

Mediaciones contextuales:

un bosquejo de la crisis de la comunicación en Venezuela y sus implicaciones en la constitución de las audiencias

Durante estos ya casi catorce años del proceso político que vive el país, se han producido cambios objetivos en el campo de la comunicación y se han intensificado las experiencias y aprendizajes culturales sobre los mass media. Desde esa premisa, la autora nos dice que los públicos no sólo estarían marcados por los muy importantes referentes políticos que operan en la organización de buena parte de la vida cotidiana venezolana, sino que el contexto histórico político en que ellos se han producido, y su dimensión comunicacional, han otorgado mayores grados de objetividad y reflexividad a su relación con los medios de comunicación.

■ DAISY D'AMARIO

De acuerdo a una reconstrucción de la radionovela en Venezuela de Lúnaidy Benítez, en los años 40 del siglo pasado hubo una radionovela, *Comedia Santa Teresa*, que invitó por prensa a la boda de los personajes principales como parte de la promoción que la *Broadcasting Caracas* realizaba del programa.¹ Al parecer, antes del mediodía de ese día, en la estación de radio habían recibido flores, vajillas y manteles de los radioescuchas caraqueños. El público, según el escritor de la radionovela a quien cita la autora, les envió regalos de boda a los novios de la *Comedia* porque “creía en aquello... les habíamos transmitido un buen mensaje”.²

Si nosotros comparamos esta credulidad y relación de confianza entre los públicos y los medios de comunicación —equivalente a las que muestra la reacción de la gente a la narración de Orson Welles sobre la invasión de los extraterrestres— con las características que exhibe el público venezolano contemporáneo, fácilmente nos damos cuenta de que, en menos de un siglo, con medios masivos como la radio y la televisión, éste ha cambiado radicalmente.

Entre los múltiples ejemplos que pudieran ser citados se encuentra un agradecimiento realizado a los medios de comunicación en una entrevista periodística ocurrida en un reciente conflicto penitenciario venezolano, y durante el cual los familiares de la población penal del Rodeo II escenificaron varias protestas que obtuvieron la cobertura de distintos medios nacionales e internacionales, en contra de la intervención gubernamental en la mencionada cárcel.³ La entrevistada, una de los familiares que fungía como vocera de

los privados de libertad que se resistían a ponerse en manos de las autoridades, y observadora de que los acuerdos alcanzados con el Gobierno se cumplieren para finalizar el conflicto, ante las cámaras de televisión y mirando a los periodistas que la rodeaban, decía: “estamos muy agradecidos con ustedes, ¿verdad? Porque sin ustedes no hubiésemos logrado lo que se logró y ustedes, sin nosotras, tampoco”.⁴

En un microanálisis de esta intervención cabe destacar, en primer lugar, la idea de que *sin los medios no se hubiese logrado lo que los actores sociales esperaban* como un testimonio de un régimen de visibilidad social, la visibilidad mediada (Thompson) o mediatizada, que hace cada vez más parte de los acontecimientos sociales y políticos, de la lucha y modos de vida de las personas. Los medios permiten a la acción política superar los estrechos límites de la co-presencia y de la interacción inmediata entre los individuos para alcanzar al público masivo en sus diversas temporalidades: la gente hace protestas, quiere anunciar comunicados o posturas, denunciar situaciones y espera, entonces, a que los medios, sobre todo la televisión, estén allí; o que éstos transmitan lo que los mismos actores sociales registran con sus propios equipos de comunicación personales. Muy frecuentemente una manifestación social no comienza sino hasta que llegan los medios, y también frecuentemente los eventos o las declaraciones se interrumpen, terminan más rápidamente o se cortan abruptamente porque los reporteros quitaron el micrófono y la cámara de la cara de la gente. Incluso los periodistas a menudo hacen el cierre de la noticia, hablando a las cámaras, sin apartarse suficientemente de la escena

para que el evento transcurra normalmente. La comunicación mediática impone en buena medida sus propias reglas de producción y circulación de mensajes a las prácticas sociales y políticas.⁵ A esa presencia cada vez más indispensable de los medios se refiere la señora cuando les agradece a los periodistas: es importante que los medios hayan estado siguiendo el conflicto carcelario.

