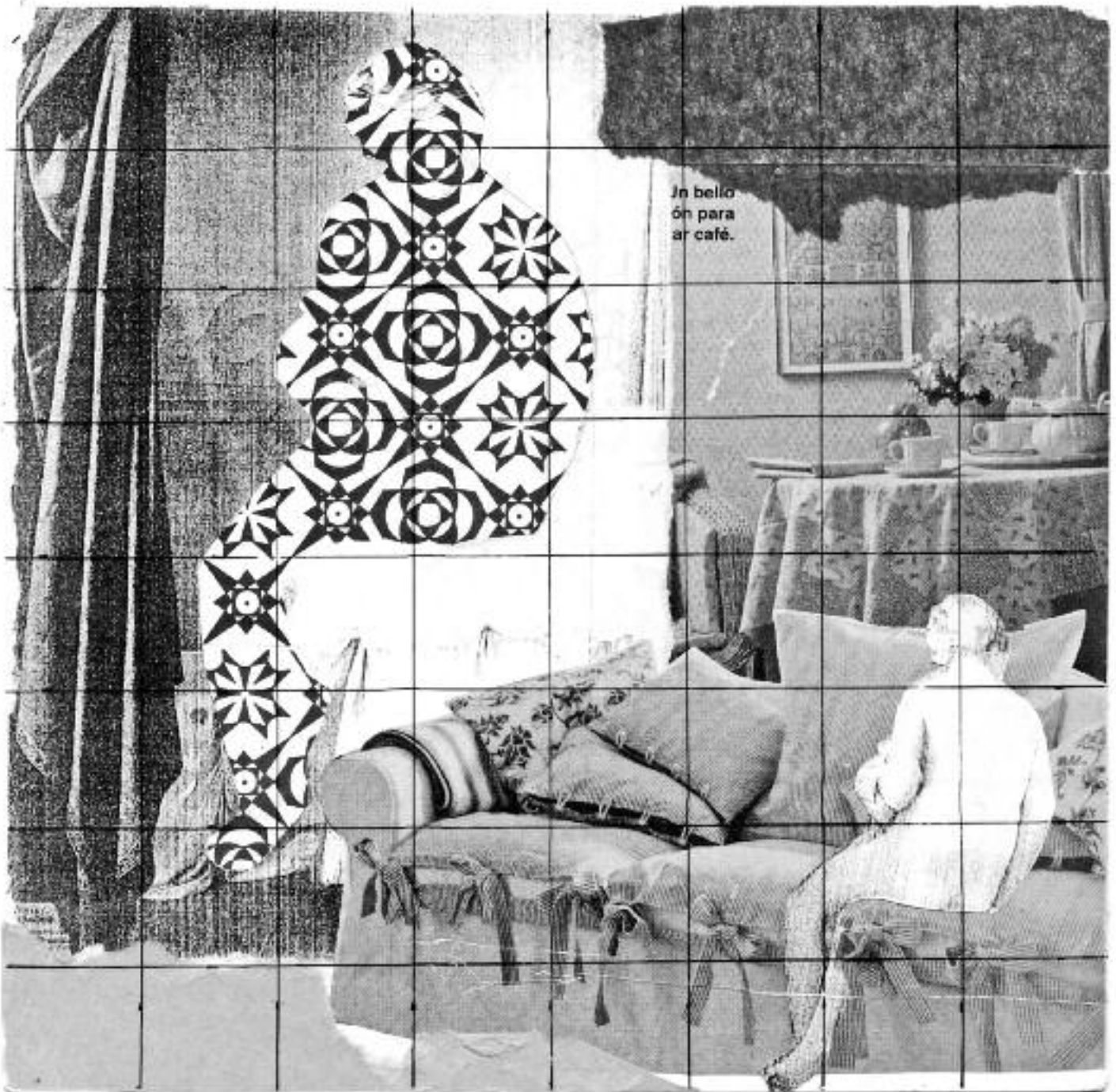
Solamente queremos recalcar tal como lo hemos hecho al principio en el título “Los viejos como espectadores y espectáculo”, que la vejez da pie para muchas historias entrañables, tiernas, sombrías y hasta despiadadas, en las que están envueltos todos los espectadores, sea porque sean mayores, sea porque tienen que hacerse cargo de ellos, y en las que se pone de manifiesto tanto nuestra condición humana como la calidad artística de nuestro cine, porque el pueblo que conserva la facultad de ver la belleza no envejece.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Director de la Fundación Centro Gumilla. Jefe de Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.

Nota

* Estas reflexiones surgen a propósito del premio Oscar a la mejor película extranjera otorgado a la película *Amour* de Haneke y de la candidatura de la actriz de mayor edad propuesta para ese galardón, Emmanuelle Riva, quien gozó premio colectivo a sus 86 años; y están dedicadas al jesuita Epifanio Labrador en su 92 aniversario, uno de los fundadores del Centro Jesús María Pellín, junto con José Ignacio Rey, Ignacio Ibáñez, José Martínez de Toda y el desaparecido Francisco Tremonti, todos ellos fanáticos del cine.



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

Recuerdos del futuro (II)

El rechazo a la ciencia ficción en las academias latinoamericanas

Se trata de una segunda entrega sobre la misma materia (ver Comunicación, N° 161), pero esta vez desde la perspectiva de cómo la academia, los estudios que llaman serios, ha acogido el cine de ciencia ficción. Al final del texto nos dicen los autores que si bien el género ha sido aceptado en muchos escenarios, incluso los académicos, en América Latina siguen prevaleciendo los prejuicios ante este género cinematográfico. Igualmente afirman que las barreras habrán de ceder, como están cediendo ya.

■ **ROWAN LOZADA-AGUILERA**
 ■ **FRANCISCO A. PELLEGRINO**

Introducción

En la primera parte de este artículo (revista *Comunicación* N° 161) se hizo un recorrido por la historia del cine de ciencia ficción, a través de las tendencias y principales películas del subgénero *ficción anticipatoria*. Dicho recorrido sirvió para entender las visiones que se han tenido sobre el futuro durante los diferentes períodos históricos, y que han oscilado entre lo concreto y lo abstracto, así como entre lo inmediato y lo distante.

En esta ocasión, naturalmente, se seguirán discutiendo aspectos del futuro, pero esta vez desde otra perspectiva. Habiendo entendido las lecturas y manifestaciones del porvenir en la ciencia ficción, se pasa ahora a la aceptación —más bien escasa— que ha tenido el género en Latinoamérica, con especial énfasis en los círculos académicos de la región.

Si bien la resistencia ha disminuido con el paso de los años, y a un ritmo notablemente lento, el hecho es que la ciencia ficción no termina de ser recibida —por no decir aceptada— como género literario o cinematográfico con la seriedad suficiente como para ser estudiado con rigor académico. A lo largo de este artículo se presentan las razones más importantes que, en opinión de quienes escriben, han dado como resultado esta marginación del género.

El rechazo a la ciencia ficción en las academias latinoamericanas

Si hubiese que ponerle una fecha de nacimiento al género ciencia ficción, sería el

1 de enero de 1818, cuando fue publicada por primera vez la novela *Frankenstein o El moderno Prometeo*, escrita por la autora británica Mary Shelley. Hoy día resulta más que difícil conseguir a un crítico literario o, en general, a un intelectual, que se atreva a cuestionar el valor de esta obra. Por el contrario, la misma es frecuentemente considerada una pieza clave de la literatura anglosajona y universal, por lo cual ha sido objeto de culto y estudio alrededor de todo el mundo, durante sus casi doscientos años de historia.

Entonces, ¿qué pasó en el camino? Si la ciencia ficción nació representada por una obra de semejante envergadura, ¿por qué hoy día se le considera un género *menor* en tantos círculos académicos?

No es una pregunta sencilla de responder. Son múltiples las razones (y hechos) que han contribuido en el deterioro de la reputación del género, tanto a nivel popular como académico. Comentarios como *No me gusta. Demasiada ficción; esa novela/película es muy mentirosa; prefiero leer/ver cosas más serias*, son muy frecuentemente repetidos en la calle, las bibliotecas, las salas de cine y, por supuesto, los salones de clases.

Paradójicamente, el cerco intelectual levantado en torno a la ciencia ficción se remonta a su llamada *Época de oro*, la cual comienza con la publicación en EE.UU. de las revistas *Amazing stories*, de Hugo Gernsback; y *Astounding science fiction*, de John Campbell; en 1926 y 1930, respectivamente. Esta era de apogeo concluye comenzando la década de 1950, después de haber popularizado sus imagi-



GALERÍA DE PAPEL, Adrián García (2013).

We are moving from a society desirous of instant gratification to a society of instant anticipation. We no longer want things that can be delivered immediately; we want to move the future forward, toward us, so that the future is no longer a frame of reference for measuring time but a kind of extended present.

James Greer

nerías entre los electores anglosajones. Empero, por haber sido estas revistas del tipo *pulp*, escritores como Isaac Asimov (*Las bóvedas de acero*, *El fin de la eternidad*, la trilogía de *La fundación*, entre otras), último gran exponente de aquellos años dorados, fueron excluidos de los circuitos literarios de prestigio. Igual suerte corrió, por ejemplo, Robert A. Heinlein (*Luna doble*, *Tropas del espacio*, *La Luna es una cruel amante*, entre otras) quien, sin embargo, en sus novelas criticó con genialidad los valores ideológicos y sociales de la sociedad de sus tiempos.

Ahora bien, quien quiera que decida enfrentar con éxito la misión de rescatar la ciencia ficción del *gueto* que le impide circular por la *gran avenida* de la ortodoxia filosófica-académica, debe hacerse algunas preguntas adicionales: ¿Desde cuándo el género está entrampado? ¿En qué consiste el susodicho *gueto*? ¿Cuáles son las alternativas de la ciencia ficción para salir de este? ¿Se ha intentado con autoridad? ¿Vincular el género con la filosofía puede ser una alternativa válida?

Los intentos de *sacar la ciencia ficción del gueto*, tanto desde la producción literaria como cinematográfica, han sido varios y notables; sin embargo, insuficientes para acercarla definitivamente a los ambientes académicos. Sin más, a continuación se describen las razones principales que han suscitado esta situación en la que se encuentra el género. Naturalmente, no son todas las razones, sino—como se ha indicado— las más relevantes entre ellas, que corresponden mayormente al contexto latinoamericano.

Los factores intrínsecos

Naturalmente, todo juicio depende en parte de la identidad del sujeto u objeto juzgado, y el resto, de la identidad de quien juzga. Una cosa son las características de una obra literaria o cinematográfica, por ejemplo, y otra muy diferente es la lectura que cada quien pueda hacer de esta desde su subjetividad.

Sin embargo, no tiene sentido caer aquí en la eterna y poco útil confrontación entre los conceptos de objetividad y subjetividad. No es a esa dicotomía a la cual se hará referencia. Por el contrario, simplemente debe empezarse por asumir, con toda la responsabilidad y sensatez, qué aspectos del género—tanto generales como específicos de ciertas etapas o corrientes—le han conducido a su mala fama en las academias iberoamericanas.



(...) se trata de la Época de Oro de la ciencia ficción. En ese sentido, nunca hubo tantos escritores del género como en ese momento, y muchos de ellos eran realmente talentosos como el mismo Asimov, Robert A. Heinlein, Ray Bradbury, Edward E. Smith y John W. Campbell Jr; todos ellos hijos de la era de las pulps

Ya lo dijera el autor jesuita Baltasar Gracián. “Como los ignorantes no se conocen, tampoco buscan lo que les falta. Serían sabios algunos si no creyesen que lo son” (1999, Sección: 176). En ese sentido, lo que se describe a continuación es precisamente el resultado de un acto de *reconocimiento* de las facetas y capítulos *propios* del género, que han servido para degenerar su reputación.

Papel barato, narrativa barata: el gueto literario

Como se indicó anteriormente, la época de mayor difusión y crecimiento del género ciencia ficción en la literatura, fue el período comprendido aproximadamente entre 1930 y 1950. Pero qué mejor que conocer la historia contada por uno de sus protagonistas, el escritor Isaac Asimov:

Como accidente de la historia, se hicieron falsas definiciones. ‘Aventura’ pasó a significar ‘pulp’ y ambas se hicieron sinónimos de ‘mal escrito’. Las primeras revistas que aparecieron entre las dos guerras mundiales fueron llamadas ‘pulp’ a causa del papel que utilizaban. Esas revistas necesitaban muchos textos y pagaban muy poco, así que no podían ser muy exigentes en la aceptación del material. Los autores tenían que escribir muchas historias para responder a la demanda y ganarse la vida. Los escritos apresurados son normalmente extravagantes y desmañados, y éstas fueron también las características de la ficción ‘pulp’. Quizá el

90 por ciento de sus textos eran así, pero si es por eso, como dijera Ted Sturgeon, el 90 por ciento de todas las cosas son malas (1986, p. 17).

En efecto, las *pulps* recibieron su nombre por el tipo de papel sobre el cual estaban impresas, uno económico y de poca calidad, que permitía producir las revistas por apenas una fracción del costo regular de los ejemplares típicos de la época, y venderlos también a un precio notablemente inferior. En ese sentido, y como bien comentaba Asimov, la apuesta estaba más enfocada en el volumen que en la densidad de los textos a publicar.

Pero, después de todo, se trata de la *Época de Oro* de la ciencia ficción. En ese sentido, nunca hubo tantos escritores del género como en ese momento, y muchos de ellos eran realmente talentosos como el mismo Asimov, Robert A. Heinlein, Ray Bradbury, Edward E. Smith y John W. Campbell Jr; todos ellos hijos de la era de las *pulps*.

No obstante, como ya indicó Asimov, citando a su vez a Sturgeon, el noventa por ciento de todas las cosas son de mala calidad, y este caso no fue la excepción. Al respecto, Armando Boix describe el estilo que, en general, caracterizó a la literatura *pulp*:

En los relatos que poblaban estas revistas el estilo es un valor añadido, del que se puede prescindir sin rubores (...) Es una narrativa puramente física. Su fuerza reside en los argumentos, rebosantes de aventura e intriga, y la forma utilizada para desarrollarlos es funcional, ágil, moderna (...) Como dice **Fernando Savater**, el contenido de los pulps sería una literatura de tipo extrovertido, es decir, aquella que *se centra en la acción misma y hace poco hincapié en los resortes que la mueven o los supone elementales: da prioridad al qué y aún más al cómo sobre el por qué, gusta de colores vivos, especies fuertes, ritmo ágil, y prefiere la exhibición muscular al análisis emotivo* (1999, p. 5, cursivas y negritas del autor).

Con esta descripción, no es de extrañar que la narrativa de ciencia ficción se haya convertido, de cara a las academias y una buena parte del público en general, en apenas un mal intento de literatura. Continúa Asimov describiendo los inicios de la llamada *Época de Oro*:

Había tres revistas pulp: *Astounding Stories*, *Amazing Stories* y *Thrilling Wonder*

Stories. Las dos primeras pagaban un centavo la palabra, la última medio centavo la palabra. Solo *Astounding Stories* podría ser considerada como una revista de calidad. *Thrilling Wonder Stories* ofrecía historias de acción destinadas a atraer lectores más jóvenes y menos sofisticados. *Amazing Stories*, que pasó ese año bajo la dirección de otro equipo, estaba empezando a publicar puras pavadadas marginales (1986, p. 62).

En ese sentido, la susodicha *Época de Oro*, irónicamente, sirvió como ningún otro factor para construir el gueto dentro del cual se mantendría la ciencia ficción durante varias décadas, y del que no termina de salir definitivamente. Sin embargo, desde entonces han sido varios los intentos por minimizar el sensacionalismo legado por la llamada *pulp fiction*, y a ello se han dedicado dos oleadas de escritores de habla inglesa, algunos de ellos ya previamente reconocidos por la Literatura (con la *L* mayúscula), y que incurrieron con éxito innegable en la ciencia ficción. La primera ola fue británica, iniciada por Herbert G. Wells (*La máquina del tiempo*, *El hombre invisible*, *La guerra de los mundos*, entre las principales) y fue protagonizada, entre otros, por George Orwell (1984), Aldous Huxley (*Un mundo feliz*) y Arthur C. Clarke (2001: *Una odisea en el espacio*).

Asimismo, estos autores fueron acompañados en los EE.UU. por Ray Bradbury (*Crónicas marcianas* y *Fahrenheit 451*), quien desde entonces ha sido incorporado en los programas universitarios de literatura de su país. Lamentablemente, el aporte de estos escritores se vio solapado en la década de 1950 por el advenimiento de las denominadas *b-movies*, películas de bajo presupuesto para el consumo popular, que hacían entender que la ciencia ficción obedecía más la rígida lógica del mercado que el desarrollo intelectual.

Oportunamente llega la segunda ola de autores, esta vez norteamericanos, como Philip K. Dick (*¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?*, *El hombre del Castillo*, la trilogía *SIVAINVI*, entre otras) el escritor con más versiones cinematográficas de sus obras de ciencia ficción; y Frank Herbert, autor de *Dune*, considerada como la mejor novela de todos los tiempos en el género. Estos fueron acompañados por Clifford D. Simak (*Estación de tránsito*), Poul Anderson (*Tau Cero*), Philip José Farmer (*A sus cuerpitos dispersos*), y el británico Anthony Burgess (*La naranja mecánica*). En esta oportunidad las alas fueron quema-



Lo cierto es que para muchos espectadores, críticos y académicos –sobre todo en Latinoamérica– el cine de ciencia ficción vale muy poco o nada en términos intelectuales.

das por el giro que experimentó la ciencia ficción en la década de los ochenta, hacia el denominado *ciberpunk* –la visión de un futuro distópico plagado de informática y hackers– el cual, si bien no pasó de ser una moda pasajera, contribuyó en parte a devolver el género hacia una suerte de nueva era *pulp fiction*, muy a pesar de la innegable calidad de su obra más importante, *Neuromante*, del escritor canadiense-estadounidense William Gibson.

Básicamente por estas razones, muy posiblemente el intelectual promedio respete a Clarke, a Dick o a Orwell en particular, pero es muy poco probable que haga lo mismo con la ciencia ficción en general. Esta vez, para el pesar de los postulados de Vilfredo Pareto, pudieron más los *muchos triviales* que los *pocos vitales*.

De explosiones y rayos láser: el gueto cinematográfico

Mucha gente dice que *hay que leer, lo que sea, pero hay que leer*. En ese sentido, hasta la menos valorada de las literaturas goza –por su misma condición de literatura– de cierta aura artística o intelectual. El solo hecho de leer un libro, aún cuando la calidad de este no sea la más alta, ya supone, frente a los demás, cierto mérito para quien lo lee. No obstante, una película no es un libro, y son realmente muy pocos quienes ven en el cine una fuente o herramienta estimable para la reflexión o la obtención de conocimientos. Por el contrario, este medio es, en la mayoría de los casos, considerado apenas una mera distracción. El gueto cinematográfico de la ciencia ficción es, así, un gueto dentro de otro gueto.

En efecto, dentro de muchos sectores académicos todavía prevalece el preconcepto de *industria cultural*, de inspiración marxista, acuñado por Max Horkheimer y Theodor Adorno en el marco de la Escuela de Fráncfort, y que envilece el valor de las obras de las productoras cinematográficas industriales y masivas, por considerarlas meras *fábricas de salchichas*.

Sin embargo, dentro de ese gueto de quienes se toman el cine en serio en los círculos intelectuales, puede que las películas históricas o los dramas psicológicos sean consideradas *cine serio*, pero rara vez las de ciencia ficción merecen esa denominación en las academias, salvo –como sucede con la literatura del género– en el caso de algunas excepciones.

Lo cierto es que para muchos espectadores, críticos y académicos –sobre todo en Latinoamérica– el cine de ciencia ficción vale muy poco o nada en términos intelectuales. Y que, como se dijo anteriormente, a partir del auge de las *b-movies* de los años 50, la cinematografía del género no volvería a gozar de mayor respeto frente a los mencionados grupos.

Llama la atención, sin embargo, que precisamente esa época de altísimas cantidades de producción y bajísimos criterios de calidad haya sido –al igual que en el caso de la literatura– considerada la época dorada del género en la gran pantalla. Al respecto, Sergi Sánchez comenta:

Hubo que dejar atrás la Segunda Guerra Mundial para que llegara la edad de oro de la ciencia ficción (...) En los márgenes de la industria, el cine de serie B se transformaría en el responsable de la madurez de la ciencia ficción. Haciendo de la economía de recursos su mayor baza, supo satisfacer las exigencias del público joven, principal consumidor del género en su vertiente más lúdica y modesta (...) Títulos como *It Conquered the World* (Roger Corman, 1956), *Not of this Earth* (1957, Corman, 1957) o *The Brain Eaters* (Bruno VeSota, 1958) reflejaban, de algún modo, lo que el rock n' roll suponía para la juventud de la época: combustible contra las viejas generaciones (2007, pp. 23-25).

Naturalmente, al igual que en el caso de las *pulp magazines*, las *b-movies* buscaban seducir al público más joven (y menos exigente en el plano intelectual), apostando por cantidad más que por calidad. Sin embargo, esto último no es del todo cierto, en tanto que el concepto de calidad tuvo que ser reformulado por la entrada en

el escenario de un nuevo competidor: la televisión. Ya para la década de 1950, este medio ganaba tasas nada despreciables de audiencia, que prefería disfrutar de la programación televisiva en la comodidad de su hogar, en lugar de trasladarse a las salas de cine.

En ese sentido, el cine —y sobre todo el de ciencia ficción— tuvo que *reinventarse* para sobrevivir frente a este fenómeno. Evidentemente, una película de *calidad* ya no sería la de trama más compleja o la realización más impecable, sino la que lograra ser más eficiente en la relación recursos invertidos versus ganancias obtenidas. Eran tiempos inciertos para el medio, y esa fue la mejor estrategia para sobrevivir. De cualquier manera, es a partir de ese momento cuando la cinematografía de ciencia ficción ha sido asociada a efectos especiales, a historias vacuas de contenido, a rayos láser y a platillos voladores; al igual que la literatura de ficción anticipatoria se ha confundido con ufología, ciencias paranormales y artes esotéricas.

Además, hay otra cuestión que justifica hasta cierto punto esa proliferación de ovnis, láseres y naves espaciales durante aquella época de oro. No debe olvidarse que los 1950 fueron los primeros tiempos de la carrera espacial y, como nunca antes, el público estaba particularmente interesado en esos tópicos, así como en la ciencia ficción en general. Entonces es natural que el género haya tenido un crecimiento tan significativo (al menos en el plano cuantitativo) durante esos años, e incluso que pueda decirse —sin temor a caer en exageraciones— que la ciencia ficción cinematográfica haya logrado consolidarse en esa época, y no en otra.

Por otro lado, y como sucediera en el literario, también en el frente audiovisual han sido considerables los intentos por legarle al género un cine de autor. Solo por mencionar algunos, sería suficiente con recordar a Stanley Kubrick con sus obras *2001: A Space Odyssey* (1968) y *A Clockwork Orange* (1971), adaptaciones cinematográficas de las novelas de Arthur C. Clarke y Anthony Burgess, respectivamente. Asimismo, merece una mención especial Ridley Scott, con *Alien* (1979), película que le redituó un premio *Oscar* como mejor director, y la clásica *Blade Runner* (1982), adaptación libre de la novela corta de Philip K. Dick ¿*Sueñan los androides con ovejas eléctricas*? También están en este grupo los hermanos Andy y Larry Wachowski con su trilogía *The Matrix*, cuya primera entrega (1999) les hizo



Queda claro que los prejuicios contra los cuales debe luchar la literatura de ciencia ficción, aun siendo enormes, no son nada comparados con el triple gueto que sufre su hermana, la cinematografía de ciencia ficción.

también merecedores del *Oscar* a la mejor dirección.

Sin embargo, la ciencia ficción cinematográfica enfrenta otras barreras de resistencia. La más notable de ellas —por lo increíble que puede resultar en primera instancia— es sin duda, la que viene desde la ciencia ficción misma. En efecto, la vertiente audiovisual del género no termina de ser bien vista por su hermana literaria. Esto es: el escritor de ciencia ficción muchas veces considera las películas del género como poco menos que un insulto, como algo que ni siquiera debería ser llamado *ciencia ficción*. Otro gueto.

Y para ilustrar esta idea, vale la pena citar las palabras de uno de los más destacados escritores del género, y probablemente el más conocido de todos ellos. Isaac Asimov, de hecho, se niega a llamar *ciencia ficción* a la rama audiovisual del género. En su lugar, le dio el nombre despectivo de *eye-sci-fi* (la cual sugiere algo así como *ciencia ficción para los ojos*, pero definitivamente no para el cerebro). Sobre esta, afirma entre otras cosas, lo siguiente:

¿Por qué habrían de esperar los productores de *eye-sci-fi* que alguien vea sus películas? Porque ofrecen algo que no tiene ninguna conexión fundamental con la ciencia ficción, pero por lo cual decenas de millones de personas están dispuestas a pagar dinero para verlo. ¿Qué es eso? Pues, escenas de destrucción. Puede haber naves espaciales destruyendo a otras naves espaciales, monstruos destruyendo ciudades, cometas destruyendo la Tierra. A esto se llama “efectos especiales” y es lo que la gente busca. Creo que una obra de *eye-sci-fi* sin destrucción es algo casi desconocido. Si se hiciera algo

así nadie iría a verlo, o, si fuera tan bueno que lograra reunir a un pequeño público, nadie pensaría de ninguna manera que se trata de ciencia ficción (...). Si el productor decide gastar abundantemente en efectos especiales, es bastante probable que economice en otros aspectos de la película, y primero en la línea para economizar está siempre el libreto. El resultado es que el argumento y los diálogos de cualquier obra de *eye-sci-fi* están generalmente muy por debajo de lo pobre. Normalmente, una vez que un personaje ha logrado decir “¡Oh!” cuando explota una nave espacial su papel ya está agotado (1986, p. 74-75).

Queda claro que los prejuicios contra los cuales debe luchar la literatura de ciencia ficción, aun siendo enormes, no son nada comparados con el triple gueto que sufre su hermana, la cinematografía de ciencia ficción.

Los factores extrínsecos

No todo puede ser *culpa* de la ciencia ficción. Si bien en los párrafos anteriores se deja claro que muchos de los prejuicios de los cuales ha sido objeto el género se han generado y alimentado gracias a las propias acciones de sus protagonistas —sean estos escritores, editores, directores, productores o afines— y a ciertas actitudes cómplices de su público, ciertas cuestiones, simplemente, no pueden atribuírsele directamente al género. Por el contrario, son prejuicios que nacen en el seno de las sociedades que le sirven de audiencia, que no son necesariamente en las cuales se generan los discursos de la ciencia ficción.

En ese sentido, sociedades como las latinoamericanas —que son más importadoras que generadoras de ciencia ficción— experimentan un par de fenómenos que, a su vez, generan prejuicios adicionales. El primero es el consumo de ciencia ficción mayormente extranjera, que no necesariamente corresponde con las particularidades de su propia cultura (o identidad). El segundo, estrechamente relacionado con el primero, es que el discurso de la ciencia ficción queda inevitablemente desvinculado de las circunstancias de esas colectividades. Por supuesto, nada de esto es irreversible ni supone un círculo vicioso indestructible, pero hasta ahora ha supuesto una barrera difícil de superar para el género en América Latina, y especialmente en las academias de esta región, como se verá a continuación.

Las gringadas: la poca identificación con los códigos anglosajones

El término *gringo*, de por sí, puede sonar despectivo en muchos contextos. No obstante, *gringada*, voz utilizada para referirse a aquello que es propio del *gringo*, del estadounidense, es irremediablemente despectivo en cada uno de los casos en los cuales se usa.

Y en una sociedad en la cual la inmensa mayoría, casi la totalidad, del cine que se consume es de origen estadounidense, es bastante frecuente escuchar esta última expresión. Evidentemente, para destacar aquellos aspectos que el espectador promedio considera típicos de la identidad norteamericana, y que él, por su parte, considera desfasado de su propia idiosincrasia en el mejor de los casos, o absolutamente ridículo en el peor. Naturalmente, la ciencia ficción es, de todos los géneros cinematográficos, el que queda menos excluido de la etiqueta de la *gringada*, y es porque, de hecho, es el más estadounidense de todos ellos.

En la entrega anterior de este artículo se discutió la historia de la ciencia ficción a través de uno de sus subgéneros principales, la ficción anticipatoria (también llamada *ficción especulativa*). Quien recuerde los hitos y las películas que se mencionaron como piezas determinantes del género, encontrará que la mayoría son, en efecto, estadounidenses. Igualmente, cualquiera que revise las distintas aproximaciones que se han hecho para establecer una cronología del género, hallará que los períodos se establecen, casi en su totalidad, a partir de los capítulos de la historia contemporánea de los Estados Unidos de América. Por ejemplo, puede hacerse referencia brevemente a la que proponen los españoles Joan Bassa y Ramón Freixas:

La primera etapa, a la que denominan *prehistórica*, comprende desde el año 1898 hasta 1928, y corresponde a los inicios del género hasta su madurez, representada —como es de esperarse— por la obra de Fritz Lang, *Metropolis*. La segunda etapa, situada entre 1929 y 1938, está marcada por la Gran Depresión de EE.UU y sus consecuencias. La tercera, que va de 1939 a 1949, se define por la superación de la crisis anterior y la victoria en la Segunda Guerra Mundial. La cuarta, que va desde 1950 hasta 1958, corresponde a los primeros años de la Guerra Fría y la paranoia anticomunista. La quinta, de 1959 a 1967, está delimitada por el *boom* capitalista de EE.UU. y el llamado *milagro alemán*, conservando la mayoría de los ele-



(...) no es de extrañar que la ciencia ficción, tanto con su vertiente literaria como con la cinematográfica, no terminen de cuajar en las sociedades latinoamericanas, y especialmente en las academias, pues fuera de ellas sigue teniendo opciones como entretenimiento o curiosidad

mentos de la etapa anterior, pero cambiando los enemigos externos por los internos. La etapa comprendida entre 1968 y 1976 supone, por su parte, la *dignificación del género*, iniciada —según los autores— por la obra *2001: A Space Odyssey*, del director neoyorquino Stanley Kubrick. Finalmente, los autores concluyen con una etapa que va de 1977 en adelante (tómese en consideración que esta cronología fue publicada en el año 1993), a la cual consideran un *agujero negro* de falta de ideas y sobreexplotación de secuelas y efectos especiales digitales (1993).

No es necesario ser un gran observador para darse cuenta de que todas las etapas de la cronología anterior, con excepción de la primera, que supone la prehistoria del género, están definidos —como antes se apuntó— por capítulos de la historia estadounidense. No panamericana, ni occidental, mucho menos internacional, sino específicamente estadounidense.

En ese sentido, no es de extrañar que la ciencia ficción, tanto con su vertiente literaria como con la cinematográfica, no terminen de cuajar en las sociedades latinoamericanas, y especialmente en las academias, pues fuera de ellas sigue teniendo opciones como entretenimiento o *curiosidad*, ganando incluso un número importante de seguidores entre el público infantil y juvenil. Pero no ha pasado mucho más lejos de ahí. Lamentablemente, el género sigue siendo, dentro de muchos sectores de estas sociedades, una expresión foránea y, en esa medida, difícil de comprender (en toda su dimensión) y asimilar (con seriedad). Asimismo, esa actitud se vuelve todavía peor cuando se trata de sus parientes cercanos, como los cómics o los videojuegos.

El futuro versus el presente: el paradigma latinoamericano del progreso

Un último factor incide sobre la resistencia de América Latina a la literatura y cinematografía de ciencia ficción. Este es, sin embargo, el más propiamente latinoamericano de todos.

Y es que hay algo que se debe tener muy en cuenta: la ciencia ficción es una de las hijas predilectas de la Revolución Industrial. En palabras de Isaac Asimov:

El ritmo de cambio, y el alcance de los efectos de ese cambio sobre la sociedad devienen suficientemente grandes como para ser detectados en el lapso de una vida individual. Entonces, por primera vez, el futuro es descubierto. Esto ocurrió, evidentemente, con el desarrollo de la Revolución Industrial. Es lógico entonces suponer que la ciencia ficción tuvo que haber nacido algún tiempo después de 1800 y muy probablemente en Gran Bretaña, y que su nacimiento se produjo como una respuesta literaria a ese descubrimiento (1986, p. 4).

En efecto, bien puede decirse que la ciencia ficción es una respuesta a la industrialización. El problema es que, lamentablemente, las sociedades latinoamericanas solo pueden presumir —en el mejor de los casos— de estar en vías de industrialización, pero no efectivamente industrializadas.

Asimismo, la ciencia ficción se inspira tanto en los demonios como en las promesas más benévolas de la industrialización, y más recientemente, en los equivalentes de la informática. No obstante, la Revolución Industrial nunca terminó de suceder en Latinoamérica, y la Revolución Informática parece estar a décadas de llegar a estas latitudes. Por supuesto, muchos podrán decir que una gran cantidad de empresas extranjeras, e incluso algunas autóctonas, tienen plantas de ensamblaje con tecnología de punta en la región, que se sirven de los recursos materiales y humanos de la misma. En el mismo orden de ideas, muchos podrían decir que una gran parte de la población usa *gadgets*, como los *smartphones* o las *tablets*, y tienen acceso a Internet y otras bondades de la nueva tecnología. Sin embargo, la pregunta es, ¿qué tanta de esa tecnología es verdaderamente *originaria* de la región? Una cosa es consumirla, incluso producirla según directrices extranjeras, pero otra muy distinta es concebirla, diseñarla o crearla. Y no es que en América Latina no ocurra

nada de esto último, pero —francamente— no ocurre mucho, y cuando lo hace, no suele ser de una calidad verdaderamente competitiva de cara al resto del mundo.

Difícilmente haya algo más apropiado para ilustrar esta realidad que la *Teoría de la dependencia*, formulada y defendida por intelectuales latinoamericanos de la talla de Raúl Prebisch, Theotonio Dos Santos, Fernando Henrique Cardoso, entre otros. Dicha teoría propone una relación *centro-periferia*, en la cual el centro, representado por los países industrializados, asume la toma de decisiones y posee el control de la industria y la tecnología; mientras que la periferia simplemente se encarga de seguir las directrices y suministrar las materias primas (Carmona et al, 2005). Si bien la analogía puede parecer algo forzada, no deja de ser válida: la ciencia ficción es un género más propio de esas sociedades *centrales* que de las *periféricas*. Así como el desarrollo científico, tecnológico e industrial de América Latina es limitado, lo es también su asimilación y producción de ciencia ficción. En su lugar, los escritores y académicos de la región han dado preferencia a otros tipos de ficción.

Más aún, todo indica que son esas sociedades *de vanguardia* las que mayormente se preocupan por el futuro. Siendo estas las que tienen mayor acceso a (y conocimiento de) los avances de la ciencia, la tecnología y la industria, son las que tienen mayor capacidad de trasladar estos al plano de las artes, como es el caso de la literatura y cinematografía de ciencia ficción. Para ilustrar esta idea con el ejemplo de la ficción anticipatoria, bastaría decir que es más sencillo visualizar el futuro (sea que tienda a lo distópico o a lo utópico) en una sociedad desarrollada que en una en vías de serlo. Naturalmente, esta última está más preocupada por *ponerse al día* que por imaginar el porvenir. Asimismo, es difícil pensar en súper autopistas con sistema de piloto automático cuando las carreteras de tu país están plagadas de huecos y ladrones de camino. Es difícil, también, pensar en viajes espaciales cuando el metro de tu ciudad no puede avanzar de una estación a la siguiente sin detenerse injustificadamente a mitad de camino. Incluso puede resultar difícil pensar en gobiernos totalitarios futuros, cuando estás convencido de que lo pasado y lo presente ya no pueden empeorar.

En pocas palabras, no es sencillo pensar en el futuro cuando la mayor preocupación es sobrevivir el presente.

Conclusión

A través de estas líneas se ha discernido sobre las cuatro principales razones que han fomentado la resistencia a las distintas expresiones de la ciencia ficción en la colectividad, con particular énfasis en la órbita latinoamericana, y dentro de esta, en sus circuitos académicos.

Se ha podido notar, asimismo, que ese rechazo se debe en partes más o menos iguales a factores intrínsecos y extrínsecos al género en sí. En ese sentido, no todos los supuestos demonios que se atribuyen a la ciencia ficción realmente le pertenecen, pues una buena parte viene de los prejuicios y valoraciones subjetivas que individuos y sociedades han hecho a través de los años.

Las razones intrínsecas, que consisten en esos capítulos menos brillantes del género, y que, sin embargo, dejaron huellas definitivas en la apreciación del espectador acerca de la ciencia ficción; deberían considerarse apenas capítulos aislados de su desarrollo, y no como su verdadera e irrevocable identidad.

En efecto, la ciencia ficción es el más joven de los géneros narrativos que se manifiestan actualmente en la literatura y el cine. Por ello es perfectamente natural que, en su camino hacia la madurez, haya atravesado —y siga atravesando— por capítulos *adolescentes*, pero nunca *para el olvido*. Precisamente por no haber olvidado, la ciencia ficción actual es mucho más madura que la de hace unos años atrás. Se siguen cometiendo imprudencias, claro está, pero es muy necio pensar que un género completo únicamente dará luz hijos prodigiosos.

En ese sentido, el género ha progresado notablemente en sus menos de doscientos años de historia, y resulta injusto el hecho de que se le siga juzgando por los mismos prejuicios que surgieron en los momentos —conocidos como *etapas de oro*— que sirvieron para darles una forma y unos marcos a partir de los cuales desarrollarse, pero nunca una identidad definitiva o inquebrantable. Por el contrario, como se pudo observar en la entrega anterior de este artículo, si algo ha hecho la ciencia ficción durante el último siglo es evolucionar y reinventarse constantemente.

