

Origen y evolución del discurso de la hegemonía comunicacional en Venezuela

FIDEL PÉREZ VARELA

Este estudio se da a la tarea de revisar los planes de gobierno de Hugo Chávez y Nicolás Maduro para determinar en ellos la evolución del pensamiento hegemónico sobre los medios de comunicación; se indaga en la historia política del país a partir de 1964 para acercarse a los orígenes del discurso de la hegemonía en Venezuela, y explora la biografía política de estos personajes para ver las relaciones entre ellas y sus concepciones hegemónicas. El ensayo parte de los aportes de Carlos Aguirre, Mirta Giacaglia, Natalia Albarez y Mauricio Puentes e Ivonne Suárez sobre el concepto de hegemonía de Antonio Gramsci

Abstract

The author reviewed the government plans of Hugo Chávez and Nicolás Maduro to determine in them the evolution of the hegemonic thought about the media; he inquired the political history of the country from 1964 to approach to the origins of the discourse of hegemony in Venezuela, and explored the political biography of these characters to see the relationships between them and their hegemonic conceptions. He starts from the contributions of Carlos Aguirre, Mirta Giacaglia, Natalia Albarez and Mauricio Puentes and Ivonne Suárez on Antonio Gramsci's concept of hegemony

INTRODUCCIÓN

En diciembre de 1998 la historia política de Venezuela dio un giro radical por la voluntad de millones que decidieron darle la espalda a los partidos y grupos políticos tradicionales y entregarle el poder a figuras emergentes alternativas que se presentaban con un planteamiento de ruptura con el pasado, de igualdad y de justicia. Para una mayoría muy notoria en el país más pesaron en ese momento la coyuntura con-

flictiva y los desaciertos acumulados, al menos de las últimas gestiones gubernamentales, que cualquier aspecto favorable. Esta situación fue el exitoso final del camino iniciado por un grupo de militares activos en diciembre de 1982, cuando crearon el Ejército Bolivariano Revolucionario (EBR), liderizado por Hugo Chávez, que en julio de 1983 se convirtió en el Movimiento Bolivariano Revolucionario 200 (MBR-200), formado por civiles y militares. Estos grupos estaban políticamente contrapuestos a los

ESTUDIOS

gobiernos de los partidos tradicionales venezolanos y su fundamentación conceptual se encontraba constituida por una singular mezcla de marxismo no confeso y aspectos del pensamiento de Simón Bolívar, Simón Rodríguez y Ezequiel Zamora. Sus planteamientos iniciales fueron reunidos en 1991 por Chávez en un documento llamado *El libro azul*, en el cual se muestra su fundamentación conceptual y se deja clara su intención política de cambio total radical para el país. Este texto sería la base para la elaboración, en 2007, del *Proyecto Nacional Simón Bolívar* (Chávez, 2007) que aquel anunciaba en sus páginas y que resultaba la ampliación del anterior.

El vocablo *hegemonía* alude, en un sentido general, y aplicado a las relaciones personales y sociales, a una posición de dominio sobre otro u otros. La Real Academia Española (2022) lo presenta como sinónimo de *supremacía*.

En 2012 Chávez presentó un programa para el período 2013-2019 pero falleció, y en abril de 2013 lo sucedió en el poder Nicolás Maduro, quien retuvo el poder en elecciones presidenciales en mayo de 2018. Maduro presentó en 2013, como propuesta electoral, un documento llamado *Segundo plan socialista de desarrollo económico y social de la nación 2013-2019*, basado en la propuesta de Chávez; y para las elecciones presidenciales de 2018 presentó como propuesta un documento llamado *Plan de la patria 2025*, ubicado en la misma línea ideológica.

La lectura y análisis de estos documentos resultan particularmente valiosos para poder apreciar en ellos los elementos germinales y evolutivos de lo que se expresaría en el rasgo más resonante de la política comunicacional de Chávez y Maduro: la *hegemonía comunicacional*. En este trabajo revisamos los objetivos respecto a la comunicación social expuestos en los planes de gobierno de Hugo Chávez y Nicolás Maduro para caracterizar el discurso de ambos; indagamos en aspectos de la historia política del país a partir de 1964 para acercarnos a los

orígenes, evolución y fundamentos del discurso de la hegemonía comunicacional en Venezuela, y exploramos elementos de la biografía política de estos personajes para determinar las relaciones entre las mismas y sus concepciones hegemónicas. Nuestro prisma serán algunos planteamientos básicos de Antonio Gramsci (1891-1937) en torno a la hegemonía, sobre los cuales estructuraremos nuestro análisis.

Consideramos prudente señalar de entrada que en nuestra actividad en la investigación siempre mantenemos como norma consultar las fuentes primarias en primer lugar, pero en este caso nos enfrentamos a una fuente con una estructura única en sus características, ya que se trata de textos que se muestran en gran desorden, lo que hace gravoso su manejo. En elemental descargo del autor hay que aclarar que fueron escritos en prisión en el primer tercio del siglo XX, en las peores condiciones posibles y sufriendo graves enfermedades. Teniendo esto en cuenta elegimos consultar algunas fuentes secundarias, cuyas informaciones complementamos con nuestros comentarios.

SUCINTA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE HEGEMONÍA DE GRAMSCI

El vocablo *hegemonía* alude, en un sentido general, y aplicado a las relaciones personales y sociales, a una posición de dominio sobre otro u otros. La Real Academia Española (2022) lo presenta como sinónimo de *supremacía*. Gramsci parte de una perspectiva marxista para llegar a la formulación de unos planteamientos propios que llevan al marxismo a explorar nuevas posibilidades conceptuales y prácticas. Según refiere Aguirre (2009: p. 124):

Gramsci propuso una serie de herramientas conceptuales para entender las formas históricas concretas en que se ejerce la dominación por parte de ciertos grupos o clases sobre otros, y los mecanismos políticos y culturales que dan sustento a esas formas. Lo que buscaba Gramsci era analizar la dialéctica entre coerción y consenso dentro de ese proceso y, al mismo tiempo, superar las interpretaciones economicistas de la historia y la política al introducir de manera central el

papel de la cultura dentro del análisis de la dominación.

Para tener una imagen preliminar del concepto, señalemos que el mismo se haya construido sobre la base de varios conceptos: el bloque histórico, la dirección intelectual, política y moral, las voluntades colectivas, la articulación, y las alianzas y consensos, entre otros.

Según explica Giacaglia (2002), Gramsci define la hegemonía como *dirección política, intelectual y moral*. En cuanto a la *dirección política*, tiene que ver con la capacidad de una clase dominante de vincular sus intereses con los de otras clases o grupos, que la lleva a convertirse en un componente directivo de la voluntad colectiva; mientras que la *dirección intelectual y moral* apuntan a “[...] las condiciones ideológicas que deben ser cumplidas para que sea posible la constitución de dicha voluntad colectiva.” (Giacaglia, *op. cit.*: p. 153). El autor maneja la noción de que los hombres no son clases sino *voluntades colectivas* complejas, que son el producto de “[...] fuerzas político-ideológicas históricas dispersas y fragmentadas.” (Giacaglia, *op. cit.*: p. 153), donde la ideología no opera como una falsa conciencia ni como un sistema de ideas sino que se encuentra imbricada y representada en la red de dispositivos e instituciones, como un ‘cemento orgánico’ que deriva en un ‘bloque histórico’ por su papel unificador de las luchas. Esta concepción del hombre se opone al concepto orteguiano de hombre-masa, instintivo y visceral, ya que supone considerar en el hombre la posesión de un nivel de conciencia intrínsecamente humano, y por lo tanto de dimensiones culturales, lo que le confiere poder de discernimiento, análisis y toma de decisiones, elementos estos necesarios para poder apercibirse a sí mismo como sujeto capaz de actuar efectivamente en conjunto con otros hombres; y esto lo afirmamos porque en la óptica del autor las voluntades con objetivos distintos logran unificarse alrededor de un solo objetivo y de una misma concepción del mundo. Y en este contexto interviene la articulación, señalada por el autor como mecanismo y herramienta de las luchas sociales, pero desde una perspectiva más dinámica que la marxista ortodoxa, al considerar que el sentido de las

acciones de esas voluntades colectivas y los diversos elementos van a depender más de la situación que de cualquier predeterminación histórica.

