

Memoria y Cuenta del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (Análisis)

Todos los años, el presidente de la República debe presentar ante la Asamblea Nacional la Memoria y Cuenta de su gestión al frente del Poder Ejecutivo en el año inmediatamente anterior. Para ello, los distintos entes del Gobierno elaboran la respectiva Memoria en relación al área de su competencia. El presente artículo analiza la Memoria y Cuenta del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (Minci). Se trata de un análisis que describe y explica las políticas comunicacionales del ente durante el año 2014.

I RAFAEL QUIÑONES

Desde mediados del año 2003, el gobierno el presidente Hugo Chávez demostró el interés y la intención de incrementar y fortalecer el poder comunicativo del Estado central venezolano. La crisis de abril de 2002 y el paro del período 2002-2003, habían demostrado el increíble poder de los medios de comunicación privados para difundir e interpretar un sentido de la realidad política que se vio cónsono con los intentos de desestabilización al gobierno de Hugo Chávez. Ante esa realidad, el Ejecutivo nacional lanzó un contrataque con objetivos a corto, mediano y largo plazo, cuyas consecuencias aún se están dilucidando por parte de la opinión pública nacional. En paralelo a los programas de asistencia social llamados *misiones*, concretadas a partir del año 2003, el gobierno central incrementó sustantivamente los recursos destinados a los medios oficiales, aumentó el número de dichos medios, unificó la política comunicacional y fortaleció el radio de acción de dicha política comunicacional en el espectro impreso, radioeléctrico y audiovisual dentro de nuestras fronteras. El combate por la interpretación del sentido de la realidad nacional por parte de la opinión pública local había comenzado.

Las políticas comunicativas que estableció el gobierno bolivariano, desde Hugo Chávez en el período 2003-2013 y su sucesor Nicolás Maduro, entre el período 2013 hasta la actualidad, han sido diversas, consecuentes y ricamente financiadas con el erario público nacional. No es parte de este artículo hacer un largo recuento de las mismas y su descripción, pero no está de más mencionar algunas de las más para-

digmáticas. La aprobación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (ley resorte) que regula los contenidos a ser emitidos por las televisoras privadas y otorga en las mismas para beneficio del Estado largos tiempos de publicidad; la creación de múltiples medios impresos, radioeléctricos y televisivos (de estos últimos, hasta seis canales de cobertura nacional); la no renovación del permiso de concesión al canal —crítico del gobierno— *Radio Caracas Televisión*; y la financiación de una larga cadena de medios radioeléctricos y audiovisuales de carácter comunitario con un claro discurso oficialista.

Todo lo anterior se reseña para señalar que el presente artículo analizará la Memoria y Cuenta del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (Minci), donde se procederá a describir y explicar las políticas comunicacionales de este ente durante el año 2014. En consonancia con el Plan de la Patria difundido por el Presidente-candidato Hugo Chávez y luego su sucesor Nicolás Maduro, la política comunicacional del Estado central se concibe con objetivos ideológicos y de ingeniería social, más allá de lo que tradicionalmente se concibe en otros países. El marcado deseo de la actual élite gobernante en Venezuela no es solo reflejar el punto de vista del Gobierno central en materia de la información de los hechos nacionales de una manera hegemónica (que ellos mismos han denominado hegemonía comunicacional), sino también de forma manifiesta argumentan que la misma debería servir para la construcción del socialismo del siglo XXI. A continuación se analizará la Memoria y



Esta primera parte de la Memoria y Cuenta termina aclarando que se busca consolidar la revolución bolivariana, para generar cambios posibles e irreversibles en el ser humano. Todo esto como legado post mortem del presidente Hugo Chávez Frías.

Cuenta del año 2014 para detectar en qué medida estos objetivos se persiguieron durante ese año.

Competencias y organización

Antes de comenzar la descripción de las competencias y organización del Minci, procedemos a una exposición de motivos que establece unas interesantes aclaratorias. Entre las mismas podemos resaltar la que establece que el Minci está adscrito al *Segundo plan socialista de desarrollo económico y social*, junto con el Plan de la Patria 2013-2019, para concretar el socialismo del siglo XXI. Aunque esto no es para nada inédito en las memorias y cuentas de otros ministerios, es positivo aclarar el abierto tinte ideológico con que se asume la actividad del Minci, que como ellos dicen es “garantizar el derecho constitucional del pueblo a estar informado veraz y oportunamente y al libre ejercicio de la información” y “hacia la consolidación de un Nuevo modelo comunicacional que tenga como eje central la participación popular y protagónica de las y los venezolanos”.

