



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 5º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

La verdad reversible de la prensa y la televisión: un golpe sin guión audiovisual

Lic. Concha Mateos ©

cmateos@ull.es

Lo escrito escrito está. Pero ¿quién lo mandó escribir?

Las palabras siempre son obra de las personas –de los palabreros–.

En el desarrollo de toda forma de poder actúa siempre una fuente del dictado: el que decide, el que dice cómo hacer el qué y cuándo –el para qué queda implícito, o sea, no suele decirse casi nunca–. Si esta fuente del dictado se identifica, si la orden, el decreto o la ley llevan firma, el sistema es transparente. Podrá ser dictadura o dictablanda, pero se sabe de dónde parte el dictado, de qué dictador, y por tanto se sabe a quién habrán de colgarse las medallas o las sentencias, a quién habrán de atribuírsele los errores y los aciertos. Se le podrá denunciar u homenajear. Se conoce el nombre, el autor.

En las dictaduras –en teoría, y tradicionalmente– dictaba el tirano. En las democracias –en teoría y tradicionalmente– dicta el pueblo (las cortes generales, representantes legítimas del pueblo, determinan las leyes).

En 2002 –y desde hace tiempo ya– alguien trata de dictar escondiendo la mano detrás de los medios de comunicación masivos y populares. Así ha ocurrido en Venezuela. Los medios han dictado. Y siguen dictando. Los medios, cuyos propietarios a escala internacional son cada vez menos y cada vez más ricos.

Los medios tratan de dictar, de frontera a frontera, saltándose los controles democráticos de las formas de poder (control democrático es control popular). Pero, ¿quién dicta a los medios? ¿Los medios son medios utilizados por el poder, son intermedios o son el poder mismo, las fuentes de poder?

Quizá ellos, los medios, estén escribiendo la historia –la que otros considerarán fuente de la historia. Por eso es muy importante tratar de determinar si es ella, la historia, la que dicta, o hay detrás de los medios algún otro dictador que les va diciendo lo que tienen que convertir en realidad.

1- INTRODUCCIÓN: LOS QUE DICTAN

La sociedad de la información, considerada en su calidad de objeto de estudio en laboratorio.

Los medios de comunicación tienen la función social de formar, informar y entretener a sus audiencias –ciudadanos que conviven en un régimen de democracia legitimada en las urnas, en el caso de Venezuela–.

Los medios de comunicación surten de información a la comunidad. Esta información tiene como principal virtud ser compartida, ser común. Al recibir todos los miembros de una comunidad un mismo conjunto de informaciones, asuntos, inputs informativos, la conversación se hace posible y los nexos de identidad se consolidan. La información que un grupo humano consume colectivamente acerca de su entorno y su devenir crea unos referentes de identidad compartida que hacen a ese grupo ser más grupo, es decir, identificarse socialmente. En definitiva, la información compartida entre varios individuos afirma el sentimiento de cada uno de ellos de pertenecer al grupo. (Nos ha pasado lo mismo, nos enteramos de lo mismo, nos preocupamos por lo mismo, etc., al margen de que cada uno sostenga opiniones diferentes).

La información tiene como función democrática ofrecer al individuo datos veraces, relatos contrastados, interpretaciones firmadas y previsiones argumentadas de los acontecimientos que registra una sociedad democrática (se entiende que justa, ajustada a derecho, pluralista e igualitaria).

Los medios de comunicación se constituyen como empresas de la comunicación y por ello añaden a sus funciones informativas y de cohesión social otras funciones inherentes al negocio de la comunicación: cautivar audiencias, maximizar beneficios, reducir costes, rentabilizar recursos, fidelizar clientes y proteger intereses empresariales. Estas nuevas funciones – empresariales– son ineludibles para que se mantenga el medio, pero no pueden, no deben borrar la exigencia atender a esos valores sociales que hemos reseñado anteriormente. Al menos en el laboratorio no se borran: un medio de información mantiene su estructura productiva para atender y surtir de información, formación y entretenimiento a una comunidad social que gracias a ellos –y a otros factores- mantiene una identidad común y se comporta como un sujeto colectivo.

Eso es –en parte– la sociedad de la información en el laboratorio

Y la Venezuela del golpe escrito que analizamos en este texto constituye un caso real de ese modelo de sociedad de la información que acabamos de describir. Por tanto es de esperar que encontremos todas esas funciones y parámetros. Este texto pretende precisamente analizar hasta qué punto es así.