La motivación que inicia y moviliza la lucha es la reivindicación, pero el objetivo es el abatimiento de la hegemonía de los sectores poderosos, y su reemplazo por una nueva hegemonía, que beneficie y reivindique a los explotados.

Sostiene el autor, por otra parte, que en un contexto de alianzas y consensos al proletariado le corresponde colocarse al frente de las demás clases oprimidas en el combate contra la hegemonía capitalista. Asimismo –y esto es clave para el análisis del caso venezolano– debe universalizar su lucha para lograr el control de todas las instituciones, es decir, el control del Estado y de las instituciones sociales en general. Plantea que el proletariado debe realizar una lucha que integre las reivindicaciones de todos los sectores oprimidos por el capitalismo, lo que supone ir más allá de la visión sindicalista, corporativista, que se agota en las aspiraciones y necesidades de cada sector. La motivación que inicia y moviliza la lucha es la reivindicación, pero el objetivo es el abatimiento de la hegemonía de los sectores poderosos, y su reemplazo por una nueva hegemonía, que beneficie y reivindique a los explotados. Se trata de un proceso, que exige conversaciones y acuerdos entre estos últimos, de modo que puedan articular esfuerzos, establecer alianzas, para multiplicar su eficacia política (Albarez, 2016). Esta idea refuerza la importancia de la estrategia y la organización en las luchas sociales, vistas desde esta perspectiva, toda vez que plantea la conveniencia de desarrollar un modelo de incremento planificado de fuerzas a gran escala para oponerlas al adversario.

Esta tarea de articular alianzas y consensos exige la actuación de individuos calificados e instancias organizativas como elementos operadores del movimiento de lucha. Así, el autor se refiere a los intelectuales y los partidos. A los

ESTUDIOS

primeros les concede una elevada importancia por su alta eficacia al desenvolverse en la sociedad civil como intermediarios entre la clase dirigente-dominante y las bases (Alvarez, 2016: p. 158). Tal como lo vemos, desempeñarían una tarea de comunicación interna, de traducción, de enseñanza, de moderación, que ayudaría a un flujo más consciente de las actividades y a contribuir sobre todo a que las bases se mantengan conectadas al discurso que las orienta en función del objetivo perseguido. Respecto al partido, sostiene Gramsci que cumple la función esencial de unificar teoría política y práctica, toda vez que su separación es característica en las que él llama clases subalternas, que dejarán de serlo cuando hayan logrado tal integración (Alvarez, 2016: p. 157). Desde nuestra lectura, vemos entonces que el partido, además de cumplir una función organizativa, disciplinaria, de orden cerrado, como corresponde a una organización de corte marxista, también se desempeña en un nivel de algún modo intelectual, solo que de consumo interno, en su propio beneficio en función de la actividad que realiza. El intelectual opera entre la clase dirigente-dominante y las bases, y el partido lo hace dentro de su mismo ámbito en los aspectos organizativos y políticos.

La hegemonía la concibe Gramsci como el resultado de un proceso –de ahí su concepto del ‘bloque histórico’–, y no puede ser de otra manera, ya que se trata de dinámicas sociales muy complejas a gran escala que ponen en evidencia antagonismos entre todos los sectores y en todas las direcciones.

Una concepción del mundo, que el autor menciona como elemento común imprescindible en el conjunto de voluntades que desarrolla la lucha para desplazar un poder, expresa una síntesis de lo que se cree y se quiere en todos los ámbitos, principalmente los conocidos y/o vividos por el hombre, y determina sus acciones. El autor sostiene que la misma conforma el contexto donde ocurren la toma de conciencia y la realización de las tareas humanas de lucha,

por lo que el cambio de dicha concepción del mundo es requisito imprescindible para transformar la sociedad (Giacaglia, 2002: p. 153). Este elemento es de importancia capital en el discurso gramsciano porque se encuentra profundamente enraizado en los componentes racionales y afectivos del individuo y se nutre de su experiencia vital. En él están las convicciones más sólidas y profundas, que se enlazan directamente con los valores, los razonamientos, las decisiones y las acciones.

Las concepciones del mundo son resistentes y estables pero pueden ser afectadas parcial o totalmente cuando el individuo, grupo o masa pone en entredicho sus propios juicios, conceptos y creencias como resultado de reconocer como más válidos, lógicos y creíbles los elementos de una concepción del mundo distinta u opuesta. Un proceso de antagonismo social es una oposición de concepciones del mismo mundo y del intento continuado de persuadir a la otra parte de la invalidez de su concepción y de los beneficios de asumir la propia. Un cambio masivo de gran envergadura en este sentido, en un país deriva en un cambio político paradigmático, que conduce a la construcción de una nueva realidad, unas nuevas relaciones sociales.

La hegemonía la concibe Gramsci como el resultado de un proceso –de ahí su concepto del ‘bloque histórico’–, y no puede ser de otra manera, ya que se trata de dinámicas sociales muy complejas a gran escala que ponen en evidencia antagonismos entre todos los sectores y en todas las direcciones. Asimismo, sostiene que para que sea alcanzada o instaurada la hegemonía es esencial que la sociedad asimile el discurso del poder (Puentes y Suárez, 2016). En consecuencia, se puede afirmar que luego de alcanzado el primer gran objetivo político de las masas oprimidas de reemplazar a los sectores capitalistas opresores, comienza el proceso de instauración de la hegemonía, en las instituciones y más allá de ellas: hacia todos los sectores del país. Se ha de instaurar la nueva visión, la nueva verdad. Se persigue la construcción de una sociedad basada en una nueva cultura, con nuevas categorías, nuevos conceptos, nuevos valores, e incluso tal vez con una

nueva historia. Todo, con el sello de lo político y la necesaria persistencia discursiva para mantener los vínculos racionales y afectivos de las masas con las nuevas ideas. Gramsci señala que cuando se alcanza la hegemonía, esta se vuelve nacional en el sentido de que traspasa los intereses corporativos (Alvarez, *op. cit.*: p. 158) al ubicarse en un contexto que ella misma ha construido, que es el de los intereses de muchos sectores sociales unificados orgánicamente respondiendo a un mismo objetivo, una misma motivación y una misma visión del mundo.

En su examen del texto del autor, Puentes y Suárez (2016, p. 457) señalan que:

[...] lo hegemónico pretende una universalidad, mas no se constituye *per se* como contenido universal, esto quiere decir que la hegemonía en tanto discurso particular, si bien tiende a la producción de lo universal, no genera una totalidad ‘en sí misma’, pues tanto lo universal como lo objetivo siempre implica la segregación del ‘otro’, de la ‘diferencia’. Se trata entonces de fomentar la producción y reproducción de lo universal a partir de una matriz gramatical y discursiva particular que se impone a todos, reafirmando la voluntad colectiva y la identidad dominante en detrimento de la alteridad, de aquellos que no comparten la decisión de las ‘mayorías’; mayorías a las que se debe dar la razón a resultados de su proporción y calidad, imperando el silencio o la pasividad para evitar señalamientos y, en otros casos, resistiendo bajo el agravante de ser tenido como ‘desadaptado, anormal, rebelde, subversivo o paria’ por antonomasia.