En segundo lugar, hay allí otra cosa importante: la señora *verbaliza* –frente a las cámaras– un agradecimiento a los medios de comunicación, *realiza un reconocimiento de/a ellos*; lo que implica formas de conocimiento y reflexividad social acerca de su capacidad para incidir en la realidad y hacer que determinadas cosas ocurran. Esta representación de los medios no ha sido siempre así, en buena medida por la moderna concepción de autonomía de los acontecimientos humanos y de los sujetos sociales: los medios no eran vistos como factores condicionantes o decisivos ni de su producción ni de su éxito; en parte porque en muchos de los siglos pasados los actores y sus eventos no esperaban ni podían contar con una presencia y cobertura mediática como las del presente y, en parte, porque la existente era concebida, ilustradamente, como la función de los medios de comunicación. La señora, en cambio, tiene conciencia de que los medios inciden en la realidad. Es también una forma de creencia muy distinta a la de la audiencia de la radionovela: la cuestión no es ya que lo que transmitan los medios sea verdad o parte de nuestras interacciones *reales* normales, sino que tienen capacidad para producir acontecimientos. Se trata de una conciencia de su poder.

Pero además de esa especie de confirmación social de la tesis de la visibilidad mediada y de la posibilidad de que este tipo de visibilidad sea clara para los propios actores sociales y no sólo para los investigadores, hay otra cosa: la señora, luego de agradecer a los medios, añade que *los medios sin ellas no habrían logrado nada tampoco*. Esto alude inicialmente para nosotros a dos cosas: a cómo



Las modalidades de distanciamiento, desmitificación o crítica respecto de las instituciones mediáticas y las realidades que éstas (re)crean son un producto complejo de mediaciones sociales. Así, la constitución de las audiencias debe verse como atravesada por el conocimiento social que se acumula sobre la base de los intercambios entre receptores y medios de comunicación

los medios cubrieron las acciones que protagonizaron los familiares de los privados de libertad, lo que implica un conocimiento de las actividades de los medios en términos comunicacionales, de ser objeto de construcción político-mediática: es decir, de ser representados en los medios de una determinada manera, la del descontento, la de la protesta, la de la indignación social, y que éstas son legítimas, así, mediáticamente; y, concomitantemente, alude a que los medios tienen también intencionalidades autónomas tras esta construcción mediática, es decir, es un reconocimiento de que los medios tienen sus propios intereses. Ambas cosas implicarían una comprensión social sobre el comportamiento que tienen los medios de comunicación en diversos planos.

Si pensamos que la entrevistada, aunque protagonista de las noticias de los medios, es antes que nada un miembro del gran público, cabe preguntarse: ¿cómo ha ocurrido este cambio de la audiencia?

¿cómo pasamos de una mirada *naif* del lugar de los medios de comunicación en nuestras sociedades, de un modo de recepción confiada, a esta mirada, si no crítica, bastante realista de lo que hacen los medios? ¿cómo se desarrolló este sentido instrumental de la acción hacia los medios por los sujetos sociales? ¿y, cómo, asentada en un reconocimiento de las propias lógicas de construcción de la realidad en los medios y de sus intereses?

Como hemos sostenido en otra parte,⁶ hay muchas variables históricas que confluyen en ello. Casi un siglo con medios como la radio y la televisión no pasa en vano. Aunque la idea de autonomía (así sea relativa) de los sujetos de recepción sea una premisa en la cual se asientan buena parte de los estudios sociocomunicacionales contemporáneos, debe reconocerse que se trata de una condición y capacidad que se construyen socialmente. Las modalidades de distanciamiento, desmitificación o crítica respecto de las instituciones mediáticas y las realidades que éstas (re)crean son un producto complejo de mediaciones sociales. Así, la constitución de las audiencias debe verse como atravesada por el conocimiento social que se *acumula* sobre la base de los intercambios entre receptores y medios de comunicación, las decepciones y alegrías que éstos producen, y el lugar que ocupan en nuestros patrones de socialización y en circunstancias históricas determinadas.

Por ello, aunque cuesta comprender el tipo de recepción comunicacional y las formas de indistinción entre la realidad y la ficción mediática que realizaban nuestros antecesores que seguían la radionovela *Comedia Santa Teresa*, sabemos que se trata de unas audiencias distintas, que hay una ruptura en la *evolución* de los públicos derivada, entre otras cosas, de la experiencia cultural con los medios de comunicación masivos. Y estas rupturas, cambios de la subjetividad y de las interacciones sociales, son parte de procesos de “ajuste cultural”, como los llama Schutz, que pueden ser vistos históricamente: las competencias culturales se desarrollan en el intercambio de significados y en la evolución de las es-

estructuras sociales y comunicacionales, aunque ello no implique que sea para mejor necesariamente.