Para ello vamos a trazar primero nuestra hipótesis sobre este escenario de ensayo y más adelante superpondremos sobre ambos (escenario de laboratorio e hipótesis) los datos de los acontecimientos ocurridos en Venezuela en la primavera de 2002. Escenario de laboratorio, hipótesis y caso Venezuela, es nuestra secuencia de desarrollo lógico en este trayecto argumental que tiene como objetivo analizar la influencia de los medios informativos en el desarrollo de la crisis sociopolítica de Venezuela en la primavera 2002.

2- HIPÓTESIS: LA REALIDAD DICTADA

Nuestra hipótesis se asienta en tres consideraciones:

1. Lo que no sale en los medios no existe (no pesa en la conciencia colectiva con que los ciudadanos perciben el sentido histórico del presente). Es decir, para los actores vivos de la historia presente, la fuente legitimadora, el surtidor de historicidad son los medios informativos, medios de masas en el caso que nos ocupa.
2. Los medios no cuentan dos veces lo mismo como nuevo. Lo dicho ayer ya no es decible hoy.
3. El que dicta primero, dicta más. Es decir, quien logra colocar su versión de los hechos antes en los medios obliga a los demás versionistas a contar con él, a contar su versión corroborándole o llevándole la contraria, pero en todo caso incluyéndole.

Esas tres consideraciones aplicadas al caso que nos ocupa trazan el siguiente punto de partida: el golpe de estado contra el gobierno de Chaves no llegó a ser del todo corroborado por los medios, no llegó a ser escrito a tiempo y por completo por los medios informativos venezolanos, que eran los medios a por los que se informaban los actores vivos de la historia presente. Y gracias a estos actores vivos no vieron el golpe de estado convertido a tiempo en hecho histórico pleno por los medios de información, gracias a eso tal golpe de estado pudo ser deshecho. Lo que no llegó a ser –mediáticamente– pudo sin dificultad dejar de ser –históricamente–.

Esa es nuestra hipótesis.

3- CONTEXTO Y CARACTERIZACIÓN DE LOS HECHOS, LOS DESHECHOS DESCRITOS Y EL CLIMA DE OPINIÓN DESHECHA

El golpe de estado militar contra el gobierno de Chávez se hizo y se deshizo en un fin de semana. Apenas 24 horas después del acceso a la presidencia de Pedro Carmona los partidarios de Chávez salieron a la calle en Caracas y otras ciudades del país para reclamar su restitución.

Si esto ocurrió es porque:

La destitución de Chávez originó un hueco, un vacío, una incertidumbre y una inestabilidad simbólica importante de cara a buena parte de la población y la opinión pública.

El aspirante a sustituir a Chávez no supo o no logró llenar ese hueco. Al menos no lo logró de cara a mucha gente. El golpe hubiera prosperado si hubiera creído en él una masa crítica de ciudadanos y personalidades destacadas.

A falta de esa masa crítica de convencidos la restitución de Chávez fue deseada y fácil de digerir socialmente –en términos de armonía social resultó más rentable que regresara Chávez, a pesar de la crítica viva contra él–. La historia eligió la opción que le salía más barata. El asunto es si los medios de comunicación contribuyeron o no a que esa fuese la opción más rentable.

Para poder llegar a hacer esa apreciación nos vamos a servir de una serie de consideraciones que presentamos en este apartado del texto, agrupadas bajo cinco subepígrafos diferentes y que tienen en común una utilidad: explicar cómo funciona la

economía de prioridades, permisividad y presiones entre medios, poder y opinión pública en Venezuela en el momento del golpe.a) Las reglas del juego

Vamos a iniciar nuestra observación de los acontecimientos el día 10 de abril de 2002, en plena agitación por huelga general.

Chávez gobierna Venezuela en régimen de democracia formal con un respaldo electoral amplio. Originalmente en un primer periodo el presidente accedió al poder de forma violenta por un golpe de estado, pero su liderazgo ha pasado ya por la legitimación electoral reglada según normas formalmente democráticas.

El principal sindicato venezolano ha convocado una huelga general de 24 horas. Tres meses antes, en diciembre de 2001, el gobierno chavista ya ha tenido que soportar otra huelga general de semejantes características. El presidente Chávez ha reaccionado agresivamente contra las huelga, las reivindicaciones, las acciones laborales y los medios informativos. Los convocantes han prolongado la huelga otras 24 horas más.