Gracias a esto último se ha podido reducir la resistencia en muchos escenarios, pero Latinoamérica, y en particular sus academias, siguen sin proyectar mayor apertura. Con ello, algunos prejuicios persistirán, pues son más bien externos al gé-

nero, pero eventualmente las barreras habrán de ceder. A medida que las sociedades se acerquen y comprendan entre sí, la ciencia ficción dejará de sonar tan *insoportablemente* foránea para el latinoamericano, y tan *irrevocablemente* propia para el anglosajón. Si bien la globalización y el intercambio cultural ya se han venido encargando de disminuir las distancias, todavía falta mucho por recorrer.

Entonces, ¿qué queda? ¿Puede la rehabilitación académica llegar por vía de investigaciones y análisis? ¿Qué tipo de análisis: literario, cinematográfico, filosófico? Por último, y si este es el caso, ¿cómo relacionar filosofía y ciencia ficción?

De momento, vale la pena señalar que la ciencia ficción es, en sí misma, un motor generador de intuiciones filosóficas; lo que la convierte, al menos en un comienzo, en un recurso de valiosa utilidad para la reflexión. No obstante, para poder discutir la verdadera —y tantas veces ignorada— complejidad del género ciencia ficción, hace falta una tercera entrega para este artículo.

ROWAN LOZADA-AGUILERA

Comunicador Social, asistente académico en la Universidad Católica Andrés Bello. Investigador en el área de Cine de Ciencia Ficción. Miembro de la Science Fiction Research Association.

FRANCISCO A. PELLEGRINO

Comunicador Social. Profesor de pregrado y postgrado en la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.

Referencias

- ASIMOV, I. (1986): *Sobre la ciencia ficción*. (Primera edición). Madrid, España: Editorial Edhesa.
- BASSA, J; FREIXAS, R. (1993): *El cine de ciencia ficción: una aproximación*. (Primera edición). Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- BOIX, A. (1999): *Los pulp magazines en Norteamérica*. Recuperado el 14 de abril de 2013. <http://www.ciencia-ficcion.com/opinion/op00199.htm>
- CARMONA, H. (et al). (2005): *Teoría de la dependencia*. Recuperado el 17 de abril de 2013. <http://yumka.com/docs/teoria-dependencia.pdf>
- GRACIÁN, B. (1999): *Oráculo manual y arte de prudencia*. (Edición facsimilar). Alicante, España: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- SÁNCHEZ, S. (2007): *Películas clave del cine de ciencia-ficción*. (Primera edición). Barcelona, España: Ediciones Robinbook.

Para ti que piensas en hacer postgrado en **Comunicación Social** el de **La Católica** es tu mejor opción

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL. Para formarte con fortalezas para investigar, planificar, gestionar, evaluar, diagnosticar y hacer consultoría en Comunicaciones en comunidades, sociedades y organizaciones de diferente orientación y escala.

Opciones: Comunicación para el Desarrollo Social | Comunicación Organizacional

4 SEMESTRES | PRESENCIAL | 2 NOCHES A LA SEMANA, DE 6:00 A 10:00 PM. | CAMPUS MONTALBÁN

ESPECIALIZACIÓN EN PUBLICIDAD. El ecosistema de la publicidad está cambiando en todo el mundo. Pensando en ello y en que hay que prepararse para mucho más que un puesto de trabajo, este programa te permite desarrollar fortalezas en investigación, planificación, consultoría y gestión de marca empleando el enfoque contemporáneo de Comunicaciones Integradas de Mercadeo

4 SEMESTRES | PRESENCIAL | 2 NOCHES A LA SEMANA, DE 6:00 A 10:00 PM. | CAMPUS MONTALBÁN

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN PERIODISMO. Seas o no periodista, este programa te brinda elementos para comprender a cabalidad cómo opera la organización periodística, cuál es el valor del discurso periodístico para las sociedades contemporáneas y cómo hacer este discurso con calidad

4 TRIMESTRES | PRESENCIAL. 2 MAÑANAS A LA SEMANA, DE 8:00 AM A 12:00 M. | CIAP- LA CASTELLANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN Y POLÍTICA. La relación entre comunicación y política es vital en todas las sociedades democráticas. Por ello este programa te permite generar fortalezas para promover la decisión política en procesos electorales, mejorar la gobernabilidad democrática y construir los discursos del poder.

3 TRIMESTRES | PRESENCIAL. 2 NOCHES A LA SEMANA, DE 5:00 PM A 9:00 PM. | CIAP- LA CASTELLANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN.

La libertad de expresión y el derecho a la información son las dos caras de una misma moneda. Este programa te permite comprender desde una triple perspectiva -jurídica política y comunicacional- cómo debe y puede garantizarse este derecho desde el Estado, el sector privado, los medios de comunicación y el tercer sector

320 HORAS | BIMODAL (PRESENCIAL Y A DISTANCIA) | CAMPUS MONTALBÁN | ESTE PROGRAMA SE DICTA CONJUNTAMENTE CON EL CENTRO DE DERECHOS HUMANOS DE LA UCAB

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES [E-COM].

El entorno digital y las redes sociales son realidades del futuro hecho presente que impulsan cambios cada vez más profundos en la vida humana contemporánea. Este programa une estrategia y herramientas para capacitarte en la generación de proyectos de emprendimiento, I&D y consultoría en comunicación social para el entorno digital.

*Opciones: Comunicación para el desarrollo social | Comunicación política | Comunicación de mercado
Gestión de medios digitales*

320 HORAS | BIMODAL (PRESENCIAL Y A DISTANCIA) | CAMPUS MONTALBÁN

Programa de Estudios Técnicos Avanzados en Medios y Comunicaciones Estratégicas.

Para ti que eres Técnico Superior Universitario, surge el primer programa en comunicación comercial y organizacional, concebido especialmente para profundizar tus competencias técnicas, mejorándolas de cara a tu desarrollo de carrera.

Opciones: Publicidad integrada | Gestión de la Comunicación

3 TRIMESTRES | PRESENCIAL. VIERNES DE 6:00 A 8:30 PM. SÁBADOS DE 9:00 AM A 1:00 PM. | CAMPUS MONTALBÁN

PROGRAMAS DE AMPLIACIÓN. Tres cursos de ampliación combinados, que se dictan en un trimestre, para dar actualización profesional en empresas, gremios y dondequiera sean necesarios.

*Periodismo on line.com | Comunicación, medios y política | Comunicación para no comunicadores
Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial
Coaching para Organizaciones de Comunicación (en preparación)*

Si quieres más información sobre nosotros Puedes bajar nuestros programas académicos desde:

<http://www.ucab.edu.ve/area-humanidades-y-educacion.html>

Seguirnos en Twitter @postcom_ucab | Facebook Postcomunicación ucab

Escribirnos a:

MARCELINO BISBAL | Director del Postgrado: mbisbal@ucab.edu.ve | marcelinobisbal@gmail.com

AGRIVALCA CANELÓN | Coordinadora Académica: acanelon@ucab.edu.ve | acanelon@gmail.com

CARLOS DELGADO FLORES | Coordinador Académico: cadelgad@ucab.edu.ve | cardelf@gmail.com

Llamarnos a: (58+212) 407 4379 | 407 4576

O venir a visitarnos en: Postgrado en Comunicación Social UCAB, campus Montalbán. Final Av. Teherán, Montalbán, edificio de postgrado PB. Caracas.

Postgrado en Comunicación Social UCAB | *Construimos futuro contigo*



● estudios



Medios de comunicación y celebridades

**Producción y consumo
de lo *bien conocido***

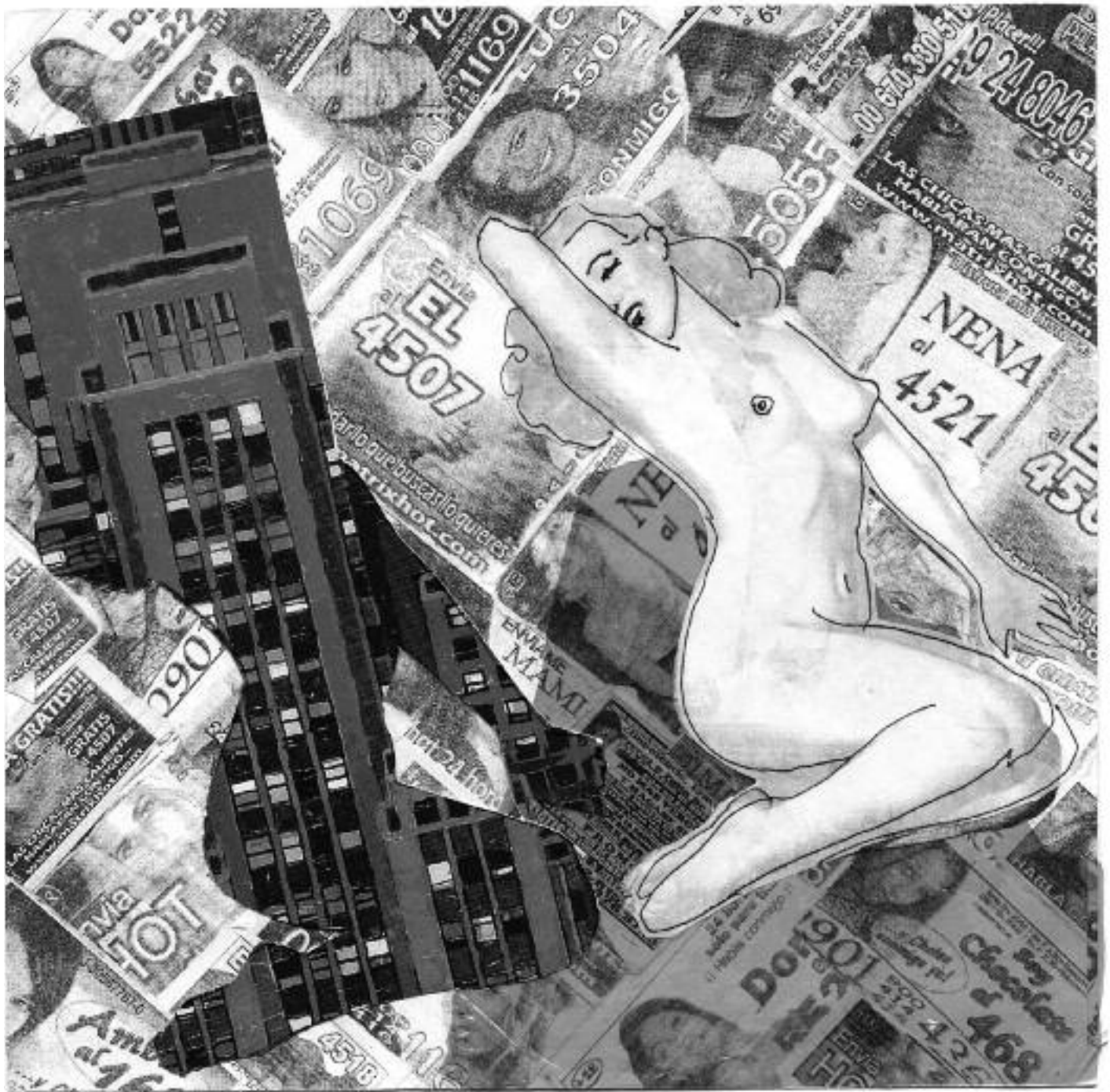
Lea C. Hellmueller • Nina Aeschbacher

● 74

**El insulto y la descortesía
en el discurso político venezolano**

Yorelys Acosta

● 94



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

Medios de comunicación y celebridades

Producción y consumo de lo *bien conocido*

1. Introducción

“Hace dos siglos, cuando aparecía un gran hombre, la gente buscaba qué pretendía Dios con él; hoy nosotros buscamos a su agente de prensa” (Boorstin, 1972, p. 45). Daniel Boorstin (1962, 1972) señaló cuánto ha cambiado nuestra opinión sobre la grandeza humana desde que Shakespeare dividió a los grandes individuos en tres clases: los que tuvieron gran empuje sobre ellos, los que lograron grandezas y los que nacieron grandes (Boorstin, 1972, p. 45).

En el siglo pasado se establecieron los procesos por los que se pueden manufacturar las celebridades. La palabra *celebridad* tiene muchas facetas y su significado ha cambiado con el pasar del tiempo. En este ensayo el término se puede referir o al personaje humano representado por esa palabra, o al producto comercial que una celebridad genera, o al concepto teórico (Bell, 2009, p. 1).

Para evitar confusiones capitalizaremos al ser humano representado por el término, es decir, *celebridad*. De hecho, desde el nacimiento de la cultura comercial de masas ha nacido un sistema social amplio que apoya la *creación* de celebridades (Gamson, 1992). Así pues, Boorstin (1972) define la celebridad (esto es, la persona humana) como un *pseudo-evento humano* que es un producto de la manufactura –la *creación*– más que el resultado del mérito.

Los medios juegan un papel crucial en esta creación de celebridades: ellos pro-

Los medios de comunicación juegan un papel clave en la creación de las celebridades, es decir, el personaje humano que se convierte en espectáculo, en estrella o en un producto comercial. El concepto de celebridad se transformó en un producto de la cultura de masas alrededor de 1900 y hoy esa cultura es su principal soporte.

Abstract

The media play a key role in creating celebrities, in other words the human character that becomes an spectacle, star or a commercial product. The media serve as a platform to create celebrities, to give visibility, and even help spread the activities of those characters that are converted into celebrities. The concept of celebrity was transformed into a product of mass culture around 1900 and today that culture is its main support.

■ LEA C. HELLMUELLER Y NINA AESCHBACHER

Traducción de José Martínez-de-Toda

porcionan visibilidad y un canal de distribución de las actividades de las celebridades, que contribuyen a que sean bien conocidas en la sociedad. En la democracia de los pseudo-eventos, cada uno puede llegar a ser una celebridad: basta con ponerse en los focos de luz de los medios y quedarse allí (Gamson, 1992; Ponce de León, 2002; Boorstin, 1972). Rojek (2001) arguye que el *pseudo-evento humano* que se le atribuye a la celebridad como una representación concentrada de un individuo con valor noticioso, es solo un tipo de estatus contemporáneo de la celebridad.

Por otra parte, celebridad adscrita es la celebridad de descendencia biológica, mientras que la celebridad lograda es la celebridad de los logros, es decir, individuos que poseen talentos o habilidades raras. Sin embargo, los medios masivos pueden jugar un papel más fuerte en la creación de celebridades de lo que presupuso Rojek (2001).

Para poner un ejemplo, no todos los jugadores que son simplemente contratados en la Liga Nacional de Fútbol (esto es, que lograron estatus de celebridad a través de sus talentos y habilidades) reciben la misma atención en la sociedad, porque ellos no reciben de los medios el mismo estatus *atribuido* de celebridad. Por lo tanto, la representación en los medios y la atención del público a ello, influye principalmente en el proceso de la creación contemporánea de la celebridad (Bell, 2009, p. 3).

Así pues, los medios mantienen la intersección entre el estatus de celebridad *lograda* y celebridad *atribuida*. Ellos pueden decidir si alguien con talento y habilidades es merecedor o no de ser noticia, y así contribuyen grandemente a su estatus de celebridad en la sociedad. Debido a la omnipresencia emergente de estatus de celebridades creadas (por ejemplo, los medios pueden crear una celebridad), esta reseña se refiere sobre todo a este tipo de celebridad y sus intersecciones con la celebridad lograda.

Es especialmente importante destacar la industria de la celebridad en la perspectiva de espacio y tiempo, pues estos dos componentes intervienen y proveen las fuerzas necesarias para el cambio en el sistema de la celebridad.

Durante los primeros años de la cultura comunicacional de masas, cada sector de celebridades estaba principalmente concentrado en una localidad especial (por ejemplo, la música popular de Nashville hizo famosa a esta localidad; las celebri-



Hoy día, la cultura popular de Estados Unidos tiende a influir grandemente en el mercado global de la celebridad. Intereses económicos empujan hacia arriba esta llamada global.

dades del arte público hicieron también famosa a Seattle; las películas para Los Ángeles, y así en otros casos).

Debido a los procesos tecnológicos, la industria de la celebridad ha evolucionado a un estadio de descentralización. No solo la construcción de celebridades se ha movido a sectores más allá del entretenimiento (por ejemplo, a los deportes, a la política, a los negocios), sino que las celebridades tampoco permanecen en un sector (por ejemplo, el actor de cine Ronald Reagan fue elegido gobernador de California en 1966 y presidente de Estados Unidos en 1980; la estrella musculosa y de acción Arnold Schwarzenegger llegó a ser gobernador de California en 2003). En términos de tiempo, la industria de la celebridad es una industria en crecimiento: cada año más gente queda involucrada en producir celebridades; más instituciones las usan para crear empleo como expertos en viajes, cuya función integral es facilitar los movimientos de estas en los aeropuertos (Rein, Kotler y Stoller, 1997, p. 41) o la industria de la presentación (esto es, especialistas en la forma de vestirse, expertos en cosméticos y en peinados), cuya labor es satisfacer un entorno comercial competitivo, que ha alimentado una carrera en todos los sectores de lucir más joven y de llegar a los mejores requisitos de sus sectores (Rein, Kotler y Stoller, 1997).

Hoy día, la cultura popular de Estados Unidos tiende a influir grandemente en el mercado global de la celebridad. Intereses económicos empujan hacia arriba esta llamada global.

La celebridad proporciona una forma alternativa para aumentar las ganancias en un mercado internacional. Pero el uso de diversas celebridades occidentales

para ese objetivo no ha sido siempre exitoso porque los consumidores crecen en una cultura particular y heredan valores culturales particulares, creencias y procesos de percepción. De hecho, la investigación demuestra que los consumidores responden a los mensajes publicitarios que están de acuerdo con su cultura y con la gente que refleja sus valores (e.g., Paek, 2005).

En un contexto cultural, una celebridad siempre funciona como un héroe cultural, y los individuos consumen una forma particular de cultura de celebridad como una manera de verse informado, entretenido y de ser incluido en su comunidad cultural (Hofstede, 1991; Paek, 2005; Ting-Toomey y Chung, 2005).

Por *héroe* nos referimos a una persona que posee características que sirven como modelos y son muy apreciados dentro de una sociedad particular (Paek, 2005; de Mooij, 1998).

Al estudiar celebridad y medios, uno tiene que tener en cuenta el contexto cultural en que los datos se han recogido, ya que las celebridades encarnan típicamente las características apreciadas en una sociedad o en una cultura particular (por ejemplo, la cultura occidental).

Revisando la investigación en el campo de los medios y las celebridades, debemos primero especificar los términos que usamos para explicar los conceptos. Usamos el término *medios masivos* para describir las organizaciones de medios que transmiten información a un público disperso, como los portales de noticias en Internet, periódicos, televisión, radio y revistas. Además usamos el término *en línea* para referirse a la información que la gente recibe a través del Internet. Evitaremos el término *nuevos medios*, de acuerdo con Shoemaker y Vos (2009) pues este lleva a equivocaciones con respecto al Internet, que hizo su aparición como un medio noticioso serio en 1990 y está ahora bien establecido. Así, usaremos el término *Internet* para ese medio. Sin embargo, ya que usaremos el término *medios sociales*, optamos por usar la definición de Kaplan y Haenlein (2010), que establece: “Los Medios Sociales son un grupo de aplicaciones basadas en Internet, que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de contenidos generados por el usuario” (p. 61). En consecuencia, los sitios sociales de redes, blogs y las *comunidades de contenidos* como el YouTube pueden entrar en ese término (Kaplan y Haenlein, 2010,

p. 62). Además, la *reality TV* emergió en los últimos veinte años como un importante distribuidor y creador de celebridades.

Revisando investigaciones académicas pasadas sobre la *reality TV*, Mielich (1996) detecta algunos desacuerdos sobre qué formatos pueden entender los investigadores bajo ese término (p. 6). En este contexto, Hill (2005) enfatiza la naturaleza de transición de este género televisivo y su variedad de formatos que cambian constantemente y encuentran realces en los programas de noticias (p. 41). Sin embargo, encontramos características específicas asociadas con la *reality TV*; es decir: actores no profesionales, diálogo no escrito, longitud de película en pies en vigilancia y cámaras de mano (Hill, 2005, p. 41).

2. Esquema de esta investigación

Esta investigación y la reseña de su literatura comenzará con un enfoque histórico para dar una vista general de cómo el concepto de celebridad se transformó en un producto de masa alrededor de 1900.

La fama y la preeminencia pública lo llevó de ser un símbolo aristocrático de estatus social a productos masivos manufacturados que se hacían accesibles a las masas a través de los medios. Ya que los medios juegan un papel crucial en la creación de la fama, en una sección tercera consideraremos las interacciones entre los medios (es decir, su industria), celebridades y la audiencia.

Después de dar un vistazo general a cómo el negocio *paparazzi* se relaciona estrechamente con la industria de la celebridad y cómo los periodistas seleccionan a las celebridades para las historias noticiosas, discutiremos hasta dónde la *reality TV*, cuyos participantes también están con frecuencia en los radares de los *paparazzi*, participa en la construcción y destrucción de la fama de las celebridades.

Al aumentar el uso de los medios sociales en los productos de los medios tradicionales (por ejemplo, en los periódicos), en las celebridades y en la audiencia, elaboraremos su significado para la discusión contemporánea de la celebridad.

La mayor parte de la literatura revisada aquí se refiere a investigaciones hechas en Estados Unidos. Sin embargo, incluiremos literatura alemana, así como el estudio de un caso en Suiza para ayudar a entender las diferencias culturales dentro de una producción y reproducción de celebridad, y para favorecer el conocimiento de cómo el éxito de la globalización depende aún mucho de la glocalización, que



El primer hombre realmente famoso en la historia de Europa fue Heróstrato. Para asegurarse que sus contemporáneos y las generaciones futuras lo recordaran incendió el famoso templo de Artemis en Éfeso

es la adaptación de un producto global a un mercado local (por ejemplo, Rao, 2010).

3. Enfoque histórico: desde Alejandro El Grande a las celebridades de la *reality TV*

Las celebridades, las estrellas, los héroes y la gente famosa y prominente son personas que destacan entre la masa.

Debido a su visibilidad, hoy conseguida a través de los medios masivos, a ellos les llega a conocer un público disperso. En vista de que la gente usa una variedad de términos para describir la visibilidad de esta gente, se crean dificultades a la hora de conceptualizar y definir estos términos. Muchos de los significados se sobreponen, aunque ellos surgieron como palabras autónomas. “No se puede ubicar una lista de criterios coherentes sobre quiénes usan estos términos, ni es posible usarlos objetivamente” (Holmes y Redmond, 2006, p. 9). Seifert (2010) establece que los conceptos de estrellas, celebridades y gente prominente son construcciones sociales que al querer definirlos son fenómenos muy complejos, influenciados por diversas fuerzas (p. 38). Este ensayo trata particularmente del origen y transformación de la palabra *celebridad*, y se centrará principalmente en ella considerando las categorías de celebridad de Rojek (2001) (celebridad adscrita, atribuida y lograda). Sin duda, el concepto de celebridad se relaciona con otras formas de llegar a ser visible como la fama, la notoriedad, el poder y el estatus de élite. Pero no son conceptos intercambiables.

Para poder entender el emerger de significados culturales atribuidos al término

celebridad, tenemos que cavar más profundo en las dimensiones históricas. Esto permitirá entender mejor cómo estos términos han sufrido y aún sufren cambios constantes de significado, por los desarrollos culturales y tecnológicos (Seifert, 2010, p. 38). La historia de la celebridad se relaciona, en el fondo, con la historia de los individuos (Giles, 2000, p. 12).

En su disertación, Bell (2009) arguye que uno de los sellos distintivos de la sociedad contemporánea consiste en el cambio de una sociedad colectivista a una sociedad individualista, de una *nosotros-sociedad* a una *yo-sociedad*. La cultura y la tecnología también se combinan para producir celebridad (Inglis, 2010), y así el enfoque histórico manifestará los orígenes de la celebridad moderna. Para poder tener un entendimiento de cuándo el concepto de celebridad comenzó a atraer la atención humana, esta sección proporcionará un límite visual de tiempo.

El escribir sobre orígenes históricos presenta sus desafíos ya que ello se refiere siempre a una cultura particular, a un punto particular de vista. Diferentes especialistas discuten las raíces del concepto (Inglis 2010; Bell, 2009; Gamson, 1992; Boorstin, 1972) desde diversos ángulos. Por ejemplo, Boorstin (1972) se centra en la *revolución gráfica*, la revolución de la imagen, mientras que Gamson (1992) se fija en la celebridad en la América del siglo XX. La interacción entre celebridad, cultura y progreso tecnológico es dinámica y puede alterar el concepto de celebridad. No solamente hoy, pero también desde una perspectiva histórica, el cambio es importante y ha modificado el concepto de celebridad de diversas formas. Para una investigación ulterior se deja el cómo ocurrió esta transformación de significado y cómo afectó la cultura y la sociedad de la celebridad.

El origen histórico

El primer hombre realmente famoso en la historia de Europa fue Heróstrato. Para asegurarse que sus contemporáneos y las generaciones futuras lo recordaran incendió el famoso templo de Artemis en Éfeso. Esto fue en 356 a.C. Ahora, más de 2 mil años después, uno tiene que admitir que en ese sentido él logró su deseo.

Hace un milenio, un título como el de monarca o un estatus como el de guerrero eran una de las mejores formas de llegar a ser una celebridad. Algunas de las primeras celebridades fueron, en efecto, campeones en los antiguos Juegos Olímpicos (BBC News, April 4, 2003). Ellos ganaron

el derecho a comida gratis por toda su vida, y los poetas proclamarían su fama con himnos de alabanza. De hecho, en la era de la antigua Roma las ciudades publicitaban a sus más famosos habitantes imprimiendo sus rostros en monedas como marcas de inmortalidad. Conocido como *la primera persona famosa*, Alejandro El Grande recibió celebraciones por sus conquistas. La era romana reconoció, por vez primera, que podía conferir honores cívicos aun a los que no hubieran nacido nobles (Giles, 2000, p. 15). Julio César llegó a ser el primer romano que apareció en una moneda estando él aún vivo. Más tarde, los gladiadores consiguieron fama durante la era romana y muchos los celebraron por su habilidad en las contiendas sangrientas que atraían a miles de espectadores (BBC News, April 4, 2003).

De hecho, la palabra original de *celebridad* tiene sus raíces en el lenguaje de la civilización antigua romana: provenía de la palabra latina *celeber*, que significa *multitudinaria, frecuente o populosa*. Hace referencia a la palabra latina *inclutus* que se refiere principalmente a cosas, y raras veces como perteneciente a personas, excepto en poesía (Von Doederlein, 1841, p. 35).

El *Handbook of latin synonyms* (Von Doederlein, 1841) menciona los términos *clarus*, *illustris* y *nobilis* como sinónimos de *celeber*. *Clarus* significa renombrado por servicios eminentes a su país; *illustris*, famoso por categoría y virtudes; y *nobilis*, como perteneciente a una familia cuyos miembros han sido investidos con honores del Estado (p. 35).

Podemos ver la primera aparición de la palabra *celebridad* en un diccionario de 1612. La palabra en su sentido original se refería a “un rito solemne o ceremonia, una celebración” (*Oxford english dictionary* online, 2010). La condición de ser famoso era el significado principal de la palabra (esto es, las condiciones de ser muy ensalzados o de los que se hablaba mucho; fama, notoriedad). Al comienzo del siglo XIX, los escritores líderes de Estados Unidos comenzaron a promocionar el concepto de fama, gracias a los grabados de cobre y a la imprenta que permitió una diseminación extensiva de imágenes de rostros individuales (Bell, 2009, p. 99).

Mientras Benjamin Franklin promovía su estilo al hombre en la sociedad norteamericana, Jean-Jacques Rousseau promovía en Europa la fama por cualidades naturales e internas.

En el siglo XIX surgió el sentido contemporáneo de persona famosa. Hoy día



La llegada de nuevas tecnologías de comunicación gradualmente separaron la fama y la prominencia pública del estatus social aristocrático y la transfirieron a un producto accesible a las masas

el significado particular de la palabra es la de una “persona de celebridad, una persona celebrada: un carácter público” (*Oxford english dictionary* online, 2010).

Uno de los libros más viejos sobre celebridades es del siglo XIX, de 1874, cuando el significado de celebridad se personalizó. Está escrito por Malcolm Maceuen y mencionó celebridades. Sirve como un ejemplo excelente de cómo usó la gente la palabra *celebridad* ese año y antes. El libro es una colección de historias de celebridades; las del tiempo eran personas políticas –un capítulo, por ejemplo, está dedicado al cardenal Richelieu, un primer ministro de Francia conocido por su inteligencia y energía (pp. 5-49).

Además, la gente celebraba a los santos como celebridades por sus vidas evidentemente tan buenas, su observancia de ritos y ceremonias, y su espíritu intelectual. Igualmente eran celebridades la gente admirada y celebrada por su belleza, su espíritu o sus relaciones con la alta sociedad.

Madame Recamier es un ejemplo. Ella vivía en París hacia la mitad del siglo XVII y era conocida como “una dama distinguida por su clase alta... cuyo ingenio y éxito en la sociedad le dió su distinción más larga y su título y su alta posición” (Maceuen, 1874, p. 125). A la edad de 16 años, se casó con un banquero rico y llegó a conocerse como la reina de la moda y la belleza. Siempre que aparecía en sociedad, se encontraba rodeada de gente, era admirada y amada (p. 128).

Otro grupo de celebridades estaba constituido por poetas, ya que la época consideraba a la poesía como la melodía de la mente (p. 197).

La biografía de John Milton, un poeta inglés, incluye una discusión, como ejemplo, de cómo el poder de un autor “se extiende más allá de dar instrucciones o mero placer, que sus pensamientos pueden llegar a ser los medios para crear pensamientos en otros, y que sus ideas, sin ser copiadas, pueden ser reproducidas en varias formas y tiempos, de nuevo por pensadores de otros países y edades” (Maceuen, 1874, p. 201).

Para resumir, *la fama por la acción* de Roma, *la fama del espíritu* cristiano, o la literaria *fama del sabio*, era originalmente para aquellos con poder para controlar sus audiencias y sus imágenes, a menudo élites políticas y religiosas (Gamson, 1992, pp. 2).

La llegada de nuevas tecnologías de comunicación gradualmente separaron la fama y la prominencia pública del estatus social aristocrático y la transfirieron a un producto accesible a las masas.

Un nuevo mercado de masas en rostros y reputación marcó el punto final de la fama como validación de una distinción de clase. Boorstin (1972) critica el cambio de nuestra admiración hacia un foco sobre productos sintéticos que son manufacturados (p. 47). Además, él establece “las cualidades, que ahora convierten de ordinario a un hombre o a una mujer en una marca publicitada nacionalmente, son en realidad una nueva categoría del vacío humano” (Boorstin, 1972, p. 49).

Él arguye que la celebridad ha llegado a ser, en un sentido moderno, un *pseudo-evento humano* fabricado para satisfacer nuestras expectativas exageradas de grandeza humana. La *revolución gráfica* a la que él se refiere es la revolución de los visuales. En otras palabras, la emergencia de la fotografía en los Estados Unidos, posterior a la Guerra Civil, llevó a un crecimiento explosivo en tales publicaciones de masas como periódicos y revistas: la circulación de los diarios creció 400% entre 1870 y 1900 (Ponce de Leon, 2002).

El nacimiento del periodismo de celebridad

La introducción del periodismo amarillista en el último cuarto del siglo XIX hizo de las historias sobre la gente un aspecto central del periodismo. Las imágenes, no ya solo a disposición de los que podían pintar o poner en cobre, llegaron a ser accesibles a todos a través de la fotografía.

Así, podemos trazar el origen del periodismo de celebridad a la mitad del siglo XIX. Sin embargo, el reportaje, convertido en género, no maduró hasta el siglo

XX, principalmente porque el cambio dentro de la rutina periodística nunca ocurre muy rápidamente ni muy fácilmente. De hecho, los productores de periódicos y revistas que querían satisfacer las necesidades de nuevos tipos de lectores tuvieron que incrementar su compromiso de publicar historias modelo. Ponce de León (2002) arguye que el momento de cambio ocurrió en 1880, cuando los periodistas comenzaron a usar técnicas nuevas para pintar a las celebridades. Pero llevó cuarenta años para que el nuevo molde representacional encontrara un lugar.

La misión del periodismo de celebridad hacia 1990 consistió en la iluminación y exposición del propio yo del sujeto (Ponce de León, 2002, p. 7). Ponce de León llega a la conclusión de que con pocas excepciones notables, el periodismo de celebridad no ha cambiado fundamentalmente su misión desde su madurez hacia 1990. “El discurso de verdadero éxito, con su énfasis en la expresión propia y la creencia acompañante de que los rostros reales de las estrellas se revelan en privado, es todavía un principio fundamental del periodismo de celebridad” (Snyder, 2003, p. 446).

Las fuerzas más allá del control humano pueden desbaratar vidas. En este sentido, el periodismo de celebridades hizo saber que aun los millonarios pueden tener vidas desdichadas de amor. El periodismo de interés humano inició la tendencia de juzgar a las celebridades y a los ricos más por sus vidas familiares que por su poder para dominar eventos públicos (Snyder, 2003).

Para los años 20 del siglo pasado, las celebridades que aparecían en revistas populares representaron aquellas de consumo (entretenimiento, deporte) más que de producción (negocios, ciencias naturales). Otros avances importantes para el concepto de celebridad incluían el gran aumento de la alfabetización y el crecimiento de unos 23 millones de inmigrantes que entraban en Estados Unidos, trayendo con ellos nuevos mercados (Bell, 2009, p. 101). La estructura de la sociedad norteamericana cambió en 1920 principalmente por este crecimiento de la inmigración.

La industria de la televisión alteró de nuevo la cultura de la celebridad, trayendo a cada casa las noticias de las celebridades, mientras que antes la gente tenía que dejar su casa para verlas. Desde el primer crecimiento, la televisión ha proporcionado el más importante instrumento para la creación de la imagen. El empujón económico



En los 50, la celebridad comenzó a mostrar su utilidad no solo para las ventas y los negocios, sino que las ventas a su vez crearon celebridades vendiéndolas como un negocio más (Gamson, 1992, p. 14) que llevó a una cultura obsesionada con las noticias sobre celebridades

que la acompañó creó un nuevo mundo de fama en el que la gente llegó a ser conocida por lo que era, más que por sus hechos. Boorstin (1972) describe este cambio con un nuevo enfoque hacia la celebridad como una persona “conocida por lo bien que se le conoce” (p. 57). En los 50, la celebridad comenzó a mostrar su utilidad no solo para las ventas y los negocios, sino que las ventas a su vez crearon celebridades vendiéndolas como un negocio más (Gamson, 1992, p. 14) que llevó a una cultura obsesionada con las noticias sobre celebridades.

El periodismo de celebridad se transformó en una industria de la comunicación —una industria de imagen donde, por ejemplo, Bill Gates, CEO de Microsoft, a través de su compromiso con una alta visibilidad, reúne a diferentes expertos para beneficiarse de las oportunidades ofrecidas por la industria de la celebridad.

En cierto sentido su celebridad ayuda el mercadeo de los productos Microsoft. Dentro de la industria de la celebridad —la colección de gente, materiales y procesos todos juntos producen un resultado que tiene valor en el mercado (Rein, Kotler y Stoller, 1997, p. 30)— esta parte de la industria de la comunicación (es decir, el periodismo de celebridad) juega un papel crucial porque distribuye el producto celebridad y, con raras excepciones, conocemos la celebridad por completo a través de los medios de hoy. Por lo tanto, el periodismo de celebridad se ha mudado a nuevos caminos técnicos de distribución para satisfacer las necesidades de la industria de la celebridad: por ejemplo el *chat* de teléfono vivo, los shows *call-in*, las diversas formas de *infotainment* de la televisión o el Twitter. Las celebridades

que entienden la lógica de la industria tienen grandes ventajas sobre las que no la entienden. La omnipresencia de las celebridades en la industria de la comunicación invita a un examen más detenido de esto último viendo qué roles específicos heredan dentro de la cultura de la celebridad en general.

Como el significado de celebridad se redefinirá a sí mismo en un mundo que cambia rápidamente, discutiremos el significado contemporáneo de celebridad en relación a sus mercados y a sus medios en mayor profundidad más adelante.

4. El papel de los medios (masivos) en la creación de fama

Si no estuvieran los medios proporcionando al público información sobre las celebridades, los receptores no se enterarían de su existencia (Hollander, 2010, p. 150; Schierl, 2007b). Desde el punto de vista de los medios, la celebridad se ha convertido hoy en un bien económico precioso porque la demanda de dicho contenido ha crecido gradual y consistentemente. (Schierl, 2007a, p. 7).

Por ejemplo, los medios de noticias y de entretenimiento chismean revistas como *In Touch*, *People*, *US Weekly*, y blogs como TMZ presentan una abundancia de fotos y videos de las celebridades, que hacen que estas sean visibles a una vasta audiencia. Según Rein, Kotler y Stoller (1997) la visibilidad es vital para una celebridad (p. 7). Sin embargo, ellos también destacan los aspectos negativos que pueden venir con la visibilidad alta: “Llegar a ser visible significa que los medios no solamente glorificarán hechos sino que también magnificarán pecados” (p. 3).