Pero para comprender el nuevo conocimiento social sobre los medios de comunicación en el caso venezolano, además de esta progresiva (re)construcción de nuestras pautas culturales en torno a los medios de comunicación, debe verse el actual contexto en el que la cuestión de los medios de comunicación ha alcanzado una particular relevancia derivada de su propio lugar en las sociedades contemporáneas, y de los cambios acelerados en la estructura comunicacional y en las condiciones culturales y políticas de la recepción mediática venezolana.

El contexto: crisis de la comunicación en Venezuela

La actual percepción venezolana sobre los medios de comunicación, así como las prácticas de recepción, periodísticas y comunicacionales en general, están constituidas o entretejidas por las condiciones y acontecimientos sociales, políticos y comunicacionales que se han sucedido en el país luego de las elecciones de diciembre de 1998, en las que el presidente Hugo Chávez resultó electo por primera vez. A partir de allí el país ha vivido un período de intensa controversia social de la que los medios de comunicación han sido, a un mismo tiempo, sujetos y objetos.

Esta conflictividad política suele con frecuencia ser analizada bajo la idea de la *polarización política* y, así entendida, servir para describir el comportamiento parcializado de los medios de comunicación, el rol que ejercerían *de hecho* como actores políticos y las características de los públicos venezolanos.⁷ El enorme *desencuentro* entre las posiciones chavistas y antichavistas habrían marcado la actuación de los medios de comunicación, así como el consumo y preferencias de la audiencia venezolana, particularmente en materia informativa y de opinión. El concepto de mediación política, como posicionamiento ideológico, se hace pertinente aquí para dar cuenta de las formas en que se producen y se reciben los mensajes mediáticos.⁸

Sin embargo, el conflictivo contexto político-comunicacional venezolano puede ser visto más allá de los esquemas que emplean los sujetos sociales para representar la realidad venezolana y producir formas de distinción político-comunicacional. Está conformado no sólo por las



En el contexto de la llamada antipolítica, de rechazo y desprestigio social de instituciones fundamentales de la política moderna venezolana (...) los medios de comunicación habían logrado un protagonismo y una legitimidad social a lo interno de la sociedad venezolana que son puestas en cuestión por la popularidad social de un líder

ideologías o referentes políticos que operan implícita o explícitamente en los actores comunicacionales, sino más bien por un complejo de elementos coyunturales, estructurales, discursivos y acontecimientos, que tiene un carácter *externo* tanto para los medios de comunicación como para las audiencias y que, sin embargo, actúa como una mediación social fundamental del proceso comunicacional y produce a su vez otras mediaciones, como las de la propia comunicación/recepción política polarizada. Este contexto puede verse como el de una crisis o transfiguración de la comunicación masiva venezolana que implica, en sí misma, una transformación de las pautas culturales, la constitución de los públicos y los modos en que éstos conciben a los medios de comunicación.

En este sentido, la crisis de la comunicación en Venezuela se ha producido por lo menos sobre la base de los siguientes elementos:

El primero viene dado por la tensión política producto del nacimiento del proyecto político que encabeza Chávez en un contexto en el que *los medios de comunicación eran una de las instituciones de mayor reconocimiento y credibilidad social*, ante la progresiva pérdida de legitimidad que habían sufrido los canales tradicionales de representación política. Es decir, en el contexto de la llamada *antipolítica*, de rechazo y desprestigio social de instituciones fundamentales de la política moderna venezolana —y que para algunos autores y líderes de opinión también fue

factor clave para la victoria de Chávez en el año 1998—, los medios de comunicación habían logrado un protagonismo y una legitimidad social a lo interno de la sociedad venezolana que son puestas en cuestión por la popularidad social de un líder en el que, parafraseando a Bisbal, se han cifrado muchas esperanzas.⁹ Un tipo de liderazgo, cabe acotar, que poco tenía que ver con los valores y concepciones de mundo que promovían y sobre los que se asentaban estructuralmente las empresas mediáticas venezolanas.

El segundo elemento es el discurso gubernamental (y su alta recepción entre los venezolanos) en contra de los medios de comunicación privados, y la relación entre Chávez y los medios. Casi no hace falta decir que ha sido esta relación una llena de *impases* y de ruidos derivados diversamente tanto del comportamiento de los medios de comunicación, como de las reacciones y expectativas gubernamentales sobre la actuación de los medios, tanto como de la cobertura que ambas cosas han tenido entre los propios medios de comunicación, nacionales e internacionales, públicos y privados.