Claramente, hegemonía no es universalidad. Verdad obvia pero, hay que señalarlo como lo hizo el autor. Es el producto de un prolongado trabajo de convencer de la validez de un discurso y de la invalidez de otros, operando siempre y al mismo tiempo sobre la racionalidad y las emociones, señalando hechos, estableciendo relaciones entre ellos, apelando a la historia, argumentando, etcétera. Se puede llegar a alcanzar la posición hegemónica, pero ello no elimina los otros discursos, que continuarán existiendo. La consecución de la validez universal del discurso hegemónico funciona como un horizonte inalcanzable

pero que enfoca y orienta los esfuerzos de los interesados en hacerlo. El primer paso es la lucha social desde la posición de oprimido, luego la instauración de la hegemonía desde el poder. En todo caso, señalemos que a este concepto hay que aproximarse sin prejuicio porque aunque lo toma el marxismo y lo revisita Gramsci, ha operado en la historia de la humanidad desde tiempos muy remotos: en la ciencia, en la filosofía, la religión, la educación, etcétera. Responde al ancestral deseo humano de dominio, de poder, o constituye la respuesta a una obligación de cualquier índole que un individuo o grupo está convencido (certera o equivocadamente) de poseer, y el proceso para alcanzarlo en una sociedad o grupo es un proceso lógico cargado de las ‘verdades’ que esgrime.

EL CAMINO HACIA LA HEGEMONÍA COMUNICACIONAL EN VENEZUELA

Para entender la situación de supremacía comunicacional gubernamental que fue impuesta en el país nos permitimos identificar a título ilustrativo tres grandes períodos en este proceso: un período gestacional que nace en el tiempo en que conspiraban los principales líderes del régimen que aún gobierna el país, que va de diciembre de 1982, cuando los capitanes Hugo Chávez, Jesús Urdaneta, Felipe Antonio Acosta Carléz, y el teniente Raúl Isaías Baduel fundan el Ejército Bolivariano Revolucionario (EBR), hasta la toma legal del poder en marzo de 1999, pasando por los dos intentos de derrocamiento del presidente Carlos Andrés Pérez en 1992. A este período pertenece el llamado *Libro azul*, escrito por Chávez, que resume las orientaciones políticas básicas iniciales de su movimiento. En julio de 1983 el EBR cambia su nombre al de Movimiento Bolivariano Revolucionario 200 (MBR200) (Chávez, 2014) y en octubre de 1997 a Movimiento Quinta República [MVR], que sería disuelto en 2007 para dar paso al Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).

Identificamos un segundo período, que se inicia en marzo de 1999, que incluye la creación del Ministerio de Información y Comunicación (Minci) y el anuncio de Chávez de una

ESTUDIOS

“Nueva estrategia comunicacional” en el marco del “Nuevo mapa estratégico” en 2004.

Finalmente, el tercer período, que abarca hasta la actualidad, se inicia en enero de 2007 cuando el entonces ministro de Información y Comunicación, Andrés Izarra, se refiere explícitamente a la hegemonía comunicacional. En cada período los documentos más importantes publicados por el Gobierno nacional y sus acciones más resonantes referidas al sector de la comunicación social expresan explícita o implícitamente la fundamentación teórica de los respectivos anuncios, planes y acciones, y es sobre tales documentos y hechos que trabajaremos para intentar mostrar el desarrollo de los criterios que el actual y anterior presidente han aplicado hasta configurar su política comunicacional. Fijaremos nuestra atención no solo en los aspectos específicamente referidos a dicho tema encontrados en tales documentos, sino también en los elementos discursivos de naturaleza política que vemos como los materiales de construcción de la situación actual del control y predominio comunicacional.

Desarrollando los planteamientos de Bravo sobre las “tres raíces”, Chávez (2013) escribe en 1991 el llamado *Libro azul*, donde expone la fuente de su pensamiento político, *aunque sin indicar que tal modelo no es suyo en absoluto, sino de su mentor.*

En 1964 ocurre un hecho de importancia notable que permite ubicar al responsable y diseñador del pensamiento político de Chávez y el de sus subalternos más cercanos: el entonces guerrillero Douglas Bravo presenta ante la V Conferencia del Partido Comunista Venezolano un documento en el cual realiza un diagnóstico de la situación política nacional y expone los fundamentos del ‘bolivarianismo revolucionario’, representado con la imagen de las “tres raíces”, esto es, las ideas de Simón Bolívar, Simón Rodríguez y Ezequiel Zamora, y propone crear una gran alianza cívico militar que lidere una revolución en el país. Junto a

un grupo de personalidades crea en 1966 el Partido de la Revolución Venezolana (PRV), que se impuso atraer al marxismo a militares jóvenes, y uno de ellos fue Chávez, a quien contactó para ello su hermano Adán (Colotti, 2019), quien era militante de dicha organización. Según Adins (2013), el vínculo entre Chávez y Bravo —y por ende su formación en el marxismo— comenzó cuando el primero obtiene el grado de capitán, lo que ocurrió en julio de 1982 (Ramonet, 2013).

Desarrollando los planteamientos de Bravo sobre las “tres raíces”, Chávez (2013) escribe en 1991 el llamado *Libro azul*, donde expone la fuente de su pensamiento político, *aunque sin indicar que tal modelo no es suyo en absoluto, sino de su mentor.*

Sus intenciones de perpetuidad las dejaba en evidencia sin pudor en las páginas de ese texto, al abordar el tema del *Proyecto Nacional Simón Bolívar*, donde establece un período máximo de ‘veinte años’ para su desarrollo, pero aclarando que podría requerir más tiempo, a lo que elegantemente se refiere como la “utopía concreta robinsoniana” o el escenario de tiempo remoto en el cual se realizarán todas las aspiraciones humanas.

Diez años después, en las *Líneas generales del plan de desarrollo económico y social de la nación 2001-2007* (Chávez, 2001) ratifica sus intenciones. De esto se trata este documento: de los elementos germinales de su perspectiva política. En él no se toca ni se menciona el tema comunicacional. Entonces, ¿Qué sentido tuvo pensar revisarlo e incluirlo aquí? La respuesta la obtuvimos al leer su escenario de tiempo: *veinte años*, más el ‘bono’ de la “utopía robinsoniana”. Este individuo se postuló para presidente de la República con esta idea sabiendo que para ese entonces el período presidencial era de cinco años sin posibilidad de reelección inmediata. Lo que queremos poner de relieve aquí es que desde que formó el EBR en 1982 y hasta que escribió este documento y luego se postulara como candidato, no tuvo ninguna intención democrática. Esas líneas señalan la génesis del discurso hegemónico chavista.

Casi catorce años después de su encuentro con Bravo, en 1994, ocurre un segundo hecho crucial, para Chávez pero también para el país,

como lo fue el primer encuentro del susodicho con Fidel Castro. Ni el mejor analista podía imaginar que esto marcaría el destino de Venezuela, que a partir de ese momento Chávez jamás volvería a desvincularse de Fidel, que ganaría las elecciones, que se pondría a sus pies y que luego haría lo mismo con el país.

A partir de 1999 Venezuela sería gobernada tomando como modelo uno de los países con menos libertades del mundo, incluyendo libertad de expresión, de prensa, de acceso a la información, etcétera. Este mismo año conoce, en Buenos Aires, a otro personaje muy particular: Norberto Ceresole, conocido por sus obras antisemitas y nazis, y quien tuvo notable influencia en Chávez con sus ideas de una democracia ‘directa’ y de un gobierno cívico-militar (Cristancho, 1999; Adins, 2013).

