23-01-2013

La nueva Venezuela necesita de una nueva comunicación

Aram Aharonian
Rebelión

Venezuela asiste a la consolidación de una nueva identidad política, el chavismo, que trata definir desde sus consensos internos hasta sus diferencias con los adversarios, y a construir un nuevo relato de país, la nueva narrativa de identificación popular -superando definitivamente el del puntofijismo- y señas identificatorias propias.

Las nuevas realidades imponen nuevas estrategias y tácticas y también políticas que mantengan unido el cuerpo social, habida cuenta del fracaso sistemático de la (falta de) política comunicacional. Hay que repensar, desde el chavismo, la forma de información y de comunicación.

El riesgo de desaparición física (o de accionar político directo de Chávez) parece ser oportunidad para abordar desde el chavismo el postergado debate de articular un liderazgo más colectivo donde diversas figuras compartan la vocería mediática. y para definir una política informativa, teniendo en cuenta que, entre otras herramientas comunicacionales, seguramente llegue a su fin el Aló Presidente.

La nueva etapa comenzó el 8 de diciembre, cuando Hugo Chávez presentó -según palabras del sociólogo Javier Biardeau- su "testamento político", y cambió la política comunicacional oficial y el manejo sobre la salud del Presidente.

Pero, ¿y la oposición? Hasta ahora, la mayoría de los medios de comunicación comerciales han manejado con un alto grado de irresponsabilidad y perversión la salud de Chávez y la situación institucional del país.

Pese a que las nueva realidad del país impone nuevas estrategias y tácticas, nuevos lenguajes y protagonistas, en el futuro previsible los medios privados prolongarán seguramente sus políticas, sus posiciones, su escogencia de temas y de tratamientos, comportándose como actores políticos y actores con intereses financieros. Son corporaciones mediáticas, no les interesa la sociedad, la realidad y mucho menos la verdad.

Los acontecimientos que se sucedieron en los primeros días de enero parecen haber consolidado tanto el chavismo -por un lado- como la espiral de odio y violencia que se ha apoderado de la oposición, sobre todo en la mayoría de los medios privados, que han mantenido desde el 2001 mensajes y códigos invariables que intentan suplantar a los partidos por los propios medios, y en que éstos asuman paulatinamente los poderes del Estado.

Como difusores de los puntos de vista de propietarios y anunciantes, es improbable que los medios privados modifiquen su mensaje mientras los gremios patronales no cambien su política, es decir, sus intereses, que apuntan al control total del Estado a través de sus circuitos comunicacionales o de políticos manejados por éstos, señala Luis Britto García.

¿Cómo informarán los medios privados de los planteamientos institucionalistas surgidos desde algunos de los principales voceros de la oposición? ¿Los invisibilizarán?

El reordenamiento político

En Venezuela se ha venido produciendo una reordenación del campo político en torno a la figura del presidente Hugo Chávez, superando la conexión directa y la identificación cuasi religiosa entre el líder y buena parte del pueblo.

Muchos siguen declamando sobre el carácter religioso del liderazgo de Chávez y el endiosamiento por parte de sus seguidores, pero muy poco se ha dicho sobre ese extraño fenómeno psicológico de sus detractores que lo ha convertido en el propio Mefistófeles, explicación "científica" de todas las calamidades del país y responsable de todos los vicios de nuestra política, señala el opositor Leopoldo Puchi.

La grave enfermedad crea ansiedad y desequilibrios en el cuerpo social, más aún si se trata de un liderazgo que ha removido las aguas del conflicto social venezolano y en el que se sienten representados vastos sectores populares. La carga emocional, no puede ser ignorada y esta delicada situación política debió y debe manejarse con suma responsabilidad y sensatez por los círculos dirigentes.

Sin embargo, es perturbador que la Conferencia Episcopal abriera el fuego hablando de "una interpretación acomodaticia de la Constitución" y anunciando, como consecuencia, un escenario de violencia. La Iglesia perdió otra oportunidad de jugar un papel de mediación política, como sostén a las instituciones

También hubo apresuramiento desde el oficialismo, hablando de un criterio de continuidad antes de que se expidiera el Tribunal Supremo de Justicia, e, incluso, sembrando dudas sobre la obligatoriedad de convocar a elecciones, en caso de falta absoluta.

