



**UNIVERSIDAD DE CHILE
INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN
MAGISTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA**

**Mediatización política de la muerte de Hugo Chávez Frías:
Ideología y propaganda de la prensa conservadora
latinoamericana**

Tesis presentada para optar el grado de Magíster en Comunicación Política

Estudiante: Edymar Flores

Profesor Guía: Cristian Cabalín Quijada

Santiago, Chile. Noviembre 2017

RESUMEN

Hugo Chávez, presidente de la República Bolivariana de Venezuela desde 1999 hasta 2013, irrumpió a la escena política nacional e internacional como impulsor y objeto de un discurso político que mediatizó su imagen ante la sociedad. Hugo Chávez ejerció una maratónica e histórica carrera política, que despertó fuertes reacciones de alianza, o de oposición, domésticas y regionales; las de oposición ligadas a la ideología conservadora - o contra-revolucionaria, por sus raíces opuestas a la revolución francesa.

La prensa latinoamericana agrupada en el Grupo de Diarios América, desde 1999 año cuando Hugo Chávez ingresó a la presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, comienza a enfilarse y manejar un discurso conservador, contrario y opuesto al pensamiento y accionar de Hugo Chávez, iniciando un proceso de mediatización de su imagen y política. Fueron muchas las etiquetas utilizadas por los amigos o “aliados”, pero las más destacadas han sido: “Revolución Bolivariana” y por los medios como: “chavismo”.

El modelo de segmentación de la información, que Noam Chomsky y Edward Herman (1989) han denominado “modelo de propaganda”, se reflejó de manera directa en el discurso conservador de la prensa latinoamericana al mediatizar la figura de Hugo Chávez, de su política local e internacional contra hegemónica y contra imperialista.

En momentos coyunturales, la mediatización de Hugo Chávez y de su política se hacía más evidente. La muerte del líder político venezolano, como hito político para América Latina, fue mediatizada políticamente por la prensa conservadora que vio con la desaparición física del presidente, y con el desarrollo de un nuevo proceso electoral, una puerta abierta para que las fuerzas opositoras y conservadoras retornaran al poder.

Es por ello que esta investigación se planteó identificar tras un análisis crítico del discurso ¿Cuáles fueron los discursos políticos-propagandísticos de los principales medios conservadores de América Latina frente a la muerte de Hugo Chávez? Siendo la unidad de análisis los editoriales, publicados en el mes posterior a la muerte del presidente Hugo Chávez y en vísperas a las nuevas elecciones presidenciales, por los diarios El Tiempo (Colombia), La Nación (Argentina), El Mercurio (Chile) y El Nacional (Venezuela).

Los editoriales, en tanto género periodístico, dan cuenta de la visión política de los medios, pues dibujan “el perfil ideológico y periodístico” (Cabalin, 2013, p. 638). Tras el análisis crítico del discurso se identificaron cuáles fueron los discursos propagandísticos y se describieron los filtros propagandísticos implementados, como parte engranada de un discurso hegemónico, dirigido a mediatizar la muerte del presidente Hugo Chávez con un fin electoral, político - ideológico, resumido en: el poder.

ÍNDICE

<i>Introducción</i>	5
Enfoques y perspectivas.....	8
Método y Análisis.....	9
<i>Capítulo I: La mediatización</i>	12
Semiosis de la mediatización y la escritura.....	13
Mediatización y sociedad.....	16
Mediatización Política.....	18
La personalización.....	22
<i>Capítulo II: Ideología conservadora y los diarios como aparatos ideológicos</i>	26
Caracterización de diarios en América Latina desde la ideología.....	29
Modelo de Propaganda.....	31
Filtros propagandísticos.....	32
<i>Capítulo II: Marco Metodológico</i>	39
Análisis del discurso.....	40
Análisis Crítico del Discurso.....	42
Discurso.....	45
<i>Capítulo III: Análisis</i>	50
Resultados.....	99
<i>Conclusiones</i>	117
<i>Referencias Bibliográficas</i>	125
<i>Anexos</i>	131

INTRODUCCIÓN

Hugo Chávez, presidente de la República Bolivariana de Venezuela desde 1999 hasta 2013, irrumpió en la escena pública nacional venezolana, cuando se declaró líder y responsable del movimiento insurgente de jóvenes militares que intentaron tomar el poder tras un fallido golpe de Estado al gobierno de Carlos Andrés Pérez el 4 de febrero de 1992. En su primera declaración ante los medios de comunicación, Hugo Chávez Frías utilizó palabras claves en su venidero accionar político comunicacional y, por lo tanto, también en el accionar de todas las fuerzas políticas que se les opusieron.