La candidatura presidencial de Chávez es inscrita en el Consejo Nacional Electoral en julio de 1998 (Vicepresidencia República de Venezuela, 2018) y cinco meses después logra una victoria apabullante ante su oponente, Henrique Salas Romer, a quien borra del mapa político venezolano. Durante ese año, sobre todo a partir del momento en que comenzó a poseer las mayores preferencias en las encuestas, los medios le abrieron las puertas y disfrutó de una presencia constante en los mismos, de modo que estos constituyeron un factor de primordial importancia en su promoción como candidato, y luego en su ascenso al poder, y así lo señalan Werz y Winkens (2004). El candidato se mostraba convencido de sus ideas, pero al mismo tiempo se conducía con respeto y agrado hacia los medios. No obstante, al poco tiempo de comenzar su gestión presidencial, su actitud cambia negativamente. Werz y Winkens ubican a finales de 1999 el punto de inflexión, a raíz de críticas de la prensa a su gobierno por asuntos de corrupción.

Sidorenko señala que:

[...] durante sus 13 años de mandato, Hugo Chávez no sólo descalificó constante y vehementemente a sus contrincantes políticos y detractores, sino que desde el primer momento señaló como un enemigo a derrotar, a medios de comunicación tradicionales y periodistas –nacionales e

internacionales– que mostraran disenso hacia su proyecto y persona. (2019, p. 149)

Este cambio de actitud no cabe ser visto como inexplicable ni sorpresivo: constituye la expresión lógica de un pensamiento autoritario que venía formándose en el personaje desde sus contactos con Bravo y que se consolidó cuando en 1994 se entregó a Fidel Castro y cuando se sumergió en las ideas de Ceresole.

Durante ese año, sobre todo a partir del momento en que comenzó a poseer las mayores preferencias en las encuestas, los medios le abrieron las puertas y disfrutó de una presencia constante en los mismos, de modo que estos constituyeron un factor de primordial importancia en su promoción como candidato, y luego en su ascenso al poder [...]

El expresidente de la República Carlos Andrés Pérez advirtió en entrevista televisiva en 1998 que Chávez representaba una dictadura para el país (Operación Libertad Venezuela, 2015), y el editor y excandidato presidencial Jorge Olavarría (Landaeta, 2011), en el Congreso Nacional, en Discurso de Orden en julio de 1999, le dijo a Chávez –entre otras cosas– que había violado la Constitución y la ley.

El tema comunicacional surge en la agenda y en el discurso gubernamental en primer plano en 2002, luego de que Chávez fuera desplazado del poder durante 72 horas en abril de ese año. Queda en evidencia el poder de los medios en el plano político en toda su dimensión, y que esa área no había sido debidamente atendida en función de sus objetivos, de manera que su gobierno se hallaba en posición de debilidad comunicacional frente a los medios privados (Bisbal, 2018). En agosto de ese año crea el Ministerio de Comunicación e Información (Minci), que en 2007 pasaría a llamarse Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información (MPPCI), supuestamente ‘para mejorar las relaciones con los medios privados’, según palabras del mismo Chávez. En el *Libro azul*, mostraba por primera vez sus deseos

ESTUDIOS

de perpetuidad una vez en el poder. Ahora, ya con el poder en sus manos, daba su primer paso para controlar y dominar los medios.

En noviembre de 2004, en el marco de la realización del llamado *Taller de alto nivel. “El nuevo mapa estratégico”* (Chavez, 2004), Chávez expuso, entre otros temas, diez ‘objetivos estratégicos’, siendo el segundo de ellos “Articular y optimizar la nueva estrategia comunicacional”. Al tema apenas le dedica tres líneas, solo para señalar que todavía faltaba mucho por hacer, pero su posición en la jerarquía de objetivos denota la importancia que se le estaba comenzando a conceder.

Las intenciones se afinaban y el lenguaje se endurecía. Iban en serio. Izarra citaba correctamente a Gramsci: si se desea cambiar un modelo, un sistema, hay que crear otro y convencer a la masa de la superioridad del mismo para que se movilice en función de combatir al modelo cuestionado, vencerlo, y reemplazarlo por el nuevo.

En 2005, en el marco del “III Encuentro Mundial de Solidaridad con la Revolución Bolivariana”, Andrés Izarra, entonces ministro de Información y Comunicación, señalaba que el objetivo de dicho Ministerio era “La construcción de un nuevo modelo comunicacional para contrarrestar efectivamente la feroz campaña mediática emprendida contra el Proceso Bolivariano en Venezuela y en el resto del mundo.” (Red Voltaire, 2005): nada que ver con el caballeroso y sobrio mensaje de Chávez tres años antes acerca de ‘mejorar’ las relaciones con los medios privados.

Expresó Izarra que se planteaban repotenciar los medios del Estado, crear un canal juvenil en la Radio Nacional y una televisora del Sur, y democratizar los espacios comunicacionales, especialmente en radio y TV. La estrategia apuntaba a ‘desmontar’ las políticas de los gobiernos anteriores para el sector, que –según él– conducían a la privatización de los medios oficiales, y “[...] apuntalar esos mismos medios

para la consolidación del proceso político en los próximos años...” (Red Voltaire, 2005). Se refirió a seis ejes de acción: relanzamiento de la plataforma comunicacional del Estado, democratización del sistema de medios, proactividad informativa y comunicacional, soberanía e integración comunicacional, reestructuración del Minci y el impulso a los medios alternativos.

El año 2007 es clave en la era Chávez en lo que respecta al asunto comunicacional: en enero, por primera vez, el Gobierno, por intermedio de Izarra, se refiere explícitamente a la hegemonía comunicacional. En entrevista que le hiciera Laura Weffer (2007) para *El Nacional*, Izarra dice con claridad:

Para el nuevo panorama estratégico que se plantea, la lucha que cae en el campo ideológico tiene que ver con una batalla de ideas por el corazón y la mente de la gente. Hay que elaborar un nuevo plan, y *el que nosotros proponemos es que sea hacia la hegemonía comunicacional e informativa del Estado. Construir hegemonía en el sentido gramsciano.* [Cursivas nuestras]

Planteaba explícitamente la necesidad de imponer los valores del socialismo sobre los del capitalismo, de manera que había que dictar varias medidas en función de construir la hegemonía comunicacional, para lo cual haría falta integrar los sistemas de los medios públicos, desarrollar un plan estratégico para orientarlos, crear un sistema nacional de medios comunitarios y alternativos, e impulsar la producción independiente. Las intenciones se afinaban y el lenguaje se endurecía. Iban en serio. Izarra citaba correctamente a Gramsci: si se desea cambiar un modelo, un sistema, hay que crear otro y convencer a la masa de la superioridad del mismo para que se movilice en función de combatir al modelo cuestionado, vencerlo, y reemplazarlo por el nuevo.

En 2007 Chávez hace público su segundo programa: el *Proyecto Nacional Simón Bolívar*, que constituye un desarrollo de lo contemplado en el *Libro azul* y continuación de un documento similar elaborado para el período anterior llamado *Líneas generales del plan de desarrollo económico y social de la nación 2001-2007*, de carácter predominantemente

económico. Esta es *la primera vez que incluye el tema de la comunicación social en un documento de este tipo*. Coloca entre uno de sus principios la supremacía de la ‘justicia’ sobre el derecho, expresión esta cuya brevedad no debe conducir a obviarla, ya que abrió de par en par las puertas para la discrecionalidad, el fin de la independencia del Poder Judicial y el ejercicio personalista del poder.

Este documento –intrincado y de pomposo lenguaje– contiene siete líneas de acción para el período 2007-2013, y en tres de ellas incluye el ámbito de la comunicación social: *‘la democracia protagonista revolucionaria’*, *la ética*, y *‘la nueva geopolítica internacional’*, siendo la primera la que más se concentra en el tema. En lo nacional apunta hacia el control social de los medios, su uso para la formación, el fortalecimiento de los medios públicos y la ‘democratización’ de estos, la implantación del concepto de ‘información veraz y oportuna’, el fomento de la promoción y defensa de la soberanía nacional, y el uso del sistema nacional de medios para fortalecer el nuevo modelo político. En lo internacional se enfoca en la creación de un nuevo orden comunicacional internacional, apuntalado en la base por redes de comunicación alternativas.