Inclusive más allá del contenido sustantivo de los mismos, no cabe duda que el liderazgo de opinión que ejerce el presidente de Venezuela, su incidencia en la agenda pública, además de la capacidad que le es propia a los medios, han incentivado la construcción de discursos sociales en torno a la cuestión comunicacional venezolana. Así mismo, el tipo de relación que se ha establecido entre Chávez y los medios ha supuesto el desarrollo de modalidades de comunicación mediática presidenciales, y del Gobierno en general, como también de parte de los medios privados, que han incidido en la interacción de la gente con los medios, la radio y la televisión particularmente. Es decir, la circulación de opiniones y, por tanto, la reflexividad social acerca del rol de los medios de comunicación se ha potenciado al calor de las diversas modalidades del conflicto Gobierno-medios de comunicación.

El tercero es *el comportamiento desarrollado por los medios de comunicación privados en coyunturas políticas de nuestra historia reciente*, las más importantes de ellas: la del golpe de Estado de abril de 2002 y la del paro petrolero de finales de ese año y comienzos de 2003. En ambos momentos históricos la actuación de los medios en oposición al Gobierno fue tan central, y cuestionada, que inclusive suelen ser reconocidos hoy como actores fundamentales antes que las propias organi-

zaciones políticas.¹⁰ Por lo cual, además de exponer fehacientemente la cuestión de la relación Gobierno-medios de comunicación, estas coyunturas permitieron también visibilizar la importancia que poseen éstos en la construcción de los acontecimientos políticos y su voluntad de intervención en el espacio político, no como mediadores comunicacionales sino como uno de sus actores más relevantes.

Asimismo, abril de 2002 y el paro petrolero se han convertido en incentivos principales para la transformación de la estructura mediática del país por parte del Gobierno venezolano, cuya inversión en políticas comunicacionales, viejos y nuevos medios públicos de alcance nacional e internacional, se justifican en gran medida en la experiencia vivida por el Gobierno en ambas coyunturas y en la necesidad de creación de *contrapesos* político-comunicacionales.¹¹

El cuarto está constituido por la *movilización de sectores y organizaciones nacionales y transnacionales alrededor de discursos en torno a los medios de comunicación en Venezuela*. En los últimos años han prosperado, efectivamente, posiciones elaboradas desde circuitos de la sociedad civil, comunicacionales, intelectuales y políticos que han tendido a favorecer o a dar razones a las distintas posiciones involucradas en el conflicto por lo comunicacional venezolano, en razón de la defensa de valores o ideas como la de *libertad de expresión* o de *responsabilidad social* de los medios. En algunos casos, estas diferencias obedecen a una división clásica entre liberales y socialistas, derecha e izquierda; en otros a la polarización entre chavistas y antichavistas; en otros casos, las opiniones y movilizaciones dependen más de las coyunturas y temas específicos que estén en el debate público. Pero, en general, tal como ha habido una separación, un hiato profundo entre Gobierno y medios de comunicación privados, también los ha habido entre esos actores *públicos* con incidencia en la construcción de matrices de opinión, que tienden bien a criticar la actuación de los medios privados y la *manipulación mediática*, bien a cuestionar el *control de los medios de comunicación* por parte del Gobierno.

Esta movilización resulta tan decisiva que la trascendencia de la cuestión comunicacional venezolana puede ser inclusive medida en el grado de atención que concita en organizaciones de larga data como la SIP o Reporteros Sin Fronteras, en otras más recientes como el Foro Social Mundial o la Red Voltaire, así como en el im-

pacto que ha supuesto en la constitución de otras nuevas organizaciones en Venezuela como Espacio Público o el Frente Socialista de Periodistas. Las posturas y movilizaciones de estas organizaciones permiten conocer buena parte de las posiciones comunicacionales-políticas que sostienen diversos sectores de la sociedad venezolana, y en particular actores del campo de la producción mediática, como periodistas, dueños y directivos de medios, y autoridades públicas.