El “por ahora”¹ ha sido una de las palabras más estudiadas por su impacto en la opinión pública. Para Lugo y Romero (2003), el “por ahora” fue explotado rápidamente como propaganda política y se convirtió en una frase subversiva utilizada para desafiar el sistema bipartidista y de pactos que existían en Venezuela desde 1961.

La aparición de Hugo Chávez produjo “*techno-political effects*”, que para Lugo y Romero (2003) es el efecto mediático que consolida a los medios de comunicación en la opinión pública, siendo en el caso venezolano, constructores activos de la identidad política por medio de elementos simbólicos. La aparición de Chávez en la televisión duró menos de tres minutos ese 4 de febrero, pero fue el comienzo de la conformación de una serie de identidades y representaciones simbólicas que dieron cohesión y sentido a una generación opuesta a conservar el status quo, constituyendo el referente cultural del “chavismo”.

Es así como el proceso político emprendido por Hugo Chávez al llegar al poder en 1998 se enmarca en una tendencia política de cambio-revolución, dejando atrás la política de pactos que habían emprendido los gobiernos venezolanos con los grupos de poder y élites nacionales, desde la mitad de siglo XX y a partir de la propia dictadura de Juan Vicente Gómez (1908-1935). La política de acuerdos y pactos en Venezuela llegó a su esplendor con la firma del “Pacto de Punto Fijo” (1958), que comprendía expresamente acuerdos con 3 grandes grupos: empresariado, Fuerzas Armadas e Iglesia Católica (Méndez y Morales, 2001). Era un marco regulatorio del sistema de partidos que permitía a los

¹ “Compañeros: lamentablemente, **por ahora**, los objetivos que nos planteamos no fueron logrados... es tiempo de reflexionar y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse definitivamente hacia un destino mejor...” (Primer fragmento de la alocución del Comandante Hugo Chávez Frías, el 4 de febrero de 1992, horas después de ser apresado ante el intento del golpe)

grupos de poder vivir en armonía, intercambiándose cuotas de poder. En este pacto había un cuarto gran grupo en acuerdo: los medios de comunicación.

Hugo Chávez vino a romper con esta política de acuerdos, pactos o conveniencia, para instalar una ola de cambios o de *“confrontación con los grupos de poder”*. Esta política de confrontación fue ejercida por Hugo Chávez por más de 14 años, apostando al desarrollo de un nuevo modelo político–económico, con un fuerte principio de igualdad social llamado Revolución Bolivariana. En julio de 2011, Hugo Chávez desde La Habana, Cuba, anuncia el padecimiento de un cáncer, enfermedad que lo aquejaría hasta su muerte, el 5 de marzo de 2013, luego de 5 meses de su tercera y última victoria en elecciones presidenciales en Venezuela. Su muerte marcó un hito político, no sólo en Venezuela sino en América Latina.

En esta investigación, utilizaré el término de medios conservadores para dar cuenta, de los que se oponen a todo lo revolucionario son contra-revolucionarios. Dentro de esta ideología se enmarcan los más antiguos, influyentes y grandes diarios de América Latina que - en primer término - supone un enfrentamiento, postura opositora y/o de confrontación con un personaje como Hugo Chávez, impulsor de una política de izquierda y revolucionaria, en su país y en la región.

Para los Noam Chomsky y Edwards Herman (1990) el poder del Estado y los intereses económicos se imponen en el discurso de los medios de comunicación. La publicación de los productos periodísticos estarían supeditados a ello, lo que deja de lado todo lo que se les contrapone, desarrollando así, una especie de marginación de la disidencia, que hace que los artículos noticiosos pasen por un proceso de expurgación quedando sólo un residuo “expurgado” (p. 22) Este modelo de segmentación de la información, para los autores, se denomina “modelo de propaganda”.

Chomsky y Herman (1990) sostienen que para aplicar este modelo propagandístico deben existir “ingredientes esenciales” o “filtros”: 1. La envergadura; 2. La publicidad como fuente principal de ingresos; 3. La dependencia de los medios de comunicación con las diversas instituciones públicas y privadas; 4. Las “contramedidas” y correctivos diversos como métodos de disciplina; y 5. El “anticomunismo” como religión nacional y

mecanismo de control. Estos filtros propagandísticos determinan las premisas del discurso y su interpretación.

