

Poder, petróleo y medios de comunicación en Venezuela

A través de los medios de comunicación social se modelan patrones de conducta, se fomentan estereotipos y neologismos en el lenguaje que identifica a cada cultura y la diferencia cada vez menos de las demás; ajena a la mirada nómada e incansablemente evolutiva planteada por James Clifford, quien considera la cultura como *un lugar de encuentro*. El ser humano en este espacio es un “híbrido, siempre en contacto con lo otro, a través de la literatura, las artes, la música, los viajes, el comercio”. (Ramírez, 2003: 151)

La tendencia actual de instancias de poder es destruir las barreras identificatorias distintivas de modelos particulares de individualidad, “...porque ahora todos los hombres han pasado a ser semejantes... se acabaron las diferencias, no convienen, a la gente la han acostumbrado a no querer ser diferente”. (Eco, 2004: 36)

Actualmente el mundo está retratado a partir de los medios de comunicación social, lo cual no es evidente para la cultura de masas: la audiencia/consumidor. El hombre actual, signado por estereotipos mediáticos que ya le han devorado y, al mismo tiempo, él los ha conquistado y devorado, desde la óptica de Ramírez (2003: 145) es un caníbal simbólico, ausente de razón, emotivo sin remedio, simple reacción de una genética mediática impuesta desde el mercado y la pirámide de control social. Una suerte de patrones conductuales asimiladores, imitadores y modeladores, a la vez, de una realidad ajena que termina por ser su realidad. “La gente, como sujeto social, está cada vez más determinada por la cultura de masas que constituye, por lo tanto, una manera distinta de vivir la existencia”. (Bisbal, 1999)

En las grandes ciudades las fronteras entre la identidad, lo autóctono y lo *cultural*

desaparecieron; son una amalgama, apenas parte del espacio de la moda, de los ritos de exhibición y de categorías superfluas, pináculo de la industria del *marketing* y la propaganda. El actual escenario de control social se desarrolla desde los grandes medios de comunicación y en el caso específico de la televisión es una tribuna totalmente efectiva para “la producción de ritos y mitos”. (Imbert, 2005: 126)

La realidad laboral de la modernidad impone que ambos padres trabajen para mantener el hogar, el ego, el estatus y otras costumbres. Delegan la casi totalidad de la formación de los niños a la televisión más que a cualquier otro medio de comunicación social. Ya desde los 80 calificada como la niñera del futuro.

El verdadero escenario educativo de hoy es la televisión. El bombardeo de mensajes creados por los medios fomenta un hombre contemporáneo, sometido, narcotizado por una cultura audiovisual de los medios de comunicación social con alta carga ideológica (Sáez Gallardo, 2005). Los medios de comunicación no reflejan con total acierto la realidad, crean su propio espacio referencial, un universo icónico y lingüístico a partir de sus interpretaciones, construyen un imaginario colectivo de las sociedades, de lo que se *debe* pensar socialmente; a través de los medios de comunicación social se crean realidades, las instancias de poder establecen como verdades sus códigos totalmente independientes de lo real (Berruecos, 2000: 106; Calsamiglia 2000: 3; De Semir, 2000: 11; Charaudeau, 2003).

El posible aporte cultural de la televisión es descartado por una suerte de Delfos capitalista cuyo oráculo solo orienta en función de los intereses de pocos a desamparo ideológico y racional del resto, desvalido e ignorante de su capacidad de elegir. Transgre-

La producción y distribución de mensajes a través de los mass media es la principal estrategia de control social que grupos de poder (económicos como las transnacionales, políticos como gobiernos de carácter autoritario y otros sistemas, religiosos...) utilizan para hacerse del poder, mantenerlo y expandirlo. La creciente tendencia de estas prácticas requiere que conductas ajenas a la crítica, más afines a la sumisión ideológica, sean necesarias para formar consumidores, mas no ciudadanos. En este estudio se hace una revisión teórica sobre la relación poder-massmedia-gobierno-petróleo-ciudadanos en Venezuela.

