

De la nueva política comunicacional

Resumen

En este estudio, el autor reflexiona sobre las políticas de comunicación que ha venido implementando el gobierno venezolano nacional. Para ello pasa revista a lo que fue la temática, y su significación en términos políticos, en la década de los años setenta. Esta vuelta atrás tiene sentido, tal como nos lo dice Bisbal, para ver como el gobierno de Hugo Chávez ha “secuestrado” aquellos planteamientos y le ha impreso el sello ideológico, más no técnico, con el único fin de conservar el poder. Igualmente, nos pasea por los nuevos lineamientos reflejados en el Nuevo Mapa Estratégico y en el Plan de la Nación 2007-2013. Concluye con la idea de que la actual política oficial sólo persigue la llamada “hegemonía comunicacional”.

Abstract

In this study, the author reflects on the communications policies of the Venezuelan government, beginning with a look at the 1970s. This backward glance, Bisbal suggests, is necessary in order to demonstrate how the government of Hugo Chavez has seized on the ideas that emerged from that period, in an ideological, rather than a technical sense, with the sole aim of holding on to power. The author also reviews the tendencies reflected in the ‘New Strategic Map’ and the ‘2007 National Plan’. His conclusion is that the current policy is solely concerned with establishing a so-called ‘communicational hegemony’.

En fin, él que ya no provee sueños, sueña con éxitos imposibles mientras sus muy reales fracasos parecen derretirlo. A mí es que las celebridades mediáticas y del espectáculo sólo me erizan de pura desconfianza. Ese mostrarse desde el sórdido glamour de tenerse a sí mismas como única mercancía, sin más, y cobrar por ello sin pudor alguno, no es propio sino de aprovechadores. Pero está visto que atraen a esos personajes de la política para quienes, a pesar de su sedicente radicalismo, nada es más excitante que retratarse con ellos. Seguramente, porque en el fondo, añoran convertirse ellos mismos en celebridades, e imaginan que frecuentarlas es la senda más eficaz para lograrlo. En todo caso, les resulta mucho menos penoso que dedicarse con éxito a sus obligaciones con la gente

JOAQUÍN MARTA SOSA

A la desmesura del poder

I- LAS POLÍTICAS COMUNICACIONALES O EL DEMIURGO DEL PRESENTE

Desde la década de los años setenta, y una buena parte de la década de los ochenta, el término-concepto de *política comunicacional* y su consiguiente *política cultural* no había vuelto a mencionarse, al menos con la frecuencia e insistencia con la que se refiere ahora, incluso con tal vehemencia que llama la atención. Pareciera que al término-concepto se le atribuyen tales poderes que solamente desde él, con tan sólo mencionarla hacia un polo o hacia el otro (presencia o ausencia de una política comunicacional), la gestión buena o mala de la *cosa pública* queda resuelta como por *arte de magia*. Después de esas décadas en donde se plantearon en el escenario el debate internacional sobre los problemas de la comunicación y la información, que se tomó conciencia de la necesidad de planificar y fijar políticas públicas desde el Estado al recurso de la comunicación masiva, que se orientó la idea de no dejar *a la libre* el asunto de la comunicación y la cultura como *bienes públicos* y que se debatió ampliamente sobre la significación de la comunicación como elemento de convivencia y relacionamiento social; el tema se fue alejando de las agendas públicas de los gobiernos en funciones de Estado e inclusive de las agendas de preocupación-reflexión-investigación de los investigadores y académicos hasta el punto de considerarse al término, diría el profesor Antonio Pasquali, como “palabra sucia”, es decir que:

La sumatoria de una estrategia globalizante que obstaculiza la generación de informaciones y mensajes fuera de los circuitos controlados, que impone omisiones o redundancias según el interés del momento, y que



ha eclipsado a organizaciones internacionales que eran foros naturales para el debate de esos problemas, ha finalmente conducido a que los términos de *comunicación* o de *políticas de comunicación* figuren hoy nuevamente retrocedidos al rango de *dirty words*, de palabras sucias e innominables. La consigna del sistema (que la periferia, según acostumbra, acata más fervorosamente que la metrópoli) es: ¡prohibido hablar de comunicaciones; segréguese por subversivo a todo el que lo haga! (1991:25).

Mientras esto sucedía en nuestra comarca que es América Latina en general y en Venezuela de manera particular, los europeos de avanzada iniciaban todo un proceso de reorientación hacia la consideración o hacia la vuelta de la temática de políticas comunicativas y políticas culturales. Así, los europeos después de todos los discursos que se dieron hace ya casi treinta años con lo que fue el llamado Informe MacBride, los planteamientos de la UNESCO en materia de comunicación y cultura y las discusiones políticas sobre el papel de la comunicación-medios masivos de comunicación-flujo de información y que además dieron lugar a la salida de Estados Unidos y el Reino Unido de la UNESCO y su posterior regreso; las políticas de comunicación y cultura han pasado a ser preocupaciones que se manifiestan no sólo en los planteamientos dentro de las agendas públicas y académico-investigativas, sino también del conjunto de consideraciones que se le formulan al ámbito de la comunicación y la cultura del presente.

Por decirlo de algún modo, el objetivo de preocupación actual no ha sustituido al de la UNESCO de 1980 [se refiere el autor a la Conferencia General de la UNESCO de 1980 en Belgrado y que desde ella se reafirmaron el conjunto de propuestas del llamado Informe MacBride o *Voces múltiples, un solo mundo*], pero lo ha ampliado desde la Comunicación (el sistema relacional) hacia la Cultura (el contenido y su relación con las personas, acceso e identidad). Esta es entendida en sentido amplio y dando cuenta de las contradicciones sociales y culturales internas (mestizajes, hibridaciones, análisis en la recepción, apropiaciones populares de unos medios federadores, nuevas identidades, comunidades reales o virtuales...) y la necesidad de renovadas políticas culturales en las que los agentes (administraciones, creadores, sociedad civil, productoras y usuarios tanto en cada país como a escala global) puedan cooperar en las reglas y para

“

las políticas de comunicación y cultura han pasado a ser preocupaciones que se manifiestan no sólo en los planteamientos dentro de las agendas públicas y académico-investigativas, sino también del conjunto de consideraciones que se le formulan al ámbito de la comunicación y la cultura del presente

”

el interés colectivo (Zallo, 2005:4) (en versión electrónica: <http://www.campusred.net/telos/editorial.asp>).