La muerte de Hugo Chávez, como hito político, no estuvo ajena a los discursos propagandísticos de la prensa conservadora latinoamericana, que mediatizaron las repercusiones políticas de su fallecimiento - más aún cuando tomamos en cuenta que con este hecho se comenzaba un nuevo camino electoral - para elegir en las urnas a su sucesor en el poder. A un mes de su muerte se llevarían a cabo nuevas elecciones presidenciales.

En mi calidad como funcionaria del Estado venezolano ejerciendo funciones diplomáticas en la embajada de Venezuela en Chile y como periodista, me motivé a realizar la presente investigación, con el fin de lograr estudiar el actuar mediático conservador latinoamericano frente a un hecho que marcó la historia contemporánea de mi país, al tratar de dar respuesta a muchas de las interrogantes que como investigadora y venezolana me había planteado sobre el accionar mediático frente a la crisis política, económica y social actual de Venezuela.

Declaró que lo expuesto en esta tesis es de mi completa responsabilidad y autoría.

ENFOQUES Y PERSPECTIVAS

En esta investigación se entenderá la mediatización política desde los supuestos teóricos de Giovanni Sartori (1998), que vinculan el proceso con la decadencia y descomposición de la política, donde impera la apariencia sobre la razón. Visión compartida por Juan Pablo Arancibia (2002). Por su parte, Eliseo Verón (1997) también trabaja en el concepto de mediatización, entendiendo su semiosis como una “maraña de circuitos en feedback” (p. 7), entre instituciones, medios y actores individuales. Todo este proceso de mediatización en el caso de la muerte de Chávez se relaciona con un modelo propagandístico desde la ideología conservadora, delineado de manera exhaustiva por el Consorcio Grupo de Diarios América.

Considerando lo anterior, se analizará con una visión crítica, el discurso de los principales medios conservadores de América Latina desde su modelo de propaganda y difusión de la ideología conservadora, con el fin de responder a la pregunta que orienta este estudio: ¿Cuáles fueron los discursos políticos-propagandísticos implementados por los principales medios conservadores de América Latina, agrupados en el Grupo de Diarios América, frente a la muerte de Hugo Chávez y en vísperas a las elecciones presidenciales?

Para contestar nuestro problema se plantea analizar críticamente los discursos propagandísticos producidos y difundidos por los principales diarios conservadores de América Latina sobre la muerte del presidente venezolano, Hugo Chávez Frías, en marzo de 2013, y frente a la realización de nuevas elecciones presidenciales, en abril del mismo año.

Para lo cual se tendrá que identificar cuáles fueron los discursos propagandísticos utilizados por los principales medios conservadores de América Latina en el primer mes luego de la muerte de Hugo Chávez y frente a las elecciones presidenciales y se determinarán los filtros propagandísticos implementados en los discursos editoriales publicados en el primer mes luego de la muerte de Hugo Chávez, y como parte de una campaña electoral.

MÉTODO Y ANÁLISIS

En esta investigación me basaré en la segunda y tercera dimensión del modelo de tres dimensiones de Fairclough (tabla II), cuyo objetivo es proyectar tres formas separadas de análisis unas sobre otras: análisis (escrito) de textos verbales, análisis de prácticas discursivas y el análisis de eventos discursivos en tanto instancias de prácticas socioculturales (Fairclough, 1995). Al situar esta investigación en la segunda y tercera dimensión, he considerado los procesos de producción, distribución y consumo de textos y las instancias socioculturales que lo envuelven como evento social.

Por lo tanto, desarrollé las siguientes dimensiones del Análisis Crítico del Discurso, tras la realización de una ficha de análisis:

Identifico:

El contenido y los temas específicos

Los actores y sus discursos. Además de los filtros propagandísticos.

Describo (por medio de red de mapas):

Las estrategias discursivas y características lingüísticas del texto.

Analizo:

La intertextualidad e interdiscursividad (relaciones entre textos y discursos).

El contexto socio-histórico y socio-político de la práctica discursiva.