Lo más resaltante a primera vista de este documento es su pretensión internacional. Chávez no se conforma con rehacer una política comunicacional nacional, sino que quiere diseñar una política comunicacional internacional. Está expresando sus intenciones expansivas: ya convenció al país, pero ahora quiere convencer y cambiar al mundo.

En el ámbito nacional los elementos clave son: *control social, formación, fortalecimiento de medios públicos y ‘democratización’ de sus espacios de comunicación, información veraz, soberanía, y fortalecimiento del sistema político marxista*. La *formación* o educación la menciona dos veces. Como ya hemos visto, según Gramsci, al proletariado le corresponde colocarse en la vanguardia en el combate contra la hegemonía capitalista, y debe universalizar su lucha para lograr el control de todas las instituciones. Cuando Chávez se refiere al ‘*control social*’, a la ‘*soberanía*’, y a ‘*democratizar*’ los

espacios de los medios de comunicación social, en realidad está convocando a sus masas a ir hacia ellos a tomar lo que les pertenece. Partiendo de las debilidades y necesidades que él cree haber descubierto en sus ahora seguidores, está abriéndoles un espacio, está dándoles poder e importancia, pero cuyo beneficiario real es él. Asimismo, está entregándoles un fin específico y único hacia el cual dirigirse.

El fortalecimiento de los medios del Estado, por otra parte, es un elemento altamente positivo en cualquier contexto político, pero en este caso fue manejado para la materialización de las ideas gramscianas de la hegemonía comunicacional a favor del autoritarismo.

La estrategia apuntaba a ‘desmontar’ las políticas de los gobiernos anteriores para el sector, que –según él– conducían a la privatización de los medios oficiales, y “[...] apuntalar esos mismos medios para la consolidación del proceso político en los próximos años...”

La información veraz y oportuna es otro elemento de connotaciones totalmente positivas, pero en este contexto está contaminado por el sesgo que le impone la ideología dominante, que limita o suprime la libertad de expresión.

Finalmente, queda clara la intención que los medios estén al servicio del marxismo, como lo establece el punto seis. En síntesis, lo que subyace a estos objetivos es una concepción utilitarista, sesgada y propagandística de la comunicación social, la cual queda al servicio de fines ajenos a ella, como son los de la lucha social entendida en los términos en los que Gramsci plantea.

En febrero de 2010 Chávez, en sesión en la Asamblea Nacional y en cadena nacional de radio y televisión, confiesa algo que todos sabían dentro y fuera del país y para lo cual solo hacía falta que él lo dijera, y lo dijo: “Por primera vez asumo y lo asumo, y yo cuando asumo, asumo. Asumo el marxismo. Lo asumo” (Vinogradoff, 2010). Esta declaración, para nada y para nadie sorpresiva, representa en

ESTUDIOS

todo caso para el país la desenvoltura plena del empaque del regalo que la mayoría electoral del país se hizo en 1998 y en 2006. Ya en enero de 2005, en el Quinto Foro Social Mundial en Porto Alegre, Brasil, Chávez había hablado con pasión del “socialismo del siglo XXI” (Pérez Salazar, 2013).

En 2012, con la mira puesta en las elecciones presidenciales, y buscando su segunda reelección, Chávez publica su tercera propuesta, en esta ocasión para el período 2013-2019 (Chávez, 2012). En sus palabras de presentación del documento, el susodicho, en su discurso tradicional subraya la necesidad de:

[...] un poder popular capaz de desarticular las tramas de opresión, explotación y dominación que subsisten en la sociedad venezolana, capaz de configurar una nueva sociedad desde la vida cotidiana donde la fraternidad y la solidaridad corran parejas con la emergencia permanente de nuevos modos de planificar la vida material de nuestro pueblo. Esto pasa por pulverizar completamente la forma de Estado burguesa que heredamos [...]. (Chávez, *op. cit.*: p.2)

Al mismo tiempo señala la ‘obligación’ de traspasar ‘la barrera del no retorno’, la urgencia de la ‘refundación’ de nuestra sociedad, y la victoria electoral ‘por mandato inexorable del destino’. *En este documento, Chávez se refiere por primera vez a la hegemonía comunicacional*, la cual coloca como objetivo estratégico. Al igual que en el plan de 2007, establece objetivos nacionales e internacionales. En el primer caso contempla el empleo de los medios de comunicación en la formación socialista, su regulación social, la reducción de la conexión del país y la eliminación de la dependencia de sectores estratégicos para el desarrollo nacional de redes de comunicación dominadas por las ‘potencias neocoloniales’, y el fomento de la difusión en los medios de contenidos históricos, culturales, populares, tradicionales y de nueva producción.

En cuanto al plano internacional plantea la conformación de un nuevo orden comunicacional del Sur, por medio del fortalecimiento de las cadenas multiestatales de televisión, *Radio*

Telesur y la *Radio del Sur*, y el establecimiento de alianzas con las cadenas de comunicación e información de los polos emergentes del mundo.

Se reafirma el control social sobre los medios, con el agregado de crear un Sistema Nacional de Comunicación Popular. Se ratifica el elemento de la formación, pero esta aparece aquí explícitamente enfocada hacia el socialismo. Permanece la pretensión internacional. Aparecen la identidad, y el elemento nuevo, típico de regímenes autoritarios y totalitarios: *el aislamiento*, en este caso expresado como desconexión o reducción de vinculación con redes de comunicación controladas por países desarrollados.

Las elecciones presidenciales son realizadas en octubre de 2012 y Chávez obtiene la victoria. Sin embargo, debido a su muerte en marzo de 2013, se debieron repetir dichas elecciones, lo que ocurrió en abril del mismo año, siendo los candidatos Nicolás Maduro y Henrique Capriles. El Consejo Nacional Electoral le asignó la victoria a Maduro, quien presentó en 2013 como programa un documento llamado *Plan de la Patria* (Maduro, 2013), elaborado con base en el que había presentado Chávez para las elecciones del año anterior. Hubo una diferencia muy importante de este con los anteriores y consistió en que fue convertido en ley en diciembre de 2013.

Este documento ratifica el interés en el área comunicacional, y dentro del gran objetivo de “Garantizar la continuidad y consolidación de la Revolución Bolivariana” ratifica varios elementos del programa de Chávez: formación, información veraz y oportuna (con el agregado del libre ejercicio de la información y comunicación), uso responsable y crítico de los medios, control social, sistema nacional de comunicación popular, y soberanía e identidad.

Aparece el fomento de la investigación y formación sobre la comunicación, aunque no en las condiciones de autonomía y libertad como es propio de tal actividad en el mundo científico, sino en una dirección definida por el Estado: la comunicación como proceso humano y como ‘herramienta de transformación y construcción social’. Los otros elementos novedo-

Los aquí son el desarrollo de redes de comunicación y medios de expresión, y el aspecto tecnológico.

El último de los documentos que consideramos aquí es el *Plan de la patria 2025* (Maduro, 2018), para el período 2019-2025, presentado por Maduro como propuesta para las elecciones de mayo de 2018, las cuales ganó. La extensión del tema comunicacional en este documento es realmente notable y mucho mayor que cualquier documento anterior, ya que está desagregado en una extensa e intrincada estructura de objetivos (la mayoría de los cuales no son tales) que se complejiza aún más por la pomposidad y rimbombancia del lenguaje empleado, lo cual ha sido típico de este y del anterior gobernante.