Esto nos aclara, de antemano, el sesgo político e ideológico de las actividades del Minci en el período 2014 hacia el 2015. El mismo texto se atribuye avances a través de políticas públicas orientadas al acceso masivo a la información y multiplicación de espacios para la comunicación, tanto dentro de Venezuela como fuera de ella, en la región caribeña. Se afirma igualmente que el Estado ha avanzado en suministrar garantías constitucionales para la información y la comunicación, ya que las mismas han sido víctimas de ataques “del embate sostenido por la derecha internacional y sus partidos nacionales ante la provocación diaria y desde múltiples flancos, a la violencia...”. Es decir, se da por sentado como prueba empírica de los problemas de las políticas públicas del Ministerio, el enfrentar una campaña de odio generada por factores internos y externos del país.

Con base a lo anterior, el Minci se proyectó como un ente que ha impulsado un mayor despliegue de los medios alterna-

tivos y comunitarios, para el desarrollo de iniciativas institucionales que implementen mejores herramientas tecnológicas de los medios televisivos públicos en la superación de la emisión de señales analógicas, para la transición al formato digital en el 2019. Esta primera parte de la Memoria y Cuenta termina aclarando que se busca consolidar la revolución bolivariana, para generar cambios posibles e irreversibles en el ser humano. Todo esto como legado *post mortem* del presidente Hugo Chávez Frías.

Entrando ya de lleno a la competencia y organización del Minci, se aclara que la misión del ministerio es consolidar el desarrollo e integración de una política comunicacional, informativa y *propagandística* del Estado, estructurada desde la articulación y coordinación efectiva entre los poderes públicos, para promocionar a través de sus políticas públicas la comunicación democrática, protagónica y participativa. Su visión se enuncia como una institución pública garante del derecho constitucional al acceso de la información veraz, plural y sin censura del pueblo venezolano, promoviendo la democratización de los procesos comunicacionales y planes cónsonos con el *Plan de desarrollo económico y social de la nación*. Sus valores se enmarcan en la honestidad, identidad nacional, proactividad, respeto, responsabilidad, solidaridad, trabajo en equipo y veracidad.

El documento nos informa una larga serie de competencias del Ministerio, que se encuentran contenidas en el Decreto N° 6.732, de fecha 2 de junio de 2009, sobre Organización y Funcionamiento de la Administración Pública Nacional. Resaltamos algunas de ellas.

- Formular y ejecutar coordinadamente con los órganos y entes de la Administración Pública Nacional, el Plan Estratégico Comunicacional del Ejecutivo nacional, el cual contendrá las políticas, directrices, estrategias, programas y proyectos a ser desarrollados en este ámbito.
- Dirigir, planificar, coordinar y promover las políticas informativas que divulguen y proyecten al país en el exterior.
- Conducir, mantener y promover las relaciones del Ejecutivo nacional con los medios de comunicación social nacionales y extranjeros, públicos y privados, alternativos o comunitarios.
- Acreditar y apoyar, en coordinación con la Casa Militar, a los distintos medios de comunicación nacionales que cubren la fuente informativa relacionada con las actividades del presidente de la República. De esto cabe resaltar la excesiva emisión de material de actividades del presidente de la República en los medios públicos.
- Planificar, coordinar, supervisar y evaluar las actividades vinculadas con la realización de campañas publicitarias. Esto genera una completa ambigüedad de qué campañas publicitarias se realizan, para qué y quién lo hace. Discreción total para hacer publicidad indiscriminada a favor del Gobierno, que puede deformarse a favor del partido en el poder.
- Elaborar proyectos y propuestas sobre la regulación de la gestión informativa, divulgativa y publicitaria del Estado venezolano y someterla a la consideración de las instancias pertinentes.