Relaciones con el poder y la ideología

La unidad de análisis son los editoriales de los 4 diarios más conservadores de América Latina. De esta muestra uno de los diarios es de la República Bolivariana de Venezuela, por tratarse de la localización donde se desarrolló el hito político en análisis: la muerte del presidente Hugo Chávez.

La selección de los diarios se hizo en base a su postura ideológica conservadora. Los diarios escogidos son los que registran mayor tiraje en cada uno de sus países y están

agrupados en una corporación, denominada Grupo de Diarios América, que tuvo una postura política ideológica opuesta y contraria a la presentada por Hugo Chávez.

Por lo tanto, los diarios comprendidos en este estudio son:

Diario	País	Tiraje
El Nacional	Venezuela	L – S: 85.000 ejemplares. D: 240.000 ejemplare
El Tiempo	Colombia	L – S: 230.000 ejemplares. D:401.000 ejemplares
La Nación	Argentina	L- S: 110.000 ejemplares, aprox. D:305.000 ejemplares
El Mercurio	Chile	L- V:125.968ejemplares S - D:203.164ejemplares
L: lunes. V: viernes. S: sábado. D: Domingo		

Es importante resaltar que también se considera la postura y visión ideológica-política de los gobiernos de los países de donde pertenecen los diarios seleccionados frente a la Revolución Bolivariana liderada por Hugo Chávez. Por ejemplo de los 4 países seleccionados se consideró a Argentina, pues en el período seleccionado el gobierno de Cristina Fernández era amigo y aliado de la Revolución Bolivariana venezolana. Por su parte, Chile y Colombia, estaban en la otra acera ideológica, lo que ayudara a enriquecer el discurso.

Para desarrollar el Análisis Crítico del Discurso tomaré los editoriales publicados en el mes posterior a la muerte del presidente Hugo Chávez, dedicadas a ese evento como tal, a sus causas, consecuencias, implicancias y devenir en la política interna venezolana,

tomando en cuenta, que en el mes en estudio también se encuentra incorporado el periodo de campaña electoral de las elecciones presidenciales, desarrolladas el 14 de abril. El período de análisis va exactamente desde el 6 de marzo (día después del suceso) al 7 de abril de 2013 (día final de la campaña electoral - por normativa del Poder Electoral la campaña finaliza una semana antes de la realización de las elecciones).

La muestra reúne un total de 16 editoriales, número de textos considerado apropiado para la aplicación del Análisis Crítico del Discurso (Wodak y Meyer, 2003). Los editoriales que componen la muestra son los que nuclean su práctica discursiva en la muerte de Hugo Chávez, en general, colocando énfasis en su relación con las elecciones presidenciales en Venezuela.

Diarios	N° de Editoriales
El Nacional	9
El Tiempo	4
La Nación	1
El Mercurio	2

CAPÍTULO I: LA MEDIATIZACIÓN

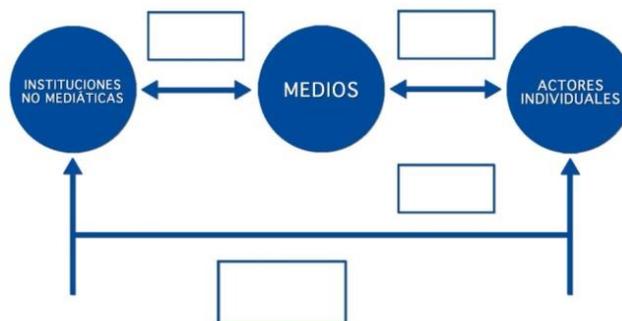
La profunda interrelación que han registrado, desde las últimas décadas del siglo XX, las instituciones políticas, los medios de comunicación y la ciudadanía ha generado que hoy la modernización, la individualización, la secularización y la mediatización sean objeto de estudio en distintas disciplinas de las Ciencias Sociales. En el caso de la mediatización, Blumler y Kavanagh (1999) la entienden como el “desplazamiento de los medios hacia el centro de los procesos sociales” (citados en Jairo y Romero, 2003, p. 211).

Con respecto a los antecedentes de la mediatización, Verón (2015) indica que éste es un fenómeno que tiene su historia y orígenes que lo explican, pues corresponde a una larga secuencia histórica de fenómenos mediáticos institucionalizados en nuestras sociedades, tesis que lo aleja de teóricos como Hjarvard (2008), para quien la mediatización corresponde a un proceso que se ha desarrollado aceleradamente en la última década del siglo XX en las sociedades occidentales, no atendiendo a la historia sino a la misma actualidad.