En Caracas la agencia Efe emite una nota que recogen gran parte de los medios de información y que el diario EL NACIONAL publica el 10 de abril bajo el titular *Guerra de ondas*:

Caracas. (EFE).- La huelga de 24 horas convocada para ayer –y extendida por 24 horas más– por el principal sindicato venezolano desató algo más que acciones laborales y derivó en una guerra de ondas que ha enredado al gobierno y a los medios audiovisuales en un nuevo dilema sobre el derecho a informar con pluralidad.

La respuesta del presidente Hugo Chávez al paro general convocado por la Confederación de Trabajadores de Venezuela (CTV) fue monopolizar la información de estaciones de radio y televisión privadas con las llamadas "cadenas nacionales".

La Ley de Telecomunicaciones promulgada en junio del 2000 prevé en el artículo 192 que el presidente podrá, directamente o a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), ordenar a los concesionarios de las frecuencias de radio y televisión "la transmisión gratuita de mensajes y alocuciones".

En las últimas 24 horas, el Ejecutivo ha ordenado 25 cadenas nacionales de 5 a 10 minutos cada una, en la que Chávez o algunos de sus ministros exponen puntos de vista propios con respecto al paro.

Chávez afirmó sin tapujos que en su país hay "una guerra mediática" para valorar todo, por ejemplo, la participación en la huelga, que ha sido un "fracaso" para el gobierno y un "éxito" para los organizadores.

"Los canales privados mandan las cámaras y periodistas a donde no hay casi gente", manifestó Chávez en una de sus intervenciones del día, mientras dos abogados introdujeron un recurso de amparo ante el Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) contra las llamadas cadenas.

Lo que el Ejecutivo considera un derecho contemplado por la ley se convierte, para los afectados, en "un abuso" de autoridad.

Los abogados Nelson Chitty La Roche y Máximo Febres consideran que las cadenas son para "actos oficiales, de estado o de gobierno", pero ello no justifica que se practique "el ejercicio del poder sin límite", que es contrario, a su entender, a la Constitución, algo que debe ser interpretado por el TSJ para sentar jurisprudencia.

Los canales de televisión privados reaccionaron formando su propia cadena contra el nuevo formato de difusión de

información mensajes oficiales y durante la jornada adoptaron por dividir la pantalla en dos, un lado con la gubernamental y otro con la suya propia.

"Consideramos que la transmisión en cadena es expresión de un abuso de poder y de una extralimitación de funciones por parte del Ejecutivo", señalaron en un texto transmitido en cadena.

En esta nota se refleja una serie notable de rasgos que definen el marco de relaciones vigentes en Venezuela entre los medios de comunicación, el poder político administrativo y el rigor informativo. Estos rasgos se corroboran en las entrevistas que hemos mantenido con los observadores cualificados.

De forma sintética hemos compendiado esos rasgos así:

- El poder político controla parcial pero oficialmente la información.
- Ese control se ejerce frente a una resistencia que es crítica pero que responde o trabaja dentro del marco normativo, con las reglas del juego, es decir ninguna de las dos partes ha roto el tablero del juego legal, democrático o jurídico (sea cual sea la valoración que pueda hacerse de la garantía o calidad democrática de este tablero). El poder político usa coartadas legales para el control informativo –no viola las reglas, sólo las fuerza– y los medios cumplen sus deberes legales pero denuncian y buscan rendijas de contestación –tampoco violan las reglas pero también las fuerzan–.
- Ambas actitudes son expresas y conocidas por la opinión pública. Por tanto la opinión pública también juega dentro del tablero. Los consumidores de información saben, conocen: que el presidente produce información controlada, cocinada, y que los medios con frecuencia tienen o manejan otras versiones de los hechos. Esta dicotomía expresa, confesada, evidente, hace que la idea de verdad adquiera volumen, salte de la dimensión plana a la tridimensión. Emerge la verdad prismática, y cuando la verdad prismática se pasea ante los ojos de los ciudadanos es el momento de que estos vean que la cosa tiene más de una cara, y que todas esas caras forman parte de la verdad sin que ninguna sea en sí la verdad misma. Relativismo ambiente por tanto en el escenario informativo, un rasgo que tiene sus pros y sus contras para la salud informativa de un pueblo, pero que en cualquier caso dejamos registrado desde ahora.

b) El fabricante de polémicas

Hay otro rasgo además, otro ingrediente muy decisivo para este relativismo consentido: el presidente Chávez es un gran fabricante de falsedades desviatorias en los medios, un gran surtidor de falsas polémicas mediáticas. La nota de Efe que acabamos de reseñar no hace referencia a este asunto, pero sí lo encontramos detalladamente analizado en el artículo de la revista en línea Latina de Comunicación Social de Sebastián de la Nuez, Venezuela: factores clave en el conflicto gobierno-medios.