Son lamentables expresiones -y campañas- surgidas del antichavismo nacional e internacional, ya que en ningún caso la sentencia puede ser catalogada de "convalidación de una usurpación", como si la oposición hubiese sido despojada abusivamente de un poder que le perteneciera por derecho. Hasta la OEA sabe que es imposible sustentar que el chavismo sigue en el poder porque ha dado un

golpe de Estado: acaba de ganar las elecciones presidenciales del 7 de octubre y las de gobernadores en diciembre.

La derecha regional e internacional aparece con mucha más capacidad de percepción política, más consciente del peligro que supone Chávez, el chavismo y la actual Venezuela. El uso sistemático del «latifundio mediático» a su servicio para desprestigiar a Venezuela es el mejor exponente.

En la última década se han producido hechos relevantes, como que grandes mayorías dejaran de ser objeto de política para pasar a ser sujetos de política y, a la vez, una mayoría -ninguneada, invisibilizada por más de dos siglos- hoy empoderada y consciente que, como ciudadanos, tienen derechos, los mismos que les fueron usurpados durante décadas.

Esto habla a la vez de la construcción -parcial, paulatina- de una identidad nacional (más allá de las regionales) junto una creciente autoestima, lo que va logrando la descolonización del imaginario. Los rostros, imágenes y voces invisibilizados por las elites gobernantes y los medios de comunicación comercial, comienzan a aparecer para quedarse, con sus acentos y tonadas, su diversidad étnica y cultural.

Después de dos siglos de verse con ojos extranjeros " Tenemos que terminar de borrar las fórmulas extrañas a nosotros mismos", decía Chávez) , los venezolanos comienzan a verse con ojos propios. Aparece la noción de nación y de soberanía, más allá del concepto de territorialidad, y se va asumiendo, a la vez, la identidad latinoamericana, integradora, integracionista, más allá del discurso oficial.

Una nueva etapa

Ese 8 de diciembre comenzó -sin que nadie lo decretara- una nueva Venezuela, que debe superar la situación de extrema afectividad y suspensión del juicio crítico, que, a decir de Maryclén Stelling, es una "red afectiva -miedo, amor, odio y violencia- que media nuestra relación con la realidad y afecta en consecuencia la percepción de la misma".

Hoy, manejados por la emocionalidad y alentados y alimentados por ciertos medios de comunicación, sectores políticos asumen y se hacen cómplices de una naturalización y banalización de la violencia, perdiendo, en consecuencia, la sensibilidad colectiva en relación con la violencia destructiva en todas sus modalidades, física, psicológica, emocional o política, señala Stelling.

Y lo cierto es que cuando la violencia se despoja de su carácter de excepcionalidad se desdibujan sus límites y desaparecen los criterios para evaluarla. En este juego "amigo-enemigo" algunos medios inducen al odio y alimentan la violencia. La política concebida como un ejercicio bélico no

reconoce la pluralidad ni la diversidad.

La oposición ¿sin proyecto, sin futuro?

Armando Durán, exministro de Carlos Andrés Pérez, señala que, en una "ambigüedad suicida", muchos en la oposición siguen aún las normas que definían aquel falso bipartidismo adeco-copeyano que murió definitivamente en las elecciones de 1998, de adversarios sin enemistad, que diluían sus diferencias en la tranquila alternancia, todo perfectamente de acuerdo con el diseño trazado por los estrategas de Washington para armonizar en Venezuela, como en Estados Unidos lo hacían demócratas y republicanos, los tópicos de una "democracia" bipartidista moderna.