En todo caso, los objetivos secundarios o terciarios están comprendidos en tres grandes objetivos que apuntan hacia tres áreas: *identidad nacional, desarrollo científico y tecnológico*, y la que el autor llama ‘*guerra económica*’. A continuación, un difícil intento de síntesis de este material, donde obviamos la intrincada sucesión de numerales y nos limitamos a los aspectos que consideramos más relevantes.

Identidad

- Planificación estatal y municipal de políticas de educación, *comunicación*, cultura [Cursivas nuestras].
- Educación crítica sobre los medios de comunicación.
- Producción y difusión de contenidos que permitan la reflexión crítica sobre los mecanismos de colonización y las alternativas de descolonización de pensamiento y las prácticas sociales.
- Normas para promover la producción y difusión de contenidos que afirmen la venezolanidad.
- Difusión por Internet de información sobre la población venezolana.
- Desarrollo a nivel comunitario de inventarios culturales.

Ciencia y tecnología

- Preeminencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en cuanto a educación, investigación, producción, y difusión de contenidos de interés para el Gobierno.
- Fomento del uso pacífico de la tecnología espacial para garantizar al país el manejo soberano de sus telecomunicaciones.
- Atención al ciberespacio en lo jurídico, lo académico, infraestructura y equipos, y producción de aplicaciones de seguridad.

Guerra económica

- Crear campaña de denuncia mundial sobre el uso del ciberespacio con fines de terrorismo económico para la desestabilización de la nación.
- Profundizar alianzas con diversos países víctimas del uso del ciberespacio con fines desestabilizadores e injerencistas, para el impulso en los organismos internacionales de medidas para detener este tipo de prácticas.

Este documento no incluye el tema del control social sobre los medios pero sí el aspecto jurídico sobre Internet, plataforma esta sobre la cual el régimen actual ha legislado para limitar el acceso libre a la información y la libertad de expresión; ratifica los temas de soberanía (que incluye en cuatro objetivos), investigación, educación (abarcando la educación crítica sobre los medios y la formación especializada en las TIC); e identidad, incluyendo en este caso difusión de contenidos, ‘basados en valores nacionales, multiétnicos y pluriculturales de nuestros pueblos y en los principios inherentes al Socialismo Bolivariano’.

Esta forma de presentar el aspecto de la identidad cultural es algo típico de los regímenes autoritarios, totalitarios y dictatoriales, en su pomposidad y rimbombancia, con la que persiguen mostrarse como nacionalistas *in extremis*, y es típica también su complejización cada vez más elevada de los elementos sociales y culturales que incluyen en su discurso, porque no se limitan a referirse simplemente

ESTUDIOS

a los valores nacionales, sino que agregan neologismos, así como términos ya existentes para construir una imagen atomizada de la realidad a la que se refieren y con la que silenciosamente se dirigen a varios destinatarios, a quienes están enviándoles un mensaje de presunto respeto y protección hacia determinados derechos, y se les estimula a la lucha por sus reivindicaciones, siempre desde la óptica socialista, es decir, contra la opresión capitalista.

La idea es mantener a la sociedad en constante conflicto. La complejización y atomización de las realidades sociales y el énfasis en las contradicciones representa un elemento que resulta muy útil en el discurso marxista para el manejo de las masas. Los elementos nuevos en este documento son la planificación a nivel municipal y estatal de políticas comunicacionales; entre otras, producción y difusión de contenidos para la reflexión crítica sobre los mecanismos de colonización y las alternativas de descolonización; aspecto jurídico, infraestructura y equipos, y las TIC en un contexto internacional.

DESCRIPCIÓN CATEGORIAL DE LOS DOCUMENTOS

Con el fin de caracterizar el texto consultado de los cuatro planes o programas políticos reseñados elaboramos una categorización, en la cual determinamos las frecuencias de la presencia de los temas en cada uno de ellos, como se aprecia en la Tabla 1.

El único eje longitudinal que creemos haber identificado es lo que denominamos *Formación ideologizante*, mientras que los temas con mayor presencia son *Tecnologías de información y comunicación (TIC)*, *Soberanía*, *Contexto internacional*, *Formación ideologizante*, *Difusión ideologizante* y *Difusión no ideologizante*. En este contexto consideramos como *Formación ideologizante* todo contenido transmitido por cualquier medio de comunicación social del Estado que tenga simultáneamente intención educativa y de adoctrinamiento en determinada concepción política, y de motivación de seguimiento y/u obediencia hacia determinada persona o grupo de personas, en este

caso, el marxismo, el presidente de la República y los principales subalternos de este. Este dato es consistente con el discurso gramsciano en el sentido de que la hegemonía se inscribe en una coyuntura histórica a la cual se llega luego de un proceso de luchas sociales para desplazar al capitalismo. Particularmente vemos la hegemonía en tres fases: la primera, cuando se logra convencer a la mayoría de la validez de determinado discurso y se alcanza el poder; la segunda, cuando desde el poder se inicia el proceso de construir la hegemonía desde arriba hacia abajo; y la tercera, cuando se desarrolla el necesario trabajo de su mantenimiento y ampliación. En este proceso el trabajo educativo es imprescindible y debe ser constante para que arroje los resultados deseados, de lo cual están perfectamente conscientes los representantes comunicacionales y educativos del régimen desde 1999.

Se aprecia con facilidad que el documento que ha abarcado más temas —con un total de 13— es el *Plan de la patria 2025*, y de hecho es el más extenso, con 386 páginas de texto. Según nuestros datos, es el único que incluye los temas de *Infraestructura y equipos*, *Identidad y Cultura*, *Aspectos jurídicos y normativos*, y *Planificación de la comunicación*.

Independientemente de que el plan se cumpla o no en su totalidad, es muy importante la presencia del área de la planificación de la comunicación porque denota y realza el cuidado y la conciencia del régimen del trabajo ideologizante que debe continuar realizando y que requiere atención dedicada, e igualmente pone en evidencia una vez más el valor y el poder político enorme que en 2002 (con la deposición de Chávez) descubrieron que tienen los medios de comunicación social.

El aspecto jurídico es área estratégica nacional del régimen porque es una de sus herramientas para crear faltas y figuras delictivas, normas y procedimientos, y aumentar penas y multas, que les resultan útiles para construir una atmósfera de temor, muy especialmente en los sectores opositores. La ley y la represión son dos herramientas muy útiles para regímenes autoritarios y personalistas, sobre todo en

TABLA 1. CATEGORIZACIÓN DE CONTENIDOS DE LOS PROGRAMAS POLÍTICOS DE HUGO CHÁVEZ Y NICOLÁS MADURO DE 2007 A 2019.

No.	CATEGORÍA	2007	2012	2013	2019	F
1	Tecnologías de Información y Comunicación			2	6	8
2	Soberanía nacional	1			6	7
3	Contexto internacional	2	1		2	5
4	Formación ideologizante	1	1	1	2	5
5	Difusión ideologizante		1	2	2	5
6	Difusión no ideologizante		1		4	5
7	Formación técnica			1	3	4
8	Sistema de medios – Redes		1	3		4
9	Infraestructura y equipos				4	4
10	Seguridad nacional	1		1	1	3
11	Identidad y cultura				3	3
12	Control social	1	1	1		3
13	Investigación científica			1	1	2
14	Aspectos jurídicos y normativos				2	2
15	Derecho a informarse y a informar	1		1		2
16	Medios como herramienta política	1				1
17	Aislamiento tecnológico y comunicacional internacional		1			1
18	Fortalecer medios del Estado	1				1
19	Democratizar espacios de los medios del Estado	1				1
20	Planificación de la comunicación				1	1
21	Comunicación fronteriza			1		1
	TOTAL	10	7	14	37	68

NOTA. La intersección de cada fila (Categorías del 1 al 21) con cada columna (Documento) representa la frecuencia de la presencia de los temas comprendidos en cada categoría. Dado que varios objetivos de los documentos incluyen varios temas, dichos temas son incluidos en varias categorías

períodos de crisis severa o de muy baja aceptación popular.