En el caso del chismorreo sobre la celebridad, esto resulta en tener a las celebridades bajo la filmación o la cámara de fotografía, no solamente cuando ellas hacen una aparición glamorosa sobre la alfombra roja, sino también cuando presentan conductas desviadas (por ejemplo, cuando Britney Spears se afeita su cabeza espontáneamente en una peluquería). Por una parte, los *paparazzi* satisfacen la demanda acumulativa de tales imágenes. Por otra, la misma audiencia participa de una forma activa y creciente en la producción de la visibilidad de las celebridades, ya que las fotos y los videos pueden hoy día ser tomados desde diversos aparatos (por ejemplo, teléfonos móviles) y darlos a conocer en cuestión de minutos.

Las fotografías que logran ser publicadas en los medios muestran una gran va-

riedad de celebridades. ¿Cómo logró esta gente fama y estatus de celebridad? Schierl (2007b) arguye que los medios han alterado hoy sus criterios de selección con respecto a la gente que ellos cubren, sobre todo porque la demanda por el contenido de la celebridad ha crecido. En consecuencia, los sectores tradicionales de la sociedad, como la política o las artes, no pueden suministrar más un número *suficiente* de gente famosa para que sea conocida por el público (p. 103-104). Holmes (2010) enfatiza el crecimiento de gente *ordinaria* en el panorama de los medios, porque sus apariciones simbolizan el cambio importante que ha ocurrido en la cultura de la celebridad (p. 74). Turner (2006) caracteriza este cambio como una vuelta *desde la élite a lo ordinario*, que ha ocurrido especialmente en la producción actual de contenido de la televisión y del Internet (p. 154). Este cambio resulta en una creciente visibilidad de lo ordinario en los medios, lo que Turner (2010b) llama la *vuelta demótica* (p. 2). En este contexto él también enfatiza la implicación activa de la maquinaria de los medios: “El desarrollo más importante, para mí, es la escala con la que los medios han comenzado a producir celebridades ‘por su cuenta’” (p. 156). Con estos desarrollos cambiantes no podemos ya considerar a los medios solo como *mediadores* o *traductores* de la identidad cultural, sino también como *autores* que producen sus propios textos (p. 159).

Además de las celebridades que están bien establecidas a través de otros canales (por ejemplo, deporte y música), la misma producción de televisión sigue creciendo, introduciendo y vendiendo sus propias celebridades a través de diferentes programas de televisión, tales como la *reality TV* (Turner, 2006, p. 156-157). Discutiremos en esta sección el papel de la *reality TV* en relación con la construcción y destrucción de la fama, así como la ganancia y sostenibilidad de las celebridades *producidas por sí mismas*. Además, al ver las tendencias emergentes en Internet, una nueva fuerza, que no puede ser pasada por alto en el contexto de la cultura de la celebridad, ha fortalecido más allá el panorama tradicional de los medios masivos: los medios sociales.

En cualquier discusión de la cultura contemporánea de la celebridad, los medios juegan un papel importante, pero no el único que debemos considerar. Los *paparazzi* han llegado a ser uno de los grupos ocupacionales más grandes que contribuyen a la visibilidad de la celebridad.



(...) También destacan los aspectos negativos que pueden venir con la visibilidad alta: “Llegar a ser visible significa que los medios no solamente glorificarán hechos sino que también magnificarán pecados”

Por lo tanto, la siguiente sección elaborará su importancia para la cultura contemporánea de los medios y de la celebridad, así como la relación entre los *paparazzi*, las celebridades, y sus seguidores.

Relación entre los paparazzi, las celebridades, y sus seguidores

Tanto el público general como los periodistas ven siempre a los *paparazzi* más negativamente que a otros grupos de fotógrafos, denigrándolos como *lo peor de lo peor* (Mendelson, 2007, p. 169). Nosotros podemos dar la mejor definición de un *paparazzo* hoy día como un “fotógrafo libre (*freelance*) que persigue a las celebridades agresivamente para poder conseguir fotografías candidas, a veces comprometedoras, para su publicación” (Gold, 2001, p. 111). A veces se les critica por su superagresiva búsqueda de una fotografía sorpresa de una celebridad. La palabra *paparazzi* viene de la palabra italiana *insectos que producen zumbidos*; apareció por primera vez en *La Dolce Vita*, una película del productor cinematográfico italiano Federico Fellini, como un nombre nacido de uno de los caracteres de la película. Fellini eligió este nombre para los más prominentes fotógrafos rondadores de la celebridad, que vagaban por los cafés de la Vía Veneto con la esperanza de agarrar a alguna estrella de cine en alguna conducta ridícula o en un consumo abusivo de alcohol (Gold, 2001, p. 111). La pregunta se mantiene, sin embargo, ¿por qué Fellini eligió ese nombre? Fellini, que murió en 1993, nunca mencionó públicamente cómo encontró ese nombre; sin embargo, fue citado diciendo que lo eligió porque era el nombre de uno

de sus amigos de infancia, a quien le gustaba imitar los zumbidos molestos de los insectos (Gold, 2001, p. 112). Aunque hay varias teorías sobre la palabra *paparazzo*, Fellini puede ser la única persona que conoce el significado original de la palabra.

Hoy día, los especialistas distinguen entre *paparazzi* y fotógrafos tradicionales de periodismo: los primeros se concentran en las celebridades más que en guerras, política o gente; aquellas son sorprendidas en acontecimientos ordinarios, y a los primeros les empuja la ganancia financiera más que la responsabilidad social (Mendelson, 2007). Si “el periodismo es el negocio o la práctica de producir y esparcir información sobre los asuntos contemporáneos que generan interés público general e importancia” (Schudson, 2003, p. 11), ¿debemos nosotros considerar a los *paparazzi* como periodistas, porque ellos producen información sobre las celebridades contemporáneas de interés público general e importancia? La respuesta a esta pregunta permanece como el sujeto de un constante debate, y depende mucho de una investigación en profundidad sobre cómo definir *interés general público e importancia*, ya que estos dos elementos de la definición de Schudson son más bien vagos y necesitarían una explicación ulterior. El término *paparazzi* llegó a ser (in)famoso como una infracción del derecho de privacidad. Subió sobre todo en la muerte de la princesa Diana. La posición ambivalente de los *paparazzi* llegó a ser el tópico más discutido alrededor de su muerte, y aparecieron en la cobertura de noticias algunos indicios de que los *paparazzi* llevaron alguna responsabilidad en esta (Mendelson, 2007; Smolla, 1998). Pero, como Smolla (1998) arguye, si los *paparazzi* mataron a Diana, ellos también la convirtieron en celebridad, y nosotros como público hacemos a los *paparazzi*. Todos estos tres argumentos están supersimplificados. De hecho, ninguno existe sin los otros. Pero hoy día los medios noticiosos de Hollywood han llegado a ser más agresivos y combativos que nunca. Para ganar un dinero sustancial, siguen a las celebridades alrededor de la ciudad, acechando por la mejor fotografía de venta.

Al surgir violentos encuentros entre las celebridades y los *paparazzi*, la legislación de California promulgó un Estatuto anti-paparazzi en 1997 y lo enmendó en 2006. La ley permite a las celebridades recuperar daños punitivos contra los transgresores y obligarlos a multar todas las ganancias hechas por dicho reportaje; pueden también



hacer que los fotógrafos no puedan escalar cercas y perseguir limousines (Willis, 2008, p. 176). Sin embargo, Willis (2008) concede que ninguna ley estatal prohíbe a los *paparazzi* tomar instantáneas de las celebridades en lugares públicos. Debido a que la libertad de prensa tiene una posición destacada en el sistema constitucional de Estados Unidos, la gente no impide que los medios publiquen fotografías de las celebridades. Otro punto importante en el debate surge del hecho de que los tribunales comúnmente consideran a las celebridades como figuras públicas que han renunciado a su derecho a la privacidad. Esto se debe a que sus talentos atraen el debate público y el comentario, y las fotografías tomadas en lugares públicos no pueden ser sujetas a reclamos de privacidad (Willis, 2008, p. 179).

Sin embargo, debemos tener en cuenta que el balancear los derechos a la privacidad con el derecho competitivo a la libertad de expresión es contextual y cultural. Diferentes jueces llegan a conclusiones diferentes. Para poner un ejemplo, la princesa Carolina de Mónaco encontró que los jueces de la Corte Federal Constitucional Alemana no simpatizaban con sus reclamos de violación de privacidad (Bruggemeier, Colombi Cracchi y O'Callaghan, 2010, p. 34). La princesa Carolina consignó una serie de reclamos de ley civil contra los propietarios de publicaciones en Alemania, porque los *paparazzi* le tomaron fotografías sin su permiso. Pero la Corte la definió a ella como una persona absoluta de la sociedad contemporánea, y por lo tanto le negó la validez de su reclamo. Pero la Cámara de la Corte de Strasburgo, la Corte Europea de Derechos Humanos (ECHR) decidió que la protección de la privacidad de las figuras públicas, que restringe la ley alemana, viola el artículo 8 (1) ECHR, que establece que todas las personas tienen el derecho a que se respete su vida privada y familiar, su casa y su correspondencia (Bruggemeier, Colombi Cracchi y O'Callaghan, 2010, p. 36). Los jueces en Strasburgo eligieron el argumento opuesto al de los tribunales alemanes.

Aun así, mucha gente piensa que los *paparazzi* son lo peor de lo peor que va a los tribunales; pero el número de *paparazzi* no ha bajado sino que más bien ha crecido. ¿Qué motiva a los *paparazzi* a vivir tal vida al acecho? Por supuesto, el dinero juega un papel central. Una sola fotografía puede ser vendida desde \$6.000 a \$100.000, y algunos opinan que un *paparazzo* puede ganar hasta un millón de dó-

(...) Llevados por el dinero en un sistema mercantil de medios, parece lógico que en tanto los lectores están dispuestos a pagar para ver tales fotos, los editores continuarán apoyando y pagando a los paparazzi lo que pidan con tal de publicar sus fotografías.

lares al año (Howe, 2005, p. 32). Y, llevados por el dinero en un sistema mercantil de medios, parece lógico que en tanto los lectores están dispuestos a pagar para ver tales fotos, los editores continuarán apoyando y pagando a los *paparazzi* lo que pidan con tal de publicar sus fotografías. Además, el Internet ha eliminado cualquier espera del público para poder ver las fotografías de la celebridad. Ha creado un camino para que las fotos aparezcan en público en un segundo (Willis, 2008, p. 178). En este caso los dueños de webs pagarán a los *paparazzi* por sus fotos para publicarlas en sus *blogs* o *websites*. Esto añade otra atracción que no ayudará a que baje el número de *paparazzi*.

Las celebridades, por otra parte, también dependen de los *paparazzi* para llegar a ser famosas, para aparecer en las publicaciones, para involucrar a su audiencia a que se hagan sus *fans* y seguidores. La preocupación fundamental de las celebridades viene de su acusación de que los que publican las fotografías de los *paparazzi* se han apropiado equivocadamente de sus imágenes. De aquí que Mendelson (2007) arguye que debemos ver el tema de la imagen para los *paparazzi* y las celebridades menos a través del lente de la privacidad y más a través del lente que controla la imagen (p. 171). Las celebridades usan también sus vidas privadas para mercadearse ellos mismos. La imagen correcta para ellos significa que puedan ganar más dinero y atención de parte de los productores y guiones, sueldos más altos por los mayores *ratings* en televisión (p. 172). Por lo tanto, ellos constantemente salvaguardan su imagen, interesados en proporcionar una ejecución coherente. La prensa considera a las celebra-

des como personas que quieren presentar estas partes privadas de sus vidas, y así parece que uno no puede agarrarse a argumentos de privacidad como la raíz de los problemas. De hecho, está en juego el control de estos momentos de privacidad.

Willis (2008), por otra parte, quiere balancear los derechos de la libertad de prensa con los derechos de privacidad de las celebridades. Esto significa el establecimiento a través de la legislación de “un muy necesario parapolos por el que las Celebridades puedan disfrutar sus vidas de forma más privada” (p. 202). Dicha legislación permitiría a los tribunales establecer que esa información, que solo sirve para satisfacer la mera curiosidad, no merece convertirse en noticia, y que ninguna protección de Primera Enmienda debe aplicarse a los *paparazzi* que explotan constantemente las imágenes de la celebridad. Willis (2008) concluye que una “regla estricta se podría establecer que prevendría la publicación de fotografías que no merecen ser noticia... mientras aún se permita a los medios informar sobre los últimos romances de la celebridad, sus rupturas y proezas” (p. 202).

Si miramos la relación entre *paparazzi* y celebridades, debemos también considerar el mirar a la audiencia, que indirectamente apoya este tipo de reportaje; aquí debemos reconsiderar los temas de la educación para los medios para balancear el voyeurismo y las noticias que merecen ser dadas. Esto es porque podemos definir la interdependencia entre el público, los medios y las celebridades, como un mercado de intercambio donde los *paparazzi* intercambian fotografías por dinero, las celebridades intercambian visibilidad y privacidad por fama, la industria de los medios intercambia información por atención, suscriptores o seguidores, y el público intercambia atención y quizá dinero para tener acceso a la información de las celebridades para satisfacer su necesidad por el voyeurismo.

En tanto el proceso de este mercado permanece viable y benéfico para las partes involucradas y en tanto nosotros consideramos que cada uno de los involucrados actúa para maximizar su propio interés racional, los *paparazzi* no dejarán de seguir a las celebridades, las celebridades no pararán de exponerse a sí mismas a estas intrusiones, y la organización de los medios y el público no dejará de comprar esas fotografías o noticias. Por otra parte, la teoría de campo de Bourdieu (2005) establece que los humanos no actúan simplemente para maximizar su propio interés racio-



nal. De hecho, el individuo solo actúa como un actor social y colectivo; y así uno solo puede entender la dinámica en el campo periodístico tratando de entender el grado de autonomía del campo y dentro del campo –para cada uno de los actores. Bourdieu coloca el campo periodístico dentro del campo del poder, agarrado entre el poder cultural y económico, mientras el poder económico retiene generalmente la mano de arriba. Esto puede explicar por qué algunos productos mediáticos parece que permanecen inmunes a las fotografías de la celebridad y tienen más autonomía para mirar detrás de las escenas mientras que otras revistas orientadas a la gente solo pueden sobrevivir vendiendo fotografías de celebridades. Si miramos el lado de la audiencia, una de las mayores fuerzas del voyerismo viene de nuestras expectativas y de nuestra cambiante opinión de la información que debe permanecer cerrada y privada, y qué información debe estar al alcance del público. Calvert (2000) indica que “en cuanto nuestras expectativas de privacidad disminuyen, aumentan nuestras expectativas por recibir más información –nuestras expectativas de lo que es público” (p. 78).

Especialmente en un sistema de medios mercantilista, la demanda de las audiencias por contenidos de celebridades puede explicar el mercado creciente de la fotografía de celebridades. Tanto los teóricos como los prácticos consideran a la audiencia como un factor influyente en las rutinas de los medios (Shoemaker y Vos, 2009); esta ha llegado a influir en el contenido de las noticias tanto y cuanto los periodistas desarrollan rutinas basadas en asunciones o presuposiciones institucionales sobre la audiencia consumidora. En la medida que los periodistas crean que la audiencia valora el drama y las historias de interés humano, el contenido de las noticias alimentará tal necesidad (Shoemaker y Vos, 2009, p. 54).

Batallas por la visibilidad y el control

¿Cómo deben los periodistas determinar qué es lo correcto que hay que hacer? El argumento de que ellos no deben cubrir en ningún caso a las celebridades ignora el poder cultural y económico que estas tienen en la sociedad. Otra opción presentada por Mendelson (2008) parece más razonable: los medios masivos deben cubrir la industria del entretenimiento como cualquier otra institución cultural poderosa (como la política o la industria), con las celebridades como negocios, tratando de presentar una imagen al público para mejorar sus salarios.

¿Cómo deben los periodistas determinar qué es lo correcto que hay que hacer?

El argumento de que ellos no deben cubrir en ningún caso a las celebridades ignora el poder cultural y económico que estas tienen en la sociedad

Los periodistas deben enterarse de la posibilidad de mirar más profundamente detrás de las escenas, chequeando las imágenes de las estrellas –usando las mismas estrategias que usan para las instituciones políticas y de negocios (p. 178).

La industria de la celebridad ha llegado a ser el escenario de batallas constantes por el control y la visibilidad. Un escritor de la revista *People* indica que:

Hay una línea fina que debemos trazar entre hacer periodismo y ser solamente un escape para todo lo que la Celebridad quiera decir. Es muy difícil tener integridad y reportar a Hollywood, porque tanta gente está tratando de manipular la imagen (Gamson, 1992, p. 85).

Hay una correlación negativa entre las influencias externas, tales como las expectativas de ganancia y las consideraciones de publicidad, y la autonomía profesional (Hanitzsch, 2011). Esta correlación explica, desde la estructura del campo periodístico, cómo ha perdido más y más de su autonomía y, de acuerdo con Bourdieu (2005, p. 42), cómo esto resulta por estrecheces económicas y crecida investigación de audiencia. Cuando miramos a las estrecheces del periodismo, vemos a unas fuerzas externas que desafían dramáticamente el campo del periodismo y la autonomía profesional de los periodistas de celebridades por el poder de otros campos, tales como la industria del entretenimiento o las empresas de publicidad, ya que los medios dependen más y más de consideraciones de mercado y publicidad. Los medios de entretenimiento llegan a ser menos poderosos cuanto más dependen de las imágenes de la celebridad para

sus ventas; cuanto más dependen de tales imágenes, menos retienen el control para hacer evaluaciones editoriales y para determinar su contenido. Especialmente en el área del reportaje de celebridades, las fronteras entre relaciones públicas y el periodismo se han desvanecido, y más y más los que manejan la celebridad usan la relación con la prensa para controlar daños. A menudo los publicistas piensan que ellos son los editores y por consiguiente tartan de influenciar las decisiones editoriales. Gamson (1992) clama que la mayor parte de los medios de entretenimiento, de hecho, no funcionan más como porteros autónomos y, aunque permanecen formalmente libres de los productores comerciales de la cultura, institucionalmente dependen de ellos: “Mientras los medios guardan las puertas de presentación al público, el publicista guarda las puertas de acceso” (p. 89). Estas batallas entre publicistas y periodistas, pero también entre *paparazzi*, periodistas y publicistas constituyen una constante batalla por la autonomía y el poder –una guerra en una economía de información. Sin embargo, muchos sienten que esta guerra necesita algún tipo de guardián; al menos debe conservarse la ética profesional y los valores para poder mantener una relación profesional en el ambiente noticioso. Pero esta relación, una vez más, enfrenta desafíos a través de nuevas formas poderosas de difusión de la celebridad, tales como los formatos de *reality TV*, las redes de medios sociales, o el acceso personal a seguidores en Twitter.

5. Reality TV: construcción y destrucción de la fama

La fuerte presencia de la *reality TV* en televisión, y su papel en la cultura de la celebridad hace importante el mirar sus orígenes. Siguiendo a Hill (2005) que describe las características a menudo asociadas con la *reality TV*, es decir, los *actores no profesionales*, el *diálogo no escrito* y las *cámaras de mano* (p. 41), encontramos indicaciones de que el punto inicial de la *reality TV* comenzó hace décadas. Simon (2005) ofrece la ocasión de la “Cámara cándida” de Allen Funt (que comenzó en 1948), un show que en secreto grabó a gente normal, que sin querer se encontró a sí misma en una situación cómica pero real, inducida por los productores de TV (p. 180). Murray y Ouelette (2004) mencionan el programa PBS, “Una familia americana” (1973), que documentó y televisó la vida de los Louds, una familia or-

dinaria de California. Ellos notan que muchos lo consideraron como el primer programa de *reality TV* (p. 3). “Una familia americana llegó a ser muy popular en las audiencias de Estados Unidos; diez millones de personas la veían regularmente durante su presentación (PBS, n.d.). “The real world” de *MTV*, que debutó en 1992, introdujo nuevos aspectos como participantes de guión, un espacio escénico, es decir, una casa equipada con varias cámaras, y así se facilitó el camino para una nueva era de *reality TV* con *shows*, como “Survivor” o “El Hermano Mayor” (Murray y Ouelette, 2004, p. 3).

Durante el primer período, “El Hermano Mayor” llegó a ser uno de los *shows* más populares de la televisión alemana. En consecuencia, los fans de “El Hermano Mayor” quedaron impresionados cuando Zlatko Trpkovski, el participante más popular del show fué expulsado de la casa. Este participante de *reality TV* llegó a ser famoso por su falta de conocimiento de la alta cultura –llegó a preguntar, por ejemplo, “¿quién es William Shakespeare?”–y gracias a su estrecha amistad con su compañero de cuarto Jurgen. Poco después de su expulsión de la casa, su estatus de celebridad creció aún más. Él produjo su primer disco, subió a la cima de los discos de solo, consiguió su propio espectáculo de TV, y varias veces adornó la página inicial de la revista juvenil *BRAVO*. Uno de los últimos títulos de esta revista decía “Zlatko, una estrella fuera del azul” (Nr. 24, 2000). Solo un año después, fue sacado del escenario de la televisión por su intervención en el concurso nacional de cantos para representar a Alemania en el Concurso de Canto de Eurovisión. El anterior estatus de celebridad de Zlatko y su celebridad *fuera del azul* habían caído al piso. Esto ejemplifica la posible precipitada subida y caída de las celebridades, que ocurrieron desde que el formato se estableció con éxito en el escenario televisivo, y también demuestra que una persona totalmente desconocida puede llegar a ser muy conocida en un corto período de tiempo a través de un *show de reality TV*. *Shows* como “El Gran Hermano” son ejemplos de la presencia creciente de gente común en la TV, o como Kjús (2009) dice, de la *oportunidad de participación* (p. 286).

Percepción alterada del valor de la celebridad a través del reality TV

En un sondeo entre estudiantes (de 5° a 8° grado) en Rochester, New York, Halpern (2007) encontró que de los que miraban al



Volviendo a pensar en qué conducta específica ha conseguido reconocimiento por los pasados reality TV (por ejemplo, “El Gran Hermano”), Cashmore (2006) anota que “la gente que mostró ignorancia, deshonestidad o algún tipo de depravación llegaron a ser alabados”

menos cinco horas de TV por día, 29% de los muchachos y 37% de las muchachas, eligieron como rasgo deseado *ser famosos* por encima de *ser inteligentes*. Además, 17% de todos los estudiantes consultados creyeron que la mayor parte de las celebridades debían su fama o a la *suerte* o a la *imprevisión* de la industria de los medios, que tenían el poder de hacerlos famosos.

Otro estudio, llevado a cabo en 2006 en el Reino Unido, demostró que uno de cada seis jóvenes (entre 16 y 19 años) veía con ilusión llegar a ser famoso un día y que 11% de los que respondieron estaban *esperando ser descubiertos*. Cuando se les preguntó qué beneficios traía la fama, 9% encontró que era *una forma fácil de ganar dinero sin habilidades ni calificaciones* (LSC, 2006). Por una parte, estos resultados del sondeo muestran que los jóvenes al menos perciben el estatus de celebridad como algo deseable y que está dentro de las posibilidades de cada uno. Por otra, indica las habilidades que los jóvenes atribuyen a parte de las celebridades de hoy. Al considerar estos resultados a la luz de los *shows* pasados y presentes de *reality TV* y de sus participantes, no causa sorpresa ninguno de estos resultados. Volviendo a pensar en qué conducta específica ha conseguido reconocimiento por los pasados *reality TV* (por ejemplo, “El Gran Hermano”), Cashmore (2006) anota que “la gente que mostró ignorancia, deshonestidad o algún tipo de depravación llegaron a ser alabados” (p. 189).

Sin embargo, un rasgo que puso a *reality TV* aparte, viene de la heterogeneidad de sus subgéneros (Murray y Ouelette, 2004, p. 3-4). En consecuencia, Holmes (2010) señala cómo los diversos formatos

encuentran el mito tradicional de la fama de una forma diferente. *Shows* como “El Gran Hermano” inducen a la *desmitificación* de la fama, cuando la gente se hace famosa a pesar de que le falta *talento* y por hacer actividades de ocio. Por otra parte, los espectáculos del talento *reality*, como el “Ídolo Americano” o el “Factor X” y sus más exitosos participantes, por ejemplo, Susan Boyle en el Reino Unido, alimentan las creencias tradicionales de que al final el talento real prevalecerá (p. 73). Andrejevic (2004) señala que buscando públicamente un nuevo talento, el *aparato de producción de celebridad* se ve claramente. *Shows* como “Making the Band”, donde los profesionales (sin participación de la audiencia) deciden quién queda mejor en un nuevo grupo musical, contribuyen de alguna forma a la *desmitificación* de la celebridad, porque los artistas aspirantes son juzgados no solamente sobre la base de su talento, sino también hasta quién se adapta mejor en una fórmula prevista de mercadeo, esto es, en una imagen de la nueva banda (p. 5).

¿Y quién hará la decisión final sobre quién es el vencedor(es)? ¿La audiencia o los profesionales de la industria? Todas las celebridades aspirantes tienen que ir por un proceso extenso de selección donde el *profesional* separa el trigo de la cizaña. Antes de las audiciones frente a los jueces, hay un estudio previo, que minimiza drásticamente el número de gente para la selección televisada (Kjús, 2009, p. 185). De esta forma la audiencia recibe una visión comprimida de los candidatos. En un estudio de la versión noruega del *Ídolo*, Kjús (2009) encontró que uno entre cinco de los que pasaron la pre-selección fué elegido por no tener talento (p. 286). Así, lo que aparece en televisión al seleccionar los candidatos no representa lo mejor, sino también lo peor: los candidatos a quienes les falta ritmo, o talento vocal, o usan vestuario loco, o exhiben una conducta asustadiza.

Un ejemplo de esto: un cantor aspirante, Menderes Bagci, trató de representar la versión alemana del “Ídolo Norteamericano” en 2001. Después de su *chillona* interpretación musical de *U remind me*, de Usher, los jueces claramente lo catalogaron como que le faltaban todos los talentos de cantor. Sin embargo, Menderes continuó presentándose en las contiendas de las siguientes temporadas y recibió un veredicto devastador de parte de los jueces cada vez que se presentaba. Pero entre la audiencia Menderes adquirió estatus de culto, a pesar o quizá por su

falta de talento. Debemos anotar aquí que cada vez que Menderes volvió, fué admitido para actuar delante de los jueces, y no solamente en las pre-presentaciones. En consecuencia, sus vueltas culminaron en una visibilidad continua en los medios. Él no es el primero. Mirando atrás en la historia, una mujer, Florence Foster Jenkins (1868-1944), también adquirió estatus de culto debido a su forma de cantar, rompedora de oídos. A la audiencia le encantaba escucharla en su alegría relamida, y ella no se daba cuenta de las burlas de la audiencia, sino que aparecía completamente convencida de su talento (Luehrs-Kaiser, 2008; Mischke, 2010). Cashmore (2006) arguye que al público le gusta observar a gente común y corriente entusiasta, aunque sea criticada por jueces cínicos (pp. 200-201). Para Kjus (2009), tales participantes refuerzan la naturaleza de los formatos de *reality*, que necesitan vencedores así como perdedores (p. 286). En 2007, la audiencia premió a Menderes cuando este recibió una oferta de actuación en vivo como un *huesped especial* durante uno de los últimos *shows*. Él entonces presentó una canción (todavía con su voz chillona) frente a los millones de espectadores de televisión. Tuvo la posibilidad de presentarse en teatro más por su popularidad general entre la audiencia, que por su talento como cantante. En relación al “Ídolo Norteamericano”, donde la audiencia tiene el voto final sobre quién emerge como el ganador, Amegashie (2009) anota, “El Ídolo Norteamericano es una contienda de canto, pero a veces lleva el riesgo de llegar a ser una contienda de popularidad” (p. 267). Durante los sondeos preliminares solo los jueces designados deciden quién puede continuar en la siguiente vuelta, pero después de eso el voto lo hace por completo la audiencia (p. 267). Para Fairchild (2007), el que la audiencia se involucre en encontrar el nuevo Ídolo es uno de los elementos centrales que contribuyen a un éxito económico del formato y de sus vencedores. El juego entre la audiencia y sus *ídolos* crea un sentimiento de unión que compromete a la audiencia con los participantes y viceversa (p. 372). Reichertz (2007) comparte esta opinión y arguye que con la función de juez de la audiencia, la brecha entre esta y la nueva *estrella* se contrae, resultando en una aproximación de los dos (p. 94).

A pesar de que la audiencia de veras tiene la posibilidad de afectar el desarrollo de un *show* (a través de las diferentes opciones de voto), Kavka (2008) enfatiza



Las audiciones de televisión donde grandes multitudes aparecen para participar, indican el acceso general a la competición y hacen creer a la audiencia que ellos mismos pueden tener una oportunidad para la fama

la prevalencia de las elecciones previas. Lo último precede el lanzamiento del programa y a menudo conscientemente depende de las deliberaciones sobre quién sería más conveniente para el show o para la TV en general (p. 59). En consecuencia, solo podemos botar por aquellos candidatos de “El Gran Hermano”, que de hecho pasaron todas las pruebas. Pero las empresas de producción quieren que la audiencia crea que cualquiera puede, con éxito, ser parte de un programa de *reality TV* (Turner, 2006). Las audiciones de televisión donde grandes multitudes aparecen para participar, indican el acceso general a la competición y hacen creer a la audiencia que ellos mismos pueden tener una oportunidad para la fama. Turner (2006) enfatiza que las industrias de los medios antes que nada persiguen sus propios intereses (p. 158). Nosotros, por lo tanto, volvemos en la siguiente sección a las estructuras de ganancia económica de la producción de la *reality TV* y de sus participantes.

La producción de reality TV desde una perspectiva económica

La mayor parte de los programas de *reality TV* presentan participantes normales, no profesionales, que desean hacerse notar. Por lo tanto Turner (2010a) compara la *reality TV* y sus participantes comunes, que desean la *celebrificación*, con el proceso económico de demanda y oferta. El éxito actual de la *reality TV* y de sus nuevos formatos, resulta en un número creciente de participantes que se necesitan para esos *shows*. En este sentido, Turner caracteriza el ciclo de oferta y demanda como recíproco y acelerado (p. 13). “La atención de la audiencia a sí misma” (Collins, 2008, p. 89), que se refiere al surgir de *shows reality* y los parti-

cipantes normales que quieren participar en un programa y llegar a ser bien conocidos, resulta en ganancias económicas de muchos aspectos. Por una parte, ellos pueden reducir gastos pues pueden dejar de contratar actores profesionales costosos y, en cambio, bajan a la *vasta reserva* de gente común que desea llegar a ser celebridad (p. 92.). Por otra parte, ellos pueden contratar a estas nuevas celebridades, si son promisorias, para programas subsiguientes. En este contexto, Curnutt (2009) menciona “The Real World” de MTV, que vuelve a usar sus participantes para vueltas rápidas, como “The Real World/Road Rules Challenge” (p. 252). Varios formatos de *reality TV* han adaptado el concepto de mercadería a los participantes más vendibles. Tiffany Pollard, mejor conocido como *New York*, es un ejemplo de alguien que debió el lanzamiento de sus *proprios* espectáculos de TV, por ejemplo “I love New York”, a su popularidad entre la audiencia de TV después de haber participado en “VW1’s Flavor of Love” (Campbell, Giannino, China y Harris, 2008, p. 22).

Como la *reality TV* introduce muchas de las posibles celebridades nuevas, la economía de oferta y demanda significa que queda en duda la permanencia de sus estatus de fama. En este contexto, Collins (2008) introduce el término *dispensable* (poco importante) para destacar la inestabilidad y la falta de predicción de un estatus de celebridad (p. 89). Debido a la presencia siempre cambiante de diferentes celebridades de *reality TV*, su valor fluctúa dependiendo de cómo ellas pueden legitimar su presencia a la audiencia y cómo los productores desean colocarlos en futuros programas (Collins, personal communication, September 2, 2010). Según Riley (2010), la *reality TV* produce muchas *celebridades instantáneas*, cuyo estatus de fama tiene solo una naturaleza temporal (pp. 297-298).

Debido a la inminente inestabilidad de su estatus de celebridad, el campo para protagonistas potenciales para *reality TV* se ha convertido, hoy día, en algo muy competitivo. Fuera de gente *común* que quisiera tener su inicio en la televisión a través del formato de *reality TV*, y de antiguos alumnos que quisieran conseguir más tiempo de televisión, el formato mismo se ha enfocado en anteriores estrellas o celebridades que se hicieron famosas fuera del campo del *reality TV*. La ventaja económica de promover a una persona ya muy conocida parece obvio. Los productores no necesitan echar suerte

sobre un talento desconocido o sobre una audiencia de devoción veleidosa. El éxito de “The Osbournes” en 2002, que documentó la vida de la anterior estrella de rock Ozzy Osbourne y su familia, jugó un papel pionero en la tendencia futura del género. Desde entonces han emergido muchos formatos de nuevas celebridades. Para resumir los formatos, la red CBS creó el término *celebrity*. El escenario de la televisión contemporánea presenta una gran variedad de programas de *celebrity*, por ejemplo, los espectáculos de talentos de celebridades, como “Dancing with the stars” o las celebridades que miran algo importante como “Rock of love” (Waggenpack, 2010, pp. 254-256). Andrejevic (2004) arguye que tales *shows* contribuyen a la *desmitificación* de la celebridad, por cuanto *ofrece el hacer gente real de las estrellas*, mientras que los *shows* de realidad tradicional prometen lo contrario. (p. 10).

Balance de poder entre reality TV y sus participantes

¿De qué forma los participantes pueden beneficiarse de su aparición en escena y de su estatus de posible celebridad? Desde un punto de vista económico, los beneficios que los participantes adquieren en los espectáculos de *reality TV* son más bien limitados. Franck y Nuesch (2007) describe este aspecto como sigue: “Aunque los vencedores de “Pop Idol” ganan mucha fama y publicidad, financieramente no tienen la misma ganancia” (p. 215). En este contexto Collins (2008) menciona las condiciones estrechas de contrato al que tienen que acceder los participantes del *reality TV*. Algunas cláusulas hacen imposible para un participante beneficiarse independientemente de su estatus de celebridad porque, a menudo, obligan a la gente a la producción de *shows* de la compañía televisiva que, legalmente, puede hacer que los participantes no acepten ciertos trabajos (lucrativos) (p. 98).

En el caso de otros formatos de *reality*, no solamente son los contratos los que ponen dificultades para que los participantes puedan desarrollar su estatus de celebridad. Los participantes de “MTV’s The Real World” o de “Road Rules” consiguen cantidades de publicidad, mientras el *show* está en el aire. Sin embargo, comúnmente ellos no pueden desarrollar una carrera fuera del negocio de *reality TV*, ya que llegaron a ser famosos debido a que presentaron sus personalidades *reales* delante de la cámara de televisión.



Sin embargo, comúnmente ellos no pueden desarrollar una carrera fuera del negocio de reality TV, ya que llegaron a ser famosos debido a que presentaron sus personalidades reales delante de la cámara de televisión

Comparado con los actores profesionales, ellos encuentran complicado cultivar una *persona pública* separada de su aparición en TV (Curnutt, 2009, p. 264). Susie Meister, un antiguo participante de “Road Rules” confirma esto cuando establece que fuera de tomar parte en otros *shows* de MTV, los participantes de tales programas tienen oportunidades muy estrechas de trabajo. Alguno de ellos consigue presencia para hacer comerciales; a algunos es posible que les pidan hablar en los campos (de fútbol); otros pueden encontrar trabajo en asociación con empresas de viajes, que los contratan para que estén presentes en ciertas fiestas para socializar con los jóvenes y los clientes jóvenes adultos (Curnutt, 2009, pp. 258-260).

Si un espectáculo de *reality TV* se hace famoso y puede atraer mucha audiencia, conseguirá la atención de otros medios. Como Andrejevic (2004) indica, los participantes de la *reality TV* se han dado cuenta más y más de los beneficios financieros laterales que la producción saca de tales programas. Así mismo, ellos han tratado de aprovecharse presionando a los productores pero, como el campo de reclutamiento de participantes es casi inagotable, el poder potencial de tal presión permanece muy bajo (p. 11). Turner (2004) anota que las posibles celebridades heredan una posición débil de negociación, ya que tienen que apoyarse en el *show* que los hizo visibles a la audiencia para mantener su presencia televisiva y su estatus de celebridad (p. 54). Sin embargo, en el caso de “Jersey Shore”, de MTV, el balance desigual de poder ha comenzado a cambiar a favor de los participantes. En enero de 2010, los reportajes de noticias y los puestos de chismorreo de las celebridades anunciaron que el reparto original de este *reality show* no estaba sa-

tisfecho con la oferta de pago de la red para grabar una segunda temporada, y pidió un sueldo más alto. Aunque cuentan que los productores amenazaron con reemplazar los miembros del reparto si no aceptaban la oferta de la red (Connelly, 2010), el reparto y los productores llegaron a un acuerdo (Hibberd, 2010), y se realizó la filmación de la temporada de “Jersey Shore” con los mismos participantes. Quienquiera que se aprovechó de estas negociaciones de sueldo en ese tiempo, al final valió la pena conservar el mismo reparto en el *show* ya que el primer episodio de la temporada tuvo 5.3 millones de espectadores, tres veces el número de gente que vio el primer episodio de la primera temporada (Nakashima, 2010). Además, podemos asumir que el involucramiento de los medios en esta disputa (metiéndola en su agenda) puede haber contribuido al crecido número de espectadores.