I DAYNÚ ACOSTA

dido este derecho humano-civilizador por quienes controlan los medios, pocos son los interesados en aprovecharlos para la estimulación intelectual:

Es un hecho que la televisión ejerce una atracción tiránica sobre muchas cabezas (normalmente en detrimento de la lectura)... Lo decisivo para pensar no son imágenes sino palabras: y el pensamiento se articula con palabras, se expresa y se contiene en las palabras. El lenguaje televisivo surge de la articulación de tres códigos: las palabras, las imágenes y la música. Pero las imágenes y la música en la medida en que tienen autonomía propia y no están al servicio de las palabras no contribuyen al progreso intelectual. El cometido de la televisión no es enseñar a pensar ni animar a pensar... Si la lectura fomenta la libertad de pensamiento, la televisión es promotora de consenso. (Ayllón, 1998: 67-68)

Del discurso de los medios

Los medios de información considerados como soportes tecnológicos “cuyo rol social consiste en difundir las informaciones relativas a los acontecimientos que se producen en el mundo-espacio-público” (Charaudeau, 2003: 16), ya sea prensa, radio, televisión, Internet, funcionan con una doble lógica. Esta se configura según intenciones preestablecidas cuyos resultados son supuestos y esperados.

Sobre el uso y de quienes ostentan poder, Chomsky afirma que en una visión de democracia, muy particular y sesgada,

sobre la que él ironiza, hay que “servir a la gente que tiene poder real... que es dueña de la sociedad, un grupo bastante reducido”. (2004: 14)

Chomsky hace referencia a la clasificación que el periodista Walter Lippmann realizó alrededor de 1916 en sus ensayos titulados “Teoría progresista del pensamiento democrático liberal”, en los cuales identifica un grupo de personas que al ser debidamente adoctrinadas podrán integrar la llamada *clase especializada*, que pasará a servir a la gente con verdadero poder. Se piensa en el receptor no como público sino como consumidor, en este caso de la noticia, de las informaciones.

Tenemos una realidad creada a partir de los verdaderos controladores de poder en la sociedad, potenciada a través de las maravillosas oportunidades que brinda la *Máquina Mediática* (Charaudeau, 2003: 22). Estas son herramientas claves en la consolidación de códigos únicos y patrones de conducta estereotipados para formar un telespectador dócil, anulado en su capacidad crítica, asimilador estándar de conceptos prefabricados.

La televisión genera su “propio universo referencial: el mito de la transparencia donde el pensar que ver equivale a entender” (Imbert, 2006, 127). La ironía de esta realidad es aplastante. La confusión de que mientras más se ve más se sabe es generalizada. Se estima la cantidad en detrimento de la calidad.