Empero y volviendo al contexto nuestro, daría la sensación que lo que se llamó el “Espíritu de Costa Rica” (hacemos referencia a la *Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe*, 1976 en San José, Costa Rica, y el conjunto de las 30 recomendaciones y la Declaración de Principios) volvió a resurgir con el gobierno de Hugo Chávez Frías y su *proceso o proyecto bolivariano*. Ese conjunto de recomendaciones, a manera ilustrativa y de punto de comparación, las podemos integrar en seis grandes temas (Exeni, 1998:74):

- circulación equilibrada de la información,
- políticas nacionales y planes de comunicación,
- formación y capacitación de recursos humanos,
- investigación y documentación,
- tecnología de comunicación, y
- cooperación regional en materia comunicativa

Aparece la interrogante de inmediato: ¿por qué este resurgir? Ya habíamos dicho en otro texto nuestro (Bisbal, 2006) que en la era democrática del país dos gobiernos han tenido conciencia plena acerca del papel de la comunicación y los medios como vehículos de expresión y difusión de información. Son ellos, el primer gobierno de Carlos Andrés Pérez (1974-1979) y el actual (1998). Basta con recordar que en el primero se cimentaron las bases teórico-conceptuales de las políticas nacionales de comunicación (PNC) y el impulso que desde el gobierno se le dio al tema; y en el actual, por la consideración que el mismo Presidente de la República le ha otorgado al área de los medios de comunicación en el desarrollo y ejercicio de la política y que se ha expresado en el conjunto de medidas que se han venido orientando desde 1998 hasta el presente. La diferencia estriba en que en el gobierno de Carlos Andrés Pérez la claridad conceptual estuvo divorciada de la acción práctica y en el segundo por la poca claridad y la *naturaleza política* que ha venido teniendo la formulación y ejecución de la PNC desde la desmesura del poder que representa el actual Estado omnipotente.

Si bien reconocemos el intento que hubo en la mitad de la década de los años setenta hasta entrada la década de los ochenta por planificar el recurso de la comunicación y fijarle políticas públicas en aras del desarrollo nacional, también debemos apuntar que el aborto de esos intentos se debió en buena medida a las presiones ejercidas desde los medios privados de comunicación social que veían, tal como se dijo en aquellos momentos, “que cualquier forma de intervención estatal o pública en los media constituía el comienzo del totalitarismo y el fin de la libertad de expresión”. Ahora, y en esto que el sector oficial ha dado en llamar *socialismo del siglo XXI*, tenemos que precisar que eso que desde la visión del gobierno se llama *política comunicacional* no es más que un conjunto de *políticas*, dentro de una política global e integrada, de controlar al sistema de medios de comunicación privados y, en general, el flujo de información.

¿En qué radica la diferencia si en ambos procesos políticos, el de antes (Carlos Andrés Pérez) y el de ahora, se usa el mismo término para referirnos a una semejante realidad de medios? Es más, el asunto se nos complejiza aún más cuando en esos horizontes políticos se manifiesta el carácter democrático de la formulación de PNC y el objetivo final, también en ambos, será el de alcanzar la *democratiza-*

ción social de la comunicación. La diferencia estriba, al menos desde nuestro punto de visión, en la concepción que se tiene del Estado y sus políticas públicas. El actual gobierno en sus funciones de Estado, después de casi diez años de actuación desde el poder, se ha mostrado de manera transparente como un Estado que se orienta como *aparato controlador* y de allí su presencia en casi todos los ámbitos de la vida social. En ese sentido, los medios y los periodistas no pueden quedar excluidos del conjunto de políticas que se formulan y se ejecutan desde el gobierno. Bien lo afirmaban en aquellos años de euforia por el tema de la PNC los brasileños Gonzaga Motta y Ubirajara Da Silva (1982) y que refiere el análisis retrospectivo que sobre las políticas de comunicación hace José Luis Exeni al decir:

Este es quizás el planteamiento más importante sobre este punto, por lo que vale la pena tomarlo en cuenta a la hora de pensar la relación entre el Estado y las políticas de comunicación, y responder a preguntas como las siguientes: ¿quién domina el Estado?, ¿a qué grupos sociales sirve?, ¿quién participa y quién queda excluido?, ¿quién toma la mayoría de las decisiones?" (1998:39-40).

Hemos escuchado en los últimos años expresiones del Presidente de la República hacia los medios y los periodistas que nos responden de manera integral esas preguntas y que nos hablan del talante democrático del gobierno. Reprodúzcanos algunas declaraciones para así poder entender el conjunto de acciones que se han emprendido y que seguramente se emprenderán en el tiempo por venir:

● He sostenido un complejo sistema de relaciones con los medios de comunicación social(...) como parte de un choque histórico de fuerzas (23 de junio de 2001).

● Los medios están desestabilizando al país, y eso ningún poder del Estado puede permitirlo (09 de enero de 2002).

● (...)no voy a responderle nada. Debería darte pena trabajar en ese periódico. Es triste trabajarle a la mentira y al engaño. Es triste estudiar para terminar en eso (24 de junio de 2002).

● Yo no quiero cerrar canales, pero si no capacitan habrá que cerrarlos. Es un asunto de moral. No podemos permitir que se incite al delito(...) Hemos abierto procedimientos administrativos a las cuatro estaciones de televisión. Ahora tienen un tiempo estipulado para su defensa. Yo he pedido ob-

“

El actual gobierno en sus funciones de Estado, después de casi diez años de actuación desde el poder, se ha mostrado de manera transparente como un Estado que se orienta como aparato controlador y de allí su presencia en casi todos los ámbitos de la vida social

”

jetividad. Hace poco convocaron a una marcha para defender a los medios. Reconozcan que violaron la ley. Porque si no rectifican no podrán seguir disfrutando de una concesión en el espectro radioeléctrico (09 de febrero de 2003).

● Señor Mata [editor de el diario *El Universal*] usted tiene seis años fracasando y va a pasar 600 años más(...) Mando al basurero de la historia al señor Andrés Mata y todo lo que usted representa (26 de septiembre de 2004).

● Hay que revisar las concesiones de las televisoras que se van a vencer pronto. En el 2007 empiezan a vencerse.

Nosotros no podemos ser tan irresponsables de seguir dándole concesiones a un pequeño grupo de personas para que usen esas televisoras, el espacio radioeléctrico que es del Estado, es decir, del pueblo, para que lo usen en contra de nosotros mismos.

En nuestras propias narices, como quinta columna, ¡a mi me importa un comino lo que digan los oligarcas del mundo! Me importa es la fuerza de mi patria y la unidad de Venezuela, ¡no me importa nada lo demás! Porque a nombre de una supuesta libertad de expresión, ahí se escudan ellos.