Por otra parte, este es el documento que más atención ha concedido a las áreas de las *TIC* y *Soberanía nacional*. En lo que respecta a lo primero, ello se explica por la obvia importancia de todo lo que rodea al aspecto tangible e intangible de la computación, y su utilidad polivalente, aplicable en este caso a lo técnico, lo educativo y lo político, entre otras áreas. Al mismo tiempo, por la necesidad del régimen de contar con el mejor aprovisionamiento de equipos y personal especializado para poder intervenir en Internet y en todas sus tecnologías relacionadas con fines políticos. La notable atención al área de la soberanía no es casual: es producto de la situación de acorralamiento

internacional político, financiero y jurídico del régimen.

Un dato que pudiera llamar la atención es el de *Sistema de medios-Redes*, que figura en el Plan de la Patria 2019-2013, relacionado con la necesidad de crear un sistema de medios o redes de comunicación, que no aparece en el plan 2025-2019. Esta omisión es expresión contundente de la materialización plena de la hegemonía comunicacional del régimen, en lo que ha sido persistente y exitoso, al crear en 2013 el llamado *Sistema Bolivariano de Comunicación e Información* (SIBCI), que está integrado por cuatro emisoras de radio más una quinta que opera en el Palacio de Miraflores; cinco canales de televisión, dos periódicos y una agencia de noticias.

ESTUDIOS

Si comparamos en bloque los programas de Chávez y Maduro (Ver Tabla 2), podemos apreciar que solo el primero atiende los temas de los *Medios como herramienta política* (lo que incluyó en su plan de 2007), y el *Aislamiento tecnológico y comunicacional internacional* (2012). Lo primero fue el resultado de los hechos de abril de 2002, por lo que este tema había que incluirlo necesariamente para aplicar los aprendizajes obtenidos en ese momento. El segundo, tal como mencionamos en líneas anteriores, es expresión típica y necesaria de regímenes autoritarios y personalistas como el suyo.

La atención a los medios del Estado ha sido una constante en ambos regímenes, aunque no figure en los planes de Maduro. Por otra parte, notamos que en los programas de Chávez, en contra de lo que ocurre en los planes de Ma-

duro, no se evidencia predominio en ningún área. Evaluándolos en términos temporales, no se aprecia ninguna evolución en términos ideológicos sino formales, lo que resulta lógico en este caso. La diferencia de los planes de Maduro en relación a los de Chávez reside en la ampliación de temas y una mayor atención hacia dos áreas: TIC y soberanía nacional.

CONCLUSIONES

El origen del discurso hegemónico de Chávez –y por derivación lógica, del discurso sobre la hegemonía comunicacional– se ubica en el adoctrinamiento sobre ‘socialismo bolivariano’ que recibió de Douglas Bravo a principios de la década de los años ochenta, que desarrolla en *El libro azul*; en el vínculo sólido y vitalicio que mantuvo con el dictador Fidel Castro

TABLA 2. CATEGORIZACIÓN DE CONTENIDOS DE LOS PROGRAMAS POLÍTICOS DE HUGO CHÁVEZ 2007 Y 2012 Y NICOLÁS MADURO 2013 Y 2019

No.	CATEGORÍA	CHÁVEZ 2007 y 2012	MADURO 2013 y 2019	F
1	Tecnologías de Información y Comunicación	-	8	8
2	Soberanía nacional	1	6	7
3	Formación ideologizante	2	3	5
4	Difusión ideologizante	1	4	5
5	Difusión no ideologizante	1	4	5
6	Contexto internacional	3	2	5
7	Formación técnica	-	4	4
8	Infraestructura y equipos	-	4	4
9	Sistema de medios – Redes	1	3	4
10	Identidad y cultura	-	3	3
11	Seguridad nacional	1	2	3
12	Control social	2	1	3
13	Investigación científica	-	2	2
14	Aspectos jurídicos y normativos	-	2	2
15	Derecho a informarse y a informar	1	1	2
16	Planificación de la comunicación	-	1	1
17	Comunicación fronteriza	-	1	1
18	Medios como herramienta política	1	-	1
19	Aislamiento tecnológico y comunicacional internacional	1	-	1
20	Fortalecer medios del Estado	1	-	1
21	Democratizar espacios de los medios del Estado	1	-	1
	TOTAL	17	51	68

NOTA. La intersección de cada fila (Categorías del 1 al 21) con cada columna (Documento) representa la frecuencia de la presencia de los temas comprendidos en cada categoría. Dado que varios objetivos de los documentos incluyen varios temas, dichos temas son incluidos en varias categorías

desde 1994; y el pensamiento nazi y antisemita de Norberto Ceresole. Esto unido, por supuesto, a las características de su personalidad (incluyendo sus carencias y rasgos alterados, que no abordamos aquí), sus rasgos biográficos, y su formación militar. En el caso de Maduro, personaje de ideas y militancia izquierdistas vitalicias, y también cubanófilo de larga trayectoria, sus concepciones hegemónicas provienen de Chávez, su gran protector, y las ha aplicado sistemáticamente.

La primera evidencia documental de los deseos de perpetuidad de Chávez se aprecia en *El libro azul* de 1991, donde estima entre veinte años y un después indefinido en el tiempo la consumación del plan de re-creación total del país que se propone, plazo este que es consistente con el tiempo que el grupo gobernante ha permanecido en el poder.

Tales deseos pueden considerarse una clara expresión del pensamiento gramsciano en el sentido del prolongado tiempo requerido para que se satisfagan las aspiraciones y ocurran los cambios necesarios en la conciencia de la clase obrera una vez que hayan desplazado a la élite capitalista y alcanzado el poder. Este deseo inicial se convierte en *derecho* del gobierno, en su condición de representante genuino del pueblo oprimido y, como tal, no puede tener limitaciones. Estos deseos e intenciones de perpetuidad son insumo imprescindible en una política hegemónica.

La hegemonía comunicacional que inició Chávez y consumó Maduro, apuntalada en lo tecnológico, lo jurídico y lo político, existe y de ello no hay duda. Se constituye en una herramienta en extremo importante para consolidar la concepción del mundo con la que lograron conectarse con sus millones de seguidores, visto desde la perspectiva gramsciana.

El enorme sistema comunicacional que han podido estructurar logró operar con éxito en ese sentido durante mucho tiempo, pero el momento actual pone en evidencia que esa concepción o visión del mundo ha entrado en crisis, lo que quiere decir que solo la comparte una minoría, esto coloca a la mayoría que ya no la comparte, o nunca la compartió, en la posi-

ción o misión histórica de luchar por instaurar la hegemonía de la suya.

El período 2002-2007 resulta clave en el estudio de este tema porque durante el mismo se da el primer paso en el proceso de construcción de la hegemonía comunicacional en el país, al ser creada la estructura que habrá de encargarse de desarrollar la política en el área y luego al ser expresada claramente la intención de instaurar la hegemonía comunicacional y ser incluida la comunicación social en los objetivos del segundo programa de Chávez. Desde ese momento el proceso no solo no se ha detenido, sino que ha sido consumado con notable éxito, en el entendido de que la plataforma comunicacional privada sigue existiendo y operando, aunque con limitaciones severas en cuanto a libertad de expresión, ante un sistema comunicacional estatal en posición de supremacía.

Los programas de Chávez y Maduro obedecen a una visión controladora, colectivista, militarista, centralizadora y falsamente nacionalista, que necesariamente tienen que expresarse en la práctica en el mismo sentido y según los postulados en los que basan su discurso y su acción.