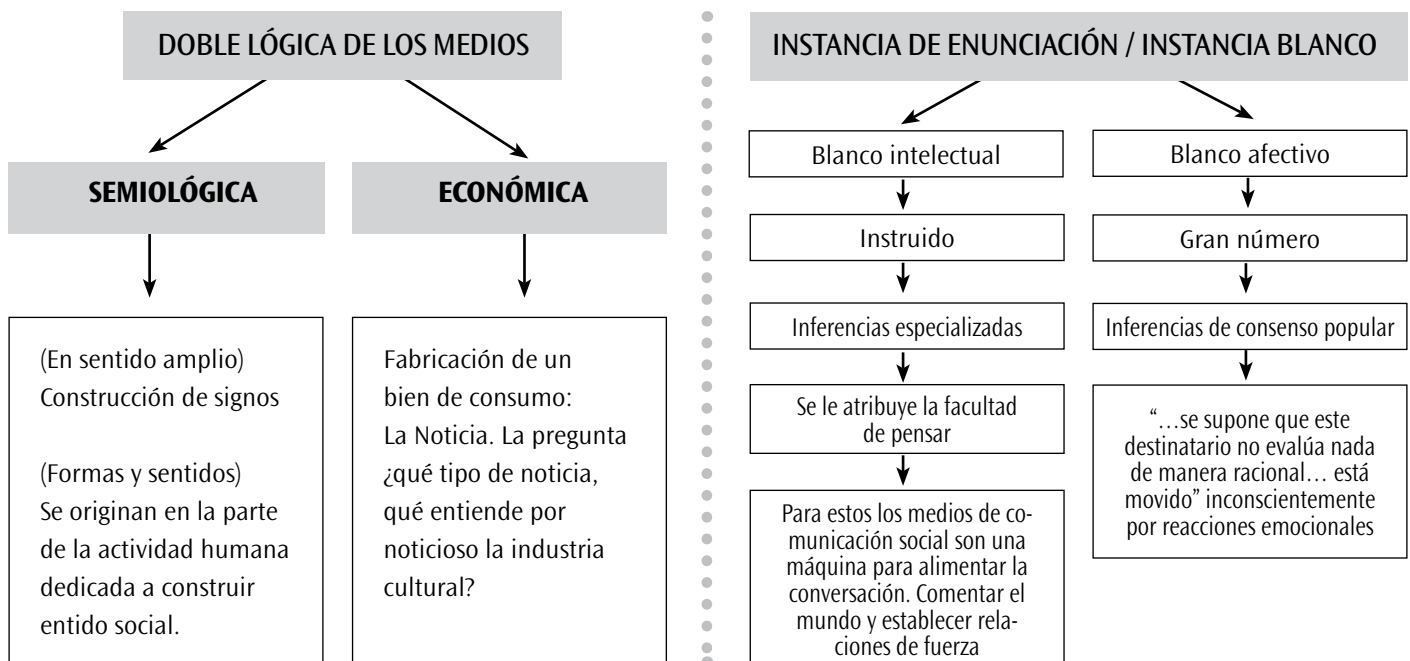
Para Charaudeau hay dos clasificaciones sobre la construcción del discurso mediático desde el orden semiodiscursivo:

El blanco intelectual tiene sus propios espacios para la reflexión y el llamado de atención sobre los temas trascendentales de la sociedad, con visión crítica se apresta a alzar el poder de la palabra a través de su difusión e invitación a consultar, consciente de que el conocimiento está y se difunde a través de ella, la emplea con certeza. Para el blanco afectivo, bastan unas horas de *sano* y banal entretenimiento para narcotizarse, apaciguarse en los límites de las imágenes dadas. Embriagarse de *sana diversión*, o con imágenes escatológicas, sexuales o sensacionalistas de cierta prensa.

Venezuela siglo XXI

Venezuela es un país identificado culturalmente a partir del petróleo. No haber sembrado este recurso –como tanto lo exigió Uslar Pietri– desató los demonios de la avaricia, el desdén, la vida fácil, una endeble moral ciudadana depredada por su propia ineficiencia para administrar su recurso, con desastrosos resultados, “porque han hecho de este pueblo y de todos los que tienen el infortunio de tener petróleo, unos pueblos esclavos” (Briceño-Iragorry en Campos, 2014: 29). Sobre este drama social y político Campos (2014: 23) señala: “la impunidad y la ausencia absoluta de sentido de responsabilidad ciudadana ha guiado a los responsables de administrar la riqueza social” en Venezuela.

Esta forma de ser y de administrar públicamente es patente en Venezuela desde la aparición del petróleo. “Estructuralmente, el petróleo posibilitó y definió una manera



de gobernar y de vivir... una *venezolanidad*". (Lombardi en Campos, 2014: 3 y 4). Venezolanidad impregnada por incontables vicios disfrazados con el alcahuete mote de *viveza criolla*.

El actual Gobierno, de corte ideológico autodefinido como socialista, hace uso público y notorio de su poderío comunicacional. Desde el anuncio en 2005 de la hegemonía comunicacional para el logro de los objetivos revolucionarios, la realidad es que Venezuela es hoy un país de retóricas encendidas y bienestar mediático, aplastado por la cotidianidad que padecen todos los venezolanos que no formen parte del aparato oficialista o de prácticas contrabandistas.