Quiero decir, he ordenado la revisión de las concesiones de las plantas de televisión. Hay algunos canales que han dado señal de

querer cambiar, y pareciera que tienen intenciones de respetar la Constitución, la Ley, de los que apoyaron al golpe ¡que fueron todos! Es decir, ahí nosotros tuvimos el momento para eliminar esas concesiones, pero sin embargo, llamamos fue al diálogo, a las reflexiones. ¿Fue un error? Creo que no. Todo tiene su tiempo (14 de junio de 2006).

● Cuánto le cuesta al imperio norteamericano sostener periódicos y televisoras que tienen pérdidas económicas, cuántos periodistas para Estados Unidos en todos nuestros países, en toda América Latina, en el Caribe, es decir, se trata de un Gobierno que invierte, al año, miles de millones de dólares para tratar de imponer su hegemonía. Nosotros también invertimos, jamás como ellos, pero sí invertimos algunos millones de dólares, hasta donde podemos, no para imponer nada, sino tratar de aplicar algunos frenos, primero en nuestro país y, segundo, en algunos países aliados en nuestro entorno geopolítico tratando de poner algún freno a esa agresión permanente que pretende avasallar al mundo y, creo que lo hemos logrado, de alguna manera, lo más importante es que se trata de una política de doble acción, por una parte, frenar la arremetida imperialista y, por la otra, impulsar nuestra propuesta del Alba contra el ALCA (10 de septiembre de 2006).

● Hay un señor por ahí, de esos representantes de la oligarquía, que quería ser Presidente de la oligarquía, y que luego esos gobiernos adeco-copeyanos le dieron concesiones para tener un canal de televisión. Y él ahora anda diciendo que esa concesión es eterna. Pues se le acaba en marzo la concesión de televisión. Se le acaba en marzo. Así es que mejor es que vaya preparando sus maletas y vaya viendo a ver qué va a hacer a partir de marzo. No habrá nueva concesión para ese canal golpista de televisión que se llama Radio Caracas Televisión. Se acaba la concesión. Ya está redactada la medida. Así que vayan preparándose, apagando los equipos. No se va a tolerar aquí ningún medio de comunicación que esté al servicio del golpismo, contra el pueblo, contra la Nación, contra la independencia nacional, contra la dignidad de la República. ¡Venezuela se respeta! Lo anuncio antes que llegue la fecha para que no sigan ellos con su cuentito de que no, de que son 20 años más. ¿Veinte años más? Yo te aviso chirulí, 20 años más sí es bueno. Se te acabó. Se te acabó (28 de diciembre de 2006).

● Le pido a la presidente de CONATEL que se aplique mano firme para regular los medios de comunicación(...) No se puede se-

guir tolerando el terrorismo en los medios, se les debe abrir un expediente a los medios(...) Un traidor a la patria no puede ser dueño de una empresa comunicacional (02 de febrero de 2008).

Las declaraciones-anuncios que hemos reproducido y que se han catalogado de “hostigamiento verbal” por la asociación civil Espacio Público e inclusive de “intimidación” hacia los medios, los periodistas y en definitiva hacia la libertad de expresión por parte del Ejecutivo Nacional, amén de todo un conjunto de declaraciones con la misma tónica de altos funcionarios del gobierno quienes repiten con absoluta sumisión lo que el Presidente dice y se le antoja día a día; constituyen la más clara línea de conducta gubernamental frente a los medios.

Desde el gobierno hay *miedo* a lo que representan los medios y sus profesionales periodistas, así como también hay profundas sospechas de las voces que ellos levantan y que son sumamente críticas de la gestión pública por la visibilidad que los medios le impregnan a los mensajes y a los sujetos que desde allí se muestran. El gobierno ha descubierto esta nueva forma de poder que pone en tela de juicio el poder que él representa y que además detenta en todos los niveles de la institucionalidad gubernamental. Los medios, para bien o para mal, han transformado la naturaleza de la visibilidad y la relación entre transparencia y poder. Es decir, los media hace ya un buen tiempo redefinieron la idea de espacio público, por lo tanto el juicio que continuamente se le hace al poder político o a cualquier otra forma de poder que desde los medios es de un continuo escrutinio de sus acciones.

Sin embargo, estas consideraciones no deberían cegarnos ante el hecho de que, con la creciente proliferación de los medios de producción y transmisión de los mensajes *mediáticos*, resulta cada vez más difícil a los líderes políticos (y a sus equipos de relaciones públicas) controlar su propia visibilidad y la de las acciones y acontecimientos que desencadenan o producen. Resulta cada vez más difícil para ellos correr un velo de secretismo alrededor de sí mismos y de los dominios particulares de acción, y de asegurarse de que estas zonas permanezcan invisibles o sean accesibles sólo de maneras cuidadosamente preestablecidas. El ejercicio del poder político hoy en día, por tanto, tiene lugar en una arena cada vez más *abierta a la mirada*(...) (Thompson, 1998: 195-196).

“

Siendo así la relación medios-poder, medios-sociedad, es lógico entender que el gobierno del presente con evidentes signos de centralización y control de todas las acciones de la sociedad, requiera neutralizar al sistema nacional de comunicación mayoritariamente en manos del sector privado y de oposición al proyecto (al menos en un tiempo lo fue)

”

Siendo así la relación *medios-poder, medios-sociedad*, es lógico entender que el gobierno del presente con evidentes signos de centralización y control de todas las acciones de la sociedad, requiera *neutralizar* al sistema nacional de comunicación mayoritariamente en manos del sector privado y de oposición al *proyecto* (al menos en un tiempo lo fue). Es más, de haberse aprobado la reforma constitucional propuesta desde la figura presidencial, refrendada y ampliada por la Asamblea Nacional, se hubiese cambiado drásticamente la estructura del Estado, la forma de gobierno, la concepción de ciudadanía y del ciudadano como sujeto, la idea del llamado poder popular, se hubiese alterado sustancialmente la conducción del país desde el gobierno al signarla con tendencia centralista y aún más presidencialista, se habrían introducido importantes cambios en la economía, crecería la injerencia del componente militar en la vida de la sociedad venezolana y se hubiese fortalecido aún más y de manera visible el poder en la figura del Presidente. De haberse aprobado esa reforma se aten-taba gravemente contra un concepto de libertad y de libertades que lejos de construir un sujeto consciente y de desarrollo autónomo de la esfera del poder público, lo hacía más dependiente y minusválido frente al poder. Y en las esferas de lo co-

municacional e informativo el asunto era del mismo tenor. Bien lo llegó a expresar el Instituto de Prensa y Sociedad (Ipys) por intermedio de su *Boletín Informativo* al decir:

La primicia del momento consistiría en un propósito orgánico desde el poder, ya no por castigar lo diferente, lo inadecuado, lo molesto, sino por igualar las percepciones con el rasero de una sola verdad. Cualquier espacio, incluso el de la revisión histórica, debe ser impregnada por esa verdad: tal pareciera ser la consigna (2007).