Cómo cubren los medios a los participantes del reality TV

La *reality TV* y sus participantes no solo suministran ganancias a las empresas de producción, sino también a los medios del chismorreo. Turner (2010b) menciona el ejemplo de los tabloides de Estados Unidos y del Reino Unido, que tienen que servir el *hambre* de la audiencia por noticias de celebridades. El continuo y creciente interés en las noticias y el chismorreo sobre celebridades pide por una cantidad notable de cobertura diversa. De aquí que los periódicos se apoyan en los formatos de *reality TV* que presentan nuevos participantes (celebridades a futuro), cuyas historias pueden mencionar en sus ediciones (p. 34-35). Para estudiar la seguridad y la continuidad de la cobertura que los medios dan a los participantes de la *reality TV*, que incluye también la cobertura después del lanzamiento del episodio final del *show* con estos participantes, los investigadores estudiaron varios análisis de diferente contenido, de los cuales presentaremos ahora dos. Fröhlich, Johansson and Siegert (2007) se enfocaron en la cobertura de los participantes de la primera temporada de “Ich bin ein Star, holt mich hier raus!” (la versión alemana de “Soy una celebridad; sáqueme de aquí!”). Ellos querían analizar la longevidad de los nuevos estatus de celebridad durante y después de que los episodios se presentaran. Aunque los estatus de fama de los participantes crecieron algo cuando los medios hicieron una cobertura abundante durante los ensayos del *show*, los investi-

gadores no pudieron confirmar esto, en general, en un largo plazo, y encontraron que el estatus variaba entre los que participaban, resultando en una subdivisión de tres grupos: los *no famosos*, los *famosos de antes* y las *estrellitas*. Mientras los participantes *no famosos* o habían pasado ya su zenit de fama antes del *show* o no habían conseguido un estatus de celebridad reconocido, los *famosos de antes* habían tenido recientemente su punto alto de fama (como Daniel Küblböck, que llegó a un tercer lugar en el *show* alemán de talentos “Deutschland sucht den Superstar”), pero no fueron capaces de prolongar sus estatus después de su participación en “Ich bin ein Star, holt mich hier raus!”. Las *estrellitas* fueron las únicas en llevar adelante su carrera con éxito obteniendo ofertas posteriores de trabajo (como Lisa Fitz, que recibió una oferta para ser estrella en una serie nueva de ficción) después de su aparición en el *show reality* de la celebridad (p. 157 ff.). Este estudio proporciona un indicador de que los *shows reality* pueden ofrecer un camino, pero no garantizado, para llegar a ser famoso (de nuevo) por un período largo de tiempo, y de que la cobertura de los medios a la persona a menudo se une al mismo *show reality TV* más que a la persona.

Frank y Nüesch (2007) examinaron el sostenimiento de los diez participantes en el “American Idol”, desde las tres primeras sesiones, revisando tabloides populares y periódicos de calidad, así como revistas de música y artículos de agencias periodísticas (p. 217). Ellos encontraron que con la excepción de Kelly Clarkson, que después del *show* tuvo varios álbumes exitosos y que se las arregló para lanzarse a sí misma como una *superstar* más allá del *show* de TV, ninguno de los otros once concursantes de la primera temporada se las arregló para estar en el ojo del público. El estudio reveló un resultado similar para las dos temporadas subsiguientes de “American Idol”, de los cuales solo el ganador y el primer corredor de la temporada se las arreglaron para prolongar su presencia en la agenda de los medios (Franck y Nüesch, 2007, p. 218-220).

Estos hallazgos indican que la visión general para el estatus de una celebridad en marcha, y consecuentemente para una cobertura constante por parte de los medios, de los exalumnos de la *reality TV* en realidad permanece más bien oscuro. Collins (2008) describe el futuro más probable del participante después de sus *15 minutos de fama* en la *reality TV*, como sigue: “La mayor parte de estos veteranos de la ‘Reality



Para atraer la atención de los medios, el Internet ofrece ahora una alternativa: los medios sociales. De hecho, en 2009, GLM (Global Language Monitor) declaró a Twitter como el Top Word of 2009

TV’ encuentran eso en el minuto 16, ellos no son absorbidos dentro del sistema de la celebridad: más bien, su celebridad de ordinario desaparece y ellos son canalizados de nuevo a la oscuridad” (p. 89).

¿Pueden ciertos factores contribuir a una prolongación de la presencia en los medios del concursante en la *reality TV* y así a un estatus de celebridad? Según Collins (2008), un escándalo personal o involucrarse en temas sociopolíticos controvertidos ofrecen la posibilidad de darle a una celebridad (de *reality TV*) una cobertura y visibilidad subsiguiente en los medios (p. 92). De los participantes en las tres sesiones de “American Idol”, hubo una persona (Corey Clark), que quedó fuera durante la segunda sesión en 2003, pero temporalmente volvió a la agenda de los medios en 2005, después de que él reclamó, falsamente, que había tenido un *affair* con Paula Abdul, una de las juezas del *show*, en 2003 (Franck y Nüesch, 2007, p. 218-219).

6. Relación entre los canales de comunicación de los medios masivos y sociales

Para atraer la atención de los medios, el Internet ofrece ahora una alternativa: los medios sociales. De hecho, en 2009, GLM (Global Language Monitor) declaró a Twitter como el Top Word of 2009, ya que era el término más usado en los medios de prensa y digitales (Lea, 2009). El servicio Twitter de microblogs permite a los usuarios publicar actualizaciones de estatus hasta 140 caracteres en longitud sobre sus perfiles. Si la gente no cambia explícitamente los *default*, sus *tweets* publicados se hacen accesibles a toda la comunidad Twitter. Además, los usuarios pueden *seguir* los perfiles (de cada uno) para ver si

alguien pone una nueva actualización. La actividad de *seguimiento*, sin embargo, no necesita necesariamente que sea recíproca (Jansen, Zhang, Sobel y Chowdury, 2009, p. 217).

También en 2009, el *New Oxford American Dictionary* declaró *inamistoso* (un término para quitar a un amigo de la lista de amigos de la red social) como su *Word of the Year* (Gross, 2009). Estas clasificaciones indican el crecimiento y la importancia emergente de los medios sociales y de sus plataformas para el ambiente de los medios contemporáneos y, en consecuencia, para la cultura de la sociedad. Uno puede acceder a estas plataformas a través de diferentes instrumentos tecnológicos tales como laptops y teléfonos móviles, que permiten a los usuarios hacerse presente en las plataformas para actualizar estatus o subir fotografías independientemente de su ubicación. Como esto último fomenta el rápido esparcir de nuevos mensajes entre amigos, *seguidores* y usuarios *anónimos* de web, los *sites* de redes sociales han emergido como una fuente importante para los medios de noticias. El aterrizaje forzoso de un avión de US Airways en el río Hudson en 2009 es un punto culminante en este desarrollo ya que las primeras noticias y fotografías del incidente se colocaron en Twitter por el usuario Janis Krum. El hecho de colocarlas allí dieron origen a una avalancha en línea de *retweet*, comentarios y discusiones. Su foto del avión flotando sobre el río llegó a ser ampliamente prominente en la web, y aun fue colocada en *sites* profesionales de noticias (Patalong, 2009).

Esta fotografía popular en Twitter y la cobertura siguiente de noticias indica las tendencias para las estructuras de redes entre los medios tradicionales, las redes sociales y sus usuarios. ¿Cómo se pueden pintar tales lazos? ¿Qué impactos tienen las redes sociales sobre el panorama de los medios y sobre (la cobertura) de las celebridades? ¿Cómo reaccionan las celebridades a la emergencia de los medios sociales y cómo puede la gente aspirar a ser prominente en estos últimos?

7. El lugar de los medios sociales en el panorama tradicional de los medios

Las redes de medios sociales heredan al menos un atributo clave del Internet: la accesibilidad abierta para todos los usuarios. En teoría, cada persona tiene la posibilidad de subir un video al YouTube, abrir una cuenta Twitter, o escribir en su propio blog. Como arguyen Drake y Miah



(2010), el Internet y por lo tanto las redes sociales y los blogs rebajan los procesos de vigilancia de puerta que existe en otras formas de medios masivos (p. 55). Esto significa que la información en línea puede esparcirse sin filtro y así no descansa, en condiciones estrictas, como en la televisión o los periódicos. Esto, sin embargo, permanece sujeto a un debate continuo dentro de la investigación (e.g., Shoemaker y Vos, 2009). De hecho, la información colocada en blogs es muy redundante y, a menudo, no puede ser experimentada de primera mano. En otras palabras, la información puede difundirse desde los medios masivos a los *bloggers*, porque la información viaja a través de muchas puertas y canales. Arguyendo que el *blogging* anuncia la muerte de la teoría de la puerta de vigilancia, uno niega el hecho de que a los *bloggers* o a los mismos periodistas en línea les cuadra la definición de cuidadores de puerta (*gatekeepers*). Sin embargo, el pensar sobre la teoría del *gatekeeping* requiere alguna revisión del modelo original de *gatekeeping* para el siglo XXI (Shoemaker y Vos, 2009, p. 129).

Los *sites* que cubren las noticias de la celebridad, junto con los blogs políticos y tecnológicos están, de ordinario, entre los más populares. Murray (2009) le da un papel pionero al blog de celebridad *PerezHilton.com*, cuyo éxito fue seguido por otros *sites* de chismorreo de celebridades, tales como *TMZ* o *JustJared* (p. 33). Mario Lavandeira lanzó *PerezHilton.com* en 2004 (originalmente llamado *PageSixSixSix.com*). En 2009, por tercera vez seguida, Forbes honró a Perez Hilton, el auto-llamado *Queen of all media*, como el *Web Celeb* más famoso (Ewalt, 2010). Es importante notar que el panorama de blogs de celebridades contemporáneas aparece muy diferenciado. Por una parte, los blogs de celebridad heredan diferentes estructuras organizacionales; mientras los *bloggers* individuales lanzaron y tienen posesión de *Dlisted* o *Pink Is The New Blog*, *TMZ* comenzó como una aventura común por AOL y *Telepicture Productions*, y permanece con propiedad y funcionamiento corporativo (Burns, 2009, p. 21). Por otra parte, algunos blogs han colocado su punto focal en una área específica dentro de la cultura de la celebridad, por ejemplo *Go Fug Yourself* (moda) o *Babyrazzi* (relaciones, paternidad e hijos de celebridades).

Su cercanía, su contenido dinámico y su inmediatez, generalmente colocan a los blogs en sitios opuestos al chismorreo tra-

Las redes de medios sociales heredan al menos un atributo clave del Internet: la accesibilidad abierta para todos los usuarios. En teoría, cada persona tiene la posibilidad de subir un video al YouTube, abrir una cuenta Twitter, o escribir en su propio blog

dicional de celebridades presente en revistas o *shows* de televisión. Como consecuencia, la mayor parte de los blogs llegan a ser bien conocidos por su topicalidad; ellos se actualizan varias veces al día o más bien poco después de que ocurre una historia novedosa o una fotografía reveladora (Petersen, 2007). Tremayne (2007) destaca la rapidez con la que la información dada en blogs se esparce. En el caso de Michael Jackson, *TMZ* publicó el primerísimo mensaje sobre su muerte y sirvió a los otros medios como fuente primaria (Macnamara, 2010, p. 45).

Todos estos factores contribuyen a la emergencia de blogs de celebridades como un competidor serio de otros medios noticiosos de celebridad. Burns (2009) asigna a los blogs una función creciente de establecimiento de agenda que tiene un efecto en las principales organizaciones de noticias y sus historias (p. 151). Como se ejemplificó en la historia sobre la muerte de Michael Jackson, el último usa y cita blogs para sus propias ediciones. Un estudio interesante podría elaborar hasta dónde los medios tradicionales, como los periódicos, así como sus ediciones en línea, hacen uso de las noticias presentadas en blogs de celebridades o viceversa. La mayor parte de los estudios actuales que investigan los impactos probables recíprocos de blogs de ciudadanos y de los medios tradicionales se centran en temas políticos, por ejemplo, los blogs políticos (Wallsten, 2007; Meraz, 2009). El hecho de que una persona o compañía independiente o una gran empresa de medios (como *TMZ*) pueden crear diferentes blogs de celebridades en línea, sugiere que la diferencia entre los blogs de ciudadanos y los blogs corporativos de celebri-

dades puedan también proveer un buen tópicico para un futuro desarrollo.

Al darse cuenta los medios tradicionales de la importancia creciente de las fuentes en línea, de los medios sociales y de su rápido paso de diseminación de noticias, ahora también siguen esta tendencia en línea con su propia representación en los diferentes canales de redes sociales. Ambos *US Weekly* y *The New York Times*, por ejemplo, tienen perfiles en Facebook y los dos tienen cuentas Twitter. Al mismo tiempo, los blogs también hacen uso de las redes sociales por su presencia allí. Estos desarrollos apuntan a fronteras fluidas y tendencias de redes entre los diferentes canales de los medios (sociales). Cómo esta presencia de la misma marca (por ejemplo, *US Weekly*) aparece sobre los canales de diferentes medios, sugiere otro camino para futuras investigaciones. ¿Muestran ellos la misma información o más bien se complementan uno a otro? Esto puede importar grandemente para los productos de los medios que tienen versiones de imprenta y en línea; ¿por qué la audiencia permanece queriendo comprar una revista que contiene información que ellos pueden conseguir más rápidamente y quizá gratis en Internet? Los estudios que se han enfocado en la evolución de las noticias en línea y/o en la relación entre versiones en línea e impresas de los mismos productos noticiosos (e.g., Van der Wurff, Lauf, Balcytiene, Fortunati, Holmberg, Paulussen et al., 2003; Franklin, 2008) pueden arrojar alguna luz sobre el tema y ofrecer ayuda para posibles investigaciones futuras en este campo.

8. Uso de los medios sociales por las celebridades

¿Cómo reaccionan las celebridades al crecimiento de los blogs de chismorreo y de historias noticiosas sobre ellos, y al uso de la audiencia de los medios sociales? Las celebridades comenzaron a hacer uso de sus plataformas en línea, algunos de ellos de una forma muy eficiente. Kwak, Lee, Park y Moon (2010) encontraron que los perfiles de Twitter de las celebridades crecieron rápidamente en popularidad. Estudiando las características de esta red social y de sus usuarios encontraron que los cuarenta perfiles más altos seguidos en Twitter por más de un millón de personas, pertenecían o a una celebridad, un *show* de televisión o a otra institución de medios masivos, por ejemplo, *The Ellen DeGeneres Show* o *The New York Times*. Fuera del

presidente Barack Obama, los diez perfiles más seguidos de Twitter pertenecen a celebridades que han ganado su estatus a través de la industria de medios de entretenimiento.

Muntean y Petersen (2009) examinaron la relación entre los medios de hoy y la tendencia de las celebridades de usar Twitter. Debido a las nuevas tecnologías como celulares, fotos, videos, etcétera, y debido a una variedad de nuevos canales de comunicación que captan las noticias de las celebridades (por ejemplo, blogs como el *TMZ*), el discurso sobre estas ha evolucionado, así como todos esos nuevos canales que contribuyen a la imagen pública de la celebridad. Estos canales a menudo se enfocan en chismorreos y en historias de escándalos; por eso es difícil conservar la imagen de una persona (famosa) de una forma sagrada y estable. Las estrellas y las celebridades siempre necesitan recordar el hecho de que cualquiera puede capturar una conducta suya desviada y publicarla en los medios. En consecuencia, las mismas celebridades han comenzado a usar los canales de medios sociales como Twitter para poder guiar cómo los diversos canales los pintan, y por lo tanto cómo los medios y el público los perciben. Para Murray (2009), las celebridades que publican sus propias historias, tratan de recuperar el poder que perdieron en la rápida industria del chisme (p. 39). Según Muntean y Petersen (2009), los mensajes directos de las estrellas a través del blog y de Twitter heredan un papel importante en la corriente de fuentes de información, porque los miembros de la audiencia perciben esto como *la voz auténtica de la celebridad y un canal privilegiado cerca de la misma estrella*. Por lo tanto, en una especie de círculo completo, los mismos medios de noticias hacen uso de estos mensajes y los publican en los diversos canales de medios en línea y fuera de línea. Cuando Ashton Kutcher colocó en Twitter una fotografía de la espalda de Demi Moore, los medios noticiosos en seguida eligieron *la historia* (por ejemplo, Parker, 2009). A través de la presencia en las plataformas de los medios sociales, las estrellas y las celebridades intentan, por una parte, participar en la producción de su imagen; por otra, ellas deben permanecer presentes en estos medios para estar en los medios de noticias y, en consecuencia, en la agenda de la audiencia. Según Daschmann (2007), todas las masas de celebridades (aspirantes) tienen que competir por la atención (limitada) del público (p. 186). En tal am-



Fuera del presidente Barack Obama, los diez perfiles más seguidos de Twitter pertenecen a celebridades que han ganado su estatus a través de la industria de medios de entretenimiento

biente competitivo una persona famosa debe, por lo tanto, permanecer presente en todos los canales de los medios (Seifert, 2010, p. 60).

9. La fama a través de los medios sociales y el contenido generado por el usuario

Las redes sociales no solamente presentan una oportunidad para los bien situados, sino también para las celebridades aspirantes y para la gente común, para que participe o se haga presente allí. Stefanone, Lackaff y Rosen (2008) arguyen que además de la *reality TV*, las nuevas tecnologías en línea, como las redes sociales, han influido en dónde se coloca el mismo público dentro del sistema de medios: “Más que simplemente ser el objetivo de los mensajes transmitidos, ellos pueden verse a sí mismos como protagonistas de las narraciones y pueden integrarse dentro de un ecosistema complejo de medios” (p. 107). En este contexto Marshall (2010) subraya la *cara* cambiante de la cultura de la celebridad, que se ha ido moviendo desde un sistema pu-

ramente representacional a uno más presentacional (p. 45). Debido a plataformas de medios sociales, como Twitter, las celebridades, por una parte, han comenzado a presentarse ellas mismas en formas de menos filtros ante la audiencia, sin la interferencia de los productos de otros medios masivos (Marshall, 2010, p. 41). Por otra parte, los mismos miembros de la audiencia se han preocupado más y más en presentarse a sí mismos en línea y en las diversas plataformas y han comenzado a producir su propio contenido (Marshall, 2006, p. 638). Choi y Berger (2009) creen “que el Internet global ha magnificado dramáticamente la búsqueda global por fama y celebridad” (p. 194).

Colocar videos hechos por uno mismo en My Space y en YouTube puede proporcionar una forma alternativa de ganar una audiencia potencial mundial y de llegar a ser famoso. Bruce Daisley (2010), jefe del *YouTube UK*, permanece convencido de que “si eres bastante bueno, los usuarios de YouTube te harán famoso”. Como ejemplo de una persona que consigue fama a través de una plataforma de medios sociales, él menciona a Justin Bieber, cuya madre subió a YouTube videos de su hijo cantando; entonces consiguió a varios millones que lo vieron y llamó la atención de su primer manager, Scott Braun (Hampp, 2010). Aunque hay algunos ejemplos noticiosos de gente y artistas que logran triunfar gracias a la presencia en las plataformas de los medios sociales, Totty (2007) destaca la competición que enfrenta una estrella en línea aspirante, cuando trata de ser famosa, por ejemplo, en Youtube, entre otras cosas porque debe aparecer entre millones de otros videos. Kruitbosch y Nack (2008) también detectaron la fuerte presencia de contenido editado profesionalmente en YouTube. En su análisis o yuxtaposición de la estructura y de la popularidad del contenido generado por el usuario (UGC)

TABLA 1. POSICIÓN DE LOS PERFILES MÁS SEGUIDOS EN TWITTER (TWITAHOLIC, 2010)

POSICIÓN	NOMBRE (Nombre de la pantalla Twitter)	SEGUIDORES	SIGUEN	COMENZARON EN TWITTER
1	Lady Gaga (ladygaga)	6.752.203	147.126	Hace 31 meses
2	Britney Spears (britneyspears)	6.139.076	417.468	Hace 25 meses
3	Ashton Kutcher (aplusk)	5.926.756	612	Hace 21 meses
4	Justin Bieber (justinbieber)	5.714.396	87.025	Hace 19 meses
5	Barack Obama (BarackObama)	5.653.466	712.163	Hace 44 meses
6	Ellen DeGeneres (TheEllenShow)	5.349.677	49.647	Hace 26 meses
7	Kim Kardashian (KimKardashian)	5.080.319	94	Hace 19 meses
8	Taylor Swift (taylorswift13)	4.414.166	48	Hace 23 meses
9	Oprah Winfrey (Oprah)	4.407.648	19	Hace 21 meses
10	Katy Perry (katyperry)	4.268.730	63	Hace 20 meses

y videos editados profesionalmente, ellos encontraron que videos producidos por los mismos usuarios eran comparativamente más cortos que los hechos por profesionales. Aunque aparecen muchos UGC en la web, ellos apenas (con pocas excepciones) se encontraron entre los videos más vistos, y generalmente consiguieron menos *clicks* que los de contenido profesional (p. 8).

Si un video en una red social puede tener una inmensa audiencia en línea, los canales de los medios masivos tales como los periódicos pueden informar sobre ello, tomarlos y así garantizar una publicidad mayor. El involucrarse, es decir, la mediación y la participación de los medios tradicionales resultan ser cruciales, especialmente cuando una persona trata de obtener un estatus de celebridad por un período mayor de tiempo (Seifert, 2010, p. 62). Burgess y Green (2009) dan a los medios tradicionales la función de apertura con respecto al establecimiento de una celebridad, ya que ella valida el éxito de esta última a través de su propia aceptación (p. 24). En la historia de YouTube, una variedad de videos, debido a su éxito en línea, resultaron mencionados en otros canales de medios. Discutiremos un ejemplo que ilustra el proceso y su complejidad. En 2009, el video YouTube de los huéspedes de un matrimonio bailando a la entrada de la iglesia con el canto *Forever* de Chris Brown, consiguió varios millones de *clicks* en solo unos días. Debido al creciente número de visitas, este video y sus protagonistas llamaron la atención de los medios tradicionales y quedaron reseñados artículos noticiosos en imprenta e Internet, así como en los *shows* de televisión. El resultado de la popularidad del video fue que la canción de Chris Brown (con la que la multitud de la boda entró en la iglesia) comenzó a ser *bajada* en forma creciente a través de los programas de la red. *Forever* subió a la cima de la lista de ventas de *iTunes*. Poniendo un *click-para-comprar* en el mismo video YouTube Sony Music (el promocionador del canto) alimentó la promoción y ató la plataforma social a la plataforma de ventas (Stone, 2009), resultando en una ventaja económica y en publicidad positiva para la empresa productora y su artista. Lo que hace este ejemplo aún más rico en diversas facetas viene del hecho de que antes del éxito del video, Chris Brown había deslustrado su imagen por el altercado físico con su exnovia Rihanna (Caulfield, 2009). La aparición del video justo después del daño a la reputación del cantante, amenazó con tener un



Colocar videos hechos por uno mismo en My Space y en YouTube puede proporcionar una forma alternativa de ganar una audiencia potencial mundial y de llegar a ser famoso.

impacto dañino a su carrera; ello espoleó los rumores de que el video no podía ser tan de principiante (esto es, el video aparece como producido por una cámara de mano) como parecía al principio; que formaba parte de una estrategia de mercado para promocionar el canto *Forever*, y que ello consciente pero indirectamente favoreció una imagen más positiva de Chris Brown (Feld, 2009). Este caso, sin considerar si el video en realidad era parte de la estrategia, ejemplifica la interdependencia de las salidas de los medios, la maquinaria publicitaria y las agencias de promoción; todas ellas toman parte activa en la economía contemporánea de los medios (Turner, 2010a, p. 16). Como está sugerido en el ejemplo, tales espacios compartidos ponen la pregunta sobre la autenticidad del contenido puesto en las plataformas de los medios sociales, ya que estos espacios están listos para ser usados no solo por la audiencia, sino también por los profesionales. En consecuencia, podría ser informativo y revelador el tener una intuición de cómo las celebridades, y así los profesionales, usan las plataformas de los medios sociales como parte de sus estrategias de mercadeo. Turner (2010a), quien llama a una investigación intensiva del papel e influencia de las agencias de publicidad, arguye que estas últimas a veces tratan de enmascarar sus acciones. Esto complica el trabajo investigativo (p. 16), pues las compañías y sus métodos de trabajo parecen amortajados por el secreto profesional. En el caso de la *danza de la boda*, la agencia *GoViral* al principio había confirmado el haber estado involucrada en la posible estrategia de mercadeo, pero más tarde se distanció de lo que en principio había declarado (Feld,

2009). Una mirada más cercana a la historia de YouTube indica que sus usuarios, los medios y el público parece que han sido sensibilizados al tema de la autenticidad del contenido que se sube. Burgess y Green (2009) mencionan el ejemplo de *Lonelygirl15* alias Bree (p. 27), cuyos vlogs de estilo fueron presentados como si la joven misma los hubiera producido. Un Vlog es un *video blog*. Los usuarios producen estos videos cortos usando varios métodos (por ejemplo, web cams o celulares), y entonces los colocan en una plataforma de medios sociales tales como YouTube (Molyneaux, O'Donnell, Gibson y Singer, 2008). En el caso de *Lonelygirl15*, resultó que la joven era en realidad una actriz de veinte años y que dos productores de cine, R. Flinders and M. Beckett habían iniciado y producido estos videos (Heffernan y Zeller 2006). Muchos de los seguidores de vlog simplemente asumen la originalidad de los videos sin darse cuenta de que se han convertido en un material de ficción. Tales ejemplos hacen al público estar más y más alerta a las cuestiones que rodean la autenticidad del contenido presentado e incluso fomentan un *trabajo detectivesco* que investigue qué videos son *reales* y cuáles no lo son (Burgess y Green, p. 29).

10. Interacción entre audiencia, celebridades y los medios

Debido a la creciente cantidad del contenido de los medios, resulta desafiante atraer una audiencia amplia. Generalmente la industria de los medios se ha tenido que adaptar a las condiciones de la *economía de la atención*, donde una cantidad excesiva de *capital, información de trabajo y conocimiento* resulta escasa para la atención en curso. Por lo tanto, lo último se hace más y más valioso (Davenport y Beck, 2001, p. 3; ver también Franck, 1998). Como un *primer* ejemplo buscando estrategias para captar la atención de la audiencia, Davenport and Beck (2001) mencionan la emergencia de revistas de *gente*, que comenzaron a usar más y más a las celebridades como *vehículos de atención para atraer a sus lectores* (p. 106-107).

Los cambios mencionados antes y las tendencias en el panorama contemporáneo de los medios, así como la ratio modificada entre celebridades y los canales de los diferentes medios, obligan a tener una consideración más detallada de la audiencia y de los papeles que los medios juegan en relación a estos desarrollos.



La posición de la audiencia en la industria cultural de la celebridad

El consumo y recepción de la audiencia simbolizan el necesario *combustible* para mantener la empresa económica de una celebridad en marcha (Redmond y Holmes, 2007, p. 310). Al indicar la interdependencia entre el estatus de la celebridad y la audiencia, Wippersberg (2007) enfatiza que una celebridad puede llegar a ser y permanecer como tal, solamente si la audiencia la asume y percibe de esta manera (p. 248). Seifert (2010) arguye que, aunque los medios pueden introducir y presentar nuevas potenciales celebridades a una audiencia, permanece esencial el consentimiento de esta (p. 38). Así, la *aceptada* celebridad marca la posición de poder de la audiencia frente a la industria de los medios, ya que las celebridades simbolizan la impersonación de la audiencia colectiva, sobre la que depende la industria (Marshall, 2006, p. 636). En consecuencia, los *shows* de televisión y su personal dependen del apoyo de sus espectadores y de las revistas de chismes, de su potencial lector para legitimizar su posición en el panorama de los medios y para atraer y mantener el interés de las industrias de publicidad. Por lo tanto, los medios cuentan para involucrar al público y poder mantenerse ellos mismos financieramente. Marshall (2006) arguye que la constitución del sistema de celebridad y su poder económico ha descansado siempre en la capacidad de involucrar la audiencia en ello. Involucrarse incluye invertir y dedicar tiempo en las celebridades, escribiendo correos de fan o haciéndose miembro de un club de fans (p. 635). El escribir correos de fan o invertir tiempo en un club de fans implica el papel potencial de la audiencia cuando ella llega a apoyar una celebridad. Este espectro de actividad ha sufrido cambios importantes a través del tiempo, resultando en más niveles de compromiso. *La reality TV* da un buen ejemplo de cómo cuenta la industria de los medios en el involucramiento del público, dando a la audiencia la posibilidad de decir quién merece ganar estatus de celebridad, permitiéndole votar por el mejor “American Idol” participante o en contra del menos querido “Gran Hermano” compañero de cuarto. Además, los productores animan directamente a la audiencia a participar en sus *shows* promoviendo llamadas abiertas de actores para futuros espectáculos. Es interesante saber que nosotros podemos también trazar este cambio hacia la participación de la audiencia

Marshall (2006) arguye que la constitución del sistema de celebridad y su poder económico ha descansado siempre en la capacidad de involucrar la audiencia en ello

en *shows* que originalmente no contaban con una intervención (tan grande) del público. Presentaremos dos ejemplos.

La audiencia de “The Real World” de MTV no tenía, al principio, la posibilidad de elegir quién podía formar parte del *cast*. Entonces, en la temporada 20, hecha en Hollywood, MTV introdujo un nuevo proceso en línea de selección de personajes, a través del cual los usuarios del Internet podían decidir quién debía completar el *cast* del *show* (junto con las siete personas que los productores elegían según el método *tradicional*) (MTV.com).

En Suiza, la elección televisada de Miss Suiza, espectáculo público, tuvo una *democratización* en 2005 cuando la opinión del público recibió más peso que nunca. Antes, la audiencia había tenido solo uno de los nueve votos para la elección de la siguiente reina de belleza. Ahora, durante los dos *rounds* preliminares, el voto del público cuenta como todos los votos de los jueces juntos (resultando en una proporción de 50/50). Fuera de las tres primeras participantes, depende completamente de la audiencia el decidir a quién quieren ver como la nueva Miss Suiza (Bosshart y Witmer, 2007, p. 48). Según Bosshart y Witmer (2007), los productores modificaron la forma de participar para fomentar el involucramiento y la integración de la audiencia, y así disminuir los posibles chismes sobre elecciones fraudulentas.

La audiencia como un consumidor, productor y promotor del contenido de la celebridad mediada

La emergencia del Internet, incluyendo los blogs, las redes sociales y la creciente

cantidad de contenido mediático de las celebridades (generado por la audiencia), plantea la pregunta de hasta qué punto la audiencia participa en el consumo, producción y promoción de este contenido.

De hecho, un estudio llevado a cabo en Bélgica mostró que el consumo de ciertos medios (periódicos, revistas de chisme y televisión) se correlaciona positivamente con el interés en el chisme de la celebridad, y que la gente joven forma parte del mayor número de consumidores de este contenido (De Backer, Nelissen, Vyncke, Braeckman y McAndrew, 2007, 346). Además, los resultados indican que los motivos para consumir chismes son diferentes entre los más jóvenes y los más viejos. Mientras los adolescentes belgas parece que muestran interés principalmente por las celebridades glamorosas internacionales, que pueden *enseñarles* algo (por ejemplo, cómo vestirse), los jóvenes y los más adultos mostraron más interés por las celebridades belgas con las que, debido a la proximidad geográfica y lingüística, ellos podían sentir una cierta conexión (p. 346-347).

Entrevistando a lectores masculinos y femeninos de los tabloides *The Sun* y *Mirror*, Johansson (2006) notó que la identificación y la distancia, al mismo tiempo, caracterizan la relación de los lectores y de las celebridades descritas. Por una parte, los lectores sentían realmente empatía por las celebridades y sus temas; por otra, la riqueza económica de algunas celebridades no dejó a los lectores identificarse por completo con ellos; a veces, inclusive, resultaba en sentimientos de envidia. Las entrevistas además mostraron que los tabloides sí cumplen una función social, ya que sus artículos sirven como *puntos para conversar*, para la comunicación interpersonal, por ejemplo, entre los trabajadores de un mismo nivel. A través de la discusión de los temas presentados (por ejemplo, una celebridad que traiciona a su compañero/a), la gente negocia o refuerza las normas sociales; estas son actividades que contribuyen positivamente a la construcción de comunidad (p. 349-357). Feasy (2008), que cuestionó a los lectores del *calor* femenino sobre sus motivos para leer chismes de celebridades, encontró que estas mujeres también disfrutaban hablando con otra gente sobre el chisme de celebridad. Además, ello también a menudo les servía como un punto inicial para tener una discusión más amplia (a la que se podían añadir pensamientos y experiencias personales) sobre cierto tópico, como por ejemplo, romances o dietas (p. 693). Rössler and Veigl

(2005) también detectaron un significado general de la función social de la interacción del consumo de medios. Cuando comparando a los lectores y no lectores de las revistas de *gente popular* en términos de qué gratificaciones ellos esperaban obtener usando las revistas y medios de la gente encontraron, parecido a lo del estudio de De Backer et al. (2007), que estos lectores de revista tenían un deseo distinto de aprender algo sobre las celebridades (p. 453). Debido a la creciente demanda por contenido de celebridades y medios de chisme, estén publicados en línea o no, por una parte se cuenta con la contribución de los reporteros profesionales y *paparazzi*, pero por otra parte también se cuenta con la audiencia o público ordinario para obtener noticias, fotos y videos de actualidad sobre las celebridades. Blogs, como *PerezHilton.com* and *TMZ* suministran información en su página inicial de la web sobre cómo contactar su *staff* en caso de que su clientela vea, grabe o fotografíe una celebridad, o simplemente tenga un dato sobre una historia de la celebridad digna de ser noticia (por ejemplo, www.t TMZ.com/tips). La fácil transmisión de fotos a través de celulares y otros recursos hace que el llamado *ciudadano paparazzi* (Burns, 2009, p. 13) sea una fuente noticiosa que no se debe despreciar.

Lerman (2007) le da a la evolución de los medios sociales un papel importante ya que ayuda a la creciente participación de sus usuarios: "Los usuarios están creando, evaluando y distribuyendo activamente información" (p. 1). En 2006, Soukup realizó un estudio sobre sitios web de fans dedicados a diferentes celebridades, analizando sus estructuras y contenidos así como contactando productores de tales sitios web para examinar qué gratificación consiguen ellos por tener tal sitio (Soukup, 2006, p. 325). Concluyó que los productores de estos sitios web eran lectores activos y contribuían a la producción de textos de celebridades, dando información, fotos, así como interpretaciones (alternativas) de los trabajos de la celebridad (p. 332). Además, a través de foros y actos interactivos, otra gente y fans toman parte en las discusiones o suministran e intercambian otros contenidos relacionados con la celebridad. La interacción entre la gente de todo el mundo da pie a comunidades en línea, que los productores de sitios web ven como gratificantes (p. 326). Por lo tanto, podríamos ver también a la audiencia como promotora o procesadora de un contenido mediático de la celebridad.



Usuarios no profesionales a menudo suben el contenido, producido originalmente por los profesionales (p. 43-46). Esto ilustra cómo la audiencia, a través de los medios sociales, sustancialmente contribuye a la diseminación de información, y más específicamente, de contenido sobre celebridades

En un estudio de los videos más populares en YouTube, Burgess y Green (2009) encontraron que la mayoría de los contenidos más vistos vinieron de fuentes de medios tradicionales y mostraron una naturaleza informativa (es decir, historias de chismes o entrevistas a celebridades). Usuarios no profesionales a menudo suben el contenido, producido originalmente por los profesionales (p. 43-46). Esto ilustra cómo la audiencia, a través de los medios sociales, sustancialmente contribuye a la diseminación de información, y más específicamente, de contenido sobre celebridades. Otras plataformas de medios sociales, como Facebook, ofrecen opciones similares para que los usuarios publiquen contenidos (de celebridades) o comuniquen el contenido valioso que ellos encuentran, y en consecuencia lo hacen *visible* para otros amigos (en línea). Haciendo *click* en *Me Gusta* o enviando un mensaje, los usuarios pueden mostrar a sus amistades qué fotos, historias, videos o *links* (fuera de la comunidad Facebook) ellos favorecen o de qué o quiénes ellos quisieran hablar. En consecuencia, el contenido que ha gustado o que ha sido publicado llega a una audiencia mayor y por lo tanto obtiene mayor publicidad. La nueva gente, que ve el contenido publicado, puede ignorarlo o difundirlo más o comenzar una discusión (en línea) sobre ellos. *Anschlusskommunikation*, esto es, la comunicación que sigue al primer consumo (tal como una discusión después de haber visto un *show* de televisión) asegura un aumento de atención a los *shows* de televisión y su *cast* (Böhme-Dürr, 2001, p. 13), que tiene importancia para la manifestación del estatus de la celebridad. Si alguien llega a

ser un punto de conversación para la gente, el nivel público de información se hace mayor. Esta información resulta entonces en una celebridad aumentada. (Wippersberg, 2007, p. 257).

Relación entre las celebridades y su audiencia a través de los medios en línea

Enteradas de la creciente importancia de los medios sociales (para su audiencia), la mayor parte de las celebridades usan activamente estas redes, obteniendo sus propias ganancias y haciendo así la información y el contenido disponibles para la comunidad de medios sociales. Ello les permite promoverse a sí mismas y a sus *productos* comunicándose directamente con su audiencia (Marshall, 2010, p. 43). Hampp (2010) atribuye el rápido crecimiento de la cantante Lady Gaga a su uso efectivo de los canales de los medios sociales, resultando en millones de amigos de Facebook, seguidores de Twitter, y espectadores de sus videos en YouTube (p. 42). Su página de Facebook se actualiza diariamente con fotos privadas, videos musicales y mensajes personales. Los fans comentan sus mensajes personales y las fotos para mostrar su aprecio por la cantante. Cuando los fans acamparon fuera del lugar *Today Show*, el día antes de la actuación de Lady Gaga en julio de 2010, la cantante, agradecidamente, los mencionó en varias de sus actualizaciones de Facebook (por ejemplo, Lady Gaga, 2010). En octubre de 2010, la eficacia del uso de sus medios sociales quedó validada. Ella impuso una marca de YouTube, ya que fue la primera persona en recibir un billón de visitas de sus videos expuestos (dpa, 2010).