Estas son algunas de las competencias que se atribuye el Minci, dentro de un lenguaje ambiguo que no permite inferir correctamente cuales son las potestades de este ente estatal. Su reseña sobre la estructura organizativa es menos vaga, más concreta, dibujándonos un árbol organizativo que podemos enunciar así:

- Despachos de viceministros de comunicación e información, televisión, radio, medios impresos y redes sociales.
- *Despacho del ministro*: unidad superior investida de las atribuciones de asistir a dicho ministro en sus relaciones con los demás órganos del Poder Público, organizar las actividades de la agenda del ministro, planificar el apoyo logístico y administrativo al despacho del ministro, administrar la información y correspondencia del despacho del ministro, entre otras funciones.
- *Junta ministerial*: integrada por el ministro del Poder Popular para la Comunicación y la Información, viceministro de comunicación e información, viceministro para televisión, viceministro para radio, viceministro para medios impresos, viceministro de redes sociales. La junta ministerial tiene como potestad, la planificación y coordinación estratégica del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información; la dirección de campañas públicas en materia de comunicación e información; y las demás que señalen las leyes y reglamentos.
- *Despacho del viceministro de comunicación e información*: tiene como atribuciones conducir el diseño, formulación y seguimiento de proyectos dirigidos a promocionar la gestión de la administración pública nacional; diseñar y dirigir la ejecución y evaluación de las políticas comunicacionales destinadas al fortalecimiento de las relaciones con los organismos gubernamentales; coordinar con los viceministros la ejecución de los lineamientos políticos, estrategias y planes establecidos desde y para cada plataforma; promover el fortalecimiento de los medios de comunicación alternativos y comunitarios y la articulación social con las instancias del poder popular; establecer políticas y acciones destinadas a la promoción y desarrollo de la producción nacional independiente; *evaluar los resultados de las investigaciones realizadas por el Ministerio dirigidas a la identificación de tendencias de la opinión pública en relación a la percepción de los problemas nacionales y políticas públicas implementadas por la administración pública nacional*, entre otras funciones.
- *Despacho del viceministro para televisión*: está regulado por la Ley Orgánica de Administración Pública. Tiene como competencias diseñar políticas definidas



Despacho del viceministro para redes sociales: supervisa el análisis de contenidos informativos de interés público que se generan en redes sociales; evalúa los estudios sobre tendencias y opinión pública en redes sociales, entre otras funciones.

para el sector de los medios audiovisuales tutelados por el Ministerio; planificar y ejecutar políticas públicas comunicacionales para las televisoras adscritas al Estado; supervisar la difusión audiovisual de la gestión del Ejecutivo nacional; y velar por el cumplimiento de la normativa jurídica que rige a los medios televisivos adscritos al Ministerio y la actividad cinematográfica nacional.

- *Despacho del viceministro para la radio*: diseñar y conceptualizar políticas para el sector radial; planificar proyectos para los medios radiales bajo el tutelaje del Estado; imponer a las radios privadas los mensajes institucionales, educativos y culturales de interés público que deben emitir; y promover la actualización tecnológica de los medios radiales del Estado.
- *Despacho del viceministro de medios impresos*: diseñar y conceptualizar las políticas definidas para el sector público de medios impresos; planificar, dirigir y coordinar la ejecución de las políticas, estrategias, planes, proyectos y lineamientos informativos; supervisar la difusión de la gestión del Ejecutivo nacional en los medios impresos públicos; dirigir el desarrollo de los portales web informativos; conducir la difusión de la imagen institucional; elaborar estudios sobre perfil de audiencias, entre otras funciones.
- *Despacho del viceministro para redes sociales*: coordina la ejecución de las políticas, estrategias y lineamientos informativos y comunicacionales, destinados a difundir la gestión del Ejecutivo nacional en redes sociales; supervisa el análisis de contenidos informativos de

interés público que se generan en redes sociales; evalúa los estudios sobre tendencias y opinión pública en redes sociales, entre otras funciones.

En el marco normativo del Minci, se aclara que el ente fue creado el 19 de agosto de 2002 por el presidente Hugo Chávez Frías, cuyas bases legales se fundamentan en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, el Decreto N° 1.424 de la Ley orgánica de la Administración Pública; la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (reforma de la ley resorte); la Reforma Parcial de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones; Ley Orgánica del Poder Popular; Ley Orgánica de la Contraloría Social; Ley sobre Derechos de Autor; y la Ley Orgánica del Consejo Federal de Gobierno, entre las más importantes.