De la Nuez ilustra cómo cada vez que el presidente se ha marchado de viaje fuera del país ha dejado en aire un tenso clima de crispación, generalmente tras un anuncio insólito o una amenaza, que ha envuelto a los medios en una dinámica reactiva que barría de las primeras páginas quizá lo que era realmente noticia o importante. Esta estrategia de agitación de titulares o siembra discrecional de polémicas, ha sido habitual compañera del presidente desde el principio de su gobierno. Así ha ocurrido con asuntos como la Ley de tierras, nombramientos para puestos ejecutivos de las Fuerzas Armadas, ataques a la educación privada, posibilidad de declarar un estado de excepción. Temas que el presidente lanzaba estratégicamente a los medios cuando no quería que hablasen de otros asuntos que a él le resultaban más perjudiciales, a él y a su imagen de presidente. Una imagen, no lo olvidemos, cuyo glamour mediático está intensamente embriagado del halo que le aporta ser presentador de un programa televisivo cutre y populachero llamado *Aló, Presidente*.

A este respecto cuenta el periodista José Comás, corresponsal del El País en México y Buenos Aires entre 1985 y 1994, en la entrevista que le hicieron los internautas el día 12 de abril lo siguiente:

12-04-2002 (16,59 h.)

Creo que los venezolanos más lúcidos y cultos se avergonzaban de semejante presidente, pero el personaje tenía sin duda una cierta gracia con su estilo chabacano y su falta de consideraciones con el protocolo. Piense en los chistes que contaba en las cumbres, las canciones y creo que hasta besó a la reina Sofía y abrazó al emperador de Japón. Entre ciertos sectores sociales de Venezuela, las clases más bajas, puede resultar gracioso ese estilo

Por su parte De la Nuez nos describe así el programa:

El programa "Aló, presidente" alcanzó su emisión número cien en marzo de 2002. Al principio, la producción era francamente amateur, pero ha ido incrementando su "puesta en escena", utilizando escenarios naturales en donde el presidente se instala con motivo de algún acto oficial, aunque también puede hacerlo desde el propio palacio de Miraflores, sede del poder central. Se transmite a través de Radio Nacional y el canal estatal Venezolana de Televisión; suele durar de cuatro horas a cuatro horas y media, a partir de las 11:00 a. m. los domingos. Chávez se ha convertido allí en una especie de "showman" que canta, recita, cuenta anécdotas de su vida militar y diserta sobre béisbol, su deporte preferido. El programa ahora se nutre de segmentos que funcionan como verdaderos videoclips, bien sea para resumir la gestión gubernamental de la semana, bien para satirizar las críticas que se le hacen desde los medios de oposición.

En este subapartado estamos reseñando algunas de las características o condiciones ambientales mediáticas que permitirán explicar luego la lógica de desarrollo de nuestra hipótesis, digamos que estamos repasando las reglas de comportamiento que dominan el escenario en el que el golpe y la información sobre el golpe tuvieron lugar.

Por eso antes de cerrar este epígrafe mencionamos brevemente una consideración muy oportuna que nos hace De la Nuez:

No ha habido presiones directas sobre ningún medio por el ejecutivo; no hay ningún periodista preso ni siquiera una llamada telefónica que algún editor haya recibido tras publicar una información falsa —que las ha habido— sobre el régimen; pero no cabe duda de que se ha desarrollado una estrategia inédita con el fin de doblegar a los medios o al menos amedrentarlos: utilizar a las masas depauperadas como "quinta columna" contra ellos. Eso lo puede lograr un líder con carisma, que con intuición sepa "tocar" ciertas fibras en los sectores populares para movilizarlas en alguna dirección predeterminada. Incluso, en una dirección violenta.

Por tanto los medios por un lado están controlados indirectamente por Chávez a través de las masas o unas ciertas masas populares, y por otro lado hay un umbral de permisividad de las masas que hace de freno de la crítica contra Chávez. Digamos que los medios antes de hacer algo, se van a pensar.

La sociedad sedienta de líderes

La hipótesis sobre la crisis de liderazgo en la Venezuela contemporánea ha tomado un notable interés en los últimos años. Este ensayo no pretende desmenuzar tal hipótesis, pero sin embargo si va a servirse de algunas conclusiones que los estudiosos del liderazgo han señalado sobre el caso de Venezuela.