Según Marshall (2010), la conexión entre la audiencia y su celebridad se ha intensificado a través de los *caminos* que ofrecen los medios sociales. Los canales en línea de los medios, tales como las redes sociales, brindan la posibilidad para que los fans establezcan un contacto *directo* con la celebridad. A través de este canal la audiencia trata de estar más cerca de la verdadera realidad de las celebridades (p. 44). Después de analizar los diferentes clubs de fans *on line* y los sitios web de las celebridades, Théberge (2005) concluyó que los clubs de fan de Internet son un acontecimiento importante para la relación entre las celebridades y su audiencia ya que esta se hace más y más recíproca.

Estos cambios suponen consideraciones importantes para la audiencia, las celebridades y la teoría de la interacción pa-

rasocial. La investigación inicial mostró interacciones parasociales como de un solo lado, casi interacciones entre el espectador y la figura de los medios (Horton y Wohl, 1956). La interacción parasocial, con respecto a las celebridades y fans, originalmente apareció como una relación de un solo sentido entre los dos. El fan siente una cercanía íntima aunque imaginada con su celebridad (Stever, 2009, p. 4). Para un examen más profundo del concepto de interacción parasocial ver, por ejemplo, (Horton y Wohl, 1956; Giles, 2002). Además del estudio de actores de cine de Horton y Wohl, otra investigación ha detectado relaciones parasociales entre espectadores de ciertos programas de televisión y sus protagonistas (Derrick, Gabriel and Hugenberg, 2009; Vorderer, 1996).

Hoy día, cuando un fan puede estar más fácilmente *en contacto* con las celebridades (ya que los correos de fan no necesitan ser escritos a mano ni ser enviados a través del correo ordinario), se ha facilitado el desarrollo de las relaciones parasociales entre la audiencia/fans y las celebridades. El proceso también pone atención sobre la naturaleza de una sola dirección de la interacción parasocial porque las celebridades, superficialmente, parece que tratan de estar más y más en contacto con su audiencia. Los investigadores ahora ponen la pregunta de cómo los medios sociales, es decir, las redes sociales, han modificado estas interacciones parasociales entre las celebridades y su audiencia. Marshall (2010) anota que la *nueva* conexión parasocial entre los dos se ve desafiada cuando emerge el escepticismo sobre la autoría de las actualizaciones de estatus o mensajes, escritos en un perfil de celebridad (p. 43-44). Nosotros debemos también tomar en consideración



Hoy día, cuando un fan puede estar más fácilmente en contacto con las celebridades (ya que los correos de fan no necesitan ser escritos a mano ni ser enviados a través del correo ordinario), se ha facilitado el desarrollo de las relaciones parasociales entre la audiencia/fans y las celebridades.

el hecho de que la conexión en línea en estas redes puede de veras permanecer en una sola dirección. Tomando el ejemplo del Twitter, Kwak, Lee, Park y Moon (2010) encontraron que la mayoría de las conexiones entre dos personas (especialmente entre una celebridad y un miembro del público) no fueron recíprocas, queriendo indicar que la persona que sigue a otra persona en Twitter no es seguida necesariamente por el último. Las celebridades más populares en Twitter solo siguen a un pequeño segmento de los perfiles que los siguen. Por ejemplo, Kim Kardashian, que inicialmente se hizo famoso por el *show reality TV* “Keeping Up With The Kardashians” tiene más de seis millones de seguidores. Ella, sin embargo, solo sigue a menos de cien perfiles. Las celebridades, entonces, deciden a quién quieren

ellas seguir. Las diferentes opciones que una celebridad puede realizar o no sobre una plataforma de Internet, como el perfil de la red social o aun su webpage/blog personal (por ejemplo, si ellos quieren permitir comentarios por fans o no), indica la posición controladora de la celebridad en su relación con sus fans (Burns, 2009, p. 60).

Después de revisar la literatura sobre las tendencias contemporáneas en el uso del Internet y del ambiente de redes sociales en relación a la celebridad y su audiencia, encontramos que los investigadores aún necesitan tener una mirada más cercana al lado de la audiencia para elaborar cómo ella percibe la presencia de celebridades en línea, en general, y cómo esta presencia puede tener un efecto, alterando la percepción de la relación entre las celebridades y su audiencia/fans.

LEA C. HELLMUELLER

University of Missouri, Columbia

NINA AESCHBACHER

Assistant, University of Fribourg, Switzerland

Nota de los autores: Los autores quisieran agradecer al Prof. Louis Bosshart por su apoyo, sus comentarios y contribuciones a este ensayo.

Nota

Las distintas referencias se pueden encontrar en la revista: *Communication research trends*. ISSN 0144-4646, vol. 29, N° 4 (Oct.-Dic.), 2010, pp. 3-34.

O en la versión digital:
<http://www.biomedsearch.com/article/Media-celebrity-production-consumption-well/244276463.html>



GALERIA DE PAPEL. Adrián García (2013).



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

Abstract

This article analyzes the discourse of president Chavez in a press conference hold on September 26, 2010.

The event highlight was the president's response to the journalist from Radio France International, and radio RCN Colombia when he was asked to explain why a difference of 100 thousand votes produced to the government's party 37 more seats than the opposition. The presidential response, of which he was clearly uncomfortable, was that the journalist did not understand the political conditions of the country. This response generated controversy because of the lack of respect shown towards the journalist, for which Chavez referred as an ignorant, and the arguments used by him in reply. The aim of this paper is to examine how the two parts assessed the discussion (i.e. as an insult or not?). The dialogue is analyzed in terms of the macro textual and micro textual aspects, according to the ideas proposed by Chilton and Schäffner (2000) and Bolívar (2002). It describes the chain of subsequent events of the discussion, as well as identifies the strategic functions of the political discourse.

El insulto y la descortesía en el discurso político venezolano

Introducción

El discurso político venezolano se ha caracterizado entre otras cosas, en los últimos años, por una exacerbación del uso del insulto y la descalificación entre los actores políticos de diferentes rangos y tendencias. Es común escuchar al presidente Hugo Chávez referirse tanto a sus homólogos presidentes como a los diferentes actores internos del país en esos términos. Se ha referido al presidente Barack Obama de los Estados Unidos como *pobre ignorante, farsante*; llamó retrasado mental al ministro de Defensa Colombiano Gabriel Silva, calificó de analfabeta a la exsecretaria de Estado de Estados Unidos Condoleezza Rice. En el año 2006 le dijo *truhán, bandido, corrupto de siete suelas* al expresidente Alan García de Perú y al expresidente George Bush de Estados Unidos, en su momento le llamó *ignorante, burro*; al expresidente Uribe de Colombia le dijo *triste peón del imperio; cobarde, mentiroso y cizañero*, y la lista sigue (Colmeares, 2008).

A lo interno del país, el uso de la amenaza, la descalificación y el insulto ha sido mayor e inclusive se utilizan los medios de comunicación y alocuciones públicas para enviar estos mensajes. A sus opositores y disidentes los ha calificado de delincuentes, arrastrados, podredumbre, mentirosos, manipuladores, y ha inventado una serie de adjetivos para caracterizar a la oposición: *escuálidos, burgueses apátridas, pitianquis*, entre otros.

Es en relación a las tensiones entre los medios de comunicación y el presidente Hugo Chávez que se ha seleccionado un episodio para el análisis del presente trabajo, ya que estas situaciones se han pre-

Este artículo pretende analizar desde una perspectiva interaccional, parte de la rueda de prensa ofrecida por el presidente Chávez a los medios de comunicación posterior a las elecciones legislativas realizadas el 26 de septiembre de 2010. Resalta en este evento la respuesta del presidente a la periodista de Radio Francia Internacional y RCN radio de Colombia quien le solicitó explicar por qué con una diferencia de 100 mil votos, el oficialismo obtuvo 37 escaños más que la oposición, ante lo cual el Presidente, notablemente incómodo, le respondió que ella ignoraba la situación del país, generando polémica por la falta o no de respeto a la periodista y los argumentos utilizados en la respuesta. El objetivo de este trabajo es examinar cómo las partes involucradas evalúan el intercambio (como insulto o no). Se analiza el diálogo en el plano microtextual y el macrotextual, según la propuesta de Chilton y Schäffner (2000) y Bolívar (2002). Se describe la cadena de eventos subsecuentes a la entrevista, así como la identificación de las funciones estratégicas del discurso político.

■ YORELYS ACOSTA

sentado en diferentes oportunidades, en especial cuando algunos periodistas han osado hacer preguntas *difíciles* o controvertidas al primer mandatario.

La historia de desencuentros entre el presidente Chávez, los medios de comunicación y los periodistas que son críticos a su gestión tiene larga data, casi desde el mismo momento de su llegada al poder. Pero las primeras tensiones comienzan a hacerse evidentes a raíz de la aprobación de las leyes habilitantes en el año 2001 y el paro petrolero en el año 2002 (López, 2010). Más recientemente, la aprobación de la polémica ley resorte (Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión) promulgada y sancionada por la AN en el año 2004 y reformada en 2010, la no renovación de la concesión al canal privado de TV *Radio Caracas* en 2007, sacar del aire 34 emisoras en el año 2009 son otros hitos que marcan la historia de estas relaciones.

Los periodistas también han sido blanco de tensiones, agresiones e insultos por parte de los partidarios del oficialismo e incluso, en varias oportunidades, hemos visto al Presidente dirigirse a ellos de forma agresiva, razón por la cual hemos decidido evaluar un evento que causó comentarios por la forma en que se produjo el intercambio entre la periodista Andréina Flores, corresponsal de *Radio Francia Internacional* y *RCN* radio de Colombia. Con la periodista ha tenido al menos tres altercados públicos: el 28 de septiembre de 2010, el 06 de octubre de 2011 y el 23 de abril de 2012 (*El Universal*, 2012).

Analizaremos en este trabajo el primer (des)encuentro entre el presidente Chávez y la periodista, porque se enmarcó en un hecho político importante para el país como fueron las elecciones legislativas del año 2010, donde participaban los partidos políticos de oposición después de cinco años de ausencia en el Parlamento.

El objetivo es examinar la manera en que las partes evalúan el intercambio discursivo al abordar el tema de los resultados electorales de 2010. Adicionalmente, se pretende describir la cadena de eventos donde se enmarca el diálogo seleccionado, señalar las reacciones de tales eventos e identificar las funciones estratégicas del discurso propuestas por Chilton y Schäffner (2000), estas son: coerción, resistencia-oposición, encubrimiento y legitimación-deslegitimación.

Teóricamente, las consecuencias de este tipo de intercambios discursivos han sido ampliamente documentados (Bolívar, 2007, 2008; Montero, 2003; Lozada,



El 26 de septiembre de 2010 se realizaron en Venezuela las elecciones para elegir una nueva Asamblea Nacional, con una participación de 66,45% del electorado, casi el triple que las elecciones de 2005 cuando la oposición se retiró de la contienda alegando falta de transparencia en el proceso electoral

2003; Barrera Linares, 2003); por otra parte, la situación preocupa en demasía debido a que interacciones como estas se replican a diario entre los diferentes actores sociales, impregnando el discurso cotidiano de descalificaciones, insultos y enfrentamientos que en nada colaboran con la construcción de espacios de intercambio cívico. El tema vuelve a ser relevante, de cara al año 2012 caracterizado en el plano político por dos encuentros: las elecciones presidenciales en octubre y las elecciones de gobernadores en diciembre donde nuevamente destacan este tipo de intercambios verbales.

Sobre el contexto de análisis: las elecciones parlamentarias 2010

El 26 de septiembre de 2010 se realizaron en Venezuela las elecciones para elegir una nueva Asamblea Nacional, con una participación de 66,45% del electorado, casi el triple que las elecciones de 2005 cuando la oposición se retiró de la contienda alegando falta de transparencia en el proceso electoral. Por tanto, la Asamblea saliente era principalmente afecta al Gobierno.

La participación de la oposición bajo unas nuevas reglas electorales promulgadas en la Ley Orgánica de Procesos Electorales (LOPE), aprobada por la Asamblea saliente en 2009, fue centro de debate en este proceso debido a la posibilidad del regreso de diputados que representarían las fuerzas de oposición al presidente Chávez en la Asamblea Nacional, así como por el proceso de discusión y cam-

bios introducidos por la LOPE para las elecciones parlamentarias 2010.

El principal cambio en el sistema electoral es que deja de ser proporcional para ser ahora mayoritario *donde el ganador se lo lleva todo*, violando lo explícitamente expuesto en la Constitución Bolivariana de Venezuela vigente a partir de 1999.

A este primer cambio, se suma lo que en inglés se denomina *gerrymandering* y *malapportionment*, lo que introduce un segundo tipo de cambio al favorecer claramente la sobrerrepresentación de los estados menos poblados donde el oficialismo tiene una clara ventaja.

Además de la eliminación de la proporcionalidad global del sistema, la sobrerrepresentación de los estados menos poblados y menor representación de las minorías, la manipulación de los circuitos electorales, el incremento de la proporción de diputados nominales elegidos por mayoría y la consecuente disminución de los electos proporcionalmente por lista, fueron los principales cambios de la LOPE. Por supuesto, su discusión y aprobación no estuvo exenta de debate.

Bajo ese nuevo paradigma fueron escogidos 165 diputados (2 menos que en las elecciones anteriores). La coalición gobernante Partido Socialista Unido de Venezuela y Partido Comunista de Venezuela (PSUV-PCV) obtuvo 5 millones 423 mil 324 votos para 98 escaños y la oposición, agrupada bajo la coalición Mesa de la Unidad Democrática (MUD) obtuvo 5 millones 320 mil 364 votos para 65 escaños. El partido Patria Para Todos (PPT) fuera de ambas coaliciones alcanzó 353 mil 979 votos para dos escaños. Además se eligieron doce representantes al Parlamento Latinoamericano, resultando siete de la bancada oficialista y cinco de la MUD.

Los días anteriores a las elecciones estuvieron marcados por la campaña electoral, con la presencia diaria del presidente Chávez en los medios de comunicación en cadena nacional, haciendo claro proselitismo político en eventos de gobierno, donde hizo declaraciones como las siguientes:

Esto solo es un aviso de lo que le vamos a hacer el domingo a los escuálidos. Los vamos a demoler para continuar teniendo una Asamblea Nacional revolucionaria roja rojita (...) ¡Fuera los escuálidos de la Asamblea! (...) Vamos a volver polvo a los escuálidos, les vamos a enseñar de nuevo la fuerza de la revolución bolivariana (noticierodigital.com, 22-10-2010).

La rueda de prensa

Una vez anunciados los resultados electorales a las 2 a.m por el Consejo Nacional Electoral (CNE), al día siguiente el presidente Chávez ofreció una rueda de prensa con presencia de medios nacionales e internacionales, acompañado por la alta directiva del partido que preside, los cuales también forman parte de su gabinete ejecutivo como el vicepresidente del República, el canciller, el alcalde del Municipio Libertador y la presidente de la Asamblea saliente, entre otros. Por sorteo fueron seleccionados cuatro periodistas para realizar las preguntas al primer mandatario nacional: uno cubano, uno de la cadena Telesur, un europeo y la periodista venezolana Andreína Flores, en representación de *Radio Francia Internacional* y *RCN* radio de Colombia, quien enunció la pregunta que hacía referencia a los resultados electorales.

El presidente Chávez claramente incomodo, reconocido esto verbalmente por él en dicho evento (*a mí me tiene ella descolocado*), dedicó más de media hora a tratar de responder la pregunta, haciendo referencias también a otros temas, símiles y descalificaciones que ameritó que la periodista formulara la pregunta en varias oportunidades y pidiera respeto al primer mandatario, ante lo cual el Presidente señaló que no se lo estaba faltando.

El marco analítico

Se basa en el análisis interaccional del discurso, tomando en cuenta el plano microtextual y macrottextual del discurso (Bolívar, 2002, 2007, 2008). Según esta propuesta el discurso debe entenderse en relación al intercambio estudiado (el diálogo), pero también en relación con su desarrollo histórico, con atención a los actores políticos involucrados, al uso del lenguaje utilizado y las consecuencias que producen. El nivel micro es paralingüístico, en este se analizan las intervenciones a nivel gramatical, semántico y pragmático; mientras que el nivel macro se extiende al análisis de la conversación de cara al diálogo social. En resumen, desde esta perspectiva crítica, interesa conocer el uso del lenguaje como práctica discursiva y práctica social, prestando especial atención a los factores del contexto donde surge el hecho.

El uso del insulto se ha estudiado como un elemento trasgresor de las normas de cortesía que rigen la conversación, en consecuencia se considera una manifestación de descortesía lingüística, definida



Señala Ilie: “Al proferir insultos públicamente en un escenario institucional, los iniciadores tienen la intención de llegar a una audiencia más amplia y así provocar en los interlocutores una especie de reacción en cadena contra el blanco del insulto, oyentes y escuchas (...)”

esta como la ausencia de cortesía, ya sea deliberada o voluntaria (Kaul, 2006; Gómez Molina, 2006). El uso de la cortesía busca el acuerdo mientras que la descortesía rompe la norma y dificulta el entendimiento.

La descortesía en la política tiene como finalidad principal dañar la imagen del interlocutor, buscando el desacuerdo, ignorarlo, ridiculizarlo o amenazarlo. Para ello, se utilizan las siguientes estrategias: asociar al interlocutor con intenciones o hechos negativos, mostrarse despectivo, formular contrastes desventajosos por medio de la comparación o la crítica y acusar al otro de contradictorio (Barrios García, 2007).

El uso del insulto en el discurso político venezolano ha sido estudiado anteriormente (Bolívar, 2001, 2007; Montero, 2003; Lozada, 2003). Sin embargo, de cara a la polarización y la violencia que existe en el país, el insulto en cualquiera de sus formas cobra mayor relevancia, además su uso tiene una función política estratégica y un efecto negativo a nivel cognitivo, social y discursivo, que debe ser motivo de reflexión, en especial al ser empleado por un primer mandatario cuyo efecto social se ve potenciado.

A nivel cognitivo, señala Ilie (2001: 236) que: “Al proferir insultos públicamente en un escenario institucional, los iniciadores tienen la intención de llegar a una audiencia más amplia y así provocar en los interlocutores una especie de reacción en cadena contra el blanco del insulto, oyentes y escuchas (...)”.

A nivel social, Bolívar (2001, 2003, 2004, 2005) afirma que los insultos conducen a la violencia y la muerte (en manifestaciones y protestas), estigmatizan a los grupos sociales (patriotas, antipatrio-

tas, oligarcas-tierrúos), se naturalizan y aceptan (escuálidos, chavistas, tierrúos, golpistas), interrumpen y destruyen el diálogo (*la oposición no es necesaria, que se vayan*), contribuyen a profundizar la polarización (nosotros-ellos) y la conversación cotidiana se carga de agresividad.

A nivel discursivo, se incorporan en el repertorio lingüístico de las personas palabras y expresiones que se fijan en su memoria y resaltan los efectos aquí ya señalados.

Bolívar (2001) en su trabajo sobre el uso del insulto en el discurso político venezolano afirma que los actos discursivos se realizan para producir efectos en el otro (actos perlocutorios), tienen diferentes grados de intensidad en la amenaza a la imagen de las personas y al diálogo político democrático: descalificar, ridiculizar, humillar, amedrentar e ignorar. Para evaluar estos efectos, propone tomar en cuenta: el momento político, los participantes en el diálogo y su rol institucional, sus propuestas o proyectos políticos, sus acciones y palabras, el blanco de las palabras, el alcance de las palabras, la duración del tema y de los tópicos, los argumentos y los elementos no verbales. Finalmente, se considera también la evaluación de quien recibe la ofensa y de quienes observan el intercambio como fundamental para determinar si se trata de una palabra o acto que ofende o no, así como el grado de la ofensa.

Método de análisis

El corpus del trabajo lo constituye la rueda de prensa ofrecida por el presidente Hugo Chávez, la cual tuvo una duración de cinco horas. En relación al intercambio entre la periodista y el Presidente, se puede evidenciar en dos videos obtenidos en el dominio de Youtube, tomados el 03 de marzo de 2010, al cual se accede en las siguientes direcciones: <http://www.youtube.com/watch?v=30akRsUwko4> y <http://www.youtube.com/watch?v=8Os0eok2Nb8>. Son dos fragmentos que tienen una duración de 9:33 minutos el primero y de 15 minutos el segundo, y recogen en su totalidad el intercambio de la polémica entre la pregunta de la periodista y la respuesta del presidente Chávez. Ambos videos fueron transcritos. Los fragmentos que se citan en este trabajo proceden de las transcripciones realizadas por la autora de este trabajo.

También se revisaron 25 noticias de fuentes electrónicas que hacían referencia a la entrevista en cuestión, procurando abarcar un espectro amplio y diverso de las

fuentes tanto nacionales como internacionales sobre los comentarios, opiniones y debates generados por el citado evento.

En este caso se introducen en la transcripción una serie de códigos para señalar algunos detalles lingüísticos y paralingüísticos en la interacción que buscan aportar otros elementos al lector sobre el acto del habla (principalmente puntos suspensivos que denotan largas pausas del presidente Chávez, risas entre paréntesis, subrayado: énfasis en la pronunciación, cursiva: reiteraciones o repeticiones en el habla, mayúsculas: alza en el tono de voz). Ahora bien, aunque este tipo de análisis escapa a los objetivos principales del presente trabajo, se señalan como relevantes para futuros análisis.

El análisis. Los actores

En primer lugar, tenemos dos actores fundamentales: el presidente de Venezuela Hugo Chávez y la periodista Andreína Flores, corresponsal de *Radio Francia Internacional* y *RCN radio* de Colombia. La rueda de prensa transmitida en cadena nacional a través de los medios de comunicación nacionales, tenía presencia de corresponsales de medios internacionales. Por otra parte, el presidente Chávez se hizo acompañar en el podio por algunos de los altos mandatarios del Ejecutivo nacional y militantes del PSUV. Algunos de ellos intervinieron en parte de los segmentos analizados como apoyo de los argumentos del presidente; tal es el caso de Aristóbulo Istúriz, Cilia Flores y el periodista Argentino Luis Bilbao (director de la revista *América XXI*, claramente identificado con el Gobierno venezolano); sin embargo, estas interacciones quedan al margen del presente análisis.

El siguiente participante en el diálogo a tomar en consideración, son los miles de espectadores que presenciaron la entrevista, bien sea en directo o en diferido a través de las grabaciones dispuestas a través de la Internet o las reposiciones realizadas por los canales de TV donde evidentemente tuvo un efecto. Para el momento de la realización de este análisis los segmentos estudiados habían recibido 90 mil 848 visitas el primero y 22 mil 597 visitas el segundo fragmento.

El análisis microtextual: el intercambio

Al día siguiente de las elecciones, en cadena nacional, el presidente Chávez anun-



El siguiente participante en el diálogo a tomar en consideración, son los miles de espectadores que presenciaron la entrevista, bien sea en directo o en diferido a través de las grabaciones dispuestas a través de la Internet o las reposiciones realizadas por los canales de TV donde evidentemente tuvo un efecto

ció nuevamente los resultados y por sorteo se seleccionaron cuatro periodistas que debían realizar las únicas preguntas de la rueda de prensa. Todo según lo esperado, hasta que tocó el turno a la periodista Andreína Flores y realizó la siguiente pregunta:

Periodista (P): “Ud. ha hablado de un resultado de 5.4 millones de votos para el Partido Socialista Unido de Venezuela contra 5.3 millones de la mesa de la unidad y la diferencia entre ambas cifras es apenas 100 mil votos. Para muchos y en especial aquellos que nos escuchan en otros países es difícil de entender que obteniendo casi el mismo número de votos que el PSUV, la oposición haya alcanzado 37 escaños menos que el PSUV. Me pregunto si se estaría confirmando la tesis de la oposición que sostiene que la redistribución de los circuitos electorales se hizo con toda la intención de favorecer al PSUV o peor todavía que el voto del PSUV vale por dos”.

Transcripción realizada por la autora, tomado de: <http://www.youtube.com/watch?v=30akRSUwko4>

Es importante resaltar que la principal intervención es la del presidente Chávez, ya que la periodista solo realizó una pregunta con intervenciones cortas para hacer aclaratorias sobre la misma. La primera parte de la respuesta del Presidente apunta a utilizar una introducción que tocaba un tema distinto al de la pregunta, que señalaba aspectos negativos de uno de los medios al cual representaba la periodista.

Chávez (Ch): Yo una vez hice unas críticas a Radio Francia y estoy esperando que me las responda, ¿tu recuerdas eso? mentiras que ustedes repiten y después shhhhh silencio. Allí es donde yo digo reflexionen, seamos honestos, tengamos vergüenza, TENGAMOS ÉTICA, ÉTICA.

Posteriormente, el presidente Chávez le pregunta a la periodista el nombre, la nacionalidad, si conoce la Constitución, le señala que ella ignora varias cosas, la invita a tomar café, a tomar notas sobre su intervención, entre otros aspectos. Siete minutos después de la pregunta comienza a dar su explicación de los resultados incurriendo en otros señalamientos a la periodista:

Ch: El 80%, 70% perdón... el 70% son 110 diputados, no tiene nada que ver con la votación nacional, compatriota. ¿Usted sabe eso? (señalando a la periodista) ... y ¿porque si tu sabes eso, haces esa pregunta? No entiendo... a menos que tu seas una ignora... ignore totalmente de lo que estás hablando chica...

P: Las personas en el exterior desconocen la realidad venezolana.

Ch: *Está bien, está bien...* de ahí nadie te va a sacar, ese es un disco que tú tienes jajaja (se ríe) ese es un disco que tú tienes... (se ríen los acompañantes del panel).

P: Respete por favor.

Ch: Se siente ofendida ella (intentando imitar el tono de la periodista) yo no te estoy diciendo ignorante a ti, NO MANIPULES, tengo el temor de que no tengas... de que tengas ignorancia en este tema. No es lo mismo decir eso a decirte ignorante. No vengas a decir que te estoy faltando el respeto ahora porque no lo estoy haciendo.

El presidente se ríe en otras oportunidades, hace preguntas a sus compañeros de panel, quienes lo acompañan en la risa y le da la palabra al periodista Luis Bilbao para que presente argumentos a favor de los resultados electorales y su opinión sobre la pregunta en cuestión.

Al analizar este intercambio siguiendo la propuesta de Chilton y Schäffner (2000), podemos identificar las funciones estratégicas del discurso con el fin de re-

lacionar las situaciones y procesos políticos con los tipos de discurso. El más evidente y núcleo principal en la intervención de Chávez es el encubrimiento y la desviación del tema, a través de la deslegitimación del adversario. Por otra parte, la respuesta se hace aludiendo a la familiaridad y la disminución del otro, al llamar en varias oportunidades a la periodista por su nombre, chica e hija, resaltando la asimetría entre las partes.

Ch: Una ley chica, Andreína, una ley y con una lógica... hija, aquí mismo, son circunscripciones continuas, contiguas y continuas, que tienen ... bueno, un territorio, continuo, una población y en función a unos porcentajes, TODO ESO, por eso, esa es una tesis totalmente traída de los cabellos, esa que tú has traído aquí hoy, esa que tú has traído hoy, ¿quien la trajo? TU o ¿vas a negarlo ahora, quien preguntó? ¿Tú o el compañero que está al lado tuyo o te vas a negar la pregunta ahora? ¿ah bueno!

Se recurre también a la perífrasis, es decir, hablar, expresar un argumento repetidas veces, incluso tartamudear, hacer frecuentes silencios, frases inconclusas y repetir palabras con el objeto de evadir tocar el tema principal. Utiliza la mentira al señalar, en primer lugar, que los cambios introducidos en la LOPE están contemplados en la Constitución (tomándola en sus manos en varias oportunidades) cuando esta es de 1999 y la nueva ley es del año 2009. Por otra parte, el argumento de que el método se utiliza en muchas partes del mundo también constituye un ocultamiento, por cuanto es una verdad a medias, generaliza en vez de identificar los países que utilizan el método de las mayorías.

Ch: Ahora, si tú sabes, como todo el mundo sabe, y no puede ser que tú no sepas (riéndose) que estas elecciones están montadas en un método, que no es el único país en Venezuela... tú te vas a Europa, te vas a Brasil, te vas a Argentina, te vas a Estados Unidos, te vas a Francia, te vas a cualquier parte ...

La acusación realizada a *RFI* resultó ser también falsa, por cuanto este medio negó las observaciones del primer mandatario y lo invitó a expresarse a través del medio. Por otra parte, el presidente Chávez utiliza la estrategia de la intimidación



**En relación al evento
analizado los comentarios
y reacciones fueron inmediatas,
partiendo desde las
redes sociales hasta pronun-
ciamientos de gremios
y medios de comunicación**

(coerción) del otro, al identificarla por su nombre en un tono diferente al utilizado en términos generales en la rueda de prensa, al usar diminutivos, reiteradas aclaratorias sobre el desconocimiento de la realidad venezolana, incluyendo la Constitución nacional, y en especial la creación de asociaciones desventajosas para la periodista que incluyen la duda sobre su honestidad, lo que la desacredita públicamente y la expone a la burla. Recordemos que este diálogo fue público y transmitido en cadena nacional. Por otra parte, los 35 minutos que duró la respuesta se dirigió a la periodista y no a la audiencia que ella representaba, dando la impresión de un diálogo personal y no una respuesta a un colectivo.

Otra estrategia utilizada es la deslegitimación del adversario sin legitimar su postura por la falta de explicación de argumentos claros sobre los resultados electorales; no solo al inicio de su respuesta, en el caso de la agencia a la cual representa la periodista, acusándola de una acción negativa, sino también a sus adversarios políticos reunidos en la coalición denominada Mesa de la Unidad Democrática, a quienes llama de la ultraderecha. El segmento que se presenta a continuación muestra el uso de las estrategias antes expuestas.

Ch: Fíjate, no estas tomando nota, digo yo, porque yo estaría tomando notas porque caramba ... haces una pregunta interesante y yo estoy haciendo esfuerzos Andreína pero no te veo ni interesada tomando notas (se ríen periodistas que están a su lado) pero ¿por qué no tomas notas de los números para que saques cuenta? ¿No tienes lápiz? Te presto uno. Porque yo estoy haciendo un esfuerzo

para tratar, porque yo no creo que tu seas deshonesto, no lo creo aunque de todo hay en la viña del señor ...fíjate esto, el PSUV sacó 368.305 votos, tú lo puedes verificar si no me crees o tienes dudas o bueno solo para verificar y a **la mesa de la ultraderecha** sacó 824.803 votos, vamos a sacar porcentaje...

**Análisis macrotextual:
alcance del intercambio**

Siguiendo el modelo propuesto por Bolívar (2002) para el análisis interaccional y crítico de los intercambios verbales, el evento analizado debe entenderse como parte de un proceso social en la lucha discursiva por mantener el poder. Esto implica ver el objeto de estudio en su desarrollo histórico, atendiendo a los actores involucrados y en qué momento hacen uso de actos discursivos ofensivos y qué consecuencias trae.

En relación al evento analizado los comentarios y reacciones fueron inmediatos, partiendo desde las redes sociales hasta pronunciamientos de gremios y medios de comunicación. El primer pronunciamiento fue de parte de *RFI*, rechazando los cuestionamientos del presidente Chávez y dando apoyo a su corresponsal.

RFI es garante de la calidad profesional y de la honestidad intelectual de su periodista...En las preguntas formuladas, la Señora Flores no se ha apartado en ningún momento de estas reglas (éticas), y sigue contando con toda la confianza de su dirección. Por otro lado, usted ha cuestionado la exactitud y la calidad de las informaciones difundidas por *RFI*, hablando de "mentiras". Del mismo modo, ha asegurado que pidió en el pasado explicaciones a *RFI* y que no obtuvo respuesta. Queremos precisarle que ningún pedido de este tipo, formulado por usted o su gobierno, ha llegado a *RFI*...Si lo desea, Señor Presidente, *RFI* lo invita a expresarse ante sus micrófonos en el marco de una entrevista. (lapatilla.com, 28-09-2010).

Posteriormente fue la agencia *RCN* quien emitió un comunicado mostrando apoyo a su corresponsal, considerando que la pregunta de la periodista era pertinente e interesante desde el punto de vista periodístico y evaluaron como *exageradamente crítica* la respuesta del presidente Chávez.

RCN radio manifiesta respaldo total al trabajo de nuestra corresponsal en Caracas, Andreína Flores. En el tiempo que lleva con nosotros nos ha dado muestras de rigurosidad, disciplina y compromiso periodístico. (noticiaaldia.com, 29-09-2010).

El Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela también emitió un comunicado rechazando la actitud del Presidente para con la periodista y de algunos colegas que por trabajar con el Gobierno mantienen una postura complaciente con el alto mandatario.

Por supuesto, a nivel nacional el evento tuvo importantes reseñas periodísticas, pero también tuvo eco en el exterior, lo cual se constata por la aparición de comentarios y artículos evaluando de forma negativa la respuesta del Presidente venezolano y otros aspectos relativos al ejercicio de la profesión de periodista.

Días después, la periodista denunció que se sentía vigilada y perseguida, en especial cuando el equipo del programa televisivo “La Hojilla” transmitido por el canal del Estado, *Venezolana de Televisión (VTV)*, que tiene una postura de claro apoyo al presidente Chávez y un estilo incisivo, en especial con opositores al Gobierno, se desplazó hasta su ciudad natal para hacer averiguaciones sobre su vida personal y profesional que fueron utilizadas luego en dicho programa en los días sucesivos.

Por su parte, el Gobierno, a través del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (Minci), respondió a la Asociación de Prensa Extranjera (APEX) que también había solicitado al Poder Ejecutivo *respeto* para con los corresponsales. En el comunicado del Minci, se señala que “el Presidente realizó una crítica respetuosa a una interrogante tendenciosa de la periodista. Es un derecho que tiene todo ciudadano, incluido el Presidente de la República”. Así mismo, expresa la necesidad de que el ejercicio del periodismo se realice apegado a la ética y los periodistas no se conviertan en actores políticos (vtv.gov.ve, 29-09-2010).

Conclusiones

En el presente trabajo hemos analizado la interacción discursiva de dos actores sociales, una periodista y el presidente Hugo Chávez, en torno al tema de las elecciones parlamentarias de Venezuela-2010, para ello se hizo el análisis del dis-



La función estratégica política principal fue el encubrimiento, por medio del cual se evita responder con los argumentos institucionales que sustentan los cambios de la LOPE y su efecto en los resultados electorales

curso desde la perspectiva interaccional en dos planos, el microtextual y el macrotextual, siguiendo las propuestas teóricas de Chilton y Schaffner (2000) y Bolívar (2002, 2005, 2008).

El análisis microtextual, permitió identificar las funciones estratégicas del discurso político (representado en este caso por la respuesta del presidente Chávez, principal protagonista del evento analizado) la cual se vincula al uso de la descortesía intencional. La función estratégica política principal fue el encubrimiento, por medio del cual se evita responder con los argumentos institucionales que sustentan los cambios de la LOPE y su efecto en los resultados electorales; otras funciones identificadas son la coerción y la deslegitimación del adversario, en este caso a la periodista que representa a un medio de comunicación.

El análisis macrotextual, describió la cadena de eventos donde se enmarca el diálogo y se describieron algunas de las acciones que se desencadenaron a raíz de la interacción. Nuevos actores aparecieron en el debate: los medios de comunicación nacionales e internacionales a través de comunicados, además de los usuarios de redes sociales quienes participaron de la controversia, considerando la respuesta del presidente Chávez como ofensiva hacia la periodista, así como también fue evaluada de forma negativa por parte de la periodista al solicitar respeto ante los reiterados señalamientos del primer mandatario.

Este estudio ratifica los resultados de otras investigaciones sobre el uso del insulto y la descortesía en la conversación (Bolívar, 2007; Courleander, 2007; Lozada, 2003; Montero, 2002), que ubican en el centro de las confrontaciones al presi-

dente Chávez, caracterizando su discurso por el uso de la ofensa y la retórica amenazante. En este caso, el uso de la risa, la ironía, la humillación, el señalamiento y en especial el uso del poder, puso en evidencia la falta de información oficial o la dificultad de transmitirla ante un hecho político importante como fueron las elecciones parlamentarias de 2010 y los cambios introducidos por la LOPE. Por otro lado, es conocida la preferencia del presidente Chávez a responder solo a personas afines a su postura política, quienes hacen preguntas más bien complacientes, y evitar periodistas y medios de comunicación que realicen intervenciones contrarias a sus posturas; esto ha limitado en los últimos años el acceso a ciertos medios de comunicación a los eventos públicos, quienes deben transmitir a través de las señales estatales.

Se demuestra la complejidad del tema y su vinculación con otros aspectos de la vida nacional como la legitimación del abuso de poder, el uso de la descortesía, en este caso el insulto y la ofensa en el discurso político, y la tensión entre el Presidente y la información ante eventos relevantes del acontecer nacional y los medios de comunicación críticos.

YORELIS ACOSTA

Psicóloga clínica. Magíster en Psicología Social. Investigadora del Instituto de Estudios Políticos de la UCV. Profesora en la Universidad Católica Andrés Bello.