Líneas de Acción

Con relación a la sección de competencias y organización del Ministerio, tenemos una exposición más concreta de la gestión política e institucional orientada al bien mentado nuevo modelo de política comunicacional, enmarcado en el *Segundo plan socialista de desarrollo económico y social de la nación* y el Plan de la Patria 2013-2019. Dicha exposición define los siguientes ejes transversales de acción:

- *Político institucional*: se implementaron medidas en los medios de ámbito estatal para su especialización con atención a perfiles y tipos de audiencia, a fin de optimizar la gestión y política comunicacional del Estado.
- *Producción de contenidos*: se desarrollaron proyectos estratégicos para incrementar la generación de materiales informativos y comunicacionales asertivos desde los medios públicos en sus diferentes géneros, con énfasis en la formación de valores democráticos, el trabajo liberador y productivo, los principios bolivarianos y el sentido crítico.
- *Participación popular*: acompañamiento y fortalecimiento de la comunicación popular y alternativa como espacio para la participación y la contraloría social, mediante el fomento de iniciativas de formación e intercambio de saberes, fortalecimiento de los comunicadores, el asesoramiento técnico y la dotación de equipos e insumos, que impulsen la articulación de redes de comunicación y medios de expresión de la palabra, desde y para el poder popular.



■ **Territorial-nacional:** brindar garantías de acceso a la información y comunicación en todo el territorio nacional, a través del fortalecimiento de las capacidades locales de generación y transmisión de contenidos.

■ **Internacional:** se concretaron acciones destinadas a la *contraofensiva comunicacional para la proyección de la imagen del país y la difusión de la gestión del gobierno bolivariano en el ámbito internacional*. Asimismo, se planteó el fortalecimiento de las capacidades y el alcance de Telesur y Radio del Sur.

La Memoria y Cuenta aclara, que el Minci logró un incremento de 52 % en la cartera de proyectos estratégicos ejecutados con respecto al 2013, para un total de 47 categorías presupuestarias. Igualmente el documento nos informa la incorporación de cinco nuevos entes adscritos al Ministerio: Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), Fundación Villa del Cine, Fundación Distribuidora Nacional de Cine Amazonia Films, Complejo Editorial Batalla de Carabobo y Fundación Poliedro de Caracas, orientados a fortalecer las competencias institucionales vinculadas a la regulación de las telecomunicaciones, la producción y promoción de contenidos audiovisuales, digitales e impresos.

Logros alcanzados

La Memoria y Cuenta del Ministerio en este apartado es más concreto sobre actividades específicas implementadas por el organismo, que la larga lista de atribuciones y entidades burocráticas que forman parte del ente estatal. Se divide en tres aspectos asociados al Segundo Plan Socialista de la Nación (Plan de la Patria 2013-2019): garantizar la continuidad y consolidación de la revolución bolivariana; construir una sociedad igualitaria y justa; continuar el desempeño de un papel protagónico en la construcción de la unión latinoamericana y caribeña. De esos logros concretos exponemos los más resaltantes de cada uno de los tres aspectos.

1. Logros asociados para garantizar la continuidad y consolidación de la revolución bolivariana (objetivo N°1 histórico del Segundo Plan Socialista de la Nación, Plan de la Patria 2013-2019).

■ Creación de la Agencia Venezolana de Publicidad, empresa del Estado venezolano que centraliza las iniciativas en materia de publicidad y *propaganda* en

Logros alcanzados:

Producción de 7 mil 488

programas de opinión, información y participación social, a través de la pantalla de Venezolana de Televisión, dentro de los que destacan: “Desayuno”; “30 minutos en la noticia” y “Con el mazo dando”

los contenidos comunicacionales y publicitarios asertivos que propendan al desarrollo integral de la nación.

■ La actividad de radios públicas en coberturas y operativos especiales de diverso tipo, en lo político, cultural y deportivo. Aquí podríamos observar, sin suspicacia, la cobertura de eventos culturales de cierta significación para el imaginario nacional, igual que coberturas justificadas de actividades del Estado que nadie podría rebatir. Pero cuando se toca las actividades de la *Radio del Sur*, es sospechosa la reseña de sus actividades de cobertura de elecciones de países eminentemente aliados políticos del Gobierno.