Un plan hegemónico gubernamental, en lo político y en lo comunicacional, no puede surgir ni materializarse en un contexto democrático porque ello constituiría un acto contra-natura, por lo que para lograrlo la democracia hay que pervertirla y luego suprimirla, como lo hicieron estos dos personajes. Para que eso ocurra el poder debe estar en manos de un régimen autoritario con confesas convicciones de perpetuidad, como queda en evidencia en los documentos elaborados por Chávez que hemos revisado, y que sin lugar a dudas fundamentarán sus palabras y acciones desde los primeros años.

Lo que hemos denominado como *Formación ideologizante* y que señalamos como el único eje longitudinal que creemos haber identificado, es un factor esencial en el plan político

ESTUDIOS

de quienes gobiernan desde 1999 y que se constancia con su naturaleza política. Se trata de una tarea correcta e ineludible desde la lógica y la razón de los susodichos. Sin embargo, desde fuera de dicha lógica representa una perversión de la educación, en el sentido de que cumple su tarea a contravía de los fines tradicionales de dicha disciplina. No se educa para el desarrollo del hombre sino para el sostenimiento de un sistema claramente perjudicial para la dignidad humana.

Los programas de Chávez y Maduro obedecen a una visión controladora, colectivista, militarista, centralizadora y falsamente nacionalista, que necesariamente tienen que expresarse en la práctica en el mismo sentido y según los postulados en los que basan su discurso y su acción. No solo necesitan instaurar una hegemonía en lo comunicacional sino en todos los órdenes de la sociedad. Necesitan tener el poder absoluto, el control sobre todo y sobre todos. El problema con una situación como esta es que mientras más tiempo se prolongue más grandes serán sus ramificaciones y consumirá más tiempo superarla.

FIDEL PÉREZ VARELA

Psicólogo (1987) y magíster scientiarum en Comunicación Social (2008). Es especialista en radiodifusión sonora, área a la cual se ha dedicado desde 2004. En 2010 obtuvo el Premio Ininco al Mejor Trabajo de Maestría de las Universidades Venezolanas en su primera edición. De 2010 a 2017 trabajó como investigador del Ininco.

Referencias

- ADINS, Sebastien (2013): "El proyecto regional bolivariano y las consecuencias de la muerte de Hugo Chávez para América Latina". En: *Agenda Internacional*, Año XX (31), pp. 9-30.
- AGUIRRE, Carlos (2009): "Hegemonía". En: *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. Mónica Szurmuk y Robert McKee (Eds). México: Siglo XXI Editores.
- ALBAREZ, Natalia (2016): "El concepto de hegemonía en Gramsci: una propuesta para el análisis y la acción política". En: *Revista Estudios Sociales Contemporáneos* (15), Diciembre, pp. 150-160.

- ASAMBLEA NACIONAL (2013): "Ley del Plan de la Patria. Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019". En: *Gaceta Oficial* 6.118 Extraordinario del 04-12-2013.
- BISBAL, Marcelino (2018): "Hegemonía Comunicacional en tiempos de Maduro: censura e intimidación". En: *El Nacional* web. 27-06-2018. En: <https://bit.ly/bisbal2018> Consultado el 02-03-2022.
- COLOTTI, Geraldina (2019): "Hugo Chávez. Así empezó todo". 26-07-19. En: <http://bit.ly/colotti>. Consultado el 02-03-2022.
- CRISTANCHO, María Victoria (1999): "El incómodo amigo de Hugo Chávez". 20-05-1999. En: <http://bit.ly/ceresole>. Consultado el 02-03-2022.
- CHÁVEZ, Adán (2014): "Hacia el renacimiento del MBR-200". 02-02-2014. En: <http://bit.ly/renacermbr200> Consultado el 02-03-2022.
- CHÁVEZ, Hugo (2001): *Líneas generales del plan de desarrollo económico y social de la nación 2001 – 2007*. (Sin indicación de ciudad ni de editorial).
- _____ (2004): *Taller de alto nivel. "El nuevo mapa estratégico"*. Editado por Marta Harnecker. 12 y 13-11-2004.
- _____ (2007): *Proyecto nacional Simón Bolívar. Primer plan socialista. Desarrollo económico y social de la nación 2007 – 2013*. (Sin indicación de editorial). Caracas, septiembre 2007.
- _____ (2012): *Propuesta del candidato de la patria Comandante Hugo Chávez para la gestión bolivariana socialista 2013-2019*. (Sin indicación de ciudad). Comando Campaña Carabobo. 11-6-2012.
- _____ (2013): *El libro azul*. Caracas: Ediciones Correo del Orinoco.
- GOBIERNO DEL ESTADO YARACUY (2013): "Oficializada creación del Sistema Bolivariano de Comunicación e Información". (Noticia). 19-03-2013. En: <http://bit.ly/nacesibci> Consultado el 07-03-2022.
- GIACAGLIA, Mirta (2002): "Hegemonía. Concepto clave para pensar la política.". En: *Tópicos* (10), pp. 151-159.
- LANDAETA, Sammy (2011): "Profético discurso del Dr. Jorge Olavarria. 5 de julio de 1999." 21-11-2011. En: <http://bit.ly/olavarria1999> Consultado el 02-03-2022.
- MADURO, Nicolás (2013): *Plan de la Patria. Segundo plan de desarrollo económico y social de la nación 2013-2019*. (Sin indicación de ciudad).
- MADURO, Nicolás (2018): *Plan de la Patria 2025*. (Sin indicación de ciudad ni de editorial).
- OPERACIÓN LIBERTAD VENEZUELA (2015): "La profecía de CAP 1998" [Video]. En: <https://bit.ly/oplibertad2015> Consultado el 07-03-2022.
- PÉREZ SALAZAR, Juan Carlos (2013): "El hombre que imaginó el socialismo del siglo XXI". Recuperado de <https://bbc.in/3vOpOG4> el 07-03-2022.
- PUNTES, Mauricio y SUÁREZ, Ivonne (2016): "Un acercamiento a Gramsci: la hegemonía y la reproducción de una visión del mundo." En: *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, Jul-dic 2016, 7(2): 449-468.
- RAMONET, Ignacio (2013): *Mi primera vida. Conversaciones con Hugo Chávez*. Caracas: Vadell Hermanos Editores.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2022): *Diccionario de la Lengua Española*. Consulta de la palabra “Hegemonía”. En: <http://bit.ly/hegemonia> el 02-03-22.

RED VOLTAIRE (2005): “En marcha nuevo modelo comunicacional en Venezuela”. 15-04-2005. En: <http://bit.ly/nuevomod2005> Consultado el 07-03-2022.

SIDORENKO, Pavel (2019): “Populismo, periodismo y antagonismo en la Venezuela contemporánea: el odio de Hugo Chávez por los medios y el periodismo crítico”. En: *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6 (12), p. 149.

VICEPRESIDENCIA REPÚBLICA DE VENEZUELA (2018): “Hace 20 años el Comandante Chávez inscribió su primera

candidatura presidencial”. 24-07-2018. En: <http://bit.ly/chavezcne1998>. Consultado el 02-03-2022.

VINOGRADOFF, Ludmila (2010): “Chávez se declara marxista”. 05-02-2010. En: <http://bit.ly/chavezmarxista> Consultado el 07-03-2022.

WEFFER, Laura (2007): “Andrés Izarra considera que deben evaluarse todos los operadores de la TV”. (Entrevista) *El Nacional*, 08-01-2007. En: <http://bit.ly/wefferizarra> Consultado el 07-03-2022.

WERZ, Nikolaus y WINKENS, Simone (2004): “El populismo de Chávez y el rol de los medios”. En: <http://bit.ly/werz2003> Consultado el 02-03-2022.



Kung-Fu. Sadomasochism Happening. Foto: Alfonso Barrios, NYC 1969.