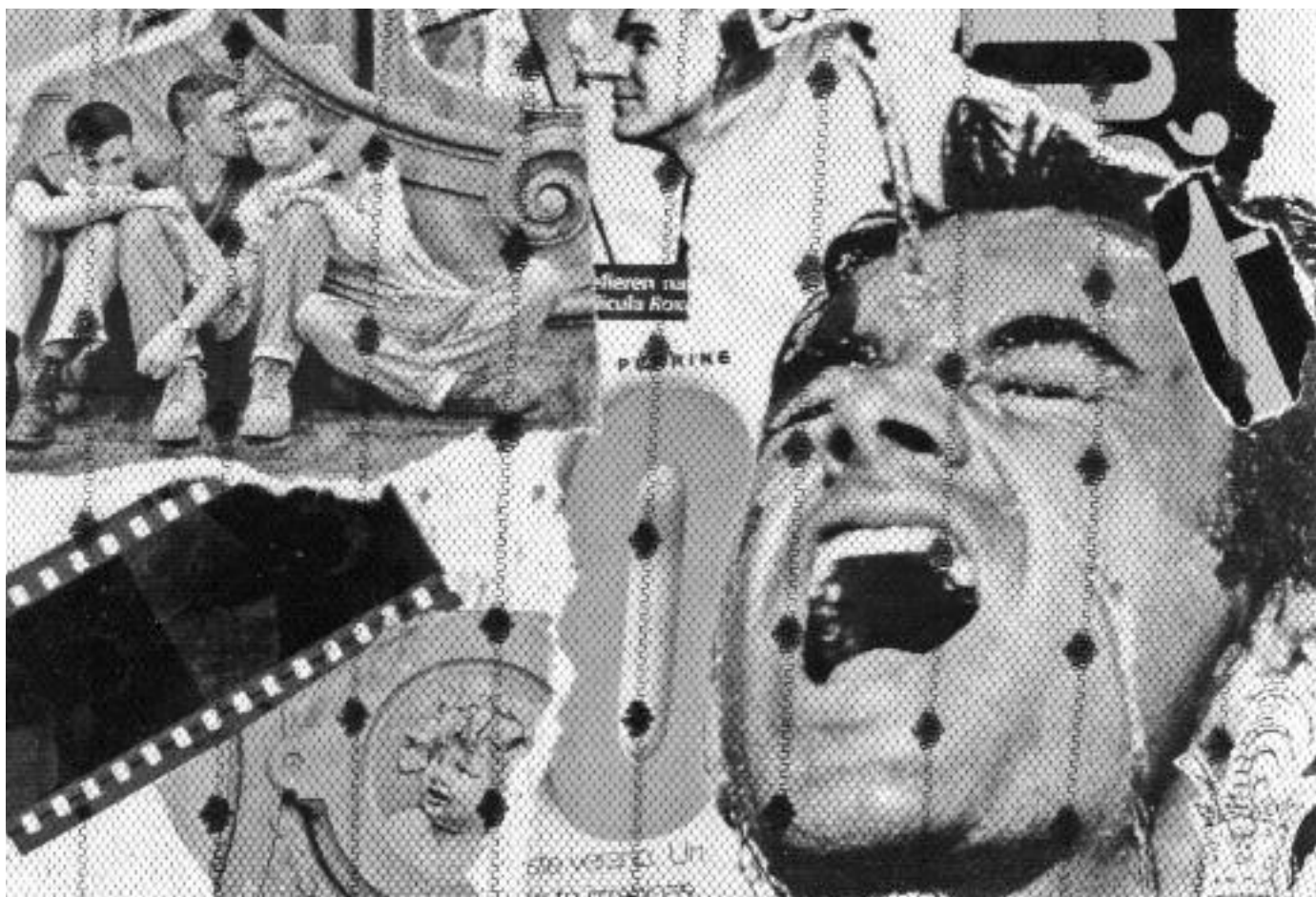
Referencias

- BARRERA LINARES, L. (2003): “Discurso y comportamiento venezolanos: ‘sociedad civil’ contra ‘círculos bolivarianos’”. En: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad* 4, 3, 57-76.
- BARROS GARCÍA, P. (2007): “Descortesía en el lenguaje político”. En: Moya, J.A y cols. *Las hablas andaluzas y la enseñanza de la lengua*. Grupo de Investigación Estudios de Español Actual. Granada.
- BOLÍVAR, A. (2001): “El insulto como estrategia en el diálogo político venezolano”. En: *Oralia* 4, 47-73.
- _____ (2002): “Violencia verbal, violencia física y polarización a través de los medios”. En: Moleiro, L. y Franco, A. *El discurso político en las ciencias humanas* Caracas: Fonacit. 125-135.
- _____ (2003): “Divergencia, Confrontación y atenuación en el diálogo político”. *Discurso y Sociedad*. Vol. 4, 121-151.
- _____ (mayo, 28-31, 2007): Conferencia plenaria “El discurso de transgresión en el diálogo político”. *III Coloquio Argentino de la IADA*. La Plata.

- _____ (2007): "El análisis interaccional del discurso. Del texto a la dinámica social". En: A. Bolívar (Comp.) *Análisis del discurso. Por qué y para qué*. Caracas: Los Libros de El Nacional. 248-277.
- _____ (2008): "Cachorro del imperio" versus "cachorro de Fidel": los insultos en la política latinoamericana. En: *Discurso y Sociedad*. Revista Multidisciplinaria de Internet, (disponible en: www.dissoc.org. Acceso en 26 Feb. 2011) Vol2. 1- 38.
- CHILTON, P. y SCHÄFFNER, C. (2000): "Discurso y política". En: T. Van Dijk (comp.). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa. cap. 8, 297-329.
- COURLEANDER H, Vanessa (2007): "Insultado: estudio de la descortesía en el discurso del presidente Chávez, enero 2007". Disponible en: <http://ares.unimet.edu.ve/academic/investigaciones/informes-investigaciones/presentacion-courleander.pdf>. Acceso en: 26 febrero 2011.
- GÓMEZ MOLINA, J.R. (2006): "El análisis del insulto desde la etnografía del habla" M. Casado, R. González y M.V. Romero, "Análisis del discurso: lengua, cultura y valores". *Actas del I Congreso Internacional* (Universidad de Navarra, Pamplona, noviembre de 2002). Madrid: Arco/Libros.
- ILIE, C. (2001): "Unparliamentary language: insults as cognitive forms of ideological confrontation". En: R. Dirven, R. Frank y C. Ilie (eds.) *Language and ideology, Volume II Descriptive cognitive approaches*, pp. 235-263. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- KAUL de MARLANGEON, S. (2006): *Tipología del comportamiento verbal descortés en español*. Briz, A., et al. (eds.), 254-266.
- LOZADA, M. (2003): "El lenguaje de la red: el discurso del ciberciudadano". En: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*. V4 N3. Gedisa. 77-97.
- MONTERO, M. (2002): "Retórica amenazante y crisis de gobernabilidad en Venezuela". En: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*, V4, N 3. Gedisa: 37-55.
- MONALDI, F. (08-10-2010). 2+2 no son cuatro. Informativo digital Ok Venezuela. Disponible en: http://www.okvenezuela.org/web/index.php?option=com_content&view=article&id=1447:-2-2-no-son-cuatro-francisco-j-monaldi&catid=34:demo-content&Itemid=147 Acceso en: 26 febrero 2011.
- Noticiaaldia.com (29-09-2010) TCR Radio defiende a Andreina Flores y rechaza comunicado del Ministerio de comunicación. <http://noticiaaldia.com/2010/09/rcn-radio-defiende-a-andreina-flores-y-rechaza-comunicado-del-ministerio-de-comunicacion/> Acceso en: 26 febrero 2011.
- Noticiero Digital (22-09-2010). «Chávez: ¡Fuera los escuálidos de la Asamblea!». Acceso en 27Sep2010
- Noticierodigital.com (22-09-2010). Chávez: ¡Fuera los escuálidos de la Asamblea! <http://www.noticierodigital.com/forum/viewtopic.php?t=694902>
- Noticierodigital.com (29-09-2010). Andreina Flores: "Estamos acostumbrados a que Chávez responda así ante una respuesta incomoda". <http://www.noticierodigital.com/forum/viewtopic.php?t=697306> Acceso en: 26 febrero 2011.
- Venezolana de Televisión (29-09-2010). Gobierno nacional responde a la Asociación de Prensa Extranjera en Venezuela. <http://www.vtv.gov.ve/noticias-nacionales/45271> Acceso en: 26 febrero 2011.
- TeleSur (18-07-2010). «Cancillería venezolana rechaza comunicado chileno sobre injerencia electoral y reafirma inhabilitaciones». Acceso en 27 Sep 2010

Fuentes digitales

- Abc Internacional (18-07-2010). Chávez prohíbe a los senadores chilenos asistir a las legislativas en Venezuela. <http://www.abc.es/20100718/internacional/chavez-chile-201007180634.html>. Acceso en: 26 febrero 2011.
- COLMENARES, Martha. Lista de los insultos de Chávez. <http://www.marthacolmenares.com/2009/12/30/lista-de-los-insultos-de-chavez-por-categorias-parte-ii-resenas-y-videos/>. Acceso en 24-julio-2012.
- El Universal* (25-04-2012). La molestia con Andreina. <http://www.eluniversal.com/opinion/120425/la-molestia-con-andreina>. Acceso en 24-julio-2012.
- Informe21 (19-07-2010). «Consejo Nacional Electoral rechaza ofensa del senado chileno al sistema electoral venezolano». Acceso en 27Sep2010



GALERÍA DE PAPEL. Adrián García (2013).

RSF sitúa en la red una web contra la censura



Reporteros Sin Fronteras (RSF) ha subido a la red la web *WeFightCensorship* (no-sotros luchamos contra la censura, en inglés) donde publicará contenidos censurados, prohibidos, o que hayan supuesto represalias para sus autores. Se trata de una iniciativa que permitirá a la ONG completar sus actividades de vigilancia, promoción, asistencia y defensa de la libertad de información.

WeFightCensorship publicará contenidos –artículos, vídeos, archivos de sonido, fotos y otros contenidos– previamente enviados por periodistas o internautas y analizados por el comité editorial de WeFC. Las publicaciones, acompañadas de una descripción del contexto y de su autor, podrán incluir también documentos anexos y material diverso que ayude a una mejor comprensión de los temas. La lengua oficial de la web será el inglés, aunque también habrá una versión en francés y se publicarán los documentos en su idioma original, incluyendo el español, el chino, el persa o el vietnamita.

La web está diseñada para su fácil duplicación y se crearán versiones espejo para intentar evitar los intentos de bloquearla o filtrarla. Se pedirá también la colaboración de los internautas para que los contenidos circulen y se cumpla así el propósito de luchar contra la censura.

“Con esta nueva herramienta, RSF pretende luchar contra las iniciativas de gobiernos y otros actores que no respetan la libertad de información, una libertad esencial para vigilar que todas las demás sean también respetadas”, afirma Christophe Deloire, secretario general de Reporteros Sin Fronteras. “Esta página web tiene como objetivo explo-

tar el llamado efecto Streisand, según el cual, cuanto mayor es un intento de censura de un contenido en Internet, mayor termina siendo su circulación en la red”.

Accediendo a una zona de seguridad digital, los usuarios podrán enviar contenidos para su publicación de forma anónima. La web ofrecerá también un kit de supervivencia digital con información sobre redes privadas virtuales (VPNs), *software* encriptado, como *TrueCrypt*, técnicas de anonimato *online* y otras herramientas que les permitan protegerse, tanto a ellos como a sus fuentes, en países autoritarios.

Desde el 13 de noviembre está accesible una versión beta para los usuarios que decidan registrarse. La agencia de publicidad Publicis Bruxelles pondrá en marcha una campaña de publicidad gratuita, para medios impresos y digitales, con imágenes de varios jefes de Estado –incluidos Vladimir Putin, Mahmud Ahmadineyad o Bachar el Assad– acompañados de la frase: De ahora en adelante, los regímenes totalitarios no podrán escondernos nada más.

Reporteros Sin Fronteras es una organización no gubernamental con estatus consultivo en Naciones Unidas, la Unesco y la Organización Internacional de la Francofonía. Tiene su secretaría internacional en París, diez secciones internacionales (en Berlín, Bruselas, Ginebra, Madrid, Nueva York, Roma, Estocolmo, Túnez, Viena y Washington) y más de 150 corresponsales en los cinco continentes.

El proyecto está financiado por el Instrumento Europeo para la Democracia y los Derechos Humanos (IEDHR) y el Ayuntamiento de París.



FIP: los periodistas muertos en 2012 son un acta de acusación contra los gobiernos

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) señala que el 2012 ha sido uno de los años más trágicos para los periodistas y trabajadores de prensa, ya que al menos 121 de ellos fueron asesinados como consecuencia de su trabajo o como víctimas de fuego cruzado en enfrentamientos.

Datos de la organización señalan que las muertes de los profesionales de la comunicación se registraron por ataques directos, con artefactos explosivos y por incidentes en fuego cruzado; la región más mortífera se ubicó en el Oriente Medio y el Mundo Árabe donde 47 periodistas y trabajadores de medios fueron asesinados.

Los países con más muertes violentas de comunicadores reportadas fueron Siria con 35; Somalia con 18; Pakistán con 10; México con 10; Filipinas e Irak con cinco respectivamente.

Jim Boumelha, presidente de la FIP, indicó que las muertes ocurridas el año pasado se convierten en un acta acusatoria contra la falta de convicción de los gobiernos a la hora de ofrecer protección a los periodistas. No existe duda que el alto nivel de trabajadores de la información asesinados se ha convertido en un rasgo constante en la última década, durante la cual la reacción habitual de las Naciones Unidas y de los gobiernos apenas ha consistido en unas pocas palabras de condena, una investigación superficial y un indiferente desdén, añadió.

Un aumento de la violencia y la ausencia de la ley convirtieron a Somalia en un país de riesgo para los medios, situación similar a la ocurrida en México por obra del crimen organizado o en Pakistán por el actuar de grupos insurgentes, señaló la entidad.

De igual manera manifestó que en general los periodistas fueron elegidos por ejercer su oficio y como una clara intención de hacerlos callar; esto se evidencia en los informes anuales de la FIP, en los que se ilustra la necesidad de adoptar medidas para proteger a los comunicadores y castigar a los responsables de la violencia contra ellos y los medios.

Durante los últimos meses de 2012, la FIP solicitó con urgencia las responsabilidades pertinentes por la violencia contra los medios, en la Conferencia de Agencias de las Naciones Unidas en Viena, Austria, donde se lanzó el Plan de Acción de la ONU sobre seguridad de los periodistas y contra la impunidad.

Sector Cultural (1998-2013)

Con la llegada de Chávez al poder el presupuesto para la cultura no llegó al 1% pautado por Unesco pero la discrecionalidad presidencial en el manejo de los recursos permitió otras transferencias: Sistema Nacional de Orquestas, Mausoleo de Simón Bolívar, edición popular del Quijote, et cétera. Se organizaron plataformas (música, artes visuales, cine patrimonio, danza, teatro, libro, artes escénicas) y se impulsaron publicaciones y programas de creación



y difusión. Se crearon el Sistema Nacional de Culturas Populares, los gabinetes estatales (con personas afectas al Gobierno), canales de televisión culturales (*Vive TV, TVES*), amén de radios comunitarias, Misión Cultura y la Villa del Cine. Especial mención merece la conformación del Ministerio del Poder Popular para la Cultura. El discurso negador de la democracia anterior a 1998 no fue obstáculo para el aprovechamiento del Sistema de Orquestas, museos en todo el país, Cinemateca Nacional, Monte Ávila Editores, Biblioteca Ayacucho, librerías Kuai Mare, revista *Imagen*, compañías y escuelas de ballet y teatro, Fun-

darte y los teatros, algunos utilizados, por cierto, como tribuna política del finado Presidente.

Existe una dificultad básica para el análisis del sector: las políticas de seguimiento y cuantificación son, si se quiere, irregulares. Ejemplo: se publican millones de libros pero poco se sabe de su lectura y aprovechamiento más allá de los genéricos informes del Cenal. Así mismo, se trata de políticas que se mantienen por la renta petrolera pues no hay ninguna otra fuente de (auto) financiamiento, impuestos aparte, ni existen relaciones fluidas con las fundaciones culturales del sector privado na-

cional. Hablando, por cierto, de financiamiento, las Memorias y Cuentas del Ministerio revelan dificultades en la gestión y ejecución de recursos.

En lugar de reforzar la institucionalidad el Gobierno la convierte en un arma al servicio de la hegemonía de la revolución, tal como se declara en el Anteproyecto de Ley de Cultura aprobado en primera discusión en 2009. Punto crucial la partidización del sector, traducida en la ausencia de opositores (abiertos) en todas las instancias de gestión y decisión —excepto en la poco efectiva comisión parlamentaria—, el sesgo rojo rojito de colecciones de libros como Milenio Libre y de las revistas, la exclusión de grupos no chavistas de los subsidios y la instrumentalización de la gestión cultural como aparato de propaganda (las actividades sobre el 4 de febrero en 2012 fueron una vergüenza). Se trata de un cuadro nada halagüeño desde la perspectiva de una política cultural democrática incluyente.

Recordemos, TODOS somos dueños de la renta petrolera que administra el Estado y este no puede utilizarla para contrarrestar a la derecha, como me dijo un compañero de estudios de la Escuela de Letras, gerente cultural actualmente, pues la derecha también es venezolana.

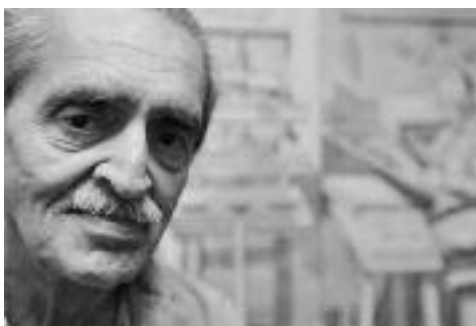
GISELA KOZAK R.
TAL CUAL

Para Adolfo Herrera el periodista debe dar la noticia pero además hacer un esfuerzo para vislumbrar lo que puede ocurrir; a eso lo llamaba periodismo preventivo. En ese afán, el militante de izquierda pero principalmente periodista, fue a los países comunistas en los años 60 y 70 para cerciorarse, por sus propios ojos, de la revolución y regresó a Venezuela para advertir a los jóvenes que formaba, que ese no era el camino.

Muchos lo tomaron en cuenta; otros, todavía creen que el socialismo es la panacea. En todo caso, ya Herrera —y otros tantos— los previno antes de partir el sábado 4 de mayo. Tenía 72 años y deja una obra latente en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, que llegó a dirigir, y en el periodismo venezolano en general.

El investigador y docente, autor del texto *Actualización Curricular de la Escuela de Comunicación Social*, fue director del diario *El Regional* del Zulia, que este fin de

Partió Adolfo Herrera, el periodista preventivo



semana reseñó: “De sólidos principios éticos y consumado defensor del periodismo libre e independiente, Adolfo poseía un verbo fluido gracias a su esmerada preparación profesional y sus dotes de observador permanente... Pero es el periodismo donde dejó huellas imborrables, como todo un sabueso de la comunicación que husmeaba

inmediatamente lo que era información de primera línea”.

Adolfo Herrera también estuvo al frente de *Zuliana de Televisión*, de *El Diario de Caracas* y del vespertino *La Tarde* que circuló en Maracaibo.

El fundador del Curso Universitario de Locución de la UCV, encabezó la posición de rechazo de la Escuela de Comunicación Social ante la salida del aire de *RCTV*. El 25 de mayo de 2007, mientras el director de la Escuela estaba solo en su oficina, un grupo de unos quince jóvenes identificados con el Colectivo Alexis Vives irrumpió en el recinto y comenzó a insultarlo, no sin antes hacer pintas en toda la escuela y agredir físicamente a un estudiante. Herrera declaró, entonces, que las acciones eran terrorismo del más puro y un atentado contra los derechos humanos.

ANGEL GÓMEZ

SHIGERU MIYAMOTO

Ganador Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades 2012

Shigeru Miyamoto famoso productor y diseñador de videojuegos, actualmente director del área de Entretenimiento, Análisis y Desarrollo de Nintendo Co Ltd., es el creador de grandes sagas de videojuegos tales como *Mario Bros*, *The Legend of Zelda*, *Donkey Kong*, *Pikmin*, *Star Fox* y *F-Zero*, juegos que influyen enormemente en el sector del entretenimiento electrónico. Nació en Kyoto, Japón; graduado en Arte y Diseño Industrial por el Kanazawa College of Art (Kanazawa, Japón), con aspiraciones de ser un famoso pintor o marionetista cuando entró en la empresa Nintendo en calidad de director artístico, en 1977, revolucionando el mundo del videojuego con la creación del Arcade Donkey Kong (1981) y dejándole un espacio de por vida a Nintendo, anteriormente una empresa de cartas coleccionables en la industria de los videojuegos.

El 25 de octubre de 2012, Shigeru Miyamoto, recibió el premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades después de haber sido nominado dos veces a la misma categoría en años anteriores. Entre los participantes se encontraban el grupo humorístico Les Luthiers y varios filósofos como Edgar Morin, Emilio Lledó y Victoria Camps.

El principal mérito para haber obtenido el galardón fue su amplia creación en el área de los videojuegos dejando de lado la violencia y ampliando el ocio electrónico como herramienta de aprendizaje. El acta del jurado expresa:

El japonés Shigeru Miyamoto es el principal artífice de la revolución del videojuego didáctico, formativo y constructivo. Diseñador de personajes y juegos mundialmente conocidos, se caracteriza por excluir de sus creaciones la violencia y



por innovar con programas y formatos que ayudan a ejercitar la mente en sus múltiples facetas y resultan muy valiosos desde un punto de vista educativo. Miyamoto no solo es el padre del videojuego moderno, sino que ha conseguido, con su gran imaginación, crear sueños virtuales para que millones de personas de todas las edades interactúen, generando nuevas formas de comunicación y de relación, capaces de traspasar fronteras ideológicas, étnicas y geográficas.

Miembro del Salón de la Fama de la Academia de las Artes y las Ciencias Interactivas (1998) y Caballero de la Orden de las Artes y las Letras de Francia (2006), ha obtenido importantes distinciones entre las que destacan su nombramiento como personaje más influyente del mundo en 2008 por la revista *Time* (Estados Unidos) y el premio GAME otorgado por la Academia Británica de las Artes Cinematográficas y de la Televisión (Reino Unido, 2010).

Su principal fuente de inspiración para crear mundos ajenos a la realidad que vivimos son sus experiencias de infancia, llena de exploraciones por parques y zonas verdes de su pueblo natal, Sonebe. Miyamoto se distingue

por su alto nivel de minuciosidad a la hora de crear y plasmar su idea en un videojuego; si esta no está a la altura de una gran obra de arte, entonces ese videojuego no es digno de sus fieles seguidores, razón por la cual varios títulos han sido pospuestos para pulirlos y perfeccionarlos. Por esto Shigeru Miyamoto es apreciado por muchos como un ejemplo

a seguir: un profesional que ama su trabajo.

A Miyamoto, considerado *el padre del videojuego moderno* y el *Walt Disney de los juegos electrónicos*, se le da el crédito de abrir las puertas del mundo de los videojuegos a la integración familiar y social, sin distinción de sexo, edad o condición sociocultural, gracias a la creación de la consola portátil Nintendo DS (2004) caracterizada por su doble pantalla —una de ellas táctil— y la consola doméstica *Nintendo Wii* (2006) —que se distingue por sus controles de detección de movimientos. Videojuegos como, *Wii Sport*, centrado en los deportes como el beisbol, tenis, boliche, golf y boxeo; *Wii Fit*, tabla de ejercicios que se controla con el movimiento del cuerpo con la posibilidad de realizar rutinas de yoga y aeróbicos; *Wii Play*, con diversos y divertidos mini juegos; *Wii Music*, un simulador de música con un amplio repertorio de instrumentos musicales; *Nintendo Dog*, experiencia virtual al cuidar de un perro; *Brain Trainer*, para ejercitar la mente y los reflejos del jugador; son algunos de los muchos ejemplos que cumplen con creces lo expuesto anteriormente.

GUILLERMO BISBAL

NEUTRALIDAD DE LA RED

Más temprano que tarde, el gobierno actual utilizará su poder (constituido en potestad unilateral) para apagar Internet en el momento que lo desee y dejar así sin conexión a toda Venezuela, o a una gran parte de los usuarios, si decidiera bajar los suiches a su operadora Cantv, la cual detenta más del 90% del acceso a Internet fijo.

La primera prueba de la intencionalidad oficial se puso de manifiesto nada más y nada menos que el día de un proceso electoral histórico (14 de abril) que estaba definiendo el rumbo del país. Además, esa decisión (con justificaciones asaz inconsistentes y hasta pueriles) también dejó en claro que Venezuela, para su bienestar futuro y la preservación de los derechos ciudadanos, tendrá que asumir un compromiso ante el mundo y crear las condiciones para promulgar

una Ley de Neutralidad de la Red, como ha sido instaurada en Chile y en países avanzados.

Una ley de este tipo permitirá a todos los ciudadanos preservar la conexión a Internet y otros beneficios y garantías, independientemente de decisiones del poder público o del proveedor de servicios que contrate y, lo más importante, que nadie, porque detenta el gobierno, pueda decidir, de forma unilateral y arbitraria, arrebatarle a un país su derecho a la información y a la expresión y a la comunicación con el resto del mundo mediante la conectividad a Internet. ¿Podría el Poder Electoral justificar, por ejemplo, que su página oficial (www.cne.gob.ve) estuvo bloqueada al acceso de centenares de miles de venezolanos que viven en el exterior, y a otros tantos extranjeros interesados en conocer y documentar los resultados de los comicios del pasado 14 de abril? Una semana de censura.

INSIDE TELECOM

En *Ciberspacio y resistencias* se compilan trabajos (resúmenes de investigación o ensayos) de varios investigadores en la temática de cultura web y apropiación social de Internet, vinculados a la Universidad de Buenos Aires (UBA) y al Flacso: María Cristina Alonso, Sheila Amado, Rafael da Bouza, José Cabrera Paz, Franco Iacomella, Silvia Lago Martínez, Ana Marotias, Laura Marotias, Mirta Mauro, Guillermo Movia, Natalia Ortiz Maldonado, Rocío Rueda Ortiz, Marilina Winik y Mariano Zukerfeld. El libro compilado por Silvia Lago Martínez se publica bajo licencias *copyleft* y reproduce textos de Richard Stallman (2004) y Eben Moglen (2003), críticos del concepto de propiedad intelectual. Forma parte de las publicaciones derivadas de la línea de investigación Internet, cultura digital y contrahegemonía, que se ha desarrollado en el Instituto Gino Germani de la UBA.

El libro está organizado en dos secciones: "Potencias de lo común" y "Territorios en disputa".

En "Potencias de lo común", destaca el trabajo de Mariano Zukerfeld sobre los cinco tipos de líneas argumentales en la crítica de la propiedad intelectual: el liberal ontológico, el liberal antimonopólico, el libertario (más bien *libertarianista*), el keynesiano o estatista, y el marxista (que pareciera ser un híbrido entre liberalismo ontológico y estatismo). El trabajo de Guillermo

Territorios en la web para potenciar lo común

LAGO MARTÍNEZ, SILVIA (comp.)
Ciberspacio y resistencias.
Exploración en la cultura digital.
Buenos Aires: Hekht Libros, 2012

Movia presenta una síntesis de conceptos básicos para entender la web en la actualidad, que puede ser un buen material para la docencia universitaria: transparencia, participación, descentralización, modificabilidad, brecha digital, jardines cerrados, html5.

Los "Territorios en disputa" se delimitan geográficamente o por campo cultural. Rocío Rueda Ortiz presenta un acercamiento a colectivos contraculturales en Bogotá, mientras que Silvia Lago Martínez analiza las identidades colectivas de agrupaciones del Gran Buenos Aires que combinan la creación audiovisual y el activismo político (y usan la



web como plataforma de circulación de sus mensajes). Asimismo, el libro incluye trabajos sobre los campos del *open access* para la publicación de investigaciones académicas (Franco Iacomella y Ana Marotias); las licencias *copyleft* y Creative Commons para los productos digitales (Natalia Ortiz Maldonado y Marilina Winik); esquemas libres o piratas de difusión de música via Internet (Laura Marotias, Rafael da Bouza y Marilina Winik); y, cine militante, videoactivismo y TV por Internet (Mirta Mauro, Sheila Amado y Cristina Alonso).

IRIA PUYOSA

Los siete trabajos de investigación que componen el libro *Historia de la democracia. Ensayos* (2013) (Comp. Raynero, L.). Caracas: Libros de El Nacional, nos llevan por un recorrido histórico y una reflexión filosófica del ejercicio de una forma de gobierno que hasta ahora se ha demostrado como ser la mejor. Estos ensayos pensados y escritos por siete profesores universitarios se ubican en el contexto del mundo occidental, desde la Antigüedad hasta la Ilustración, así como también en el escenario venezolano desde el siglo XIX hasta nuestros días.

El primer capítulo "Sócrates en el Critón" de Lorena Rojas propone una reflexión sobre uno de los problemas más importantes que el pensamiento griego detectó en la democracia: la relación entre lo justo y lo legal, la adjudicación de lo justo a decisiones irrevocables tomadas por la mayoría y a cuán confiable podía ser el voto de esa mayoría en asuntos tan críticos como la concepción de lo justo.

El segundo capítulo corresponde a Mario Di Giacomo con "Dante y su perfecta monarquía". El autor parte de la idea de que la *Monarquía* de Dante es un texto fundamental para la comprensión conceptual de lo que será la ulterior inversión del poder soberano, es decir, del paso del poder de Dios al poder popular como fuente de la legitimidad institucional.

El siguiente capítulo "Individualidad y libertad de pensamiento, pilares del ciudadano moderno" de José Luis Da Silva aborda cuál es el tipo de ciudadano y su rol dentro de una sociedad democrática. Esa pregunta puede te-

ENSAYOS SOBRE LA DEMOCRACIA

LUCÍA RAYNERO (compiladora)
Historia de la democracia.
Ensayos
Edita Libros de El Nacional
Caracas, 2013

ner respuesta, señala el autor, desde que la modernidad asumió como propia la tarea de reflexionar sobre las características de ese supuesto ciudadano, por cuanto surgió con mucha fuerza el contraste entre lo individual, lo colectivo y lo universal.

Lucía Raynero, en el capítulo "Ilustración y revoluciones: los inicios de la democracia moderna", indaga primero en el proceso de evolución de la palabra democracia y, luego, en los orígenes intelectuales de la democracia moderna, que se ubican en la época de la Ilustración.

Graciela Soriano en su ensayo "Idea de la democracia en Venezuela" analiza distintos momentos de la historia del país para demostrar cómo en una sociedad de desarrollo discrónico como la nuestra, han convivido dos sistemas de participación política totalmente contradictorios y anacrónicos entre sí: por un lado la participación a través de las urnas electorales y, por el otro, la participación a través



de la violencia expresada en la montonera, en la rebelión.

En el siguiente ensayo "¿Sí o no? Reflexiones dialécticas sobre la democracia referendaria" su autor Arturo Serrano muestra, desde la lógica, que restringir la política a una pregunta cuya respuesta solo puede ser sí o no, ignora por completo la complejidad del hecho político. Responder sí o no en un referéndum está lejos de ser un modelo deseable de participación. Y el último capítulo corresponde a Pedro Trigo con su ensayo "Cultura de la democracia: expresión situada del reino de Dios". El autor parte de la dificultad de vivir la democracia política y señala que ese déficit democrático tiende a enrarecer y encerrar la convivencia ciudadana.

Adicionalmente, este libro responde a una inquietud que surgió hace unos pocos años, desde la Universidad Católica Andrés Bello, cuando se organizaron varias conferencias dirigidas a estudiantes, profesores y público en general, sobre el importantísimo tema de la democracia.

LUCÍA RAYNERO

LA CULTURA ENEMIGA

MARIA ELENA RAMOS

La cultura bajo acoso

Artesano Editores, Caracas 2012

A sangre y fuego, Shih Huang Ti unificó las provincias del vasto territorio que desde antiguo se conoce como China, y se erigió en su primer emperador. Ascendió al poder en un pequeño reino antes de la edad requerida y tuvo que esperar para asumirlo en 238 a. C. Pasó a la historia por sus proezas. Una de ellas, la eliminación de los reinos feudales y la unificación del imperio. Otra, haber construido la Gran Muralla. Y una tercera, la abolición del pasado.

Al enterarse de las hazañas del emperador, la de haber construido la muralla y la de abolir la historia, Jorge Luis Borges confesó que, inexplicablemente, sintió cierta emoción por el hecho de que un solo individuo hubiera podido acometer tan desmesurados designios. Sintió inquietud por esa emoción y se dedicó a inquirir sus razones. Así lo cuenta en su ensayo *La muralla y los libros*.

“Tres mil años de cronología tenían los chinos (y en esos años, el Emperador Amarillo y Chuang Tzu y Confucio y Lao Tzu), cuando Shih Huang Ti ordenó que la historia comenzara con él”, al disponer que se quemaran todos los libros anteriores a su época, dice Borges. La indagación que el autor de *Historia universal de la infamia* llevó a cabo para explicarse su extraña emoción por el personaje le dio ciertas claves: “Shih Huang Ti había desterrado a su madre por libertina; en su dura justicia, los ortodoxos no vieron otra cosa que una impiedad; Shih Huang Ti, tal vez, quiso borrar los libros canónicos porque estos lo acusaban; Shih Huang Ti, tal vez, quiso abolir todo el pasado para abolir un solo recuerdo: la infamia de su madre”.

No glosaremos el fascinante ensayo de Borges, de apenas tres páginas. Ni nos detendremos en los delirios de inmortalidad del emperador que murió en unas montañas remotas buscando las fuentes de la eterna juventud. Ni en la Gran Muralla y las metáforas del escritor erudito. Nos interesa el precedente de la quema de libros, de la abolición



del pasado, no si fue cierta la conjetura de la madre libertina.

Con los siglos, el espíritu del primer emperador chino reencarnó en otros personajes obcecados con la abolición de la historia, la quema de libros y de blasfemos en las hogueras de la Inquisición, y así Shih Huang Ti se fue llamando Torquemada o Savonarola. Y de ellos pasó a los totalitarismos del siglo XX. A José Stalin, a Benito Mussolini. A Adolfo Hitler. A Francisco Franco. Totalitarismos de un signo y de otro, que indefectiblemente se dan la mano, aunque como astutos impostores se atacan entre sí, justificándose el uno con las amenazas del otro. La metódica destrucción del enemigo para controlar a todo el mundo.

Espero que no resulte cómico, o arbitrario, este viaje de 2000 años para llegar a la Venezuela del siglo XXI, y a las páginas de este libro, *La cultura bajo acoso* de la escritora María Elena Ramos (Artesano Editores, 2012). Concebidos desde una perspectiva humanística, y con un conocimiento profundo de los problemas de la cultura en nuestro país, estos ensayos proponen una reflexión que no discrimina ni dicta sentencias. Que analiza o cuestiona, o denuncia, según los requerimientos de las circunstancias y de los hechos, pero que postulan el diálogo y la diversidad como únicas alternativas frente a la tentación de dominio, a la pretensión de abolir la his-

toria o de reescribirla, o de reinventar lo que por su naturaleza está destinado a reinventarse como el arte. Ni el arte prohibido de la oscura época europea de los años treinta y cuarenta, ni el arte oficial y regimentado, puesto al servicio de un sistema político que niega o aniquila a todos quienes no se le rindan a discreción.

El primero de estos ensayos, “Nueve señales para pensar hoy la libertad”, explora la realidad venezolana de nuestras desventuras, el lenguaje y sus laberintos, el odio como estrategia política, la violencia, la duplicidad y la mentira que alimentan una crisis profunda y plantean un desafío a la conciencia ciudadana. Veamos este retrato: “El gran jefe totalitario lo quiere todo y así va buscando ocupar los poderes, los lugares y las mentes. Uno de los alimentos esenciales para lograrlo es el hombre-masa. Se organiza a la masa explotando su ingenuidad (...) Se organiza a la masa desde los viejos resentimientos personales (...) desde el hechizo magnético del líder carismático, y algo importante, se la organiza desde la humillación de lo individual al interior de la propia persona”.

La cultura entra en ese todo bajo el dominio o la pretensión de dominio, afortunadamente condenada al fracaso en nuestro país. Cuando se politiza la cultura, se daña la sociedad, al individuo y al país. “Cuando se politiza, la cultura es solemnemente enunciada como interés de Estado, pero no para enriquecerla como recurso humanístico sino más bien para ponerle la mano, encubriéndola de ideología”.

En Venezuela, como en la China del desorbitado emperador Shih Huang Ti, también se ha construido una gran muralla. No divide la geografía, algo peor, está hecha de piedras invisibles, divide a la gente, y no hay peor daño para la cultura y la idiosincrasia de un pueblo que condenarlo a ser su propio enemigo.

SIMÓN ALBERTO CONSALVI

Communication Research Trends
Centre for the Study of Communication and Culture
 Volumen 31 (2012) N° 4.



Este número tiene dos apartados bien diferenciados. El primero está centrado en el tema de la juventud y los nuevos medios como constructores de identidad y significación en el nuevo entorno y, el segundo, desarrolla el pensamiento de Walter Ong, s.j., con motivo de su centenario.

Los capítulos desarrollados en la primera parte por David R. Zemmels del Loyola University dan cuenta del estado del arte respecto al papel de los medios en la construcción de la identidad y los procesos de subje-

tivización inherentes a las nuevas prácticas cotidianas. Partiendo de la controversia entre los paradigmas utópicos y distópicos reconceptualiza el marco y expone los resultados de las transformaciones en cuatro emplazamientos: el del hogar y la familia, el de las prácticas asociativas, las prácticas de aprendizaje y los mecanismos de lectura.