Hay un 1% seudo-radical (según Olivares de El Universal), que sobreestima su fuerza a causa del tuiter, mientras otros se preguntan si hay que seguir exigiendo que Chávez regrese o que se publiquen sus exámenes médicos y especulan sobre el amor-odio entre Diosdado Cabello y Nicolás Maduro, o prepararse y ponerse a trabajar desde ya para mejorar sus posibilidades de cara a esas cercanas elecciones presidenciales.

Pero resulta que ese 1% seudo-radical cuenta, por ahora, con el altavoz de una prensa opositora cartelizada, y en un nuevo intento de subvertir el orden e irrespetar la Constitución hizo circular el documento "Manifiesto de la Sociedad Democrática Venezolana y a su Fuerza Armada Nacional Bolivariana", firmado entre otros por Oscar Lusinchi, Enrique Tejera Paris, Pedro Pablo Vidal, Oswaldo Álvarez Paz, María Corina Machado, Diego Arria, Marciel Granier, Luis Henrique Otero y Oscar García Mendoza.

Durante los años bolivarianos, estos medios cartelizados intentaron asumir la competencia de decidir cuáles leyes debían ser consideradas válidas y cuáles no; por su propia decisión difundieron como verídicos actos ejecutivos que no habían sucedido (la renuncia del Presidente); designaron y destituyeron a dirigencias políticas en las filas opositoras, y han intentado usurpar la función jurisdiccional desconociendo repetidamente tanto actos administrativos como resultados electorales y sentencias de los tribunales, formulando a su vez sentencias mediáticas inapelables contra personas e instituciones, recuerda Luis Britto García.

" Cerco mediático" y síndrome de la plaza sitiada

Los medios se acogen a la estrategia mediática internacional: hoy, carentes de credibilidad, reproducen las "informaciones" elucubradas en el exterior por una derecha con la clara intencionalidad política de socavar las instituciones, desarticular la integración latinoamericana, terminar con el chavismo y, sobre todo, apoderarse de las riquezas naturales venezolanas.

CNN en español, ABC y El País de España, El Nuevo Herald de Miami, La Nación de Buenos Aires, O Globo de Brasil, entre otros medios, completan eso que se ha dado en llamar el cerco mediático sobre Venezuela, que no es más que una orquestada, planificada campaña de descalificación, distorsión y manipulación informativa contra Venezuela, que luego es amplificada por la prensa comercial venezolana.

También se nombra este fenómeno como la guerra de Cuarta Generación, mediática, dirigida a los sentimientos, las percepciones, a crear imaginarios colectivos virtuales, lejanos a las realidades.

Según William Lindt, creador del término, "en la guerra de cuarta generación (los operadores) son expertos en la manipulación de los medios de comunicación para alterar la opinión nacional y mundial hasta el punto del el uso diestro de las operaciones psicológicas que a veces impide el compromiso de las fuerzas de combate... Las noticias de la televisión pueden convertirse en un arma operativa más poderosa que las divisiones acorazadas."

En el contexto de guerra y de confrontación vale todo para derrotar al enemigo o al menos controlarlo, aislarlo. En Venezuela esta estrategia se encuentra con una suerte de vacío, que es una oposición desarticulada, fragmentada, de facciones que aflora como partido político "de unidad" en coyunturas electorales, y terminadas éstas se fragmenta nuevamente, recuerda Stelling.

Ahora está fragmentada nuevamente -una colcha de retazos- y desorientada sin Chávez: se quedó sin líder para odiar y le cuesta demasiado una idea, un proyecto de país.

Pero en esta trampa de la "guerra", aquellos que trazaron y dirigieron la comunicación bolivariana se sintieron seducidos por la teoría de la plaza sitiada -hay que defenderse continuamente de la eventual agresión imperial-, que bien sirvió a la Cuba revolucionaria en los primeros años del bloqueo, una teoría impensable en un país con cientos de radios privadas, decenas de televisoras y de diarios privados.

Los voceros chavistas se convirtieron en expertos en denunciología, olvidándose de construir una comunicación democrática, donde todos tengan voz e imagen y donde la ciudadanía participe protagónicamente de los debates sobre la realidad y el futuro del país que se está construyendo. Es una estrategia reactiva; se responde a la agenda del enemigo, y no proactiva, donde se diseña la agenda comunicacional y política.