Sabemos lo que ocurrió el 2 de diciembre del 2007, a pesar del poder omnímodo del gobierno, a pesar de toda la campaña mediática y propagandística que el poder desplegó intensa y extensivamente por todo el territorio nacional. Sin embargo, con todo ese despliegue comunicacional-mediático, de la presencia de los recursos del Estado de manera *grosera* e interventora, la respuesta de la sociedad no fue cónsona con los planteamientos del proyecto de reforma constitucional. El poder no *entendió* lo que allí pasó y salieron a relucir, como en otras ocasiones a lo largo del *proceso*, el tema de lo comunicacional, de los medios de comunicación y por supuesto la política comunicacional. El nuevo ministro de Comunicación e Información Andrés Izarra, quien ya lo había sido entre el 2004 y el 2005, fue el encargado de dar la explicación debida ante la derrota en el referendo sobre la reforma de la Constitución: “En diciembre de 2007 pudimos ver lo que fue quizás la arremetida mediática más salvaje que haya vivido Venezuela en toda su historia(...) un acoso tan feroz que llama a reflexionar, a revisar y fortalecer nuestro trabajo para hacer frente a lo que son esas fuertes arremetidas” (En el diario *El Universal*, 2008: 1-2). De inmediato el ministro propuso la *necesaria* política comunicacional a seguir:

Vamos a revisar y evaluar y hacer los correctivos necesarios para reimpulsar todo el sistema de medios públicos de los cuales dispone el Estado: televisoras, agencias, imprentas, radios, así como también la función del Ministerio de Comunicación e Información, a fin de darle más capacidades comunicacionales al gobierno (Ibidem).

Eso es tan sólo un ejemplo. A lo largo del llamado “Proceso” se han dado ocasiones semejantes y la respuesta, ya sea por la victoria o la derrota de la acción política a implementar, se le ha atribuido a la esfera

mediática como si ella fuera el *demiurgo* cual ordenador del mundo de la eficacia, la transparencia, el talento, el pluralismo... Así es la naturaleza de la respuesta, que desde nuestro punto de vista es equivocada. ¿Dónde reside el problema? La clave hegemónica del presente gobierno es lo que explica sus conductas, como apunta Colette Capriles:

El gobierno tiene un poder omnímodo: una muy potente articulación entre convicciones ideológicas de indudable arraigo cultural, medios financieros e institucionales excepcionales, un liderazgo vertical y militar, una voluntad de poder muy eficaz y la fuerza del resentimiento(...) Adornado con los emblemas de la democracia, pero traicionándola en cada allocución y en cada acto de gobierno(...) (2004: 213-214).

II... UN SÓLO COMUNICADOR

Desde el año 1998 el Presidente de la República se convierte en el gran comunicador. Hugo Chávez Frías decide de manera explícita ser el único comunicador directo, sin intermediaciones. La *estrategia comunicacional* ha resultado ser muy coherente en varios sentidos, por una parte, tal como dijimos antes, este es el único gobierno que ha asumido a conciencia y que ha sobredimensionado el poder que significa el sector de las comunicaciones masivas y especialmente los medios radioeléctricos, y por el otro lado y como consecuencia de lo anterior, ha tenido una política continuada y exitosa de quiebre del monopolio de medios sustentado por el sector privado hasta el punto de convertirse él mismo en poseedor de una plataforma mediática –tanto de medios públicos como para-públicos– sin precedentes en la historia política y republicana del país e incluso de la América Latina. Este hecho ha significado, como apuntaba el semiólogo Aquiles Esté, una operación de propaganda que no había habido en la historia de Venezuela ni en la del continente:

Estoy diciendo que no lo hicieron Perón, Fidel Castro ni Torrijos, ninguno de los líderes populistas que mejor han entendido el asunto de la propaganda. La inversión propagandística del chavismo es la más grande de la historia de América Latina. Y, a la vez, es la inversión más equivocada, puesto que se presenta Venezuela como un país que ve hacia adentro, cerrado al mundo, que no es consciente con su propia vocación (Entrevista de Milagros Socorro a Aquiles Esté, 2006: 99).

“

Desde el año 1998 el Presidente de la República se convierte en el gran comunicador. Hugo Chávez Frías decide de manera explícita ser el único comunicador directo, sin intermediaciones

”

Es decir, estamos frente a un gobierno en funciones de Estado, que además fue electo (y luego reelegido) en un acto legítimo, constitucional y electoralmente contundente, que ha visto en la comunicación y en la información el componente ideológico y factor de poder como consustanciales a su propia naturaleza. El *poder* no significa sólo y exclusivamente la coerción de algunos sujetos sobre los otros por medio de la fuerza-agresión física, sino que también él se expresa por la intermediación simbólica que hoy encuentra en los medios su mejor nicho o receptáculo. Quizás, desde ahí se pueda entender la “razón de Estado” que envuelve a la iniciativa del gobierno por poseer medios y por querer controlar a los medios privados en aras de “concentrarse en un triángulo programático basado en propaganda, información y opinión política” (Antillano,2007:31).

Así va apareciendo, en el panorama político y comunicacional del país, la tesis de la *hegemonía* y más concretamente de la *hegemonía comunicacional* que fue convertida en política de Estado desde que Andrés Izarra, siendo director del canal de televisión *Telesur*, en enero de 2007 dijera sin ambages que “Nuestro socialismo necesita una hegemonía comunicacional” y “todas las comunicacio-

nes tienen que depender del Estado como bien público”. Hoy, por instrucciones del único comunicador del gobierno que es el Presidente de la República, la tarea es la de impulsar comunicacionalmente “las tres R”: revisión, rectificación y reimpulso de *este proceso*. Entonces se vuelve a referir la idea o “(...)necesidad de crear una hegemonía comunicacional, pero desde el concepto gramsciano (hegemonía de la libertad y la pluralidad)” (Andrés Izarra en el diario *El Universal*, 2008: 1-6) ¿Se deduce de estas declaraciones, que incluso el Presidente ha referido pero con sentido más totalizante para abarcar al denominado “bloque histórico” en sus dos esferas esenciales: sociedad política (aparato del Estado) y sociedad civil (la mayor parte de la superestructura), que la noción gramsciana de hegemonía está presente en el conjunto de planes y acciones que el gobierno ha emprendido en donde el espacio de los medios de comunicación es uno de los tantos que el propio aparato gubernamental ha ido tomando y secuestrando poco a poco, pero sostenidamente hasta hoy?