El poder que ejerce el Gobierno y que manifiesta en sus discursos, tiende a un solo objetivo "en sentido ritual se pretende exorcizar el mal a través del sacrificio del enemigo" (Lombardi, 2012: 279), en lugar del diálogo y los acuerdos con la disidencia y factores de la oposición. Más acorde a una oclocracia inspirada por añejas revanchas sociales, cuyo asidero es un resentimiento social alimentado por un pasado traumático vuelto presente como política de gobierno. No importa que algún hecho haya ocurrido veinte, treinta, o más años, si sirve para exacerbar emociones, es lugar común discursivo. Mensaje dirigido al blanco afectivo expuesto por Charaudeau.

En la reciente Cumbre de las Américas, celebrada en Panamá el 10 y 11 de abril de 2015, veinticinco reconocidos representantes de la vida política internacional presentaron un documento denominado *Declaración de Panamá sobre Venezuela de los exjefes de Estado y de gobierno*, en el cual alertan:

La severa crisis democrática e institucional, económica y social que afecta a Venezuela y a todos los venezolanos no admiten sino *soluciones negociadas* y sería irresponsable y hasta criminal reducirla o desfigurarla, en su origen y efectos, a una suerte de confrontación entre el gobierno de Nicolás Maduro y el llamado imperialismo norteamericano, o atribuirla a la mera caída de los ingresos petroleros. (El destacado es nuestro)

La retórica oficialista es una reiteración incansable y monótona de los lugares comunes que abundan en acusaciones sin pruebas y amenazas que en modo alguno son un aporte para resolver la urgente crisis cultural, económica, política y social. Hay una desmedida e intencional *quiebra de las palabras*, como lo expuso el profesor Bisbal en su artículo del 14 de marzo de 2014 en *El Nacional*: "Los hechos pesan, pero las

“En los años treinta Hitler despertó en el rebaño desconcertado el miedo a los judíos y a los gitanos. Había que aplastarlos para defenderse” (Chomsky, 2004: 28). No hay diálogo para solucionar, sino desaparecer al adversario para que haya paz.

palabras con las que intentamos definirlos y caracterizarlos pesan mucho más”.

Orwell tenía razón

Ya en 1984 Orwell identificó los tres elementos definitorios de un régimen totalitario: la guerra es la paz, la manipulación del lenguaje y la miseria es la justicia de los pobres. Es inevitable relacionar a Venezuela con estas categorías, además de prácticas públicas que incluyen la criminalización de los opositores sin pruebas sólidas, creíbles o sin juicio previo. Hay una tendencia a satanizar la crítica y la disidencia, cuyos primeros pasos no son para nada novedosos. “En los años treinta Hitler despertó en el rebaño desconcertado el miedo a los judíos y a los gitanos. Había que aplastarlos para defenderse” (Chomsky, 2004: 28). No hay diálogo para solucionar, sino desaparecer al adversario para que haya paz.

La situación del país, con relación al poder político actual, pasa por un solo rasero: si no apoyas o callas, atente a las consecuencias. Referíamos en el año 2001: “Es lamentable el solo hecho de pensar en un futuro donde en Venezuela los periodistas tengan que temer por su seguridad, debido a los ataques originados por el discurso del presidente (Chávez) y cristalizados por las masas de seguidores de su gobierno” (Acosta, 2001: 20).

El uso desmedido, doméstico y personalísimo que del petróleo ha hecho el Gobierno, ocasiona un drama social que nos afecta el presente y compromete el futuro. Para el momento de realizar este trabajo, en Venezuela, de 792 mil 386 empresas que existían hace dieciséis años, han quebrado más

de 450 mil debido a la falta de apoyo, peor aún, hostigamiento del Gobierno nacional, lo cual también afectó un millón 800 mil empleos formales, e incide directamente en la producción. Para principios de 2015 la escasez ronda 56,9 % (Gudiño, 2015).