Verón (2015) explica que la historia de la mediatización recae en los diferentes momentos del lenguaje y la palabra escrita: la aparición de la escritura, del libro, los panfletos y, finalmente, los periódicos, corresponden a antecedentes que dieron origen a los nuevos fenómenos mediáticos que se adelantaron en la cronología y encuadres de imágenes y sonidos, dando paso a la televisión. Es así como se explica, cómo este proceso actual, la mediatización, tiene antecedentes que datan de tiempo atrás.

La mediatización se refiere a la influencia de los medios de comunicación (en el sentido sociológico) sobre los mecanismos de funcionamiento social. La comunicación mediática es la configuración de medios de comunicación – entendido como dispositivos tecnológicos de producción y reproducción de mensajes articulados a condiciones específicas de producción y recepción - con la estructura del *mercado discursivo* en las sociedades industriales (Verón, 1997, p. 14). La mediatización designa el cambio social de las sociedades post-industriales.

Semiosis de la mediatización y la escritura



Esquema Semiosis Verón (Verón, 1997, p. 20). Tabla I

Los fenómenos mediáticos no son lineales, ya que ellos mismos implican un alto efecto de retroalimentación, aspecto que se explica desde la semiosis de la mediatización, la cual es entendida como una “maraña de circuitos en *feedback*” (Verón, 1997, p. 7). Un camino de idas y vueltas entre medios, individuos e instituciones, donde los medios son instituciones en sí mismas y centrales en la relación recíproca de los diversos actores.

Verón (1997) construye un mapa de relaciones entre medios, instituciones no mediáticas y actores para observar el impacto de los medios de comunicación en la sociedad (Tabla I). Por ejemplo, describe la relación medios - actores, explicando la evolución de los comportamientos, es decir, de las estrategias de los actores individuales como consumidores de medios. Sostiene que en los últimos 30 años no hay factor de la vida humana que no haya sido afectado por los medios de comunicación.

El mapa de Verón deja ver la relación entre medios e instituciones no mediáticas, refiriéndose a la influencia de los medios en los sistemas políticos de las sociedades, y viceversa, por eso las flechas van en doble sentido, como también por ejemplo la relación entre medios y sistema escolar y las transformación de las instituciones científicas. La otra relación, explicada, es la de medios y actores.

La tercera relación corresponde a la problemática de la transformación de la cultura interna de las organizaciones en general, por el mismo proceso de mediatización. Y la cuarta flecha, o relación, evoca a las cuestiones de los procesos por los cuales los medios

afectan las relaciones entre actores individuales e instituciones. Los demás cuadros fuera de la relación central conforman los restantes elementos sociales preexistentes en las sociedades.

En esta investigación, destacaremos el papel que ejercieron algunos periódicos conservadores de la región frente a un hito político latinoamericano. Por tratarse de un medio impreso, basado en la escritura, importante será observar a la escritura como el fenómeno mediático primario. La palabra escrita en principio conformó el hecho mismo de perdurabilidad sobre lo escuchado, lo que permitía su estudio exhaustivo, aumentando las capacidades del pensamiento crítico.

La cultura escrita facilitó las dimensiones organizacionales y burocráticas de la sociedad, legitimando al mismo tiempo las relaciones jerárquicas de dominación. Para ilustrar este punto Verón se basa en:

“Las sagradas escrituras que asumen un rol central de la estructuración de los afectos y creencias relativos a la narrativa fundacional de la sociedad de acumulación y transmisión de valores culturales; modificó profundamente la representación social del tiempo y de la historia; reconfiguró la conversación y los intercambios interpersonales; hizo posible la operación de nuevos mecanismos políticos y económicos, lo que condujo a la emergencia de los grandes imperios e hizo posibles nuevos modos de construir la identidad personal (Verón, 2005, p. 179).

La escritura vino a transformar las relaciones sociales generando cambios por medio de sus efectos. De la escritura partió todo, luego de ella se aceleró el tiempo histórico, dando cabida a otros fenómenos mediáticos, como internet, a partir de ella se transformaron las relaciones sociales, interpersonales, afectando los valores culturales, se abrieron nuevos mecanismos políticos y económicos, lo que definitivamente fue aprovechado por los imperios para crear nuevos modos de identidad personal.