En sus conclusiones considera necesario salir del pensamiento tradicional de investigación de medios, especialmente cuando se tratan nociones como la formación de identidad, el rol de los medios en la sociedad o la dialéctica consumidor/productor, pues en estos procesos hay traslapamientos e interpelaciones competitivas en los puntos nodales, que van desde los *networked* individualizados hasta los *networked* públicos.

Por otra parte, la misma noción de consumidor ha ido cambiando por cuanto el nuevo usuario está comprometido más activamente tanto como creador como distribuidor y es más bien un operador en una cultura participativa de medios (*participatory media culture*). Sin embargo, se observa que, si bien los niños y adolescentes son percibidos como diestros en el manejo de las nuevas tecnologías, están expuestos a las manipulaciones de los sistemas y siguen siendo muy vulnerables.

En la segunda parte, Thomas J. Farrell expone el pensamiento de Walter Ong, s.j., partiendo de sus estudios sobre oralidad y escritura en la línea inspirada por Mac Luhan, y se extiende a sus contribuciones sobre los cambios en las condiciones culturales y cognitivas del fin del segundo milenio y la posible apertura de la nueva cultura a la dimensión más teológica y mística del medio divino en la acepción del francés Pierre Teilhard de Chardin.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Comunicar, N° 40, XX.
Revista Científica Iberoamericana
de Comunicación y Educación



Jóvenes interactivos:
nuevas ciudadanía
entre redes sociales
y escenarios escolares

www.revistacomunicar.com

Manteniendo su calidad temática y su rigor académico, esta vez *Comunicar* focaliza su interés en las nuevas ciudadanía promovidas desde la interacción juvenil. El conjunto de artículos supera la visión reductiva de los jóvenes como

meros usuarios o receptores de nuevas tecnologías, y sin olvidar los aportes sobre las motivaciones y usos preferentes, las pautas de consumo y ocupación del tiempo libre, etcétera, el número se adentra en otras facetas más constructivas y futuristas como son las nuevas formas de ciudadanía que emergen en las redes sociales y las culturas cívicas que se van desarrollando en los espacios educativos y políticos.

La variedad de materiales hace imposible resumir todos los artículos, referidos a facetas muy distintas y a experiencias de múltiples países (España, Colombia, Estados Unidos, Eslovenia...), pero unos cuantos estudios responden al subtítulo de “nuevas ciudadanía entre redes y escenarios escolares”, marcando una línea conductora.

Artículos como “Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares” de D. Buckingham y J.B. Martínez; “Jóvenes interactivos y culturas cívicas” de Elisa Hernández y otros; “Desarrollando la comunidad” de Amy Stornaiuolo; “Nuevos medios como herramienta para el aprendizaje cívico”, entre otros, ofrecen un panorama de las nuevas perspectivas que relacionan las actividades pedagógicas con el entorno social y político.

Para los investigadores interesados en problemas metodológicos, enmarcados en los entornos digitales, son sumamente valiosos los estudios “La e-investigación de la comunicación: actitudes, herramientas y prácticas en investigadores iberoamericanos” de Carlos Arcila, José Luis Piñuel y Mabel Calderín, así como “Participación y Visibilidad web de los repositorios digitales universitarios en el contexto europeo” de Aurora Calderón y Enar Ruiz, ya que permiten vislumbrar los nuevos derroteros de la investigación sea sobre los mismos entornos digitales, sea de los procesos investigativos de los actores inmersos en la cultura digital.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Conversación entre Mario Vargas Llosa y Gilles Lipovetsky

¿Alta cultura o cultura de masas?

El pasado mes de abril de 2012, Vargas Llosa honró su talante liberal al dialogar sobre su más reciente libro con el sociólogo francés Gilles Lipovetsky, con quien mantiene una lúcida discusión sobre la alta cultura frente a la cultura de masas. Bajo los auspicios del Instituto Cervantes y la moderación de su directora de Cultura, Montserrat Iglesias, presentamos una edición de este encuentro.

Mario Vargas Llosa:

La civilización del espectáculo es un ensayo que expresa una preocupación, cierta angustia al ver que lo que entendíamos por *cultura* cuando yo era joven ha ido transformándose en algo muy diferente a lo largo de mi vida hasta convertirse en la actualidad en algo esencialmente distinto de lo que entendíamos por *cultura* en los años cincuenta, sesenta y setenta. El libro trata de describir más o menos en qué ha consistido esta transformación y también de ver qué efectos puede tener esa deriva que ha tomado lo que hoy día llamamos cultura en distintos aspectos de la actividad humana –lo social, lo político, lo religioso, lo sexual, etcétera–, puesto que la cultura es algo que impregna todas las actividades de la vida.

El libro no quiere ser pesimista, pero sí quiere ser preocupante e incitar a reflexionar sobre si esa importancia esencial y hegemónica que han tomado el entretenimiento y la diversión en nuestro tiempo puede convertirse también en la columna vertebral de la vida cultural. Creo que es algo que está ocurriendo, y que está ocurriendo con el beneplácito de amplios sectores de la sociedad, incluidos aquellos que tradicionalmente representaban las instituciones y los valores culturales.

Desde mi punto de vista, Gilles Lipovetsky es uno de los pensadores modernos que han analizado con mayor profundidad y rigor esta nueva cultura. En libros como *La era del vacío* o *El imperio de lo efímero*

ha descrito con gran conocimiento en qué consiste esta nueva cultura. A diferencia de mi caso, se ha acercado a ella sin inquietud, sin alarma, por el contrario con simpatía, advirtiendo en ella elementos que considera enormemente positivos: por ejemplo, el efecto democratizador de una cultura que llega a todo el mundo, una cultura que a diferencia de la cultura tradicional no hace distinciones, no está monopolizada por una élite, por cenáculos de clérigos o de intelectuales, sino que de alguna manera permea al conjunto de la sociedad.

Dice también, cuestión desde luego interesante y debatible, que esta cultura ha permitido una liberación del individuo, porque, a diferencia de lo que ocurría en el pasado –cuando el individuo en cierta forma era prisionero, expresión de una cultura–, el individuo de nuestro tiempo puede elegir entre una panoplia de posibilidades culturales, ejercitando de esta manera no solo una soberanía y una voluntad, sino también una afición, una predisposición. Dice que esta cultura es una cultura del placer, que permite que uno busque su placer en actividades que hoy tienen ese signo, el ser culturales, aunque en el pasado no se les considerase como tales. Son ideas debatibles que me convencen a ratos y a ratos me dejan pensativo, y por eso creo que este puede ser un diálogo sumamente fructífero entre dos acercamientos a un mismo fenómeno desde posiciones que son diferentes pero que podrían de cierta manera ser complementarias.



Gilles Lipovetsky

Muchas gracias a usted, Mario, por esta bella presentación en la que me reconozco totalmente.

Subraya usted que esta sociedad del espectáculo crea una suerte de base ácida para el sentido noble de la cultura. Estoy de acuerdo con usted en este aspecto. He intentado teorizar sobre esta idea en un libro de próxima publicación y voy a permitirme desarrollar un poco este punto, porque creo que va en el sentido que usted enfoca. ¿Qué era la cultura noble, la alta cultura, para los modernos (y así no irnos muy lejos en la historia)? La cultura representaba el nuevo absoluto. Cuando los modernos comenzaron a desarrollar la sociedad científica y democrática, los románticos alemanes crean una especie de religión del arte, que asume la misión de aportar lo que no daban la religión ni la ciencia, porque la ciencia simplemente describía las cosas. Se produce una sacralización del arte. Los siglos XVII y XVIII nos dicen que el poeta y los artistas en general son los que muestran el camino, son los que dicen lo que antes decía la religión.

Cuando advertimos lo que es la cultura en el universo del consumo, en el universo del espectáculo, lo que llama usted la *civilización del espectáculo*—estoy totalmente de acuerdo con esa denominación: es un título magnífico—, lo que observamos es justamente la caída de ese modelo. La cultura se convierte en una parte del consumo, en una célula del consumo. Ya no estamos esperando a que la cultura cambie el mundo,



como pensaba Rimbaud: cambiar la vida, cambiar el mundo. Esa era la tarea de los poetas, como Baudelaire, que rechazaba el mundo de lo utilitario. Creían que la alta cultura era lo que podía cambiar al hombre, cambiar la vida. Ahora ya nadie puede pensar que la alta cultura va a cambiar la vida. En este plano es la civilización del espectáculo la que, de hecho, ha ganado. De la cultura lo que estereperamos es diverti-

mento, una diversión un poco más elevada, pero fundamentalmente hoy lo que cambia la vida es el capitalismo, es la técnica. Y la cultura viene a ser la aureola de todo esto.

Podemos tener una visión estrictamente negativa, que no es totalmente la suya, de esta civilización del espectáculo y en general de la sociedad de consumo. Sin embargo, durante los años en los que he estudiado a la sociedad contemporánea he intentado demostrar el potencial positivo, a pesar de todo, que representa. Si tomamos el modelo tradicional de la cultura, la parte negativa es mayor, sí, es innegable. Pero la vida no solo es cultura. La vida es también la política—para nosotros, la democracia—, son las relaciones con los demás, la relación consigo mismo, con el cuerpo, la relación con el placer y con muchos otros elementos. En este plano podemos decir que la sociedad del espectáculo, la sociedad de consumo, que por un lado ha masificado los comportamientos, ha dado un mayor grado de autonomía a los individuos. ¿Por

qué? Porque ha hecho que caigan los megadiscursos, las grandes ideologías políticas que marcaban a los individuos, que los ponían dentro de un régimen estanco, y los ha sustituido con el tiempo libre, con el hedonismo cultural. Las personas, en general, ya no quieren seguir a las grandes autoridades: quieren vivir felices, quieren buscar la felicidad con los medios que tengan, aunque, añadiría, no siempre lo consiguen. De cualquier manera, la sociedad de consumo, por medio del hedonismo, ha multiplicado los modelos de vida y las referencias. La televisión, por ejemplo, que ha representado una suerte de tumba de la alta cultura, ha nutrido de referencias a la gente, ha abierto los horizontes: permite a los individuos comparar. En este plano, la revolución de los modos de vida de la sociedad del espectáculo ha permitido la autonomización de los individuos, creando una especie de sociedad a la carta donde estos construyen sus modos de vida.

Creo que es un aspecto importante, porque las sociedades donde domina el espectáculo son, en general, sociedades consensuadas sobre el pacto democrático. Ya no hay luchas sociales que acaban en baños sangrientos y se ha rechazado en todos estos lugares la figura del dictador. En ese sentido creo que la sociedad del espectáculo ha permitido a las democracias vivir de una manera menos trágica, menos esquizofrénica que antes. Eso nos ha liberado en cierto modo de las dos vertientes fundamentales, o los dos grandes vicios de la edad moderna: la revolución y el nacionalismo. Donde triunfa la sociedad del espectáculo existen los nacionalismos, pero no son sangrientos, y la revolución—la gran epopeya, la gran esperanza revolucionaria escatológica que anunciaba, por ejemplo, el marxismo— ya no tiene muchos fieles ni mucha credibilidad. Recordar lo que los nacionalismos y las revoluciones significaron para el siglo XX nos permite evitar las lecturas apocalípticas de la sociedad del espectáculo, aunque sigamos siendo críticos con ella.

Mario Vargas Llosa

Esos son los aspectos positivos de lo que podríamos llamar la civilización del espectáculo, con los que coincido en general. Ahora, veamos algunos negativos. La desaparición o el desplome de la alta cultura ha significado también el triunfo de una gran confusión. Con la alta cultura se han desplomado ciertos valores estéticos sobre los que no existe ya un canon o un orden de prelación, unas ciertas jerarquías que la vieja cultura había establecido y que eran más

o menos respetadas. Eso hoy prácticamente no existe. Por una parte se puede decir que es extraordinario porque significa que en la actualidad tenemos en el campo de la cultura una libertad infinita. Pero dentro de esa libertad también podemos ser víctimas de los peores embaucos. Y concretamente en algunos de los campos de la cultura es hoy una realidad que verificamos cada día. Quizá el más dramático sea el de las artes plásticas. La libertad que las artes plásticas han adquirido consiste en que todo puede ser arte y nada lo es. Que todo arte puede ser bello o feo, pero no hay manera de saberlo; no tenemos el canon que antes existía y que nos permitía diferenciar lo excelente de lo regular y de lo execrable: hoy todo puede ser excelente o execrable. Al gusto del cliente. En el mundo del arte la confusión ha alcanzado unos extremos que llegan a ser cómicos y risibles. El gran talento y el pícaro se confunden porque ambos son víctimas de mecanismos, el de la publicidad, por ejemplo, que en última instancia tiene la palabra final. Es verdad que en otros campos la confusión no ha llegado a estos extremos, pero de alguna manera se ha infiltrado y existe también un enorme desconcierto.

Si la cultura es puramente entretenimiento, no importa nada. Si se trata de divertirse, un embaucador puede divertirme más que una persona profundamente auténtica, sin duda. Pero si la cultura significa mucho más, entonces sí es preocupante. Y yo creo que la cultura significa mucho más; y no solamente por el placer que produce leer una gran obra literaria o ver una gran ópera o escuchar una hermosa sinfonía, o ver un espectáculo exquisito de ballet, sino porque el tipo de sensibilidad, el tipo de imaginación, el tipo de apetitos y deseos que la alta cultura, el gran arte, producen en un individuo lo arman y equipan para vivir mejor: para ser mucho más consciente de la problemática en la que está inmerso, para ser mucho más lúcido respecto a lo que anda bien y a lo que anda mal en el mundo en el que vive. Y también porque esa sensibilidad así formada le permite defenderse mejor contra la adversidad y gozar más, o en todo caso sufrir menos.

Hablo de una experiencia personal. Yo creo que haber podido leer y gozar con Góngora, haber podido leer y entender el *Ulises* de Joyce ha enriquecido mi vida enormemente. Y no solo por el placer que me dio vivir aquellas experiencias culturales, sino porque me hicieron entender mejor la política, me hicieron entender mejor las relaciones humanas, me hicieron entender mejor lo que es justo y lo que es injusto,



to, lo que anda bien y lo que anda mal y lo que anda muy, muy mal. Llenó una vida de la que la religión había desaparecido cuando yo era muy joven de una espiritualidad que sin esas lecturas no habría tenido. Estoy hablando desde un punto de vista individual, pero si nosotros extendemos esto al conjunto de la sociedad y lo que esta cultura significa desaparece y es sustituida por el puro entretenimiento. ¿qué pasa con lo demás? ¿El puro entretenimiento es capaz de armar a una sociedad suficientemente como para enfrentar todas esas problemáticas?

No estoy en contra del capitalismo, estoy a favor del capitalismo, creo que ha significado un extraordinario avance para la humanidad: nos ha traído mejores niveles de vida, un tipo de desarrollo científico que nos permite vivir infinitamente mejor que nuestros antepasados. Sin embargo, los grandes pensadores del mercado siempre lo dijeron: el capitalismo es un mecanismo frío, es un mecanismo que crea riqueza y que crea también un egoísmo que pasa a formar parte de la vida cotidiana. Eso debe ser contrarrestado por una muy rica vida espiritual. Muchos teóricos capitalistas pensaban que esa vía espiritual era la religión. Pero otros, que no eran religiosos, pensaban que era la cultura. Yo creo profundamente que la mejor manera de contrarrestar ese egoísmo, esa soledad, esa competencia terrible y que llega a extremos de gran deshumanización, exige una muy rica vida cultural en el sentido más elevado de la palabra *cultura*, si no queremos llegar a algo a lo que desgraciadamente la sociedad contemporánea está llegando: a un vacío espiritual tal en el que todos esos aspectos negativos de la sociedad industrial, toda esa deshumanización que trae consigo, se están manifestando a diario.

A diferencia de Gilles, yo no creo que la civilización del espectáculo haya traído esa paz, ese sosiego, esa conformidad con lo existente que ha eliminado o disminuido la violencia. Todo lo contrario. La violencia está ahí, es una presencia constante en nuestras ciudades, que están profundamente impregnadas de criminalidad, hay una violencia que se manifiesta en los crímenes de género y en todo tipo de discriminación. Hay fantasmas que nacen, por ejemplo, con la crisis económica que se traducen en xenofobia, en racismo y en discriminación. Está presente la violencia contra las minorías sexuales, por ejemplo, que es manifiesta, con muy pocas excepciones, en todo el mundo. Y eso, ¿a qué hay que atribuirlo? ¿cómo explicarlo? Creo que uno de los factores en los que esa violencia se manifiesta de esta manera tan cruda, sin contrapesos y sin frenos, es precisamente el desplome de la alta cultura, que es la que enriquece la sensibilidad, la que de alguna manera nos lleva a preocuparnos por los grandes temas; una cultura que, además de ser entretenida, sea preocupante, inquietante, que genere en nosotros inconformidad y un espíritu crítico, algo que no puede crear jamás en sí una cultura que es pura diversión. Eso que en uno de los ensayos de Gilles se llama *cultura-mundo*.

No tengo nada contra el espectáculo, el espectáculo me parece formidable y a mí me divierte muchísimo. Pero si la cultura se vuelve solo espectáculo, creo que lo que va a prevalecer en última instancia más que el sosiego es el conformismo. Una especie de conformismo, de resignación, de actitud pasiva. Y en la sociedad moderna capitalista, la pura pasividad del individuo significa no el reforzamiento de la cultura democrática sino el desplome de las instituciones democráticas. Porque esa actitud va en contra de la participación activa, la participación creativa y crítica del individuo en la vida social y en la vida política y cívica. Uno de los fenómenos para mí más inquietantes de la sociedad contemporánea es esa desmovilización de los intelectuales, de los artistas frente a los temas cívicos, el desprecio absoluto a la vida política, considerada una actividad sucia, innoble, corrompida, a la que hay que darle la espalda, con la que no hay que de ninguna manera ensuciarse. ¿Cómo puede a la larga sobrevivir una sociedad democrática sin una participación de la gente más pensante, de la gente más sensible, de la gente más creativa, de la gente con mayor imaginación?

El desplome de la alta cultura no es solamente una pérdida para una minoría, para esa élite que disfrutaba de los placeres

exquisitos del intelecto y la sensibilidad, sino que el conjunto de la sociedad sufre y puede padecer los estragos que de ello puedan resultar.

Montserrat Iglesias:

En La civilización del espectáculo hay una continua reflexión a lo largo de sus páginas sobre el papel que ha jugado la religión o el laicismo a través de las artes en el sentido de la trascendencia ¿Cómo encuentra esa trascendencia en su idea de cultura-mundo?

Gilles Lipovetsky:

La trascendencia la encontramos en la perpetuación de la exigencia ética, que no ha muerto. A menudo asociamos la sociedad del espectáculo con la desaparición de los ideales. Esta, sin duda, es una vertiente, pero no es la única. En las nuevas generaciones de gente comprometida hay una base que ya no es la base política, que era la que aparecía en generaciones anteriores, sino que está vinculada con la exigencia de la generosidad, de la ayuda mutua. Esto muestra que la sociedad contemporánea no es sinónimo de cinismo absoluto o de nihilismo. Es la vertiente dominante, estoy de acuerdo, pero hay contratendencias. Lo vemos con las ONG, con los voluntarios, gente que se compromete y da su tiempo y que busca hacer algo no solo por sí misma sino por los demás. Reconozco que no es un fenómeno generalizado, pero me sorprende que la sociedad del espectáculo, a pesar de todo, favorezca esas muestras de generosidad a escala planetaria. La sociedad del espectáculo no solo crea egoísmo. También crea otros fenómenos que permiten equilibrar la balanza.

Quizá tengamos una visión distinta de la alta cultura. Usted ve en la alta cultura un contrapeso, una salvación frente a la desregulación mortífera de la sociedad del espectáculo y del capitalismo. (Usted no está en contra del capitalismo, sino que busca la manera de cómo humanizarlo. En este punto estamos de acuerdo.) No compartimos, sin embargo, el mismo optimismo. Usted piensa que la alta cultura es un medio capital, esencial para rectificar una vertiente del capitalismo. Yo, en cambio, soy más escéptico. Quizá tengo menos fe que usted en la alta cultura.

Ha dicho cosas muy interesantes sobre la violencia. Ha dicho que en la sociedad del espectáculo, que también se asocia a la diversión, se ha manifestado toda clase de violencia. Sin embargo, Oscar Wilde, durante un momento importante de la alta cultura, pasó veinte años, casi toda su vida, en



Gilles Lipovetsky:

Quizá tengamos una visión distinta de la alta cultura. Usted ve en la alta cultura un contrapeso, una salvación frente a la desregulación mortífera de la sociedad del espectáculo y del capitalismo

prisión. También recuerdo que la nación más cultivada antes de la guerra era la alemana. La alta cultura no pudo proteger a los hombres de la barbarie absoluta que significó el nazismo en la nación de Goethe y Kant.

Yo soy académico, defiendiendo la alta cultura, pero pienso que también debemos proponer otras vías, distintas a la alta cultura. El conocimiento de las grandes obras es una vía, pero no es la única. Inmersos en la desorientación del mundo contemporáneo, lo que tenemos que hacer es devolverles la dignidad a los hombres, devolverles la fe en la actividad. No solo fe en el conocimiento y en el disfrute de las grandes obras. La alta cultura hace al hombre, pero también el hecho de que los individuos sean actores y que construyan su mundo. La escuela no debe quedarse ahí e ir en contra de la televisión, etcétera. La escuela tiene que dar herramientas para que los individuos se conviertan en creadores, no solo de arte o de literatura, sino creadores de todo.

La alta cultura, que es el humanismo, es una vía. Pero no es la única. Es una vía que debe acompañar a otras, sí, pero si la tomamos como la central, tendremos dificultades. En la sociedad de la imagen, de la diversión, es más difícil que las masas participen en este baño cultural. Que las perso-

nas de los lugares más humildes lean el *Ulyses* de Joyce es muy difícil hoy. Es posible, pero muy difícil. De cualquier manera, creo que podemos vivir, y vivir bien, de manera digna, sin conocer las grandes obras.

Estamos de acuerdo en el diagnóstico del origen de la sociedad del espectáculo con el desplome de las jerarquías estéticas. Pero aquí tenemos que tomar un poco de espacio y observar que la sociedad del espectáculo no es la única responsable. Comenzó con la más alta cultura: en las vanguardias. Es ahí donde se da el ataque real contra el arte académico, el estilo, lo bello. Duchamp no es la sociedad del espectáculo y fue él quien abrió la vía a cualquier cosa, la idea de que en las exposiciones podíamos poner cualquier cosa y que solo por eso se llamaría *arte*. La sociedad del espectáculo captó esto, pero nació dentro de la alta cultura. La semilla del desplome de la estética y de la alta cultura está dentro de la propia alta cultura.

Al final, la sociedad del espectáculo no ha cambiado mucho las jerarquías estéticas. ¿Qué ha hecho? La sociedad del espectáculo crea algo inédito en la historia: el arte de las masas. Las artes eran artes tradicionales, artes rituales, artes mágicas, artes religiosas y artes de clase, artes aristocráticas. La sociedad moderna, desde el siglo XX, inventa algo que no existía hasta entonces y que podemos llamar el *arte de las masas*. El cine, por ejemplo. Una película es una obra que se dirige a todos, independientemente del bagaje cultural; no hace falta haber leído las grandes obras para apreciarla. El cine no ha cambiado la estética, ha creado algo distinto. Al lado de las grandes jerarquías estéticas ha creado un arte de la diversión que nos puede dar obras mediocres pero también piezas magníficas; cada vez más obras medianas, que no son grandes obras de arte pero tampoco son malas, producen emociones y hacen reflexionar a la gente.

El capitalismo —el cine es un producto del capitalismo, no hay cine sin capital— no debe rechazarse del todo. Ha creado el arte de masas. Ha creado, también, la publicidad, que podemos denunciar —no siempre es agradable verla, especialmente cuando interrumpe una película o algún programa cultural—, pero ¿cómo podemos pensar en una democracia sin ella? La prensa no existe sin publicidad; hoy, con Internet, no puede vivir simplemente de sus lectores. Sin publicidad no puede existir una prensa libre. Hay que denunciar, sí, el fenómeno de publicización de todas las actividades, pero no podemos quedarnos en el aspecto negativo.

Mario Vargas Llosa:

Me alegro que Gilles haya tocado el tema del nazismo. Lo primero que hizo el nazismo al llegar al poder fue una gran quema de libros frente a la Universidad de Berlín (hoy Universidad Humboldt), donde prácticamente toda la gran tradición cultural alemana ardió en una pira gigantesca. El nazismo, sin embargo, no ha sido el único movimiento totalitario que ha tenido una desconfianza cerval hacia la creación artística, hacia el pensamiento filosófico, hacia los artistas más o menos críticos de su tiempo, de su sociedad, a los que por supuesto reprimió brutalmente.

La primera acción de todas las sociedades autoritarias de la historia es establecer sistemas de censura por la gran desconfianza que les merecía la cultura. Y tenían razón. Veían en la cultura un gran peligro. Esto es la Inquisición, una institución que se crea para no permitir la libre emisión de las ideas, de las creencias, para encasillar el pensamiento, la vida intelectual, desde luego la vida espiritual, en ciertas normas precisas que respondían a las convicciones del poder. Eso es lo que hicieron el comunismo, el fascismo, el nazismo, todas las dictaduras que en el mundo han existido. Ahí tenemos justamente la mejor demostración de la importancia de tener una cultura rica, altamente creativa y libre. De hecho, una cultura rica y altamente creativa solo puede ser libre. Por eso una cultura rica y creativa es uno de los fundamentos de la libertad. Si ella desaparece es porque ha desaparecido la libertad en el seno de esa sociedad. Esa libertad puede desaparecer, desde luego, en razón de un régimen autoritario y brutal—Hitler, Stalin, Fidel Castro, Mao Tse Tung—, pero puede desaparecer también de otras maneras: a través de la frivolidad y el esnobismo, puede irse degradando cada vez más si llegamos a creer que para cierta gente Joyce, Eliot o Proust son absolutamente inútiles e inservibles—porque no tienen la cultura necesaria, porque tienen una preocupación inmediata mucho más apremiante, porque tienen necesidades que solventar...—. Ese tipo de pensamiento es muy peligroso. Creo que Proust es importante para todos, aunque algunos no sepan leer. Creo que de alguna manera lo que hizo Proust los beneficia también a ellos, a pesar de no estar en condiciones de leerlo. Proust creó un tipo de sensibilidad frente a ciertas cosas que, por ejemplo, hizo a los individuos que fueron capaces de contaminarse de ella más sensibles a la situación de esas pobres personas. Y les dio conciencia de que había unos derechos humanos. Ese tipo de sensibilidad resulta fundamental-



Es verdad que en las sociedades cultas del pasado se dieron injusticias monstruosas desde el punto de vista social y económico. ¿Qué nos hizo conscientes de que esas injusticias estaban ahí? La cultura

mente de la cultura. Cuando la cultura no está detrás esa sensibilidad se embota extraordinariamente. Y eso explica que habiendo sido el nazismo lo que fue haya rebrotos todavía en la Europa más culta y más civilizada. Eso explica que habiendo vivido Europa la experiencia atroz del Holocausto el antisemitismo no solo no haya desaparecido sino que renazca periódicamente. Y que la xenofobia, que es por desgracia una tara universal, rebrote, y no en sociedades primitivas, incultas, sino en sociedades muy cultas, pero justo en aquellos sectores donde no llegan Proust, Eliot ni el *Ulises* de Joyce.

La alta cultura es inseparable de la libertad. Porque la alta cultura ha sido siempre crítica, ha sido siempre resultado del inconformismo y fuente de inconformidad. No se puede leer a Kafka, a Tolstói o a Flaubert sin convencerse de que el mundo está mal hecho, de que comparado con esas cosas tan hermosas, tan perfectas, tan bellas, donde todo es bello—lo feo y lo malo es también bello y hermoso—, el mundo real es tan mediocre en comparación con ese mundo maravilloso que crearon los grandes escritores, artistas. Esto crea en nosotros un sentimiento tremendo de inconformidad, de resistencia y de rechazo de la realidad real. Esa es la fuente principal del progreso y de la libertad. No solamente en el campo material, sino fundamentalmente en el campo de los derechos humanos y de las instituciones democráticas. La defensa de la alta cultura está ligada a esa gran preocupación por la libertad y por la democracia.

Es verdad que en las sociedades cultas del pasado se dieron injusticias monstruosas desde el punto de vista social y económico. ¿Qué nos hizo conscientes de que esas injusticias estaban ahí? La cultura. La cultura nos dio suficiente sensibilidad, su-

ficiente racionalidad para hacernos conscientes de aquello que andaba mal a nuestro alrededor. Fue la cultura la que nos hizo entender que la esclavitud era injusta y que había que acabar con ella, que el colonialismo era injusto y que había que acabar con él, que toda forma de racismo y discriminación es injusta y violenta. Cuando Proust escribía *En busca del tiempo perdido* no sabía que estaba trabajando por la libertad y la justicia, pero lo estaba haciendo. Eso estaban haciendo Rembrandt, Miguel Ángel y Wagner cuando componía su música, aunque era racista en su vida privada. Es lo que han estado haciendo los grandes artistas, los grandes pensadores, los grandes creadores, cuya función no es la de los tecnócratas ni la de los científicos—con la contribución extraordinaria que ellos prestan a la humanidad—, que es un trabajo de especialistas, es un trabajo que va orientado en una dirección. El trabajo de los grandes humanistas, en cambio, no va orientado en una dirección, va orientado al conjunto de la sociedad y de alguna manera establece los denominadores comunes que se pierden en la sociedad con la modernización y la industrialización. La sociedad moderna va segregando, va separando a los individuos, y por eso en esta sociedad es tan importante un denominador común que nos hace sentir siempre solidarios y fraternos, porque establece entre nosotros una comunidad de intereses. Esa comunidad de intereses solo la crea la cultura. Esa comunidad de intereses no la establecen jamás la técnica ni la ciencia, que crea especialistas, crea divisiones absolutamente cerradas, incompatibles entre sí.

Por tanto, defender la alta cultura es defender no solamente a esa pequeña élite que goza con los productos de la alta cultura, sino que es defender cosas tan fundamentales para la humanidad como la libertad y la cultura democrática. La alta cultura nos defiende contra los totalitarismos, contra los autoritarismos, pero también contra los sectarismos y contra los dogmas.

Gilles Lipovetsky plantea en sus estudios que las ideologías—de las que tengo la misma desconfianza y temor— se han ido erosionando en la cultura del espectáculo. Que la sociedad del espectáculo ha sido más eficaz que los argumentos racionales y democráticos en la lucha contra las grandes ideologías utópicas. Esto es, que muchas de las ideologías se han ido desintegrando y desapareciendo a través de la necesidad de diversión, de entretenimiento, de las modas y de la búsqueda del placer inmediato y rápido. Si ese es uno de los logros de la sociedad del espectáculo, enhorabuena.

na, es algo que debemos celebrar. El desplome de las grandes ideologías es el desplome de una de las grandes fuentes de guerra y violencia en la sociedad moderna.

Gilles Lipovetsky:

Mario ha resaltado un punto en el que estoy totalmente de acuerdo: lo que somos los hombres modernos se lo debemos a la alta cultura. Se lo debemos a la filosofía y a la literatura. La democracia, los derechos humanos y el humanismo no nacen así como así, traídos por la evolución de la historia. Es todo un baño de reflexiones, de sensibilidades modernas traídas por filósofos y escritores y es lo que ha forjado el cosmos humanista, individualista y democrático. El mundo moderno nace del espíritu de ciertos pensadores que han puesto el germen, personas que han dado el código de una sociedad que ya no tiene su base en el más allá, sino que lo encuentra en sí misma al reconocer la libertad, la dignidad y la igualdad de todos. Esta es una invención intelectual que debemos a la alta cultura. Estamos de acuerdo, al igual que en el precepto de que hay que defender la creación como agente de libertad.

No estoy completamente convencido, en cambio, de que la alta cultura nos preserve, nos conserve y nos proteja contra el desborde de la violencia, del totalitarismo o de violencia de cualquier otro orden. Si la alta cultura genera libertad, a menudo, como diría Kant, estaría maniatada contra las amenazas del poder y de los intereses.

Hoy no solo la alta cultura defiende los valores que usted quiere y aprecia tanto como yo: muchos campos, como la televisión, el cine y todo un conjunto de producciones de masa, celebran los derechos humanos y la dignidad. Quizá no lo hagan con obras que serán consagradas por la historia, pero, a pesar de todo, difunden la ideología humanista. Me sorprende ver películas de Spielberg, que no son alta cultura—son éxitos de taquilla y producirlos cuesta millones de dólares—, donde se difunden las ideas humanistas, y se traslada a la sociedad el imaginario democrático y los valores que en su inicio nacieron en la alta cultura.

La sociedad de consumo, del espectáculo, da lo mismo, ha aportado muchas cosas: ha creado bienestar, ha abierto las opiniones, ha disuelto las grandes ideologías, ha dado más autonomía y al mismo tiempo no es suficiente. La sociedad del espectáculo, que promete la felicidad, no puede cumplir esta promesa. Sin embargo, no podemos sazonar a la sociedad de consumo, no se debe *tirar al bebé con el agua sucia*. Hay que quedarse con lo que esta sociedad tiene de

positivo—libertad, longevidad, modos de vida—; pero al mismo tiempo hay que reconocer, y aquí estamos de acuerdo, que el universo del consumo es incapaz de cumplir con las aspiraciones más elevadas del hombre. El hombre no es solo un consumidor y la sociedad de consumo se dirige al hombre como si fuera solamente consumidor. ¿Cuál es la diferencia entre el consumidor y el hombre? Hay muchas. En todo caso, con una perspectiva humanista, herencia de la alta cultura, esperamos del hombre que sea creativo, que invente, que tenga valores; condiciones que la sociedad de consumo no da. Por esta razón vemos numerosos movimientos que se comprometen, que proponen, que actúan. Las personas necesitan comprometerse.

A través de Internet y de las nuevas herramientas de comunicación vemos un desarrollo formidable de jóvenes *amateurs* que hacen, crean videos, cortometrajes, música... No todos esos productos son geniales, pero esa actividad nos dice que aquello que Nietzsche llama *voluntad de poder* hoy es voluntad de creación. Esta voluntad es algo que la sociedad de consumo no ha destruido, no ha logrado que el hombre se convierta en algo que solo quiere marcas. Los hombres siguen queriendo hacer algo con sus vidas. Esto es lo que tiene que hacer la escuela: dar herramientas para que el hombre, esté donde esté, pueda hacer algo con su vida y no ser simplemente un consumidor de marcas y modas. Tenemos un trabajo enorme por hacer.

El mecanismo mundial del capitalismo reduce el margen de maniobra, estrecha los márgenes de acción, pero en la cultura sí podemos hacer cosas, la educación puede actuar. Este es uno de los grandes retos del siglo XXI. La sociedad no va a estar conformada solamente por la técnica, también por hombres armados en sus cabezas, en sus deseos. La escuela debe ayudar a los hombres a conseguirlo. La alta cultura es uno de los instrumentos, pero no es el único. Tenemos que repensar la escuela en la era de Internet. Tenemos que pensar qué es la educación en una sociedad desorientada, que ya no tiene las referencias de antes. Es un trabajo enorme, pero va a diseñar el mundo del mañana.

Mario Vargas Llosa:

Estoy completamente de acuerdo. La sociedad industrial moderna, la sociedad de mercado, la sociedad de los países avanzados ha mejorado extraordinariamente las condiciones de vida de los individuos. Pero de ninguna manera ha traído esa felicidad que busca el ser humano como un des-

tino final. Lo que falta es justamente eso que se denomina una *vida espiritual rica*, que a un sector de la sociedad se la da la religión—un sector que siente que completa su existencia material a través de la fe—, pero queda un sector muy amplio al que la religión no llega, no le dice nada, y ahí es en donde la cultura debe jugar un papel fundamental.

La educación, estoy de acuerdo, debe ser uno de los grandes instrumentos a través de los cuales la sociedad moderna pueda ir llenando ese vacío espiritual. Pero precisamente si hay algo que está en crisis en la sociedad moderna es la educación. No existe un solo país en el mundo cuyo sistema de enseñanza no refleje una crisis profunda, por la sencilla razón de que no sabemos cuál es el sistema más adecuado y más funcional, que cree por una parte a los técnicos y profesionales que la sociedad necesita y, por otra, llene los vacíos que esa sociedad moderna tiene en el campo espiritual. La educación está en crisis porque no ha sido capaz de encontrar una fórmula que una esos dos objetivos. Es ahí en donde tenemos que trabajar si queremos que la sociedad moderna, capaz de satisfacer las necesidades materiales de los hombres y de las mujeres, sea también capaz de llenar el vacío espiritual que acompaña a la sociedad del siglo XX. La educación es absolutamente fundamental, pero junto a la educación también son fundamentales la familia y el individuo, y todo eso requiere que haya unos ciertos consensos a la hora de desarrollar los programas que deben regular la vida de nuestras escuelas, de nuestros institutos y de nuestras universidades. Sobre esto existe una extraordinaria confusión, pero, si existiera por lo menos la conciencia de que es ahí donde nosotros debemos ser creativos y funcionales, creo que habríamos dado ya un gran paso. En todo caso creo que, aunque las discrepancias puedan ser numerosas en la superficie, en lo profundo, Gilles y yo estamos de acuerdo en que hay que leer a Proust, en que hay que leer a Joyce, en que hay que leer a Rimbaud, en que lo que hizo Kant, lo que hizo Popper o lo que pensó Nietzsche son cosas valiosas en esta época, y pueden ayudarnos a diseñar esos programas de educación de los que depende que la sociedad del futuro sea menos violenta y menos infeliz que la de hoy.