■ Ampliación del subsistema radial de las señales en amplitud modulada de *Radio Nacional de Venezuela* en los estados Carabobo, Aragua, Cojedes, Barinas y Mérida, para una población beneficiada de 6 millones de habitantes; así también la puesta en marcha de tres (3) transmisores AM 1340 KHZ para ampliar la cobertura del Circuito *YVKE Mundial* en los estados Nueva Esparta y Zulia.

■ Producción de 7 mil 488 programas de opinión, información y participación social, a través de la pantalla de *Venezolana de Televisión*, dentro de los que destacan: “Desayuno”; “30 minutos en la noticia” y “Con el mazo dando”, asimismo se menciona el programa humorístico “Topocho Show”; 7 mil 855 horas de contenidos audiovisuales producidos, coproducidos, adquiridos y transmitidos por la *Fundación Venezolana de Televisión Social (Tves)*.

■ El Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información junto con

la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), en ejercicio de sus atribuciones, realizaron diversos encuentros con directivos de los medios privados y públicos del país para valorar sus programaciones y propiciar ajustes que apunten a mejorar la calidad de los contenidos transmitidos en correspondencia con las leyes de la República.

■ Con el objeto de fortalecer la artillería del *pensamiento bolivariano* y *garantizar el derecho a la información oportuna y veraz de la población venezolana*, se produjeron 822 ediciones de los diarios nacionales *Correo del Orinoco* y *Ciudad Valencia*, lo que representa un incremento del 9 % con respecto a lo efectuado en el año 2013, con una distribución de 20 millones 172 mil 011 ejemplares.

■ Se distribuyeron de manera gratuita a personas, instituciones, organizaciones comunitarias, representaciones diplomáticas en el exterior, entre otras instancias, 6 millones 834 mil 881 materiales comunicacionales impresos, a través de más de cien títulos publicados, entre libros, folletos, tabloides y despleables; enmarcados en tres líneas editoriales: *comunicación, política e ideología, gestión y discurso presidencial*; con el objetivo de seguir apuntalando hacia *un sistema de producción de publicaciones estratégicas como contribución vital al impulso y consolidación del socialismo del siglo XXI*.

■ Se brindó cobertura de manera instantánea y permanente a hechos que fueron noticia en el acontecer nacional e internacional, a través de la publicación de 102 mil 044 producciones periodísticas en los diversos portales web de los medios públicos.

■ Se llevaron a cabo 269 actividades de formación y capacitación técnica, dirigidas a comunicadores alternativos y populares.

■ Presentación de 111 obras teatrales en espacios públicos no convencionales, concebidos como una forma de expresar contenidos comunicacionales de interés para todo público desde la dimensión cultural, *enmarcados en la promoción de valores socialistas* y una conciencia social crítica. Entre las obras se destacan: *Vida y obra de nuestro comandante eterno; Conciencia ecológica; Manipulación mediática; 200 años de la Batalla de la Victoria*; así como la realización de una muestra de experiencias de la

comunicación popular en el Cuartel de la Montaña en homenaje al natalicio del comandante supremo Hugo R. Chávez F.

- Desde la plataforma de medios digitales y redes sociales destaca la puesta en funcionamiento de un avanzado sistema de monitoreo de páginas web y redes sociales.
 - Creación del medio de comunicación social web del Estado www.hoyvenezuela.info, con el objetivo de brindar a la población venezolana una herramienta ágil y complementaria de difusión de mensajes instantáneos.
 - Financiamiento de 112 horas de producción nacional independiente.
 - A los fines de impulsar un Sistema de televisión digital abierta, se atendieron doce medios televisivos públicos a través de la Comisión Presidencial de TDA, la cual se conformó con la finalidad de avanzar en la definición y articulación de políticas en esta materia.
 - Incorporación de 645 mil 186 nuevos usuarios a nivel nacional al acceso frecuente y estable del servicio de banda ancha fija.
2. Logros asociados para construir una sociedad igualitaria y justa (objetivo N°2 histórico del Segundo Plan Socialista de la Nación, Plan de la Patria 2013-2019).
- Se llevó a cabo el VII Festival de Cine en Margarita, estado Nueva Esparta, con el objeto de promover y difundir los trabajos nacionales, latinoamericanos y caribeños de profesionales creadores de cine para el intercambio cultural entre países.
 - A través de la Fundación Villa del Cine se produjeron, coprodujeron y distribuyeron doce obras audiovisuales; veinte películas exhibidas en festivales de cartelera nacional e internacional, orientadas a garantizar un balance en la programación de contenidos cinematográficos en el país, que permitieron a la población venezolana la posibilidad de imaginar nuevas culturas en esta materia.
 - Se estrenaron y reestrenaron 35 películas nacionales e internacionales en salas comerciales e independientes.
 - En el ámbito cinematográfico también se batió el récord histórico de espectadores de cine nacional superando los 4 millones 400 mil.