Sobre la semiosis social en cuanto a los discursos, Verón (1998) explica que los discursos sociales se perciben como un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la semiosis social. Como ya vimos anteriormente, al estudiar la semiosis

se estudia los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido. Una teoría de los discursos sociales reposa sobre una doble hipótesis:

- a. Toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas
- b. Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas: un proceso de producción de sentido (cualquiera que fuera el nivel de análisis). Todo funcionamiento social tiene una dimensión significativa constitutiva. Pero la hipótesis inversa es igualmente importante: toda producción de sentido esta insertada en lo social. (Verón, 1998, pág. 128)

Verón (1998) explica que estas hipótesis son inseparables al discurso, pues desde su punto de vista el discurso supera sólo lo lingüístico dado por la escuela francesa, ya que es una instancia donde la interpretación y los fenómenos sociales son una parte importante. Desde allí, el autor explica que el sentido se puede encontrar en lo social; y lo social en el sentido, es la misma naturaleza discursiva de la producción del sentido lo que da esta relación de reciprocidad donde el sentido manifiesta sus nexos sociales por la discursividad, y su vez los fenómenos sociales descubren su dimensión significativa.

Cuando analizamos los editoriales, nos enfrentamos al reto de analizar la materialidad (texto) de la discursividad, que en sí misma es sentido “es espacio temporal de sentido” (Verón, 1998, pág. 130). Es por ello, que el autor explica que al analizar un discurso, obligatoriamente, se pone en práctica la relación de los significantes con las condiciones de producción, hay que describir las huellas dejadas en el proceso de producción.

Pero el análisis tampoco puede basarse solamente en lo externo, pues se dejaría de lado la condición de producción del objeto significativo, las huellas que ha ese significativo productor de sentido. Los analistas del discurso tienen que tener presente que el discurso es un sistema de significantes influenciados por condiciones de producción y de consecuencias. Verón (1998) destaca que siempre en un discurso hay otro discurso en sí. Y aclara que no hay sólo un análisis de discurso, éste dependerá de las condiciones de la investigación.

Importante es destacar que cuando Verón habla de la producción basada en el funcionamiento social, siempre se debe tomar en cuenta la ideología y el poder, para el autor dos dimensiones del funcionamiento discursivo, aclara que lo ideológico va ligado a la historia de una sociedad y el poder a las instituciones del aparato del Estado, lo cual no son dos términos absolutos dentro del discurso sino que remiten a fenómenos sociales, por lo que es importante tenerlos presente y relacionarlos. Verón (1998), señala que Jakobson fue uno de los primeros lingüistas que determinó que pese a lo antes expuesto, un mismo discurso puede producir efectos diferentes en los receptores según el contexto histórico.

Mediatización y sociedad

Lo importante al analizar la mediatización, más que sus antecedentes o su aspecto antropológico, es tener conciencia de su repercusión en la conducta social, ya que tiene directa influencia en la sociedad y las instituciones políticas y elites del poder, donde a través del tiempo se ha observado cómo las sociedades dependen de los medios para obtener información y presencia mediática. Relación, que es interdependiente desde todo plano social, pues las personas dependen de los medios para informarse acerca de la política y la sociedad, y por su parte los políticos y las élites dependen de ellos para informarse sobre la opinión, y tendencias de las personas, y así llegar a ellas.

Los medios de comunicación median entre la ciudadanía por un lado y las instituciones implicadas en el gobierno por el otro. “Los medios son la fuente de información y vehículo de comunicación entre los gobernantes y gobernados” (Stromback, 2008, p. 230). Hay que agregar que esta relación no sólo es de dependencia sino de reciprocidad, pues si bien, la sociedad en general necesitan los medios, los medios también necesita de la sociedad: del poder, de la ciudadanía, del capital. No sólo que los necesita sino que los determina, punto que desarrollaré un poco más adelante.

Autores han desarrollado o tratado de explicar este modelo de influencia de los medios de comunicación en la sociedad desde una postura crítica. Por ejemplo, para Juan Pablo Arancibia (2002), la mediatización atiende o se dirige a una sociedad mediatizada o “idiotizada o atomizada” (p. 187). Para este autor, la mediatización refiere a tres procesos de transformación histórica vinculados entre sí: la emergencia de una sociedad de masas, la expansión e institucionalización de los medios de comunicación social como agentes

organizativos y articuladores de un espacio social simbólico; y el tercero, los procesos de captación, utilización y cooperación que se establecen entre los sistemas políticos y los medios de comunicación.