El chavismo; ¿y ahora qué?

Para remontarse al origen de las críticas por la falta de una política comunicacional, hay que trasladarse a 1999, cuando el entonces ministro de la Secretaría de la Presidencia, Alfredo Peña,

terminó con toda la institucionalidad comunicacional del Estado (obviamente para dejar que las grandes empresas mediáticas dictaran las pautas y crearan el imaginario colectivo), con el pretexto de que Chávez "es el mejor comunicador del mundo", y dejaba al descubierto la falta de soberanía comunicacional, lo que quedó en evidencia cuando el golpe del 2002.

Poco después se aprobaba la Ley Orgánica de Comunicaciones, de corte neoliberal, y aún vigente, madre de los males que vendrían después con la Ley el Reglamento de las emisoras comunitarias.

Nadie duda del carisma y la calidad de comunicador de Chávez. En un vocabulario coloquial, intimista, informal, logró informar (y formar) a una ciudadanía que siempre había sido considerada objeto (y no sujeto) de políticas. Durante más de una década los venezolanos se enteraron de lo que sucedía en el país a través de Aló Presidente, primero radial y luego también televisado.

Pero no hemos comprendido qué etapa histórica estamos transitando, dando fin de la etapa de la resistencia (al colonialismo cultural) para comenzar la difícil etapa de la construcción de nuevas alternativas, de una comunicación democrática, de una sociedad de participación popular, encaminada al socialismo.

Construcción significa cambiar paradigmas, reiventarnos; sugiere proceso, avances y también retrocesos. Pero lo primero que debemos democratizar y de ciudadanizar es nuestra propia cabeza, reformatear nuestro disco duro, liberar los mil cuatrocientos centímetros cúbicos de nuestro cerebro.

Jamás se articuló una política comunicacional y hasta algún alto funcionario se animó a decir que la mejor política era no tener política. Es más, cualquier funcionario pretende que sean interrumpidos los programas en los horarios estelares de la que debiera ser la televisión pública para que aparezca su imagen grabada en actos protocolares banales.

Nunca se comprendió de qué se trataba la guerra cultural, y mientras se creaban costosísimos sistemas televisivos, los formatos y contenidos seguían los lineamientos del enemigo, al grado de que todas las televisoras estatales y/o fomentadas por el Estado no lograron jamás sobrepasar el 10% de la audiencia. Una televisión pública sin público, una información llena de consignas sólo para los convencidos. Una vocería sin credibilidad (en los últimos dos meses, el nuevo ministro del área logró ganar credibilidad con su profesionalismo y ética).

Los grandes medios empresariales operan sobre la mentalidad y la sensibilidad de las sociedades, tratando de generar una nueva fuente de historia, falsificada, fragmentada, artificial, superficial, descontextualizada, De poco sirve tener cientos de medios populares (mal llamados comunitarios) si dependen de las pautas oficiales (financieras y programáticas), cuando los medios comerciales acaparan la atención de las audiencias.

Se siguen los paradigmas del enemigo, que nos hicieron creer que comunicación alternativa era sinónimo de comunicación marginal. Basta descubrir a qué es alternativa: al mensaje único, a la imagen única, a la tónica hegemónica. Y entonces comprender que alternativo no se contradice con masivo: se puede masificar un mensaje con una red de medios populares.

Tener nuevos medios para repetir las formas inescrupulosas y la información digitada, que nada tienen que ver con el debate democrático, las formas de la comunicación hegemónica, es ser cómplice del enemigo.

Una televisión "revolucionaria" debiera desarrollar una nueva retórica y una nueva estética de respeto al público y al contenido que se transmite. La cuña y los "negros" comerciales son la ideología del capitalismo. No se puede difundir un mensaje socialista (un mensaje no es la repetición de consignas) con los procedimientos del capitalismo.