En ese sentido y esquematizando hasta donde es posible, el chileno Fernando Mires se ha preguntado con extrañeza y sin comprensión inmediata: ¿Qué busca Chávez en Gramsci? Y se responde:

De pronto, cuando Chávez comenzó a hablar de los enemigos de su revolución, me quedó todo muy claro. Claro, clarito. Chávez, hábilmente, no sólo había estudiado a Gramsci, sino que lo había puesto de cabeza, con los pies hacia arriba. Una maniobra ideológica perversa; pero en su perversidad, debo reconocerlo:genial. El centro de la teoría de Gramsci hay que encontrarlo en sus teorías relativas a la absorción del Estado por medio de la sociedad civil. Chávez, en cambio, estaba utilizando a Gramsci, para proponer una estrategia de absorción de la sociedad civil por medio del Estado (Mires,2007: sin página)

En el mismo sentido de Mires, creemos nosotros que hay un uso forzado del término hegemonía, incluso hasta un uso esotérico y contradictorio para muchos adeptos del denominado *socialismo del siglo XXI*. El término apuntaba, en sus *Cuadernos de la cárcel* (1930), hacia el “(...) predominio de lo moral, lo ético, lo ideológico y lo cultural en detrimento de lo político instrumental” (Portantiero, 2002: 117). En lo único que han sido consecuentes con ese pensamiento es en la consolidación de lo ideológico como ex-

presión, hecho este que ha significado la “muerte de la política” (Capriles, 2006) o una forma de hacer “política instrumental” que raya en la esfera de la antipolítica. Por ello, la misma Colette Capriles nos dice que:

Uno de los rasgos más prominentes, sino el más obvio del gobierno de Chávez ha sido el progresivo borramiento de la distinción entre las distintas esferas de la vida pública y con ello la disolución también entre lo público y lo privado, o entre lo institucional y lo personal mediante la creación de una serie casi infinita de espacios de enunciación. La revolución es esencialmente “mediática” reconstruir los propósitos, los planes o intenciones del gobierno, deberá acudir a una multiplicidad de fuentes: desde los mensajes a la Nación, las innumerables e intempestivas alocuciones presidenciales, sus comparecencias ante la Asamblea Nacional o la Gaceta Oficial, hasta las declaraciones informales a la prensa, pasando por la gran tribuna semanal del programa de televisión *Alo, Presidente* (2006: 76-77).

Dejando a un lado a Gramsci y su “hegemonía”, lo que sí es evidente es que este gobierno tiene una voluntad de supremacía sobre el resto de la sociedad. Supremacía que convierte a la comunicación masiva y a los medios en protagonistas estelares de cuanto ha venido pasando en todo este tiempo desde 1998, y esto es cierto tanto para un lado como para el otro. Sin embargo, desde los sucesos de abril de 2002 el paisaje comunicacional del país y las políticas que se han venido implementando para ese ambiente van orientadas hacia la reorganización de la estructura comunicacional que nos era conocida y a adquirir la supremacía (hegemonía en sentido tradicional, es decir dominio de una comunidad política sobre otras) sobre todos los estamentos de la sociedad. De tal forma que “Las preocupaciones actuales de los medios de comunicación independientes del Estado, son similares a las que en su nivel vienen expresando sectores de la economía o la actividad profesional” (Antillano, 2007:32). Desde esa lógica o siguiendo con ella, es que podemos entender el conjunto de medidas legales e instrumentales que se han venido desarrollando a lo largo de todos estos años en la esfera de lo comunicacional y lo cultural.

Con ese marco como telón de fondo, la base de formulación de la política comunicacional del actual proceso político se fundamenta en los principios más generales que definen los instrumentos de la pla-

“

Por ello, bien entrado el año 2002 y con la experiencia que dejaba abril de ese año, se requería de una comunicación que lograra superar los vaivenes, las marchas y contramarchas que ella venía arrastrando. El mismo Presidente había dicho que la comunicación era la falla tectónica del proceso

”

nificación: políticas, estrategias y planes. Luis Ramiro Beltrán nos responde claramente al respecto: “La *política* será el conjunto de principios, normas y aspiraciones; la *estrategia* el conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos; y el *plan* el conjunto de prescripciones para regir operaciones” (Exeni, 1998: 88).

A partir de esa base conceptual, analizemos ahora el conjunto de *políticas* hacia la comunicación-información y su desenvolvimiento-desarrollo en todo lo que llevamos de *proceso bolivariano*.

III- LAS DESMESURAS DEL PODER

Releyendo las páginas de esa espléndida crónica de Ryszard Kapuscinski *El Sha, o la desmedura del poder* no puedo dejar de sorprenderme, página a página, por las coincidencias que encuentro, siempre salvando las distancias y el horizonte del tiempo, entre aquella *revolución* que levantó el lema de “Bienestar para todos” y que despertó en la gente tantas y grandes esperanzas, y esta *revolución* que nos dice que busca la *suprema felicidad* y que, al igual que aquella, fijó en los imaginarios de muchos venezolanos pobres y de clase media la tan ansiada y esperada esperanza.

La *narrativa de marca* que se impuso por un buen rato en las mentes de los ira-

nés de aquel momento, fue el de la *gran civilización*, es decir, la revolución del Sha y del pueblo como nos lo narra el periodista polaco y todo por la mediación que impuso el petróleo. En la Venezuela del presente ha venido pasando algo semejante, se ha impuesto una *nueva narrativa de marca* que es la bandera del socialismo ahora aderezado con el apellido del *socialismo del siglo XXI* y que ha modificado desde los nombres de las instituciones hasta sus logotipos e incluso hasta los símbolos patrios.

De esa narrativa deriva todo un sistema de reenvíos, una auténtica arquitectura de marca, que le ha permitido al régimen imponer con “naturalidad” su terminología política. Es por eso que surgen con ese nombre las misiones Negra Hipólita, Ribas, Sucre, las escuelas bolivarianas, en fin, todas esas submarcas emanadas del relato mayor. Aquel que pretenda enfrentar ese *branding* traiciona por definición el gentilicio, es un desertor (Esté, 2006:52).

Desde esa narrativa, es que la *revolución bolivariana* ha procurado proporcionarle a sus seguidores un conjunto de representaciones psicológicas que le ayuden a imaginar y reimaginar su entorno (Oropeza, 2008). Por ello, en sentido contrario al sentido gramsciano, el poder se ha autodesignado como dirección ideológica de la sociedad desde tres niveles esenciales: la ideología propiamente dicha, la *estrategia ideológica*, es decir creando las organizaciones que difunden ideología y el *material ideológico*, es decir las instancias técnicas de difusión de la ideología (educación, medios de comunicación, etc) (Portelli, 1973: 17-18).