De cara a esta situación debemos adelantar reflexiones al respecto como posibles respuestas para superar la crisis: “dos poderosas circunstancias culturales influyen en el desarrollo de la inteligencia: la televisión y la lectura. Leer es pensar” (Ayllón, 1998: 67). Cuando se lee se descifran signos y símbolos, “palabras y frases que contienen ideas” y esto estimula la capacidad de pensamiento, de interpretación, que distingue al hombre del resto de los seres vivos. Sin embargo, la pereza por lo duradero, la inmediatez y facilismo es cotidianidad, es actualidad. “La tesonera continuidad, la fidelidad al principio, la tenaz y afinadora perseverancia, el amor a lo duradero, son moneda devaluada que arde en la hoguera planetaria de las modas, donde solo conserva valor el humo de lo transitorio”. (Pasquali, 1978)

La tendencia del Gobierno venezolano coincide con la práctica de las empresas transnacionales: eliminar las barreras de la disidencia, de la crítica, del pensamiento libre y evolutivo, pensar es un delito, la moda es formar parte de la masa. En esta era McLuhana “nunca fuimos tan universales y nunca hemos sido tan provincianos”. (Lombardi, 2012: 278)

Algunas propuestas

Como alternativa ante esta realidad Marroñe (2006: 200) afirma que “el único modo para cancelar los estereotipos es atravesarlos, limpiarlos desde adentro”. Sáez Gallardo (2005) propone una educación mediática desde los primeros años de formación escolar, comenzar por impartir una *educación semiótica* para contener la seducción de los medios que afecta al *homo videns*, y así estimular el desarrollo de un ser pensante, “verdaderamente humano y no una triste marioneta de quienes detentan el poder”.

Conscientes de que “...la industria y el *marketing* generan fetiches, crean necesidades” (Cáceres, 2003: 47), debemos entender la importancia de posiciones críticas, siempre atentas para entender qué tenemos frente a nosotros, cuáles son las intenciones con las cuales se nos transmite un determinado mensaje y hacia dónde vamos por este o aquel camino.

Vivimos en un mundo globalizado y como “bajarse del bus no es posible, mas

bien aprovechemos y disfrutemos de esa pluralidad que permite reubicarnos, repensarnos, escuchar lo diferente y escucharnos como diferentes para otros” (Ramírez, 2003: 153). El resultado será la pluralidad.

Algunas reflexiones

Los medios de comunicación deontológicamente están pensados para satisfacer la necesidad antropológica de comunicación e información del ser humano, ser un soporte tecnológico que potencie el hacer comunicativo, permitir espacios de encuentro colectivo donde el aporte discursivo nutra la convivencia. Este es el espacio deseado, sin embargo, no la mayor realidad.

El reto del venezolano es dejar de ser un simple y despreciado elector, visible solo en fotos posadas con besos y abrazos demagógicos a coroneles –“y coronelas”– que no tienen quien les escriba, pero que aún esperan por esa pensión que se llama dignidad. Hay que formarse en ciudadanía y alcanzar la unión en la tolerancia de las diferencias, de la disidencia como acción crítica y consciente de que es la llave al progreso. Solo debe estar claro que no debe esperarlo de quienes no tienen la capacidad de darla. Cada uno debe hacer país, y eso se logra aprendiendo y trabajando.

Preparémonos para crear constantemente un presente adecuado y garantizar un futuro en el cual los medios de comunicación sean un soporte técnico para el desarrollo de la cultura, asumida como diversa, evolutiva y formativa de verdaderas sociedades libres.

Seamos críticos y eternos aprendices de nuestros oficios. Aquí no hay un techo, solo el de nuestras autolimitaciones y prejuicios siempre frustrantes y obtusos. Seamos libres en el pensar, en el obrar, en el criticar para el progreso. Que no se diga de nosotros lo que Clive Staples Lewis decía de uno de sus conocidos: “No era un cero a la izquierda, comía prodigiosamente”. (Ayllón, 1998: 10)

DAYNÚ ACOSTA

Licenciado en Comunicación Social.
Profesor de la Universidad Católica Cecilio Acosta y de la Universidad Rafael Beloso Chacín del estado Zulia.