El quinto es la *diversificación del consumo y la producción mediática* por el auge de la televisión paga e Internet, así como de otras tecnologías de uso personal (telefonía móvil, de video y de sonido). Aunque el acceso sea un tema recurrente para países como Venezuela, es indudable que se ha dado un cambio en la base comunicacional, en la estructura tecnológica y en los recursos con los cuales los venezolanos cuentan hoy para comunicarse más allá de los medios o modalidades tradicionales de la prensa, la radio y la televisión. Como señalan distintas encuestas, esta diversificación está suponiendo una dislocación en los hábitos de consumo de las audiencias: medios como la televisión están cediendo espacio ante el Internet y los celulares.¹² Y, por otro lado, los cambios en el consumo también implican cambios al interior de estos medios, que se convierten cada vez más en plataformas o *marcas* multimediáticas, y en el desarrollo de la producción comunicacional en general. Por lo cual, en la medida en que el entretenimiento mediático —esto es: el entretenimiento masivo por excelencia—, así como los flujos de información y opinión, no pasan exclusiva ni centralmente por los medios tradicionales, se transforman también de manera decisiva tanto la esfera pública como la cultura mediática venezolana.

Por otro lado, los nuevos medios han sido ampliamente utilizados en los últimos años por la sociedad venezolana para participar en el contexto más amplio de la controversia político-comunicacional. Al calor de los acontecimientos políticos venezolanos,¹³ dentro de los cuales los temas sobre los medios ocupan uno de los lugares centrales, los sitios web, el *blogging* y el *microblogging*, se han convertido en espacios importantísimos para rebatir o apoyar perspectivas políticas de la comunicación y, aun, instituciones o actores mediáticos determinados; de esta manera contribuyen a extender socialmente y a intensificar la disputa por lo comunicacional venezolano.

El sexto elemento es *el del final de la concesión estatal a Radio Caracas Televisión (RCTV)* sobre el espectro radioeléctrico y la movilización social que ello produjo, tanto en contra como a favor de esta medida gubernamental de 2007. Además de las implicaciones culturales de la salida de uno de los medios comerciales que contaba con mayor tradición y popularidad nacionales, o precisamente por ellas, la salida de RCTV supuso una mayor visualización política del tema comunicacional para amplios sectores de los venezolanos; y que puede ser ejemplificada en la conocida contraposición que se daba (y aún se da) entre las frases *no renovación* o *cierre* de este canal en los debates y manifestaciones públicas en torno a RCTV. La disputa legal/política por la adecuada caracterización de la acción gubernamental en contra de este canal implicó, precisamente, un reconocimiento social acerca de las relaciones entre comunicación y política, el papel del Estado como propietario del espectro radioeléctrico y de problemáticas asociadas a la historia y función de los medios comerciales venezolanos. Y supuso adicionalmente, dada la continuidad de las concesiones de otros canales nacionales como *Venevisión* y *Televen*, la intensificación de la controversia al interior del propio campo de la comunicación comercial, especialmente de la televisión, en donde inéditamente comenzó a abordarse cada vez más el papel que deben desempeñar los medios venezolanos y las formas de relación con las autoridades gubernamentales y con lo político. Es decir, intensificó el debate de las empresas comunicacionales y sus miembros sobre su propia actuación y en esa misma medida su dimensión de institución/actor social.

El séptimo se refiere a *los cambios del sistema de medios de comunicación venezolano*, que se han dado tanto por la redistribución estatal del espectro radioeléctrico como por el surgimiento de nuevos medios públicos, privados, comunitarios y alternativos, así como por la transformación de las viejas instituciones mediáticas. Entre el conjunto de fenómenos que conforman el contexto de la crisis de la comunicación venezolana, los cambios que se han registrado en la propiedad, organización y perfiles fundamentales de la producción comunicacional de estos medios, constituyen unos de los más visibles para el gran público en la medida en que (a) buena parte de ellos se han registrado en el espacio audiovisual dada la salida del aire de televisoras y radios comerciales, y la entrada de otras emisoras, (b) ha

involucrado un significativo crecimiento de la comunicación pública-estatal, con expresiones en prensa, radio, televisión e Internet; y (c) ha implicado el surgimiento de televisoras y radios comunitarias, además de otras experiencias comunicacionales, que visibilizan en los espacios locales las transformaciones de la comunicación venezolana.

De esta manera, y en conjunto con la introducción y accesos a nuevos medios y tecnologías, la estructura comunicacional venezolana presenta significativas diferencias con respecto a la de finales de la década de los 90. Estos cambios, particularmente los relativos al auge de los medios comunitarios, sobre todo desde 2002 a partir del *Reglamento de radiodifusión sonora y TV abierta comunitarias de servicio público, sin fines de lucro*, y del auge de los medios público-estatales desde 2003, con el surgimiento de la televisora *Vive*, han llevado aparejados un intenso debate sobre la propiedad y función de los medios de comunicación, su autonomía e intencionalidades políticas. Y, de manera más importante aún respecto de su impacto y percepción por parte de las audiencias venezolanas, ha supuesto también la aparición de mensajes en los medios masivos, como los anticapitalistas, controversialmente distintos a los que dominan en el espacio de la comunicación comercial venezolana y del mundo occidental en general.