Abreu Sojo, a quien se ha entrevistado expresamente para este ensayo, señala en su libro sobre líderes en Venezuela que el país está teniendo problemas para generar un nuevo liderazgo que lo regenere social y políticamente. Y entre las causas de esa dificultad cita a los medios de comunicación. "el liderazgo nuevo no termina de irrumpir por la creencia de que los líderes son quienes aparecen declarando a diario en los medios de comunicación social, y constantemente están generando opinión pública, aunque sus propuestas estén agotadas, o simplemente ya no tengan nada que decir" (pag. 29).

De forma escueta podemos entender que aparecer —en lo medios— es ser y ser es liderar.

Aceptamos este paradigma y anotamos además algunas claves que explican por qué en determinados momentos y entre determinados ciudadanos se consolida el liderazgo de algunas figuras no especialmente justas o favorecedoras de sus seguidores.

Los ciudadanos desesperados anhelan más liderazgos mesiánicos o caudillescos, porque en la psique de los individuos permanece la idea de que un gran líder puede arreglar las cosas.

Según Paige —citado por Abreu Sojo— cuanto más grande es la injusticia social más distorsionada se halla la realidad del liderazgo, su poder, moralidad y efectividad.

El caudillo tiene una tendencia de progreso inversamente proporcional al grado de solidez del Estado: en las sociedades con grado de desarrollo institucional incipiente el caudillo llena los vacíos de poder.

El líder Chávez y el no líder Carmona

Cambió el sistema político con un apoyo masivo electoral. Es un hombre con capacidad reconocida de liderar opciones inéditas.

En sus tres años de poder consiguió aliar a la patronal, los sindicatos y la iglesia, por tanto ya había disfrutado de una imagen de hombre capaz de reconciliar intereses y resolver enfrentamientos o fisuras. (No ignoramos que Chávez también es un hombre que ha dado muestras suficientes de capacidad de crispación de las relaciones con los medios, la iglesia, los sindicatos etc. Pero en este análisis no medimos tanto su capacidad de conciliación como su capacidad de hacer emerger imágenes reconciliatorias)

Los sectores marginales de Venezuela son un caladero importante de apoyo al presidente. Es un hombre con *tirón* entre la población de menores recursos económicos y culturales, es decir, la población más sedienta de liderazgos de cariz salvador y mesiánico, y a su vez con una capacidad crítica menos racionalizada.

Por contrastar, veamos la imagen que perfila del Presidente de la Patronal, José Comás:

12-04-2002 (17,14 h.)

¿No podían haber disimulado un poco y haber puesto de presidente algún

político "hombre de paja" en vez de poner directamente al Presidente de la

Patronal?

Sin duda resulta un poco antiestético, en especial acabo de verlo en la televisión rodeado de militares y él, pequeñito, daba una impresión un poco patética. No obstante, lo que se sabe de este señor y su actuación en los últimos meses ha sido bastante correcta. No hay que olvidar que la denostada patronal (Fedecámaras) no estaba sola y contaba con el apoyo de los sindicatos

en las huelgas y manifestaciones.

Comás refleja en su respuesta que la imagen del que pretendió sustituir a Chávez televisivamente era raquíta y se vinculaba a una entidad denostada. Comás añade que no obstante se sabía que su actuación era correcta en los últimos tiempos, pero ¿quién conoce esa corrección, Comás y los especializados, los que analizan y siguen la actualidad de forma racional y documentada? La imagen del pretendiente sustituto era ramplona y sin carisma en los medios, y es precisamente eso, la repercusión del contenido de los medios sobre los acontecimientos de la realidad lo que estamos analizando. Sea lo que sea una persona o un hecho, lo importante, lo decisivo va a ser lo que parezca y aparezca en los medios. Y el pretendido sustituto parecía poca cosa.

Invitados de piedra

Antes de pasar a argumentar la arquitectura de nuestra hipótesis de partida, nos resultará útil por último meter en la mochila de nuestras consideraciones previas varios datos definitorios del terreno mediático y sociológico en el que ha sido posible escribir y describir un golpe de estado.

Eso es lo que venimos haciendo en los tres subapartados anteriores, pero ahora se trata de incorporar algunos rasgos más que sencillamente no encajan categóricamente en ninguno de esos tres apartados, es decir, que son de otro tipo.