Hay un sesgo ideológico tan pronunciado en su visión de la acción estatal, que deja claro que la separación entre Estado, Gobierno y partido gobernante no existe para los redactores del documento.

- Se transmitieron 28 mil 276 programas radiales, a través de las diversas alianzas de la Radio del Sur, con el objeto de brindar información sobre el acontecer nacional e internacional a los conciudadanos suramericanos.
3. Logros para continuar el desempeño de un papel protagónico en la construcción de la unión latinoamericana y caribeña.
- Realización de dos (2) foros internacionales en Caracas, Venezuela, denominados *Conjura mediática contra Venezuela e Imperialismo financiero fondos buitres*, los cuales contaron con una asistencia de más de mil 700 personas, participación de invitados especiales, investigadores, periodistas, escritores nacionales e internacionales.
 - Con el objeto de garantizar una mayor presencia regional y mundial y enfatizar el ámbito cultural y social del acontecer noticioso nacional e internacional, se logró la captación de 7 millones 638 mil 388 nuevos suscriptores, en más de veintidós países del mundo.

Análisis crítico

La Memoria y Cuenta del Minci podría pasar en algunas partes de su contenido, como un documento perfectamente normal de un informe de ministerio en un país democrático. Tiene su presentación de intenciones, misión, visión, organización del ministerio, líneas de acción y metas alcanzadas. Pero solo una lectura superficial y banal de dicho documento podría llegar a la conclusión de que es un ente estatal dedicado a la comunicación en un país democrático. Hay un sesgo ideológico tan pronunciado en su visión de la acción estatal, que deja claro que la separación entre Estado, Gobierno y partido

gobernante no existe para los redactores del documento. Este sesgo es tan pronunciado que uno apostaría que sus redactores no están conscientes de ello, viendo la fusión entre lo público y lo ideológico completamente normal. Y realmente eso motiva a una preocupación muy sustantiva sobre el futuro de las políticas comunicacionales en el país.

Ya la exposición de motivos nos manifiesta una marcada tendencia político-ideológica de la acción comunicacional del Gobierno. No es una exposición de motivos de una política de servicio público, ni siquiera de lógica de Estado. Es una mezcla de exposición de motivos de un partido político con elementos de diagnóstico de un informe militar. Se procede a exponer que todo el contenido de la acción comunicativa del Gobierno está enmarcada en el Plan de Gobierno del Ejecutivo (Plan de la Patria), que se admite sin tapujos como una extensión de la ideología del partido de gobierno y se concreta en la construcción de un nuevo modelo político-económico en el país, que representa solo a una parte de la nación. Abiertamente se habla no de una política de medios destinada al servicio público y todos los ciudadanos del país, sino para la construcción del socialismo del siglo XXI. Ya bajo esta premisa es difícil haber conseguido un documento de imparcialidad técnica e institucional sobre el Ministerio, lo cual nos prepara para otros elementos importantes en nuestro análisis.

La exposición de motivos igualmente nos manifiesta una visión de las políticas de comunicación, no basada en la construcción de un servicio público para todos los ciudadanos, sino de combate político-ideológico con matices que rayan en el militarismo. Se concibe la política comunicacional del Estado no como una acción para satisfacer determinadas necesidades de los habitantes del país en un contexto democrático, sino como una herramienta ideológica para combatir intentos de desestabilización de un enemigo externo (partidos nacionales de oposición) y externo (derecha internacional). La comunicación estatal no busca una acción consensuada y de negociación sobre qué información es beneficiosa para la ciudadanía y los intereses del Estado, sino como una confrontación política donde está en juego la interpretación de la realidad por la hegemonía de un tipo particular de medio (en este caso, el gubernamental). Esta visión polarizada de la acción comunicacional niega de antemano cualquier encuentro y construcción de consensos para una política estatal de comunicación para el servicio público. Lo público se confunde con

lo estatal, lo estatal con lo gubernamental y lo gubernamental abiertamente con la ideología del partido oficial, la cual se esgrime como verdad absoluta e inapelable.