Pese a muchas declaraciones, durante más de una década el gobierno no ha intervenido para lograr que los medios acaten las disposiciones constitucionales y legales. Apenas una medida, la no renovación de la concesión a RCTV, mientras se "negociaba" con otros medios privados con generosas y hasta pródigas pautas publicitarias a ciertos medios privados, señala Britto García.

El efecto fue que redoblaran sus ataques al gobierno (con financiamiento de éste) y sirvan de promotores ante los organismos internacionales de acusaciones temerarias de falta de libertad de expresión.

Muchos han leído solapadamente a Gramsci (es decir, leyeron solo la solapa del libro) para disertar sobre hegemonías. Sln embargo, el nuevo ministro, Ernesto Villegas, señaló acertadamente que " hablar de una hegemonía revolucionaria es todavía una utopía", ya que "podemos tener muchos recursos para tratar de dar la batalla, pero todavía existe una hegemonía cultural capitalista que es visible incluso en nuestros mismos

hábitos, en nuestros gustos, en nuestra manera de accionar, en la manera como miramos a nuestros semejantes". Ante esa hegemonía cultural "la visión de la revolución es contrahegemónica", dijo.

No está mal como para empezar a tomarse en serio este tema, el de la nueva comunicación en tiempos de cólera y de nueva etapa política en el país.

Desafíos comunicacionales de corto plazo

Entre ´los desafíos del gobierno, de acá en más, están el extender aún más la participación y el control popular, debatir y priorizar nuevos objetivos y metas, y revitalizar los sueños colectivos. En el breve plazo deberá mostrar estrategias comunicacionales en cuanto a la participación popular, las nuevas realidades políticas en la oposición y en el chavismo, los temas económicos y financieros, sin olvidar los de seguridad y la construcción del imaginario colectivo del camino hacia el socialismo del siglo XXI

Participación popular: Los próximos comicios, en mayo, serán para elegir alcaldes y concejales. Lo cierto es que hasta el momento el PSUV ha abandonado la escogencia de sus candidatos por elecciones primarias en cada circuito, pero la presión de las bases se mantiene, en la exigencia de fecha para garantizar la participación popular para la selección de los abanderados bolivarianos, de forma que ésta no se haga por imposición de la cúpula. Una u otra decisión deberá ser comunicada a la ciudadanía en general y al chavismo en particular.

Como dijera Chávez, La democracia de elites, representativa es contrarrevolucionaria. Un gobierno tomando decisiones entre cuatro paredes, expropiándole al pueblo su soberanía, también es contrarrevolucionario "

La percepción política: La Mesa de Unidad Democrática se ha abstenido de hablar de usurpación y desconocimiento de la decisión del TSJ, pero sectores más alienados a las directivas de Washington -como la mediática María Corina Machado, impulsada como sucesora de Henrique Capriles como abanderada presidencial- le ganan la batalla en el chismorreo político, desconociendo a Nicolás Maduro y soñando con una "primavera árabe", tuiteada y televisada.

Sólo campañas proactivas e informativas permanentes, con voceros con credibilidad pueden romper con la desinformación chismorreica.

La percepción económica: Pese al crecimiento económico y la baja tasa de desempleo, la escasez y la inflación siguen preocupando. La explicación de que son consecuencia de la especulación no satisface ni alcanza, si no se busca corregir la baja productividad y definir de alguna forma la presión empresarial para sacar las ganancias fuera del país, que mantiene un dólar paralelo galáctico sin lograr eliminar la fuga de capitales.

No bastan las cifras macro para tratar de explicar lo que la ciudadanía palpa todos los ´días. Una estrategia de información debiera incluir contenidos formativos en lo económico: el pueblo merece comprender de qué se trata y cómo se trata.

Hugo Chávez señalaba que él sólo echó las bases del socialismo: "Quiero construir el edificio (...) Invito a todos a que pensemos, diseñemos y pongamos en práctica acciones en todos los ámbitos para llenar de fuerza transformadora a la democracia revolucionaria " .

Rebelión ha publicado este artículo con el permiso del autor mediante una licencia de Creative Commons, respetando su libertad para publicarlo en otras fuentes.