

Reseñas



Marcelino Bisbal. (2015).
Autoritarismo Comunicacional
Venezuela: Libros El Nacional

En materia de medios de comunicación y libertad de expresión, en Venezuela prevalece hoy, después de la muerte de Chávez y estando en el poder Nicolás Maduro, un modelo al que denominamos como mixto-autoritario. Aunque el Estado aumentó significativamente el número de medios bajo su égida, lo cual es notable en materia de radio y televisión, no ha avanzado a una estatización total; en realidad mantiene un esquema de propiedad privada bajo un control político que cerca el pluralismo en materia informativa y de opinión. La colega venezolana Silvia Cabrera, quien reside en Alemania, fue quien por primera vez definió al modelo como mixto-autoritario. Tal caracterización resulta muy apropiada

cuando leen las páginas del libro de Marcelino Bisbal: *Autoritarismo Comunicacional —dimensiones del control—*.

Vivimos en la Venezuela actual bajo el signo de la herencia. Eso ocurre en muchos ámbitos y particularmente en el comunicacional: el presidente Nicolás Maduro no sólo fue designado como heredero político por el propio Hugo Chávez antes de morir, sino que recibió de éste un aparato estatal (y paraestatal) de medios de comunicación al servicio de la presidencia y una arquitectura legal que ha permitido el control sobre las empresas privadas de información. Hegemonía y control lo bautizó Bisbal, justamente, en otro texto.

A partir del año 2007 claramente se dibuja la existencia de una política que sería sostenida en el tiempo: la hegemonía comunicacional, según palabras de Andrés Izarra en enero de aquel año. En 2007 el gobierno del presidente Chávez ejecutó el cierre del canal RCTV y eso constituyó un punto de inflexión: era el principal medio del país, y fue una medida con un alto costo político nacional e internacional, que finalmente representó un aprendizaje para el gobierno y para el sector mediático nacional. De seguidas, en 2009, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) —entonces comandada por Diosdado Cabello— ejecutó un cierre masivo y simultáneo de emisoras de radio en Venezuela (medida ejemplarizante, nuevo modelo de concesiones, autocensura en el sector).

La venta de Globovisión, concretada en este 2013, estuvo precedida entre otros factores por lo que fue un cerco político-administrativo sobre este canal de noticias en el período 2009-2011. En ese período salió Alberto Federico Ravell de la dirección, se abrieron juicios y procesos de diferente índole contra los accionistas mayoritarios Zuloaga y Mezerhane quienes optan por salir del país, al tiempo que eran incesantes los procedimientos de CONATEL, SENIAT, entre otras acciones. Pasó a ser Globovisión, de forma emblemática, el símbolo del fin de una época ya que su manejo bajo nuevos accionistas le dio un giro editorial importante, teniendo como resultado principal invisibilizar las voces críticas en dicha pantalla.

Al mismo tiempo, en este período, ha sido evidente la asfixia económica de la libertad de expresión. Hemos tenido declaraciones explícitas sobre los medios que no deben recibir pauta publicitaria del Estado, se usa el dinero público como mecanismo de presión y chantaje político. El papel para imprimir la prensa se

adjudica de forma discrecional, manteniendo a los periódicos que ejercen la crítica pública en una permanente situación de incertidumbre. Al mismo tiempo, mientras esto ocurre con medios privados, los medios del Estado están dedicados a la guerra informativa con descalificaciones y campañas de guerra sucia contra actores de oposición; los medios “públicos” en realidad han devenido en medios de propaganda permanentes.

Sin embargo, los primeros meses de Maduro en el poder los recordaremos fundamentalmente por las inhabituales ventas de medios en Venezuela, que generan interrogantes sobre quiénes compran medios de comunicación en el contexto nacional actual, e interrogantes aún mayores sobre la finalidad de tales transacciones. Simultáneamente, después del fallecimiento del presidente Chávez, el sistema de medios oficiales y toda la propaganda gubernamental se ha puesto al servicio de la mitificación del fenecido jefe de Estado.

En algún momento catalogamos al gobierno de Maduro de “set de televisión”, ya que enfatiza de forma notable la representación simbólica de lo que se entiende es el ejercicio de gobierno. El aparato comunicacional le ayuda sin duda alguna y es necesario entender por qué el modelo le presta tanta atención a la televisión. El 99% de los hogares venezolanos tiene al menos un aparato de televisión. En promedio nuestra población ve 5 horas y 30 minutos diarios de televisión (y no son los niños los que más ven TV). Además de los 15 minutos diarios de transmisión obligatoria de los “mensajes institucionales” en los canales de televisión abierta, el Estado venezolano es el principal anunciante en el sector: según los datos confiables del sector un tercio de la publicidad total que se difunde en Venezuela por televisión resulta pagada por el Estado. Para la TV, la inversión publicitaria del Estado, cada año, crece más que la hecha por empresas privadas. Se estima que más del 75 por ciento de los venezolanos tiene en la televisión su principal fuente de entretenimiento y de información. La TV por suscripción ha crecido en los últimos años, pero apenas supera a la mitad del país (47%), la red de Internet igualmente ha aumentado su presencia nacional, pero uno de cada dos venezolanos sigue desconectado. A fin de cuentas, la televisión manda, eso explica lógica televisiva del gobierno a partir de 1999 y con particular énfasis después del 14 de abril de 2013, con la implantación del chavismo post Chávez. En líneas gruesas, para una parte importante del país —todavía— el único relato de lo que ocurre lo recibe por la televisión y ese relato es el generado por la

presidencia de Nicolás Maduro, mientras que controla lo que se dice en la televisión privada.

Según los registros que lleva la iniciativa Monitoreo Ciudadano, Maduro está más tiempo frente a las cámaras que su predecesor. Chávez hacía cadenas más largas, Maduro interviene menos tiempo pero ha aumentado el número de cadenas por mes. Sumando las cadenas y las alocuciones que transmite la televisión oficial, de una jornada laboral promedio de horas 8 horas, el presidente Maduro dedica –en promedio- más del 25% a estar en TV.

Estas son tendencias y características que hemos observado en ese modelo mixto-autoritario. Mixto porque se mantiene la presencia notable de propiedad privada en el sistema de medios de comunicación, junto a un aparato de propiedad estatal y un número nada despreciable de medios comunitarios.

Pero, en Venezuela, el sector privado del sistema de medios de comunicación opera bajo un esquema no libre, con fuertes presiones y controles por parte del Estado, también en el ámbito de los contenidos. Por eso, sin duda alguna, se trata de un modelo autoritario. Se trata de la herencia recibida por Maduro en material comunicacional, herencia que se ha encargado de potenciar como elemento clave para su ejercicio del poder. Justamente de eso tratan las páginas que de este libro que constituyen síntesis de las reflexiones y producción intelectual de Marcelino Bisbal en los últimos años

Andrés Cañizález