De la Nuez nos habla de un alto grado de volatilidad ideológica en los profesionales de la política y de un alto grado también de oportunismo de la disidencia. Este rasgo permitirá sospechar y explicar la atmósfera de vaivenes que luego va a servir de decorado a la desescripción del golpe. Digamos que en la Venezuela de abril del 2002 hay costumbre y por tanto alto grado de tolerancia a que reversibilidad de la militancia personal y también, claro, a la reversibilidad de los hechos. Hay costumbre de digerir que las cosas a veces se den la vuelta.

También De la Nuez nos habla de una cierta anomia o neutralidad de los medios ante los acontecimientos. Esta especie de equidistancia no es tanto una objetividad informativa sino una huida hacia delante frente a las presiones de todo tipo que suelen dirigirse sobre ellos por parte de políticos, empresas o grupos de presión. Sería entonces una atonalidad preventiva de los medios y los periodistas para cuidarse de que les acusen de estar alineados de forma clara junto a algún bando (y por ello perder el apoyo o la colaboración de otros).

Este dato lo tendremos muy en cuenta cuando analicemos más tarde el discreto silencio de algunos medios sobre el golpe dado contra Chávez.

EL GOLPE ESCRITO, DESCRITO Y DESESCRITO

Tras todas estas consideraciones nuestro argumento es:

- - Carmona lleva a cabo un golpe de estado, al que los medios con conexión USA ya han dado anticipadamente el visto bueno.
- - Cunde la confusión en los medios informativos y el golpe no es comunicado adecuadamente, es decir, por múltiples razones (prohibición, miedo y dificultades técnicas) no se cubre adecuadamente la información sobre el golpe.
- - Consecuencia: el golpe no ha tenido lugar, no ha existido para la conciencia histórica colectiva que está protagonizando el presente y que debe ser quien HAGA la historia. Por ello, se reclama desde el principio que el golpe sea deshecho y se favorece el retorno del gobierno depuesto. Silenciando el golpe, se anula el golpe.
- - La televisión no escribe a tiempo el golpe, el golpe no es adecuadamente escrito por los medios de comunicación, y por ello favorecen que finalmente se describa.

A todo ello ayuda:

- - Que Chávez es un líder con tirón entre la población más desprotegida, y que la población más desprotegida son el 70 u 80 por ciento de la población, o sea, la gran mayoría.
- - Que los medios callan cautelarmente porque nunca se han salido de las reglas del juego en sus críticas a Chávez y se mantienen en ese tono que hemos visto de legalidad vigente dentro del tablero del juego. Y eso les obliga a no dar por victorioso un golpe que ha atentado a la postre contra un gobierno legitimado electoralmente.
- - Por otro lado esa neutralidad citada por De la Nuez también contribuye a no medir las informaciones sobre los golpistas y logra evitar una celebración mediática del golpe, algo que hubiera cambiado el tono de los comportamientos colectivos (la masa se une preferentemente a los vencedores, ellos aglutinan, pero en este caso los medios no produjeron vencedores claros, no crearon vencedores mediáticos y así no fue posible un reagrupamiento masivo en torno

a los nuevos líderes).

- - Los nuevos líderes o aspirantes a líderes suspenden inmediatamente la constitución. Esta fisura de legalidad amplía la grieta abierta por la desaparición del líder anterior y aumenta la incertidumbre (y la nostalgia de él). Como hemos visto los estados de incertidumbre colectiva constituyen el caldo ideal para entronización de los líderes caudillistas –caso de Chávez–. Y por ello el reclamo de que Chávez retorne y su retorno se hace a cada instante más inminente y más seguro.
- - La volatilidad ideológica dominante antes del golpe permite vivir con cierta normalidad lo que en realidad fue también un caso de volatilidad política: durante un día y medio pareció que se tenía otro jefe del país pero finalmente ya se ve que no.
- - El hecho de que en Venezuela los militares tienen el derecho de expresarse políticamente –por un precepto constitucional propiciado por el propio Chávez–. Y lo han venido haciendo, y en ruedas de prensa y con el seguimiento de los medios, algunos de los cuales las han cubierto ampliamente, así como sus acciones de rebeldía (no asistir a las sesiones del consejo de estado Mayor) o sus declaraciones casi sobre cualquier tema.
- - Volatilidad ideológica de los profesionales de la política; abundantes disidentes oficiales. 53 generales en el refrigerador (cobrando sin trabajo).
- - Estrategia de la provocación, seguida por el presidente había elevado el grado de polemicidad y de dinamismo de reacciones (versiones, versionismo) (yo) en la información.
- - Estrategia de imposición de focos de atención pública le había venido saliendo muy bien al presidente. Estrategia de crear conflictos para tapar conflictos.