La política comunicacional a su vez se expone como una herramienta de perpetuación hegemónica de una élite política al decir, sin tapujos, que su misión principal es la consolidación de la revolución bolivariana. El añadir que es necesaria la consolidación de dicha revolución para operar cambios profundos en el ser humano, deja claro que este no es un documento técnico y mucho menos democrático de un ministerio, sino producto de la filosofía particular de un partido de gobierno. El coronar la necesidad de este uso de la comunicación para un interés político de una facción, con alabanzas de culto a la personalidad al presidente Hugo Chávez, hace imposible dejar de ver al Minci como una entidad de propaganda ideológica en lugar de un ente de servicio público. En la misma exposición de motivos del documento se le admite como instrumento propagandístico de la obra de gobierno y no como instrumento para facilitar la labor comunicativa del Estado con la sociedad.

La parte dedicada a la enunciación de las competencias que tiene el ministerio, con relación a la exposición de motivos, parece más ortodoxa para un ministerio. Tenemos una serie de atribuciones y funciones detalladas de un ente de la comunicación estatal que no parece contradecir ningún principio institucional en democracia. Adaptarse a la estrategia comunicacional del Ejecutivo nacional, conducir las relaciones de la presidencia con el resto de los medios que existen en el país, regular la actividad comunicativa del Estado, etcétera. Todo en apariencia correcto, excepto que existe una total ambigüedad de estas competencias cuando no se aclara la naturaleza y objetivos de las actividades relacionadas con la actividad publicitaria del Gobierno, ya que queda a su discreción lo que quiera emitir sobre lo que considere son los intereses de la nación, así como el manejo de publicidad a favor de los funcionarios del Estado central.

De la división de los despachos que atienden la política comunicacional del Gobierno, superficialmente no se tiene nada que objetar. Solo se puede señalar una muy marcada necesidad de centralizar todo el proceso de comunicación en el Minci y nula intención de construir organismos intermedios entre los medios no estatales y el Gobierno, para crear controles ciudadanos sobre la política estatal de comunicación y la acción publicitaria del Gobierno. También hay una nula interacción de los diferentes



(...) se puede señalar una muy marcada necesidad de centralizar todo el proceso de comunicación en el Minci y nula intención de construir organismos intermedios entre los medios no estatales y el Gobierno, para crear controles ciudadanos sobre la política estatal de comunicación y la acción publicitaria del Gobierno.

ámbitos del Minci con entidades descentralizadas de comunicación de gobernaciones, alcaldías y juntas comunales. Es una estructura centralista, altamente burocratizada y con escasos vasos comunicantes con la sociedad venezolana no cooptada por el aparato de la administración pública.

Una de las funciones que más llama la atención del Ministerio es su necesidad de detectar tendencias en la opinión pública con relación a determinados problemas de interés nacional. No se aclara que dicha preocupación se traduzca en crear un mecanismo para presionar al Estado a modificar su acción, en base a la presión ciudadana sobre la agenda pública del Estado para así atender determinada problemática de corte social. Cuando previamente se ha admitido el carácter propagandístico de la política del Estado en materia de comunicación, no cabe más que concluir que esa medición de la opinión pública por parte del Minci tiene más que ver con investigar modalidades para impactar la opinión pública de forma favorable a los intereses del Gobierno, que medir las exigencias ciudadanas y con relación a esto, generar un conjunto de prioridades para la agenda pública a tomar en cuenta por el Estado central.

Las líneas de acción no parecen alejarse de lo que normalmente se esperaría de la gestión de un ministerio normal. Se detalla una comunicación como política institucional, de producción de contenidos, incremento de participación popular y proyección internacional. Todo pareciera tener como objetivo fortalecer la producción democrática de contenidos por parte del Estado, el fortalecimiento y actualización tecnoló-

gica de los medios del Estado y el uso de los medios gubernamentales de comunicación para funciones de contraloría social. Solo el uso de medios internacionales para generar una proyección internacional podría verse como algo fuera de lugar, que crea la suspicacia de una acción comunicativa del Estado para beneficio de su élite política en relación a la opinión pública internacional, cuando se declara “acciones destinadas a la contraofensiva comunicacional para la proyección de la imagen del país”.