Así podemos entender las principales líneas de la política comunicacional del gobierno. Por ello, bien entrado el año 2002 y con la experiencia que dejaba abril de ese año, se requería de una comunicación que lograra superar los vaivenes, las marchas y contramarchas que ella venía arrastrando. El mismo Presidente había dicho que la comunicación era la falla tectónica del *proceso*. Se intentó corregir esa deficiencia desde la creación del Ministerio de Comunicación e Información (MINCI) en el mes de julio del 2002, e inmediatamente el despacho trazó algunos planes con toda una serie de lineamientos hacia el sector. Del análisis de esos planes lo que resalta, como síntesis y conclusión, es la naturaleza política, gubernamentalizada y de coerción en la consideración de aquel que no piense igual,

de la misma manera que se procura excluir a aquel que no exprese incondicionalidad con *el proceso*.

El primer plan orientador de una nueva política comunicacional que se conoce data de noviembre del año 2004, unos meses después del triunfo gubernamental del referendo revocatorio de agosto de ese año. Ese plan, llamado *La Nueva Etapa, el Nuevo Mapa Estratégico* y bautizado por muchos, inclusive por el propio Presidente, como el “Salto Adelante” constituía la *nueva* etapa de la revolución bolivariana: la creación de una nueva institucionalidad del aparato del Estado, de una nueva economía, de una nueva estructura social, de la implementación de una nueva estrategia electoral, de la instalación de una nueva estructura territorial, de la profundización y aceleramiento de la nueva estrategia militar nacional...y de la *articulación y optimización de una nueva estrategia comunicacional*.

Ese documento representaba la idea de construcción de un proyecto político de hegemonía que lo definía muy transparentemente el Presidente de la República: “Quiero que sepan que en esta nueva etapa el que está conmigo está conmigo, el que no está conmigo está contra mí” (Citado por Jiménez, 2006:21). Quizás, como apunta Colette Capriles, el acta de nacimiento de eso que en 2005 pasaría a dominar toda la estrategia comunicacional del *proceso* como es el *socialismo del siglo XXI*, es este manifiesto de *la nueva etapa* que resume la versión del programa político del régimen. “Por ello la puesta en circulación del *Nuevo Mapa Estratégico* tiene una importancia ideológica en sí misma, mostrando la voluntad de asentar el diccionario del chavismo y convertirlo en *lingua franca* del discurso colectivo” (2006: 77).

En el terreno de la esfera comunicacional se enmarcaban un conjunto de diecisiete objetivos con la idea de articular y optimizar la nueva estrategia comunicacional:

- Desarrollar el nuevo orden comunicacional hacia la democratización del espacio radioeléctrico.
- Potenciar las capacidades comunicacionales del Estado.
- Desarrollar acciones comunicacionales de promoción de valores, ética e ideología bolivariana.
- Reforzar el empoderamiento popular en materia comunicacional.

“

Los reportes que se produjeron durante ese lapso reportan la idea de que Venezuela no estaba entre aquellas naciones en donde la libertad de expresión había sido anulada, pero concluyen en que existen de manera permanente presiones por parte del gobierno que obstaculizan de forma palpable el libre ejercicio de ese derecho

”

- Aprobar la Ley Resorte.
 - Divulgar y contribuir a la formación e identificación de la población con los valores, ética e ideología de la revolución bolivariana.
 - Promover y divulgar el cambio estructural del Estado y la lucha contra el burocratismo.
- ... y algunos más.

Cada uno de esos objetivos contaba con todo un conjunto de herramientas o instrumentos, de las cuales muchas ya se han diseñado en acciones políticas y realizaciones concretas. Destaquemos algunas:

- Creación de formadores de opinión, comunicólogos e intelectuales para contribuir a formar matrices de opinión favorables al proceso.
- Elaboración de un plan de formación de comunicadores en núcleos de desarrollo endógeno.
- Promoción de redes regionales de televisión.
- Elaboración de estrategias comunicacionales y de publicidad institucional.

- Potenciación de Portales Web como instancias de difusión centralizada de información en el ciberespacio.
 - Facilitación de habilitación de radios comunitarias.
 - Continuación del proceso de adecuación tecnológica y potenciación de los medios del Estado.
- ...entre otras.

Antes del diseño e implementación una gran parte de estas políticas pudimos ver todo un conjunto de acciones expresadas en una retórica encendida hacia los medios, los periodistas y dueños de medios. Un informe de Reporteros sin Fronteras nos indicaba que hasta el año 2003 se habían podido clasificar 16 tipos de desmanes cometidos por el gobierno, o a instancias de él. Esos hechos, quizás empezaban a presagiar la política global del gobierno y del propio Presidente de confrontación con los medios privados de comunicación y de control de los mismos. Lo que sí se dejó ver claramente fue el inicio de la autocensura como mecanismo de mantenerse como industria cultural.

Los reportes que se produjeron durante ese lapso reportan la idea de que Venezuela no estaba entre aquellas naciones en donde la libertad de expresión había sido anulada, pero concluyen en que existen de manera permanente presiones por parte del gobierno que obstaculizan de forma palpable el libre ejercicio de ese derecho. Uno de esos informes enumera una serie de acciones, unas de manera directa y otras indirectas, hacia el sector de los medios privados (*Reporte de la misión a Venezuela de International Bar Association Human Rights Institute, 2007*):

- Fuertes medidas de fiscalización, primordialmente sanciones tributarias.
- Concesión direccionada de la publicidad del Estado hacia ciertos medios de comunicación progubernamentales, que asfixia económicamente a otros que por su línea de pensamiento no acceden a ella.
- Medidas administrativas de presión, como la confiscación de equipos.
- Utilización sin límites del recurso de las *cadenas presidenciales*.
- Compra de canales y uso de las cadenas dadas en pago en 1999 y de las cadenas comunales por parte del gobierno.

● La represión de expresiones críticas de los medios de comunicación a causa de una inconveniente intervención del sistema punitivo, disfunción que se aprecia en la tipificación de los delitos contra el honor y el desacato.

En el inicio del año 2007 empieza a circular un *papel de trabajo* que publica el semanario *Quinto Día* (26 de enero al 2 de febrero) y que se refiere según reza en él a la “definición conceptual y operacional de los fundamentos del plan de estrategia comunicacional del 2007”. Igualmente, se dice en el mismo documento que “deberá ser aprobado por el Consejo de Ministros, para después iniciar foros y talleres a nivel del país y comprometer en su ejecución al resto del Ejecutivo Nacional, las gobernaciones, las alcaldías y las organizaciones sociales”.