El octavo es el de *la aparición en Venezuela de nuevos géneros audiovisuales que circulan en la televisión y en Internet* desde canales nacionales públicos y privados y otras experiencias de realización de contenidos comunicacionales. Aproximadamente desde 2003 se han incrementado los programas y modalidades informativas o de opinión que están dirigidas a tematizar la cuestión comunicacional misma y a la controversia entre los medios de comunicación, o que desarrollan algunas estrategias y técnicas comunicacionales para la denuncia y la confrontación política, y que suponen un cambio en las reglas de construcción, del lenguaje mismo, de los mensajes mediáticos. Estos espacios audiovisuales, que se caracterizan por las referencias y análisis de los medios *en competencia*, la denuncia acerca del tratamiento que realizan de los hechos noticiosos, la utilización y repetición de imágenes de archivo, así como la intervención de imágenes en general, evidencia que se trata de contenidos especializados, producidos por y para la guerra comunicacional-política y para la lucha por



En la medida en que estos contenidos explícita o visiblemente se acogen a la polarización política como regla básica de la producción comunicacional, ésta es también una dimensión del nuevo contexto de la comunicación venezolana ampliamente reconocida por el público

la elaboración o en contra de las matrices de opinión dominantes.

En la medida en que estos contenidos explícita o visiblemente se acogen a la polarización política como regla básica de la producción comunicacional, ésta es también una dimensión del nuevo contexto de la comunicación venezolana ampliamente reconocida por el público, que permite socialmente tanto la clasificación de los medios y sus públicos, y determinan en buena medida la percepción sobre su actuación. De allí la resonancia de programas como “La Hojilla” del canal público VTV, y de los micros *informativos* como “Contacto con la realidad” de este mismo canal o “Aunque Ud. no lo crea, Ud. lo vio por Globovisión” y “No hay nada más peligroso que la verdad” de la televisora privada *Globovisión*.¹⁴

Otras variables del contexto histórico comunicacional que pueden ser añadidas es la del *cambio introducido en el campo académico y profesional de la comunicación* por los nuevos estudios en comunicación social de instituciones universitarias recientes como la UBV y en la Misión Sucre, *además de la alta producción en circuitos intelectuales tradicionales y no-tradicionales en torno a la cuestión comunicacional venezolana*.

La conjunción de estos elementos, a los que cabría sumar otros, como la formación de profesionales de la comunicación en nuevas instituciones universitarias públicas, así como la alta producción intelectual sobre los medios de comunicación en circuitos intelectuales tradicionales y no-tradicionales venezolanos, entretejen una realidad comunicacional política distinta a la que contase Venezuela en 1998. Y su trascendencia radica adicionalmente

en el grado de *publicidad* que han alcanzado cada uno de ellos en el propio marco de la controversia sociopolítica; los medios a lo largo de estos años frecuentemente han sido objeto de atención, información o explicación pública, no sólo por su disposición o comportamiento en coyunturas de trascendencia histórica, sino en relación con aspectos menos reconocibles como las tecnologías comunicacionales e Internet.

Es decir, tanto por la intensidad de los cambios como por la significación social que han tenido muchos de ellos, la crisis de la comunicación venezolana ha alcanzado un grado de realidad que impacta los modos en que se relacionan los públicos con los medios y su percepción como instituciones comunicacionales y políticas. En este sentido, no resulta extraño que la entrevista que citáramos hace algunas páginas atrás sea consciente del poder de los medios de comunicación. E implica, tal vez, que es necesario revisar el concepto y tipologías de las mediaciones sociales.

Mediaciones contextuales

Los estudios de comunicación en América Latina en las últimas décadas han brindado valiosos aportes acerca de las mediaciones que tienen lugar en los procesos de recepción comunicacional, vistas como los lugares desde los cuales los públicos reciben/*interpretan* los mensajes de los medios. Ello ha ocurrido como parte de un redescubrimiento de la dimensión microsociológica de la comunicación social, en la que la acción de los individuos, de la audiencia, es puesta de relieve como construcción intersubjetiva. Sin embargo, como es cada vez más reconocido, este (re)descubrimiento ha implicado una suerte de abandono de los componentes histórico-estructurales, o marcos, que determinan también las relaciones que se establecen entre audiencias y medios.