Nos encontramos ante una sociedad sobredopada de polémica, saturada de versionismos, en la que un golpe escrito por los medios no fue del todo descrito a tiempo y por eso finalmente terminó desescrito. Múltiples factores contribuyeron a ello además de los que hemos citado:

- - El respeto por la legalidad democrática de los medios y un cierto neutralismo frente a la proliferación de versiones políticas de la realidad.
- - El descreimiento de parte de la opinión pública respecto a lo que cuentan los medios.
- - Las formas indirectas de presión y control de la información que siempre ha ejercido Chávez sobre los medios (gracias a ellas, informaron menos sobre el golpe y contribuyeron a que no se consolidase una imagen de golpe victorioso).
- - El tirón de los líderes caudillistas en contexto de incertidumbre. Un tirón que favorecía al caudillo ya consolidado (Chávez) y que paradójicamente fue fortalecido por Carmona pues al anular parcialmente la legalidad constitucional y no suplirla con otra cosa, creó una incertidumbre creciente y esa incertidumbre afianzó el deseo de retorno del líder perdido.
- - La imagen sembrada por Chávez de fabricante de crisis hizo su papel tranquilizante en parte de la población, ya acostumbrada a esa dieta informativa: esto es otro invento de Chávez, pasará sin más. Y con ese referente en el pensamiento la opinión pública no concedió excesiva credibilidad al hecho de que un gobierno de golpe militar pudiera sustituir a Chávez (que cuando lo intentó por esa vía tampoco lo consiguió, y terminó en la cárcel).

Los medios crearon confusión y la confusión impidió que prosperase el golpe de Carmona. Pero también impidió la credibilidad. Y el sistema se resiente cada vez más de esta enfermedad que impide a los medios informativos cumplir con sus funciones de transparencia, rigor y veracidad.

El guión de la realidad fue desplazado por el guión de los intereses. Los interesados anduvieron "colando" en el discurso televisivo versiones prefabricadas de la realidad que ellos querían que fuese real.

Teodoro Petkoff, director del diario TalCual –tabloide de oposición con gran influencia en sectores medios– había dicho en su diario "Venezuela asiste actualmente al desarrollo de un golpe por capítulos...". (citado por de la Nuez Aránaga).

Esta fue una de las preguntas que los internautas formularon a José Comás:

12-04-2002 (17,49 h.)

Vivo en Caracas y no sé si debo creer a los medios de comunicación o al anterior

Gobierno. ¿Chávez quería salir del poder con gente muerta en su haber? No sería lógico. Sería muy truculento pensar que la gente de la oposición pensó y planeó la masacre del día de ayer. Además las cámaras de televisión parecían estar muy bien situadas para tomar a los asesinos del Gobierno. ¿Poco viable? Pudiera ser... Quizás es mejor pensar que los intereses económicos de algunos empresarios no tienen sangre. Alejandro B.

Usted debe formarse su propia opinión. Sería una audacia excesiva por mi parte decirle desde Madrid lo que vio usted. Me tengo que limitar a intentar un análisis de lo ocurrido.

A partir del segundo periodo presidencial de Carlos Andrés Pérez, dice de la Nuez Aránaga, que los medios de comunicación asumieron el rol que otros poderes habían abandonado. Incluso el poder judicial. Para que la opinión pública se sintiera saciada de su sed de justicia la prensa nacional se convirtió en el tribunal de papel. Y el poder Judicial pasó a segundo plano.

Con esa demostrada capacidad para el linchamiento público afianzó al país en la idea de que los medios son tan poderosos que pueden "tumbar" a un gobierno, De la Nuez Aránaga.

CONCLUSIONES

La conclusión es que el golpe no se llegó a creer y por esa falta de certeza el golpe se deshizo. La falta de convicción de que realmente el golpe hubiera tenido lugar, permitió que se borrara. Y los fabricantes de esa falta de convicción fueron los medios, especialmente los audiovisuales.

Primer paradigma: sin guión, no hay golpe que triunfe, cuando los destinatarios de la Historia la siguen por televisión.

E golpe no se creyó porque los medios no lo contaron bien, no lo escribieron bien. En parte se había anunciado demasiado antes de tener lugar y eso genera descreimiento. Lo que ya ha sido noticia no se convierte en noticia; lo que ya está dicho no se puede decir otra vez como nuevo, caduca informativamente.