En ese documento se enuncian una serie de acciones a cumplir por los medios estatales con el único objetivo de contrarrestar las estrategias comunicacionales de los medios privados. En el *papel de trabajo* se dice explícitamente en el apartado “crítica a los medios” lo siguiente:

Los programas de crítica de los medios tienen un área temática común con los de farándula. Sin embargo, la mayoría se han centrado en una denuncia del mensaje explícitamente político. Cabría recomendar:

● La continuidad de programas como La Hojilla, El Quiosco Veraz o Como Ustedes Pueden Ver, que han logrado notables audiencias al combinar los recursos de la denuncia, la sátira e incluso la parodia, así como la promoción de programas similares.

● La ampliación de la temática de dichos programas o de los que se crean en lo sucesivo al análisis de contenido de mensajes no explícitamente políticos, como los que se transmiten en telenovelas, películas, series animadas, cuñas comerciales y otros programas radiales o audiovisuales.

● Dichos programas, en lo posible, deben fundar sus aseveraciones en informes técnicos que pudieran ser accesibles al público y a los interesados, para que sus afirmaciones gocen del respeto del público.

● Los programas deberían servir de canales de denuncias contra el sector público y el privado, canalizándolas hacia los organismos competentes, y haciendo el seguimiento de la forma en que dichas denuncias son acogidas, ignoradas o satisfechas.

● Dichos programas deberían acoger las denuncias contra la violación de la Ley

Resorte y la Ley de Telecomunicaciones, que por lo regular son desatendidas o desestimadas por los organismos competentes (Citado por el semanario *Quinto Día*, 2007:10-11).

De haberse aprobado la reforma constitucional se desarrollaría el denominado *Plan de la Nación 2007-2013*. El mismo *Plan* asumía de hecho que la reforma constitucional sería aprobada, pues el documento define las *Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación* (así reza su título) para la constitución plena de un Estado socialista. Se dice textualmente: “La plena realización del Socialismo del Siglo XXI que estamos inventando y que sólo será posible en el mediano tiempo histórico, pasa necesariamente por la refundación ética y moral de la Nación venezolana”.

Sin embargo, aún a pesar de que no se aprobó la reforma constitucional el *Plan* continúa en todos sus principios tal como lo pautó el Presidente, los más altos funcionarios del gobierno, el partido de gobierno (PSUV) y la Asamblea Nacional. Los principios, sus respectivos objetivos y estrategias para el ámbito de la comunicación-información procuran la tesis de la *democracia protagónica revolucionaria* y para ello, según el propio *Plan*, se deben promover dentro del *poder ciudadano* y de los medios de comunicación los siguientes lineamientos que sintetizamos a continuación:

● El control social hacia los medios de comunicación masivos.

● Fomentar la utilización de los medios de comunicación como instrumento de formación.

● Universalizar el acceso a los diferentes tipos de comunicación.

● Establecer como obligatorio la utilización de códigos especiales de comunicación para los discapacitados.

● Fortalecer los medios de comunicación e información del Estado y democratizar sus espacios de comunicación.

Para alcanzar esos principios se prevé, según el mismo *Plan*, los siguientes objetivos, estrategias y políticas:

● Fortalecer la práctica de la información veraz y oportuna por parte de los medios de comunicación masivos.

● Fomentar que los medios de comunicación masivos formen parte de la pro-

moción y defensa de la soberanía nacional.

● Consolidar el sistema de comunicación nacional como instrumento para el fortalecimiento de la democracia protagónica revolucionaria y la formación.

● Fortalecer la red de medios de comunicación alternativos.

● Incentivar la creación y el fortalecimiento de vínculos y comunicación entre organizaciones sociales.

● Garantizar la transparencia y democratización de la información.

● Fomentar la utilización de los medios de comunicación como instrumento de formación. Para tal fin se debe lograr: utilizar los medios de comunicación como instrumentos de formación en valores ciudadanos; educar en la utilización responsable y crítica de los medios de comunicación; promover el control social de la población hacia los medios de la comunicación masivos.

● Promover el equilibrio entre los deberes y derechos informativos y los comunicacionales de los ciudadanos y ciudadanas. En ese sentido hay que: facilitar el acceso de la población excluida a los medios de comunicación; estimular la participación ciudadana en la defensa de sus derechos y el cumplimiento de los deberes comunicacionales.

● Universalizar el acceso a los diferentes tipos de comunicación. Desde ahí: fomentar el hábito de la lectura, el uso responsable de internet y otras formas informáticas de comunicación e información; facilitar el acceso de las comunidades a los medios de comunicación; facilitar condiciones tecnológicas, educativas y financieras a los nuevos emprendedores comunicacionales; establecer como obligatorio la utilización de códigos especiales de comunicación para los discapacitados; fortalecer los medios de comunicación del Estado y democratizar sus espacios de comunicación.

● Promover la soberanía comunicacional. Se establece: divulgar el patrimonio cultural, geográfico, turístico y ambiental de Venezuela; construir redes de comunicación y medios de expresión de la palabra, la imagen y las voces de nuestros pueblos; crear un ente internacional centrado en la organización de los medios comunitarios alternativos.

IV-“POR AHORA...”

A partir de lo expuesto en esos documentos es posible entender ciertas situaciones que se han venido dando en materia comunicacional y de libertad de expresión en Venezuela. Con toda seguridad, desde esos mismos documentos lograremos entender situaciones venideras. Tal es el caso, en el aquí y ahora, de los anuncios que reiteradamente se hacen contra *Globovisión*: “Es hora de que alguien le ponga coto a un canal de televisión que lo insulta. Lo último fue que lo llama consumidor de drogas. Fue una manipulación del mensaje. Eso al menos merece ser revisado por CONATEL. Va más allá de los límites de la responsabilidad que debe tener un medio” (Andrés Izarra en el diario *El Universal*, 2008: 1-6). La primera crítica la había lanzado el Presidente de la República en su alocución presidencial con motivo del noveno aniversario en la presidencia.

De igual forma, es de esperarse medidas administrativas de presión e intimidación, así como procesos judiciales contra aquellos medios que mantengan línea crítica hacia el *proceso*. Quizás podamos esperar nuevos instrumentos regulatorios o reformas a los ya existentes a fin de acallar esas voces o simplemente intimidar o meter miedo.