Los logros alcanzados en la última parte de este análisis de la Memoria y Cuenta del Ministerio, nos vuelve a llevar al espíritu más rancio de la ideologización y sectarismo de la política de medios de comunicación del Estado. Ya de entrada nos señalan que dichos logros se enmarcan en los objetivos históricos número 1, 2 y 3 del Segundo Plan Socialista de la Nación, Plan de la Patria 2013-2019. El primero es consolidar la revolución bolivariana; la segunda, la construcción de una sociedad igualitaria y justa; la tercera, la construcción de la unión latinoamericana y caribeña. Todos son objetivos evidentemente ideológicos con escasa conexión con las funciones institucionales e imparciales de una política democrática de gobierno. La fusión de los ideales de un partido con los de un ministerio para la comunicación social es demasiado evidente.

Algunos de dichos logros podrían, a simple vista, parecer una política común de comunicación, pero en el mismo enunciado de los logros se deja claro el sectarismo político y la ideologización tendenciosa en su implementación. La creación de una Agencia Venezolana de Publicidad se admite sin sutilezas para publicitar los logros del Gobierno. La producción de información en los medios impresos estatales se anuncia como parte de *La artillería del pensamiento bolivariano*. Se admite que determinados materiales informativos tienen como objetivo *un sistema de publicaciones estratégicas como contribución vital al impulso y consolidación del socialismo del siglo XXI*. Y la producción teatral financiada por el Estado ha generado obras a favor del culto a la personalidad del fallecido presidente Hugo Chávez. Todo eso deja claro el carácter discrecional, ideologizado, sectario y anti-democrático de la política comunicacional del Estado venezolano, al menos en la Memoria y Cuenta del Minci.

Conclusiones generales

- La exposición de motivos de la Memoria y Cuenta del Ministerio nos refleja una visión fundamentalmente partidista y

sustantivamente ideologizada de la política comunicacional del Gobierno. No se ve la comunicación estatal como un servicio público para el bienestar de la ciudadanía, sino para el conflicto político del Gobierno ante sus adversarios, tanto dentro como fuera del país.

- Las competencias del Minci nos describen un ente altamente centralista, fuertemente burocratizado y con escasos vasos comunicantes con la sociedad civil y los entes descentralizados de gobierno. Se deja claro que el Ministerio tiene labores de propaganda más que de información de la gestión de Gobierno.
- Se admite abiertamente el monitoreo constante de tendencias de la opinión

pública en la sociedad venezolana, sin señalar si se hace por razones de conectar la gestión del Gobierno con las necesidades del país, o más bien para suministrar datos frescos para influenciar a la opinión pública por beneficios políticos.

- Las líneas de acción de la Memoria y Cuenta nos dibuja en teoría una gestión comunicacional apegada a la democracia y la institucionalidad, más en relación a la necesidad de una política internacional de comunicación no se aclara su intencionalidad, más allá de *Proyectar al país internacionalmente*, lo cual presume un contenido ideológico de la obra del Gobierno venezolano en la opinión pública internacional.

- Los logros del Ministerio en el año 2014 se enmarcan, sin tapujos, dentro de los puntos 1, 2 y 3 del Segundo Plan Socialista de la Nación, admitiéndose sin sutilezas la generación de la política comunicacional del Gobierno para fines políticos, como consolidar la revolución bolivariana, promover el socialismo del siglo XXI y el pensamiento bolivariano, y el culto a la personalidad del presidente Hugo Chávez.

RAFAEL QUIÑONES

Sociólogo de la Universidad Católica Andrés Bello. Maestría por la Universidad Simón Bolívar en Ciencias Políticas.



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



Tarifas de suscripción Revista SIC

VENEZUELA

Correo ordinario	Bs. 900,00
Suscripción solidaria	Bs. 1.800,00
Suscripción electrónica	Bs. 500,00
Número suelto	Bs. 100,00

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla

BUZONES CORREO ELECTRÓNICO

REDACCIÓN SIC / sic@gumilla.org

REDACCIÓN COMUNICACIÓN / comunicacion@gumilla.org

UNIDAD DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org

ADMINISTRACIÓN / administracion@gumilla.org