Así, en el caso se suele pensar que el principal factor o, podemos decir, la principal mediación que incide en la relación de las audiencias venezolanas con los medios es la de la política polarizada entre chavistas y antichavistas, entendida como una mediación de tipo referencial, esto es, como actitudes, recetas, posiciones ideológicas, que actúan en los individuos como bases de sus preferencias, actividades y modalidades de recepción de los medios en general y venezolanos en particular. Nosotros estamos de acuerdo con

este análisis en muy buena medida porque hay un reconocimiento social amplísimo sobre la existencia de una comunicación social polarizada que aceptan los actores expertos de la comunicación y que visualizan claramente las audiencias venezolanas y las que participan de ella en particular. No obstante, hay otras mediaciones.

Una de las más claras entre los elementos de contexto que hemos reseñado anteriormente es la *mediación tecnológico-comunicacional*, porque los cambios que introducen las tecnologías info-comunicacionales no comprometen nada más al consumo de los nuevos medios, sino al de los medios tradicionales. La interactividad en general y en tiempo real que les caracteriza, permite o facilita formas de relación con los medios, y también con otras audiencias, que inciden en el campo de la comunicación misma, en su producción y recepción. Y así como el tecnológico, otros elementos constituyen también mediaciones, referentes desde los cuales receptionar y percibir a los medios de comunicación.

Sin embargo, en el caso venezolano, todos ellos establecen una mediación más objetiva o externa representada por el propio contexto político-comunicacional, que para nosotros está constituido por la conjunción de esos diversos elementos y variables que han sufrido y originado transformaciones aceleradas en la última década. Este tipo de mediación no es de tipo *individual*, no corresponde al de las condiciones o referentes intersubjetivos de la recepción comunicacional, sino que es o se constituye como externa a los receptores y productores comunicacionales en general. Durante este período, en un contexto de conflicto político, se han producido cambios objetivos en el campo de la comunicación y se han intensificado las experiencias (y aprendizajes) culturales sobre los medios de comunicación. Los públicos, pues, no sólo estarían marcados por los muy importantes referentes políticos que operan en la organización de buena parte de la vida cotidiana venezolana, incluida la producción y recepción mediática, sino que el contexto histórico político en que ellos se han producido, y su dimensión comunicacional, han otorgado mayores grados de objetivación y reflexividad a su relación con los medios de comunicación.

DAISY D'AMARIO

Socióloga de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesora de la Escuela de Sociología de la UCV.

