

---

# Del pueblo de Bolívar al uso de los Bolívares del pueblo

(A propósito de la imagen de Bolívar en el contexto electoral)

ATILIO ROMERO MORANTES

---



Bolívar es una verdad histórica y una fantasía mitológica. Es un significado: Un contenido con valor de verdad. Un significante: Una forma sensible, productora de sueños, expresión de anhelos de justicia y libertad. Bolívar es además, un mensaje con intención, un mensaje que conviene y se define según los intereses de su emisor. Es un mensaje para impedir el cambio social o para conservarlo. Es un discurso político cargado, explosivo. De esa manera se ha construido en el devenir de la historia, de esa forma compleja existe en este año electoral.

Cada uno de nosotros tiene, guarda para sí, una imagen de Bolívar, una imagen sentimental, altamente cargada de valores, una imagen que ha sido construida en nosotros, por la escuela, la televisión, las Semanas de la Patria, los discursos de orden, las conversaciones de sobremesa, las campañas político-electorales. Así, Bolívar puede parecerse al "llanero solitario, que cabalga los llanos montado en su caballo relámpago, matando realistas para libertar la Venezuela del yugo español". Esta, por ejemplo, es la versión de mi sobrino de siete años. Bolívar puede medir un metro ochenta o uno cincuenta. Parecerse a James Bond o a Carlos Andrés Pérez —Recordamos en la portada de la vista "Resumen", el dibujo de Luisa Ritcher del ex-presidente. Precisamente, es sobre esta confusión, esta amalgama de valores previos, sobre la cual se elaboran las imágenes electorales que convienen políticamente.

Una imagen electoral es la expresión sensible y sentimental con la cual se le da forma a un contenido programático, en función de los fines e intereses políticos y económicos en juego. Se entra en el debate electoral pulsando imágenes y sentimientos, programas y razones, fines y acciones. Es un juego peligroso, de vida o muerte, para el partido y su candidato. No olvidemos que la política es la continuación de la guerra por otros medios, invirtiendo así la famosa expresión militar. De esta forma obtenemos un Bolívar copeyano o masista, adeco o comunista . . . ¿Por cual Bolívar va a votar usted el cuatro de diciembre? . . . ¿Qué imagen del libertador se acerca más a sus necesidades, intereses . . .?. En fin de cuentas: ¿Qué imagen de Bolívar le conviene?

Construir una imagen de calidad no es fácil. Es una técnica que pone a prueba las condiciones éticas, intelectuales y estéticas del equipo que la elabora. Una imagen es un significante abierto que puede utilizarse para mentir o para decir la verdad, para la manipulación o la persuasión. Ella, como tal imagen, no es buena ni mala en sí, como decía un viejo militar chino, cuatrocientos años antes de Cristo, el arte de la guerra reside en detectar los fines del enemigo, en no dejarse engañar por las falsas imágenes que inventa el adversario para engañarnos. De eso también se trata el juego electoral en no dejarse engañar por las imágenes que elaboran los partidos en la campaña, en no dejarse engañar, ni como ciudadano que vota, ni como estrategia electoral de un partido en campaña.

Estos aspectos del problema que hemos tratado: Bolívar como hecho histórico, como mensaje que ha formado en nosotros un sistema de creencias, materia prima para el constructor de imágenes.. Bolívar como imagen en circulación social, en función de las estrategias y tácticas de campaña, en fin de un Bolívar que es pura forma con finalidad persuasiva, un constructo semiótico. Nos permiten pensar en como un mensaje político general, cambia de forma en función de la coyuntura electoral, y de que manera la imagen de Bolívar se articula dentro de los diferentes discursos en juego, para cumplir los fines políticos dentro de los cuales fue elaborado dicho mensaje electoral y sus probabilidades persuasivas. Dicho de otra manera, el arte de la comunicación política se funda en la habilidad que posea el equipo que elabora el mensaje, para dotarlo de los valores de verosimilitud, factibilidad y probabilidad, que dicho mensaje necesite en función del público-meta, para quien ha sido diseñado.

Al final del camino nos encontramos con una imagen de Bolívar, transformada, valorada,



cargada de intenciones . . . De una imagen que en fin de cuentas, debe servir para liberar al pueblo de Bolívar, pra liberarlo de la explotación y la injusticia, o es útil para extraerle más bolívares al pueblo, para la explotación, para la apropiación por una minoría del trabajo de todos.

En fin, se trata de cómo crear una imagen de Bolívar que sirva para devolverle los bolívares al pueblo. De cómo crear un Bolívar para el cambio y no un Bolívar para la devaluación de nuestro pueblo. De un bolívar transformador y no un conservador ... De crear una imagen de Bolívar a la altura de su verdad histórica.■