**INSTITUTO CERVANTES DE ESPAÑA
Y PUBLICADA POR LA REVISTA
MEXICANA LETRAS LIBRES, NO 163,
JULIO 2012**

Situación de la libertad de expresión en Venezuela 2012

Se trata de registrar el comportamiento de distintos actores institucionales del país, y algunos no tan institucionales, frente a la libertad de expresión y de cómo ella ha sido violentada. El registro no incluye solamente el comportamiento del derecho a la libertad de expresión desde la mediación que imponen los grandes medios de comunicación. Ahora hay que ver cómo esa mediación pasa también por ataques informáticos violentando la privacidad y usurpando cuentas en redes sociales. El estudio nos pasea por los distintos tipos de violación a la libertad de expresión pero se detiene también en el tema de las cadenas presidenciales en los medios radioeléctricos, que ha constituido una clara violación a la libre circulación de la información.

■ ESPACIO PÚBLICO

En el período estudiado, se registraron 169 casos con denuncias de violaciones a la libertad de expresión e información. En el total de casos se contabilizaron 248 denuncias de violaciones al derecho a la libertad de expresión e información. Adicionalmente se registraron 51 ataques informáticos, que mayoritariamente constituyeron violaciones a la privacidad y usurpación de cuentas en redes sociales. (Ver cuadro 2 y 2.1)

El 2012 fue un año electoral, se realizaron elecciones nacionales y estatales: el 7 de octubre se efectuó una elección presidencial en la que fue reelecto el presidente Hugo Chávez y el 16 de diciembre, en elecciones regionales, se votó por los gobernadores. Existe una correlación directa entre la ocurrencia de eventos electorales y el incremento de los casos y denuncias contentivas de restricciones ilegítimas a la libertad de expresión. Este patrón recurrente persiste por la impunidad de las agresiones y ataques, los mecanismos discrecionales en la gestión pública, y la ausencia de un control institucional que contribuya a prevenir los hechos violentos y a castigar a los responsables de los que ocurran.

El derecho a la libertad de expresión es consustancial con el desarrollo de los procesos electorales, constituye un mecanismo fundamental que permite que los ciudadanos conozcan las propuestas de los candidatos y tomen sus decisiones. Un cerco al derecho a la libertad de expresión es una limitación a la oportunidad de construir un criterio coherente sobre las alternativas electorales asociadas a los representantes elegibles, que se manifiesta posteriormente en el voto y cuyo resul-

tado incidirá en la vida de todos los ciudadanos.

Las dinámicas asociadas a una polarización política signada por la exclusión o negación del atributo de persona al adversario político contribuyen con las causas de la violencia contra los periodistas y medios de comunicación. El debate político venezolano está muy centrado en la descalificación personal, con abuso de adjetivos calificativos que niegan el debate; mientras la institucionalidad pública no cumple la función preventiva en procura del respeto de la diversidad.

El período estudiado evidencia un incremento de 21,6% en el número de casos con respecto al año anterior en el mismo lapso, cuando se registraron 139. Desde el año 2002 hasta el 2012, este último ha registrado el mayor número de casos por año, solo superado por el 2009. (Ver cuadro 1)

Los medios y periodistas son factores importantes en todos los procesos. Fundamentalmente en épocas electorales deben contar con la seguridad suficiente para realizar su trabajo. En particular se debe garantizar la integridad personal de los periodistas, así como el resguardo de sus equipos de trabajo. Igualmente deben investigarse estos hechos violentos y castigar a los responsables de los mismos.

Los principales tipos de violaciones a la libertad de expresión vienen encabezados por las agresiones hacia los profesionales del periodismo (24,6%), en segundo lugar la intimidación (22,5%), que afecta más directamente a los medios de comunicación; y en tercer lugar la censura (21,3%) que sufren los trabajadores de la información. Los medios y periodistas independientes o crí-

CUADRO 1. NÚMERO DE CASOS DE VIOLACIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN (2002 – 2012)

Casos 2002-2012	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Total
Total general	141	110	141	120	106	126	120	246	159	139	169	1.577

CUADRO 2 *

TOTAL DE VIOLACIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN DENUNCIADAS POR MES 2012

MES	TOTAL	%
Enero	5	3
Febrero	12	7
Marzo	30	18
Abril	6	4
Mayo	22	13
Junio	7	4
Julio	7	4
Agosto	12	7
Septiembre	9	5
Octubre	37	22
Noviembre	10	6
Diciembre	12	7
Total general	169	100

CUADRO 2.1

CASOS INFORMÁTICOS 2012

MES	ATAQUES INFORMÁTICOS	%
Enero	10	19,6
Febrero	4	7,8
Marzo	2	3,9
Mayo	3	5,9
Junio	3	5,9
Julio	2	3,9
Agosto	3	5,9
Septiembre	2	3,9
Octubre	18	35,3
Diciembre	4	7,8
Total general	51	100,0

CUADRO 3

DENUNCIAS DE VIOLACIONES AL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN POR TIPO 2012

TIPO VIOLACIÓN	TOTAL	%
Agresión	61	24,6
Intimidación	56	22,58
Censura	53	21,37
Amenaza	25	10,08
Ataque	23	9,27
Hostigamiento judicial	12	4,84
Restricciones administrativas	10	4,03
Hostigamiento verbal	6	2,42
Restricciones legales	1	0,4
Hostigamiento judicial	1	0,4
Total general	248	100,0

* Este cuadro no incluye los ataques informáticos

ticos siguen recibiendo descalificaciones, insultos y amenazas desde los medios gubernamentales y por parte de funcionarios públicos. (Ver cuadro 3)

Ataques y agresiones

Con respecto al año 2011 las agresiones hacia periodistas incrementaron 5%. En el lapso estudiado se pudo constatar una relación entre la violencia contra medios y periodistas con el devenir del debate político. En los hechos de agresiones y ataques destaca que en la cobertura de eventos de corte político o electoral, los comunicadores sociales se exponen a agresiones por parte de los seguidores del oficialismo o de la oposición según el medio de comunicación para el que trabajen. De igual manera, los cuerpos de seguridad tienden a obstaculizar el trabajo de los reporteros, quienes son agredidos y despojados de sus equipos de trabajo o de la información recopilada.

El 18-01-2012, fue agredido el equipo reportero de RCTV conformado por la reportera Miroslava Gómez, el camarógrafo Simón Rodríguez y el asistente Jhonatan Bello, quienes se encontraban en las instalaciones de la Universidad Central de Venezuela realizando la cobertura de los actos violentos suscitados a raíz de la publicación de los resultados de las elecciones internas del Centro de estudiantes de la escuela de Comunicación Social. Los reporteros fueron apuntados con armas de fuego y despojados de sus equipos, para que cesaran en la cobertura de los hechos¹.

La corresponsal del canal de noticias *Globovisión* en el estado Táchira, Luz Dary Depablos, fue agredida el 03-03-2012, mientras cubría un acto del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) en el cual se presentarían algunos ministros. La periodista declaró que algunas de las asistentes, al percatarse de que portaba un micrófono con el logotipo del canal televisivo, la atacaron física y verbalmente, insultándola y tomándole de las piernas, mientras for-

cejeaban con su ropa, comentando incluso que casi le desnudan en el sitio.²

El equipo reportero de la televisora pública *Venezolana de Televisión (VTV)* fue agredido de forma física y expulsado de un acto político del candidato a la presidencia por la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) Henrique Capriles Radonski realizado en el estado Monagas el 12-06-12.³

La característica sustantiva de los casos de agresiones y ataques a periodistas y medios es la impunidad. Esta percepción generalizada desestima la denuncia por su escasa eficacia para alcanzar la justicia y reparar el daño, por lo que contribuye al desaliento de las víctimas.

La ausencia de justicia en los casos de agresiones y ataques legitima la violencia contra los periodistas y medios. Ello contribuye en la percepción subjetiva de riesgo, que igualmente incide de forma negativa en el desempeño del rol que la comunicación debe cumplir en una sociedad democrática.

Intimidación

Las inspecciones fuera de rutina forman parte de las acciones que han tomado fuerza en el período estudiado: periodistas impedidos de desplazarse en la búsqueda de información, despojados de su material de trabajo y siendo víctimas de la supresión de la información recaudada. De esta manera los cuerpos de seguridad y particulares han obstruido el trabajo de los medios de comunicación, inhibiendo la posibilidad de que a la ciudadanía llegue información relevante y de interés público. Asimismo se constituye en una advertencia para el periodista y sus colegas sobre temas sensibles a la hora de realizar su trabajo. Se evidenció un incremento de 22% en los casos de intimidaciones a periodistas con respecto al 2011.

El 19-01-2012, la corresponsal del canal de televisión *Globovisión* en el estado Anzoátegui, Giselle Almarza, fue interceptada por personas pertenecientes a la empresa estatal Petróleos de Venezuela (Pdvs) y por oficiales de la Guardia Nacional Bolivariana (GNB), durante una investigación de daño ambiental en la parroquia La Pica, estado Monagas. A la periodista le hicieron bajar del vehículo en el que se encontraba, exigieron ver su documentación y revisaron de manera exhaustiva repetidas veces el automóvil en el que viajaba, al igual que el bolso personal que tenía en ese momento, buscando grabaciones⁴.

El 02-10-12, el periodista argentino Jorge Lanata, quien llegaba al país como invitado por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) para hacer de *veedor electoral*, fue detenido en condiciones anormales por oficiales del Servicio Bolivariano de Inteligencia Nacional (Sebin), mientras ingresaba al país. El comunicador considera que se trata de un *mensaje* por parte de los servicios de seguridad hacia su persona. Lanata, denunció haber sido detenido por una hora, en condiciones anómalas, siendo interrogado de manera exhaustiva por tres personas del servicio de inteligencia, quienes le hicieron toda clase de preguntas y revisaron a fondo su equipaje. Situación que el periodista consideró como una advertencia: *fue un mensaje, te estamos mirando*. De igual manera, hizo un comentario a la prensa argentina sobre la situación: *se ve que hay un nuevo servicio turístico de Venezuela, que es recibirte con el servicio de inteligencia*.⁵

Asimismo, el 03-10-12, cuerpos de seguridad decomisaron equipo periodístico



(...) el diputado por el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), Modesto Ruiz, repudió las conductas discriminatorias por parte del editor del diario Tal Cual, Teodoro Petkoff, ya que a su juicio estaba descalificando a la población afrodescendiente

e implementos de trabajo al equipo del canal de noticias colombiano *Radio Caracol Noticias*, mientras ingresaban al aeropuerto internacional de Maiquetía para cubrir los comicios presidenciales.⁶

Censura

Las restricciones para acceder a la información pública se mantuvieron constantes. De igual forma el cierre de medios y la clausura de programación fueron una tendencia en el año estudiado, que cerró con 53 casos en esta categoría. Es alarmante el incremento de los casos de censura que registraron un aumento de 83% con respecto al año anterior, en el que se contabilizaron 29 violaciones de este tipo. Las presiones ejercidas directamente sobre los medios de comunicación también conforman las denuncias recibidas. Las visitas de advertencia por parte de autoridades de la región a estos medios, configuran un patrón que deriva en la autocensura y que se comporta como un hábito cada vez más común sobre los medios de comunicación críticos al Gobierno. Según las denuncias, como resultado de las presiones, muchos periodistas terminan por inhibirse de profundizar en ciertos temas y los editores son cada vez más cuidadosos del tono en que se abordan las críticas.

Iris Varela, ministro de Asuntos Penitenciarios, el 04-05-2012, ordenó que no se dieran declaraciones relacionadas con los beneficios procesales y el traslado de las personas privadas de libertad durante una revuelta de reclusos en el recinto penitenciario de La Planta, en Caracas. Asimismo, Varela prohibió la entrada de los medios de comunicación al lugar, asegu-

rando para ello la zona perimetral de la cárcel.⁷

El 07-03-12, el programa “Esta Mañana”, conducido por la periodista y socióloga Laure Nicotra y transmitido en el canal *Telellano*, en el estado Barinas, fue sacado del aire sin previo aviso luego de cinco años de transmisión. *Me cerraron las puertas y me dijeron que mi programa no saldrá más al aire*.⁸

Amenazas y hostigamiento

Este año las amenazas continúan presentes, aunque disminuyeron en 37%. Sin embargo el discurso estatal se definió enmarcado en una constante descalificación por parte de altos funcionarios y a través del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP), lo que configura un patrón recurrente en la situación venezolana. La libertad de espacios en estos medios ha sido reducida en muchos casos a una programación destinada a la descalificación y acoso a distintas personas públicas, periodistas y medios de comunicación independientes.

El día 07-05-12, Mario Silva, denunció durante la transmisión de su programa “La Hojilla” en el canal *Venezolana de Televisión (VTV)*, la llegada de la periodista Patricia Janiot, acompañada con Naileth Josefina Marín Marín, Hernán José Viloría Daboín y Valentina Urdaneta; todos periodistas que producirían en conjunto con CNN y Fox News en Venezuela, un unitario sobre *la era post Chávez*. Los seguidores del programa realizaron un llamado de alerta, corriendo la voz vía correo electrónico y mensajería de las redes sociales sobre la ubicación de la periodista, y haciendo un llamado a *seguir todas sus actividades y difundir cualquier actividad que realizaran*.⁹

Hostigamiento judicial y restricciones administrativas

Se han venido utilizando herramientas legales o administrativas por funcionarios de gobierno, lo que viene siendo una tendencia sostenida a nivel nacional como regional y usualmente empleada como mecanismo de respuesta ante alguna crítica no bienvenida a la gestión de gobierno. Este año se registraron diez casos de este tipo a diferencia del 2011 cuando se registraron 24.

La Asamblea Nacional (AN) rechazó una caricatura realizada por Roberto Weil sobre la temática de la crisis del agua, publicada en el diario *Tal Cual*, el 16 de

marzo de 2012. El presidente de la Asamblea Nacional, Diosdado Cabello, calificó la caricatura como *racista*, mientras que el diputado por el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), Modesto Ruiz, repudió *las conductas discriminatorias* por parte del editor del diario *Tal Cual*, Teodoro Petkoff, ya que a su juicio estaba descalificando a la población afrodescendiente.¹⁰

La diputada Blanca Eekhout, segunda vicepresidente de la Asamblea Nacional (AN), el 17-10-12 solicitó ante la Comisión permanente del poder popular y medios de comunicación del organismo, analizar el presunto impacto negativo de los mensajes emitidos por algunos medios de comunicación, que habrían generado *falsas expectativas, situaciones de desasosiego y agresiones* durante el proceso electoral para las elecciones presidenciales, celebradas el 7 de octubre de 2012.¹¹

La empresa contratista del sector eléctrico nacional, Derwick Associates, publicó un comunicado en el periódico *El Nacional* el 18-12-12, donde se evidencian mensajes intimidatorios y descalificativos sobre los trabajos de investigación periodística que ha publicado César Batiz, coordinador de política de *Últimas Noticias*, sobre la crisis energética. Batiz ha sido contactado vía telefónica por un supuesto funcionario del Servicio Bolivariano de Inteligencia Nacional (Sebin), órgano de inteligencia policial dependiente del Poder Ejecutivo nacional, quien lo ha llamado a comparecer ante el organismo donde sería interrogado sobre las fuentes citadas en sus trabajos periodísticos.¹²

Las víctimas principales son los periodistas y reporteros que constituyen 46% de los perjudicados (78). Destaca que en la cobertura de protestas de calle, que por naturaleza evidencian demandas al Gobierno nacional, los cuerpos de seguridad tienden a obstaculizar el trabajo de los reporteros, quienes son agredidos y despojados de sus equipos de trabajo. (Ver cuadro 4)

Asimismo, los medios constituyen una víctima recurrente de las violaciones a la libertad de expresión siendo objeto de censura con cierres de programas de televisión, cese de concesiones y multas. (Ver cuadro 4)

En la mayoría de las agresiones y ataques registrados, los cuerpos de seguridad del Estado constituyen el agresor principal (29%). El principal victimario es el Estado (61%). (Ver cuadros 5 y 6)

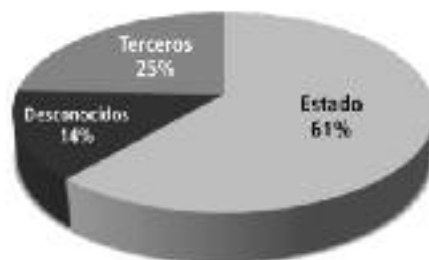
CUADRO 4
VIOLACIONES AL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN POR VÍCTIMA 2012

PROFESIÓN	TOTAL	%
Periodista	78	46,2
Medio de comunicación	56	33,1
Reportero gráfico	9	5,3
Camarógrafo	5	3,0
Locutor (a)	4	2,4
Columnista	3	1,8
Vocero público	3	1,8
Caricaturista	2	1,2
Politólogo	1	0,6
Radiodifusores	1	0,6
Editor	1	0,6
Artistas	1	0,6
Organización no gubernamental	1	0,6
Voceros de oposición	1	0,6
Activista de derechos humanos	1	0,6
Sede CNP	1	0,6
Otros	1	0,6
Total general	169	100,0

CUADRO 6 DENUNCIAS DE VIOLACIONES AL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN POR VÍCTIMARIO 2012

VÍCTIMARIOS	TOTAL	%
Estado	103	61
Desconocidos	24	14
Terceros	41	24
Total general	168	100,0

GRÁFICO. DENUNCIAS DE VIOLACIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN POR VÍCTIMARIOS 2012



El Estado se caracteriza por violaciones utilizando herramientas legales o administrativas y por el hostigamiento verbal, que viene siendo una tendencia sostenida por funcionarios de gobierno a nivel nacional y regional, usualmente empleada como mecanismo de respuesta ante alguna crítica no bienvenida a la gestión de gobierno.

CUADRO 5
DENUNCIAS DE VIOLACIONES AL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN POR VÍCTIMARIO 2012

VÍCTIMARIOS	TOTAL	%
Cuerpos de seguridad	49	29
Desconocidos	24	14
Oficialistas	16	10
Poder judicial	12	7
Institución administrativa (Conatel)	12	7
Dueños de medios	9	5
Opositores	7	4
Funcionarios o funcionarias	6	4
Guardaespaldas/vigilantes	5	3
Compañía estatal de telecomunicaciones (Cantv)	1	1
Ente Electoral (CNE)	4	2
Gobernación/alcaldía	3	2
AN	3	2
Autoridades del equipo Zamora Fútbol Club	3	2
Ministerios	2	1
Consejo legislativo	2	1
Sindicalistas	1	1
Terceros particulares	2	1
Gobierno nacional	2	1
Dirigentes de oposición	1	1
Defensora del pueblo	1	1
Autoridades del equipo Real Espor Club	1	1
Presidente de la República	1	1
Privados de libertad	1	1
Total general	168	100,0

Por otro lado, en el resto de las agresiones y ataques registrados, se desconoce al agresor lo que engrosa una de las categorías más recurrentes dentro de la descripción del victimario. Los *oficialistas*, son aquellos identificados como simpatizantes del Gobierno, infringen agresiones y ataques contra medios de comunicación y periodistas, amparados por la idea de confrontación que actualmente se vive en el país.

El Distrito Capital se mantiene como la locación en donde suceden el mayor número de violaciones a la libertad de expresión con 31% de los casos registrados (53). Se infiere que ello se debe a que en la capital se encuentran las sedes de las principales instituciones del país, sumado a que los medios nacionales más importantes también tienen su sede en Caracas. Llama la atención que Barinas, por segundo año consecutivo, se encuentre en el segundo lugar como el estado con más

CUADRO 7
DENUNCIAS DE VIOLACIONES A LA LIBERTAD
DE EXPRESIÓN POR ESTADOS 2012

ESTADO	TOTAL	%
Dtto Capital	53	31,36
Barinas	15	8,88
Carabobo	13	7,69
Monagas	11	6,51
Zulia	10	5,92
Aragua	9	5,33
Bolívar	8	4,73
Lara	8	4,73
Táchira	7	4,14
Anzoátegui	6	3,55
Falcón	6	3,55
Mérida	4	2,37
Miranda	4	2,37
Apure	4	2,37
Vargas	3	1,78
Simultáneas	2	1,18
Guárico	2	1,18
Trujillo	1	0,59
Nueva Esparta	1	0,59
Amazonas	1	0,59
Delta Amacuro	1	0,59
Total general	169	100,0

CUADRO 9
PROMEDIO DE DURACIÓN EN MINUTOS DE LAS CADENAS PRESIDENCIALES
(1999-12 DE DICIEMBRE DE 2012)

Año	Nº de Cadenas	Minutos	Horas	Promedio de duración en minutos por año
1999	86	4.260	71	50
2000	146	6.540	109	45
2001	118	7.080	118	60
2002	159	4.680	78	29
2003	198	10.080	168	51
2004	374	7.440	124	20
2005	215	6.540	109	30
2006	182	5.520	92	30
2007	163	7.440	124	46
2008	187	10.380	173	56
2009	141	8.460	141	60
2010	136	1.680	28	12
2011	158	12.190	203,2	77
2012	114	8.794	146,6	77
Total	2.377	101.083,6	1.641,15	

CUADRO 8
CASOS CON VIOLACIONES A LA LIBERTAD DE
EXPRESIÓN SEGÚN EL GÉNERO

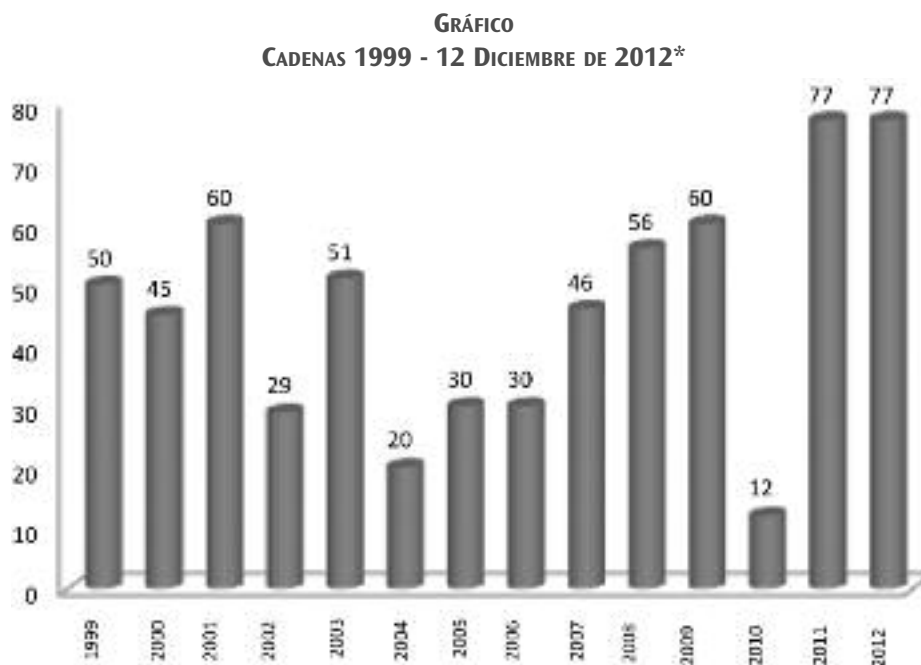
SEXO	TOTAL	%
Masculino	98	65,3
Femenino	52	34,7
Total general	150	100,0

violaciones (15) las cuales, en su mayoría, fueron llevadas a cabo por actuación de los cuerpos de seguridad y funcionarios públicos del Estado. Descalificaciones públicas, restricciones a las fuentes de información oficial, amenazas e intimidación a los periodistas, procesos judiciales ilegítimos y focalizados de acuerdo a la línea editorial, evidencian un proceso sistemático de hostigamiento a la libertad de expresión en el estado Barinas. El tercer y cuarto lugar lo ocupan los estados Carabobo (13) y Monagas (11) respectivamente. (Ver cuadro 7)

En el monitoreo de las violaciones a la libertad de expresión, no se expresó la presencia de algún sesgo focalizado según el género, no se evidenció que fuera una variable con incidencia en estas agresiones. Se mantuvo la tendencia de los años anteriores. (Ver cuadro 8)

Cadenas de radio y televisión

El Reglamento Electoral en Venezuela autoriza a cada candidato a disponer de tres minutos diarios por canal de televisión para exponer sus propuestas; no obstante, la Ley Orgánica de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (ley resorte) contempla la obligación de que las estaciones



* Datos de Espacio Público.

de radio y TV deben transmitir mensajes oficiales ordenados por el Gobierno nacional. El reciente estudio de Espacio Público, indica que durante el año 2012, desde el 01 de enero al 12 de diciembre, hubo un total de 114 cadenas con un total de 8 mil

794 minutos, lo que equivale aproximadamente a una cadena de radio y televisión cada dos días. (Ver cuadro 9)

Las transmisiones obligatorias de radio y televisión se mantienen como una política pública y constituyen un modo de res-

tricción ilegítima a la libre circulación de la información. Estas transmisiones no cuentan con ninguna regulación, son arbitrarias y discrecionales.

Son utilizadas frecuentemente para el proselitismo político partidario y su reiteración constituye un abuso gubernamental que otorga ventajas ilegítimas en la circulación de los mensajes en un contexto electoral en el que varios funcionarios, incluido el presidente de la República, optan a cargos de elección popular.

ESPACIO PÚBLICO

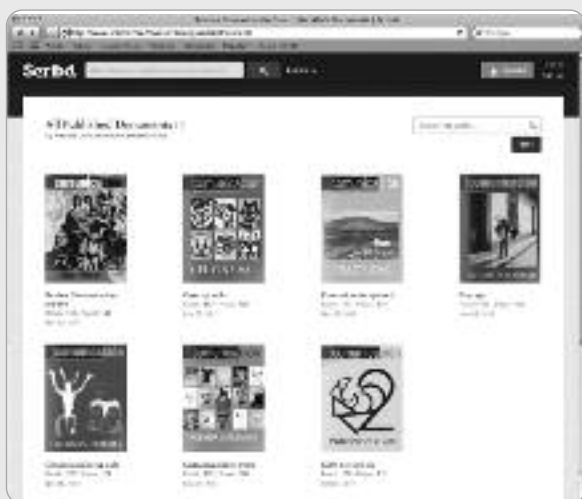
ONG dedicada a la promoción y defensa de los derechos humanos, especialmente la libertad de expresión; el derecho a la información y la responsabilidad social en los medios de comunicación social.

Notas

- 1 Espacio Público (2012): *Manifestantes agreden a equipo reportero de RCTV durante revuelta en la UCV*. Consultado en enero 19, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/1182-manifestantes-agreden-a-equipo-reportero-de-rctv-durante-revuelta-en-la-ucv>
- 2 Espacio Público (2012): *Corresponsal de Globovisión en Táchira agredida por seguidores del PSUV*. Consultado en julio 16, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2272-corresponsal-de-globovision-en-tachira-agredida-por-seguidores-del-psuv>
- 3 Espacio Público (2012): *Equipo de VTV agredido y expulsado de marcha de Henrique Capriles*. Consultado en julio 17, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2398-equipo-de-vtv-agredido-y-expulsado-de-marcha-de-henrique-capriles->
- 4 Espacio Público (2012) *GNB retiene a periodista de Globovisión durante pauta en el estado Monagas*. Consultado en enero 21, 2012 en [http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/1183-gnb-retiene-a-periodista-de-globovision-durante-pauta-en-el-estado-monagas-\)](http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/1183-gnb-retiene-a-periodista-de-globovision-durante-pauta-en-el-estado-monagas-)
- 5 Periodistas internacionales denuncian irregularidades en llegada a Venezuela por comicios electorales. Consultado en octubre 04, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2485-periodistas-internacionales-denuncian-irregularidades-en-llegada-a-venezuela-por-comicios-electorales>
- 6 Espacio Público (2012): *Periodistas internacionales denuncian irregularidades en llegada a Venezuela por comicios electorales*. Consultado en noviembre 04, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2485-periodistas-internacionales-denuncian-irregularidades-en-llegada-a-venezuela-por-comicios-electorales>
- 7 Espacio Público (2012): *Iris Varela prohibió declaraciones a periodistas por situación carcelaria de La Planta*. Consultado en mayo 05, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2337-iris-varela-prohibio-declaraciones-a-periodistas-por-situacion-carcelaria-de-la-planta-> / CNP (2012) *Prohibieron la presencia de los medios de comunicación en La Planta*. Consulta
- 8 Espacio Público (marzo 07, 2012): Entrevista realizada por Espacio Público. Consultado en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2276-despues-de-5-anos-niegan-acceso-a-periodista-en-barinas-a-televisora-sin-explicaciones>
- 9 Espacio Público (2012): *Declaraciones de Mario Silva incitan acoso a Patricia Janiot*. Consultado en mayo 15, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2339-declaraciones-de-mario-silva-incitan-acoso-a-patricia-janiot> / Líder (2012) *Periodista de Líder no es un espía gringo*. Consultado en mayo 15, 2012 en <http://www.liderendepor.com/Noticias/Tiempo-Extra/Periodista-de-Lider-no-es-un-espia-gringo.aspx>
- 10 Espacio Público (2012): *Investigan a Weil por caricatura sobre crisis del agua en Monagas*. Consultado en marzo 21, 2012 en <http://www.espaciopublico.org/index.php/noticias/1-libertad-de-expresi/2289-investigan-a-weil-por-caricatura-sobre-crisis-del-agua-en-monagas>
- 11 Noticiero Digital (2012): *Blanca Eekhout llama a investigar a medios por crear falsas expectativas y generar violencia y depresión*. Consultado en octubre 24, 2012 en <http://www.noticierodigital.com/2012/10/blanca-eekhout-llama-a-investigar-a-medios-por-crear-falsas-expectativas-y-generar-violencia-y-depresion/>
- 12 Últimas Noticias (2012): *Cadena Capriles rechaza intimidaciones contra periodista*. Consultado en diciembre 22, 2012 en <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/investigacion/cadena-capriles-rechaza-intimidaciones-contra-peri.aspx>

comunicación en línea

<http://es.scribd.com/comunicaciongumilla>



También estamos
en Facebook
Este es el código QR
para acceder



galería de papel

ADRIÁN GARCÍA **Vestigios de una estética de lo precario**

Un vestigio nombra los pedazos, los restos o las huellas físicas o simbólicas de algo que existió. Con el fin de llegar a través de una inferencia a un descubrimiento, un vestigio resulta una pieza fundamental que permite avanzar dentro de un proceso investigativo.

Adrián García recolecta vestigios de iconos del mundo del espectáculo que tocan el antes y el ahora de una realidad envuelta en el celofán del neopop y el mal gusto. Trabaja desde lo precario de la imagen. Deja a un lado el retoque que le ofrecen novedosos programas de computación, para operar directamente con la mala calidad del original y de su reproducción: fotocopias, transferencias o calcos. Mediante imágenes apropiadas de los medios de comunicación utiliza ideas y vestigios de la experiencia a través de salidas que conducen a lo extrapictórico. Transgrede iconos, entornos y contextos generando ficciones en su construcción narrativa.

II

Lo extrapictórico es un acto de transgresión. Rompe con los materiales y reglas de la tradición pictórica. Es una manera de entender y abordar lo pictórico al margen de la pintura. La estética transgresora entra al mundo del arte moderno de la mano del *collage* a través de la obra de los artistas cubistas, al incluir estos en sus soportes elementos no pictóricos: papeles impresos, telas estampadas, etiquetas de vinos, tejidos naturales, envoltorio de fósforos y tabaco, entre otros materiales del mundo real. El uso de lo extrapictórico se extendió entre los principales artistas de la vanguardia modernista, quienes no tardaron en reconocer su potencial como elemento expresivo y provocador.

Sin duda alguna, Marcel Duchamp ha sido el mayor y más influyente transgresor en la historia del arte. Introdujo objetos comunes reales en una sala de exposición. Este acontecimiento generó una estructura semántica capaz de dar nuevos contenidos a los objetos seleccionados por el artista. A partir de entonces, la realidad real se apropió de los museos y galerías.

III

La apropiación en el arte contemporáneo es una propuesta desmitificadora y subversiva que aparece en Nueva York, en 1977. Va contra la originalidad de la representación y su nombre puede albergar una fuerte dosis de ironía debido al hecho de *apropiarse* de algo ajeno sin ningún pudor. Se diferencia de la copia en el hecho de reclamar originalidad ante esta acción transgresora.

Adrián García es un fiel oficiante de la transgresión a través de lo extrapictórico, la apropiación y las migraciones del lenguaje del arte. En sus propuestas, conformadas por agregación, interrelación y diálogo entre imágenes diversas, se refugia en el neopop y neokistch, factores fundamentales del proceso y desarrollo del hecho artístico y los espacios sociales que lo acompañan. Deja a un lado la originalidad y la linealidad en función del proceso, la acumulación y el reciclaje como expresión y dislocación en la búsqueda de una metáfora incompleta de la realidad visual del entorno según los nuevos contextos que este artista construye.



IV

Siente una natural fascinación por figuras icónicas nacidas y amantadas por los *mass media*. Imágenes que manipula y reinventa a través del *collage* o la escultura blanda, ensayando distorsiones, acumulaciones, fragmentaciones del espacio. Imágenes reiterativas y manipulaciones fotográficas dentro de una atmósfera procesual. Un fuerte componente azaroso y arbitrario domina su propuesta. Nada se dejar ver como definitivo, solo impera un mero discurrir de estímulos y puntos de partida para que la pieza se construya con los vestigios materiales de la experiencia vivida y la especulación mental del artista y el espectador. Utiliza la fragmentación para recomponer y reestructurar sus relatos. Palimpsestos que dejan a un lado jerarquías y técnicas. Sus turbaciones y transgresiones nacen desde la diversidad y la pluralidad dentro de la amplitud de su significado.

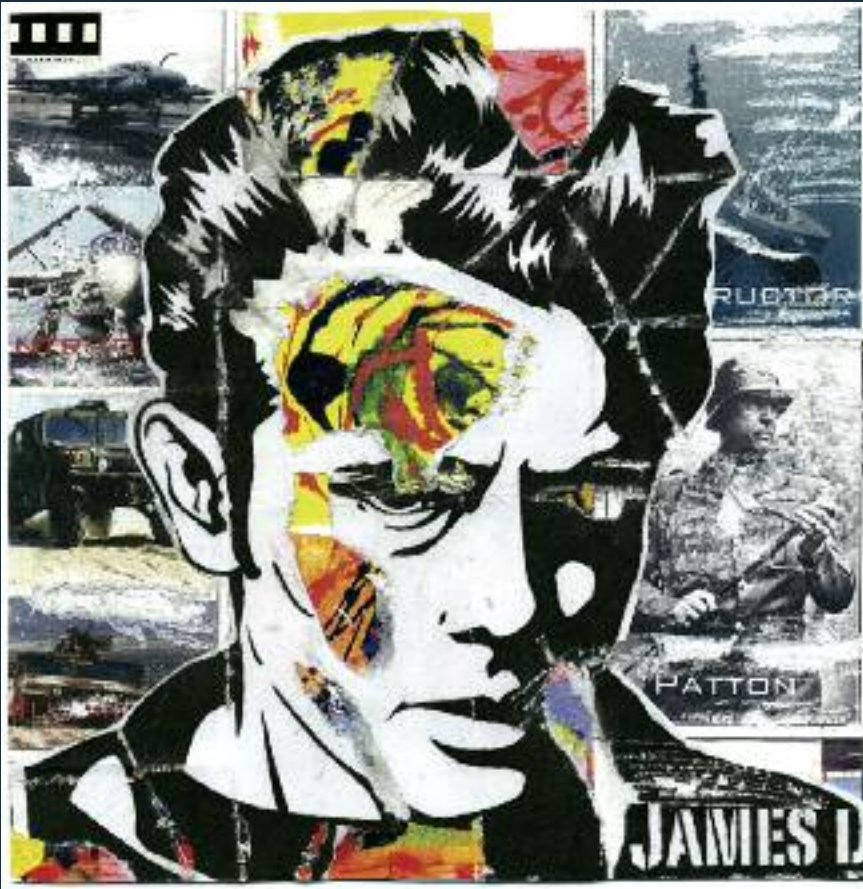
V

La escultura blanda, la instalación y el *performance* son medios dentro de los cuales oscilan otros argumentos visuales que activan imágenes mentales de Adrián. Sus apropiaciones bajo ningún concepto se apegan a copiar, robar identidades artísticas o plagiar el modelo formal o conceptual del archivo ancestral de la historia de la humanidad del cual parte. En algunos casos utiliza como forma de provocación hipérboles visuales que exageran o disminuyen, transformación de escalas, de aspectos normales de la figura original; en otros emplea metáforas visuales y táctiles que construye por asociación o contraposición entre el pasado y el ahora. Si en las imágenes originales existe una fuerte síntesis en la representación humana, en la propuesta de Adrián esta se hace mucho mayor.

VÍCTOR HUGO IRAZABAL irazabalzu@yahoo.com



Galería de Papel. Adrián García. Caracas, 2013



Galería de Papel. Adrián García. Caracas, 2013

- *Globovisión*, símbolo de una época
- Carta del presidente de *Globovisión* a los trabajadores de la televisora
- Comunicación para el desarme: materia de arrastre para la paz en Venezuela
- Una campaña de *muerte súbita*
- El 14-A a la luz de los estudios de investigación
- Marques de Melo: nuestro mentor y enlace continental
- Las últimas cuartillas de Simón Alberto Consalvi (1927-2013)
- Simón Alberto Consalvi. Un sobreviviente
- Lo efímero y la diversión. Claves para reconocer el presente
- Los viejos como espectadores y espectáculo
- Recuerdos del futuro (II)
- Producción y consumo de lo *bien conocido*
- El insulto y la descortesía en el discurso político venezolano
- Conversación entre Mario Vargas Llosa y Gilles Lipovetsky
- Situación de la libertad de expresión en Venezuela 2012