Notas

- 1 BENÍTEZ, Lunaidy (1984): "La radionovela venezolana: tres momentos y ¿una muerte anunciada?". En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*, n° 47. Caracas: Centro Guzmilla, tercer trimestre, pp. 32 y ss.
- 2 Alfredo Cortina citado por Lunaidy Benítez, *Ibid.*
- 3 Para una cronología de este conflicto puede verse: Marjuli Matheus, "Cronología: 27 días de crisis en El Rodeo". En: *Últimas Noticias*. Caracas, 13/07/2011. Dirección URL: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/sucesos/cronologia-27-dias-de-crisis-en-el-rodeo.aspx>.
- 4 Entrevista a vocera de la población penal de El Rodeo II, realizada en ese centro penitenciario del estado Miranda, Venezuela, el 13 de julio de 2011, recién finalizado el conflicto.
- 5 THOMPSON, John B. (2005): "La nueva visibilidad". En: *Papers: Revista de Sociología*, n° 78. Barcelona, pp. 11-29. Dirección URL: <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n78p11.pdf>.
- 6 Aspectos centrales del presente artículo constituyen una síntesis del primer capítulo de nuestro trabajo de ascenso "Crisis de la comunicación y mediaciones contextuales (Exploraciones de la percepción social de los medios de comunicación en Venezuela)". Mimeografiado. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 2011.
- 7 BACALAO, Mariana (2009): "Venezuela: medios de comunicación en un contexto polarizado. Ponencia presentada en el 2do. Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación". En sitio web: *Investigadores Venezolanos de la Comunicación (Invecom)*. Dirección URL: http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/bacalao_m.pdf.
- 8 Para una revisión del concepto de mediaciones y las tipologías de las que estamos haciendo uso pueden verse los trabajos de Jesús Martín-Barbero, (*De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili, 1987), de Guillermo Orozco, (entre otros: "La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva". En: *Diálogos de la Comunicación*, n° 30. Lima, junio de 1991. Dirección URL: <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=1607&N=1>) y, entre otros más recientes, el de David González Hernández, "Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas". En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. XV, n° 29. Colima, junio 2009, pp. 37-68. Dirección URL: http://www.culturascontemporaneas.com/contenidos/medios_estructuracion_audiencias.pdf.
- 9 BISBAL, Marcelino (2005): "Venezuela y su crisis. El contexto ineludible de los media". En: *ConcienciaActiva21*, n° 7. Caracas, octubre de 2005, p. 48. Dirección URL: <http://www.concienciaactiva.org/ConcienciaActiva21/conciencia7/0702.pdf>.
- 10 "Durante el paro llevado a cabo por la oposición entre diciembre de 2002 y enero de 2003, en Venezuela, quedaron en evidencia algunos aspectos centrales de esta percepción que lleva a colocar a los medios en la categoría de poderes fácticos... En conversaciones que hemos sostenido con tres dirigentes opositores —uno de ellos formó parte del comando táctico que estuvo al frente del paro—, estos confirmaron que esta acción se iba a levantar después de 48 horas y exclusivamente se usaría como presión momentánea para luego continuar con las negociaciones que estaban en marcha con el Gobierno, bajo la mediación de la Organización de Estados Americanos y el Centro Carter. El punto de vista de los empresarios mediáticos echó al traste con la primera estrategia y lanzó a la oposición en la senda del paro "por tiempo indefinido", con los costos políticos y económicos que todos conocemos hoy. Otros dos líderes de partidos políticos, cuyas opiniones no eran de apoyo unánime a esta acción, fueron silenciados por los medios. Pero, sin duda alguna, el elemento más llamativo lo constituyó en ese mismo contexto el siguiente hecho: en no pocas ocasiones la Coordinadora Democrática —que aglutina a partidos políticos y organizaciones de la sociedad civil opositores— conoció el contenido de mensajes publicitarios una vez que estos estaban al aire, sin que participaran en su concepción". La cita de Andrés Cañizález puede ser encontrada en los siguientes artículos del mismo autor: "Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada". En: *Comunicación*, n° 127. Caracas, tercer trimestre 2004, pp. 16-17; en "La prensa en el referendo venezolano". En: *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n° 87. Quito, septiembere 2004, pp. 9-10; en "Medios y política: ¿viejos o nuevos actores?". En: revista: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, n° 134. Caracas, segundo trimestre 2006, pp. 43-44; y en "Tiempos de revolución: protagonismo y polarización mediática en Venezuela". En: *Punto Cero*, vol.14, n° 19 Cochabamba, segundo semestre 2009, p. 49. Dirección URL: <http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rpc/v14n19/v14n19a05.pdf>.
- 11 Se trata de una necesidad ampliamente sostenida por los propios actores gubernamentales para el desarrollo de las políticas comunicacionales; a título de ejemplo: "Creo que es una herramienta [...] para tratar de mostrar la otra cara de la moneda [Referencia a VTV]. Eso es lo que tenemos para enfrentar la guerra mediática, siendo minoría con respecto a los medios privados. [...] Si observamos a VTV sola, puede que no pase la prueba de equilibrio. Pero si la colocamos en el conglomerado junto a todos los medios de la derecha, más bien quedamos cortos con nuestra defensa". Luis Tovías Baciao, "Yuri Pimentel: 'Globovisión no es sólo un canal, es parte del latifundio mediático' [Entrevista]". En sitio web: *Venezolana de Televisión*. Caracas, 2 de junio de 2009. Dirección URL: <http://www.vtv.gov.ve/art%C3%ADculos/entrevistas/18855>.
- 12 Véase el informe de investigación de Xavier Bringué Sala y Charo Sádaba Chalezquer (coords.), *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona, Fundación Telefónica / Ariel, 2008.
- 13 Véase: Luis Carlos Díaz, "Los blogs en el proceso electoral venezolano". Ponencia presentada en II Congreso Internacional de Blogs y Periodismo Digital. Citada por Daniel Alonso DE LAS HERAS, "Resumen y conclusiones". En el sitio web: *Ya.com*. Dirección URL: <http://personales.ya.com/daniel1987/Resumen%20Conclusiones%20del%20Congreso.pdf>.
- 14 Juan Paullier, "La 'contaminación política' en la televisión venezolana". En sitio web: *BBC Mundo*. Londres, 01/03/2011. Dirección URL: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/03/110224_venezuela_televisio_n_polarizacion_politica_chavez_jp.shtml.