Tenemos que reconocer que el Estado tiene potestad para fijar y ejecutar políticas en diversas materias. Es indudable que un Estado moderno no puede permanecer impasible ante imperativos y demandas ciudadanas de desarrollo, progreso y bienestar público. Siendo ciertos esos principios se deben formular, ante una *intervención pública* del gobierno en funciones de Estado, ciertas e importantes preguntas: ¿por qué se produce la intervención del Estado? ¿a qué responde? ¿qué pretende conseguir o corregir? La respuesta a esas interrogantes no puede privilegiar razones de naturaleza política, de ninguna manera debe ser para silenciar y censurar la *voz disidente*, así como tampoco para reemplazar una ideología por otra o como nos decía Pablo Antillano a propósito del cierre de RCTV: para sustituir un cartel por otro.

Pero es evidente que estamos ante un gobierno y un Presidente de la República que enarbola una propuesta, cada vez más visible en sus actos y narrativas discursivas, en donde:

(...)la democracia se asume de manera vertical, de arriba abajo, en la más rancia tradición leninista y ceresoliana, con un líder fuerte y único, sin controles ni contrapesos

a su poder, que dirige el resto del cuerpo social y que le da permiso, dentro de unos límites ya definidos desde arriba, para que funcione y tome determinadas decisiones. El control férreo y personalizado de la sociedad en manos de un solo hombre, se concibe como una condición ineludible para desarrollar y hacer realidad el gran proyecto nacional socialista que requiere la *patria*, para alcanzar la felicidad perfecta y total de todos sus habitantes. En consecuencia, lo más útil y hasta *patriótico* para quienes colmulgan en esta concepción es asumir actitudes y conductas de sumisión, a fin de facilitar la difícil y penosa tarea del líder de pensar y decidir por todos (Oropeza, 2008:33).

La síntesis que resulta de todo ello y que caracteriza a este *proceso* resulta evidente: políticas públicas gubernamentalizadas; fuerte voluntad y ánimo de control político; desequilibrio y discriminación en los actos de administración pública; ruptura, negación y silenciamiento de la dimensión pluralista; y una profunda ideologización de todo lo público.

Vuelvo entonces a las páginas de Kapuscinski y releo:

El déspota está convencido de que el hombre es un ser abyecto. Gente abyecta llena su corte, lo rodea por todas partes. La sociedad atemorizada se comporta durante mucho tiempo como chusma sumisa e incapaz de pensar. Basta alimentarla para que obedezca. Hay que proporcionarle distracción y será feliz. El arsenal de trucos políticos es muy pobre; no ha cambiado en miles de años. Por eso en la política hay tantos aficionados, tantos convencidos de saber gobernar; basta con que se les entregue el poder(...) La dictadura, aunque desprecia al pueblo, hace lo posible para ganarse su reconocimiento(...) cuida mucho las apariencias de la legalidad (1982: 146).

Se que no estamos en una dictadura, pero hay signos preocupantes. Al poder le gustaría que hacia allá nos encamináramos porque le resultaría más sencillo gobernar y sobrepasar límites más allá de los que ya ha traspasado. ¿Y luego?

■ **Marcelino Bisbal.**
Comunicador Social. Profesor de la Universidad Católica Andrés Bello. Director del Postgrado en Comunicación Social de esa casa de estudios. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*

Referencias

- ANTILLANO, Pablo (2007): “La turbación mediática y el Estado omnipotente (los temores en el medio)”, en la revista *Veintiuno*, No.16, abril-mayo 2007. Editada por la Fundación Bigott. Venezuela.
- CAPRILES, Colette (2006): “La enciclopedia del chavismo o hacia una teología del populismo”, en la *Revista venezolana de Ciencia Política*, No. 29, enero-junio 2006. Editada por el CIPCOM de la Universidad de los Andes. Venezuela.
- CASTILLO, Vivian (2008): “Formalizaron 12 cambios en el gabinete”, en el diario *El Universal*, del 05-01-2008. Venezuela.
- El Universal* (2008). “Haremos una TV pública con público”, en el diario *El Universal* del 10-02.2008. Venezuela.
- ESTÉ, Aquiles (2006): “Patrioteros es el logo”, en la revista *Veintiuno*, No.11, junio-julio 2006. Editada por la Fundación Bigott. Venezuela.
- EXENI R., José Luis (1998): *Políticas de comunicación. Retos y señales para no renunciar a la utopía*. Bolivia: Editores Plural y la Fundación Friedrich Ebert Stiftung.
- International Bar Association (2007). *Venezuela: la justicia en entredicho*. Estados Unidos: Editado por International Human Rights Institute
- IPYS (Instituto de Prensa y Sociedad). *Boletín informativo quincenal*, No. 40, Año 3. Edición especial por el Día Mundial de la Libertad de Prensa. Venezuela.
- KAPUSCINSKI, R. (1982): *El Sha, o la desmesura del poder*. España: Editorial Anagrama. Colección Crónica.
- MIRES, Fernando (2007): “Recuerdos de Venezuela”. Texto mimeografiado. Venezuela.
- OROPEZA, Angel (2008): “¿Qué se esconde detrás de la sumisión política? En: VARIOS AUTORES (2008). *Sumisión política*. Los libros de *El Nacional*. Colección Fuera de Serie. Venezuela.
- PASQUALI, Antonio (1991): *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*. Venezuela: Monte Avila Editores. Colección perspectiva actual.
- PORTANTIERO, Juan Carlos (2002): “Hegemonía”. En: VARIOS AUTORES (2002). *Términos críticos de sociología de la cultura*. España: Editorial Paidós.
- PORTELLI, Hugues (1973): *Gramsci y el bloque histórico*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Quinto Día* (2007). “Medios del Estado y el socialismo XXI”, en el semanario *Quinto Día* del 26 de enero al 2 de febrero de 2007. Venezuela.
- RAMOS JIMÉNEZ, Alfredo (2006): “De la democracia electoral a la democracia plebiscitaria”, en la *Revista venezolana de Ciencia Política*, No. 29, enero-junio 2006. Editada por el CIPCOM de la Universidad de los Andes. Venezuela.
- SOCORRO, Milagros (2006): “Aquiles Esté: el país necesita un discurso que conecte a la gente”, en la revista *Comunicación* No.134, segundo trimestre de 2006. Editada por la Fundación Centro Gumilla. Venezuela.
- THOMPSON, John B. (1998): *Los media y la modernidad*. España: Editorial Paidós. Serie Comunicación.
- ZALLO, Ramón (2005): “La vuelta de la política cultural y comunicativa”, en la revista *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, julio-septiembre 2005, No. 6. Editada por Telefónica. España.