El reto del venezolano es dejar de ser un simple y despreciado elector, visible solo en fotos posadas con besos y abrazos demagógicos a coroneles –“y coronelas”– que no tienen quien les escriba, pero que aún esperan por esa pensión que se llama dignidad.

Referencias

- ACOSTA, DaynÚ (2001): *El silencio de los inocentes a veces resulta caro. Hacer periodismo en Latinoamérica no siempre es fácil y seguro*. Maracaibo: JB. Editor. Universidad Católica Cecilio Acosta
- AYLLÓN, José Ramón (1998): *Entorno al hombre*. Madrid, España: Ediciones Rialp, S.A.
- BERRUECOS, M. L. (2000): Las dos caras de la ciencia: representaciones sociales en el discurso. En: *Discurso y Sociedad*. España: Gedisa.
- BISBAL, Marcelino (2014): “La quiebra de las palabras”. En: *El Nacional* 14/03/2014.
- BISBAL, Marcelino; BARRIOS, Luis; MARTÍN-BARBERO, Jesús; GUZMÁN, Carlos y AGUIRRE Jesús María (1999): *Industria cultural: de la crisis de la sensibilidad a la seducción mass-mediática*. Caracas: Litterae
- CÁCERES, Sergio (2003): *El escritor como anti intelectual. Propuestas literarias en el marco de las nuevas tecnologías de la información*. II Encuentro de Nuevos Narradores de América Latina y España. Bogotá, Colombia: *Convenio Andrés Bello*.

- CAMPOS, Miguel Ángel (2014): *Desagravio del mal*. Universidad Católica Cecilio Acosta. Maracaibo: Ediciones Astrodata.
- CALSAMIGLIA, Helena (2000): “Decir la ciencia: las prácticas divulgativas en el punto de mira”. En: *Discurso y Sociedad*. España: Gedisa.
- CHARAUDEAU, Patrick (2003): *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- CHOMSKY, Noam (2004): *Actos de agresión*. Barcelona: Crítica.
- DE SEMIR, Vladimir (2005): “Periodismo científico: un discurso a la deriva”. En: *Discurso y Sociedad*. España: Gedisa.
- Declaración de Panamá sobre Venezuela de los exjefes de Estado y de gobierno. Panamá 10 y 11 de abril de 2015.
- ECO, Umberto (2006): “Entrevista a Umberto Eco por Lucrecia Escudero Chauvel”. En: *deSignis* N° 9. Iztapalapa: Gedisa.
- _____ (2004): *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Debolsillo.
- GUDIÑO, Gilberto (2015): “En Venezuela han cerrado más de 450 mil empresas”. Entrevista diario *Versión Final*. Maracaibo. 13 de marzo
- HABERMAS, Jürgen (2002): *Acción comunicativa y razón sin trascendencia*. Barcelona: Paidós.
- IMBERT, Gérard. (2006). “Nuevos imaginarios/ nuevos mitos y rituales comunicativos: la hipervisibilidad televisiva”. En: *deSignis* N° 9. Iztapalapa: Gedisa.
- LOMBARDI, Ángel (2012): “De la memoria ancestral al siglo XXI”. *Discurso de recepción del doctorado honoris causa otorgado por la universidad Rafael Beloso Chacín*. En: *Comunicación N° 3*, Revista Latinoamericana de Comunicación Social. Universidad Católica Cecilio Acosta. Maracaibo: Ediciones Astrodata.
- MARRONE, Gianfranco (2006): “Lugares comunes sobre Barthes. Mitos y ritos en las sociedades contemporáneas”. En: *deSignis*, N° 9. Buenos Aires: Gedisa.
- RAMÍREZ, Liliana (2003): *Rutas y Caníbales. Propuestas literarias en el marco de las nuevas tecnologías de la información*. II Encuentro de Nuevos Narradores de América latina y España. Bogotá: *Convenio Andrés Bello*.
- SÁEZ, Gallardo (2005): “Tramas de la seducción y manipulación del imaginario social en los mass media: el caso del Diario *La Nación*”. En: revista *Foro*, N° 2.
- PASQUALI, Antonio (1978): *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.