Los medios afines a USA habían hablado mucho del golpe, casi lo habían anunciado, y el efecto es que decir que había tenido lugar lo anunciado perdió fuerza, perdió interés, y no se dijo. Los medios USA intentaron dictar la realidad y por eso la realidad no pudo luego dictar a los medios la información de actualidad.

Ese afán por usar los medios para producir lo que se persigue termina provocando efectos perversos.

Lo que está dicho ya no será noticia. Si se satura a los medios con hechos que aún no han tenido lugar —es decir si se les trata de dictar para que se anticipen a la realidad o la provoquen, la dicten— ellos empiezan a generar disfunciones. Esa información que se intenta promover se torna sospechosa (ni real ni no real, sólo virtual) y puede que los medios la rehuyan. Se intentó dictar una realidad prefabricada para que los medios la contaran y así forzar que ocurriera y no funcionó.

Segundo paradigma: en la sociedad de la información sana y de laboratorio ha de ser la realidad la que dicte a los medios su contenido; los experimentos que tratan de subvertir ese orden producen resultados paradójicos.

Finalmente con tanto rizo de autores y versiones volantes de la verdad, aparece un gran perjudicado que a todos nos afecta: la credibilidad de nuestros medios de información. La verdad no es reversible. Pero la historia escrita en audiovisual televisivo sí lo es. Esta mutación mediática desactiva los mecanismos lógicos de reacciones del comportamiento colectivo. Si la verdad puede reformularse mañana, la verdad queda suspendida hoy, queda pendiente de una confirmación que nunca llegará, pues toda afirmación sobre ella podrá mañana igualmente quedar suspendida. La certeza aplazada indefinidamente abre un espacio de incertidumbre en el que es muy difícil sustituir un valor por otro, un presidente por otro, una confianza por otra. Sembrado el descreimiento, gana la opción que primero llega, la que ya está.

Tercer paradigma: el uso de los medios de comunicación como surtidor de globos sonda y falsas pistas termina destruyendo la capacidad que los medios tienen para cohesionar a la sociedad, crear referentes sociales estables.

La política ha tenido que amoldarse a las exigencias del guión audiovisual para triunfar popularmente. Chávez lo hizo pero Carmona, no. A Chávez de funciona el tirón audiovisual, pero a Carmona no. Ese repliegue de las estrategias públicas sobre los formatos del relato audiovisual funciona, resulta rentable para quien lo emplea, pero produce efectos colaterales destructivos: destruyen la capacidad de una sociedad para compartir una idea de sí misma (identidad y cohesión cultural).

Bibliografía:

- - Abreu Sojo, Iván: 1998: *Líderes e imagen pública en Venezuela*. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- - Brown, J. A. C. 1978: *Técnicas de persuasión. De la propaganda al lavado de cerebro*. Alianza Editorial. Madrid.
- - Callón, Stella. "Venezuela: los media en guerra". Agencia en Construcción Permanente, 14 de abril 2002.12:35 horas.
- - Canel, María José, 1999: *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Tecnos, Madrid.
- - Comunicado urgente ante el golpe de estado en Venezuela. Casapueblos, Colectivo "26 de julio", Colectivo "Garibaldi", Espacio Alternativo, Los Verdes, Comunidad de Madrid, Plataforma Mujeres 2000. Madrid, 12 abril, 2002
- - De la Nuez Aránega, Sebastián. 2002: "Venezuela: factores claves en el conflicto gobierno-medios", en *Latina 47*, La Laguna (Tenerife).
- - Durandin, Guy, 1995: *La mentira en la propaganda política y en al publicidad*. Paidós Comunicación. Barcelona.
- - Escohotado, Antonio, 1991: *El espíritu de la comedia*. Anagrama. Barcelona.
- - Maquiavelo, Nicolás, 1995: *Del arte de la guerra*. Tecnos. Madrid.
- - Muñoz-Alonso, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio, 1995: *La comunicación política*. Universitas. Madrid.
- - Otros. "Todas las preguntas sobre Venezuela", entrevista a José Comás en elpais.es/edigitales/todas_pasadas.html, 12 de abril de 2002. Consultada el día 22 de abril de 2002.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Mateos, Concha (2002): La verdad reversible de la prensa y la televisión: un golpe sin guión audiovisual. Revista Latina de Comunicación Social, 50. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina50mayo/5000mateos.htm>