Arancibia (2002) agrega que en la mediatización hay tres componentes principales: información, política y comunicación. La primera dimensión señala la cobertura y el tratamiento que dan los medios a la política; la política, por su parte, se refiere a la actividad ideológica “misma” que se sirve de los medios para manifestarse; y la comunicación sería el vínculo entre una y otra. A la vez remiten a tres figuras principales: el periodista (información), el político (política) y la opinión pública (la comunicación). En cuanto a la opinión pública, para Sartori (1998) corresponde al conjunto de opiniones que se encuentra en el público o en los públicos, siendo éstos el sujeto principal, el núcleo y el fin de todo.

En esta misma línea encontramos a Dominique Wolton (1995) para quien en el espacio de la comunicación política se intercambian discursos contradictorios de tres actores que tienen legitimidad pública: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. Esto nos remite a la idea de interacción de discursos contradictorios que sostienen los actores. Es decir, los debates de ideas entre los actores correspondientes, lo que para Wolton, es un proceso indispensable en el espacio político contemporáneo, ya que permite la confrontación de los discursos políticos basados en la ideología, la acción, la información y la comunicación.

En la relación de estos tres componentes señalados por Arancibia (periodista, político y opinión pública) es necesario resaltar el papel que juegan los medios de comunicación y sus trabajadores, que en el caso de los medios en estudio son promotores de una propaganda e ideología conservadora del status quo. Para Fernando Casado (quien ha realizado amplios estudios sobre el manejo de los medios de comunicación internacionales sobre la revolución bolivariana venezolana), los trabajadores de la información, los periodistas, contribuyen a la creación de estereotipos, manejando conceptos como los *sound bites*, que son etiquetas impuestas por la información e introducidas a la opinión pública, sin ninguna explicación, razón o argumentación, pero que crean o derrumban paradigmas. En el caso venezolano lo hicieron directamente con Chávez y su proceso, etiquetado como “chavismo” (Casado, 2015).

Mediatización política

La globalización, la concentración global de medios de comunicación y la interdependencia de las sociedades han dado lugar a los que algunos llaman cultura mediática global y a prácticas profesionales vinculadas a la política mediática. La política desde la tesis de Castells (2009), es vista como el proceso que da poder a las instituciones del Estado, ofreciendo una clara relación entre el poder y la política. Relación directa que trataré de analizar a partir de los medios, los cuales construyen significados a través de las imágenes – visuales o no - llevando a permear las mentes para determinar las relaciones de poder.

Es así como se observa que la política mediática “es la forma de hacer política en y a través de los medios”. Los medios son los que le dan existencia a las organizaciones, líderes, y demás factores políticos, por lo que, “los medios no son el Cuarto Poder. Son mucho más importantes: son el espacio donde se crea el poder ” (Castells, 2009, p. 261).

Para otros autores esta estrecha relación entre medios y política, la catalogan como la mediatización de la política, Jesper Strömbäck (2008) indica que primero se debe diferenciar entre los conceptos de mediación y mediatización. Siguiendo a Mazzoleni y Schulz, Strömbäck (2008) explica que la mediación atiende sólo a la función de los medios como canal de transmisión de mensajes sin tener mayor intervención en el sistema político y la ciudadanía. En cambio, la mediatización es el proceso en que los medios van ganando influencia en la vida política hasta convertirse en instituciones del sistema que participan activamente en el proceso político.

Por su parte, Juan Pablo Arancibia (2002) entiende la mediatización de la política actual como la reducción de la política, la cual se degrada sólo a lo mediático alejándose del sustento, del contenido. Dice: “la politicidad mediatizada muchas veces reducida sólo a una mera dimensión espectacular-especular de la política...es el reclamo de la subsunción del contenido a la mera forma” (Arancibia, 2002, p 186).

Cuando se habla de mediatización, importante es definir y volver a las raíces de la definición, los medios de comunicación de masas, que para Matterlart, Piccini y Matterlart (1976) se ubican en la esfera de la clase dominante, reflejan su propia visión del mundo “que ella desea hacer aceptar como la única razonable, la única objetiva y, por consiguiente, la única universal” (p. 33). Por lo que a medida que esta clase se haga dueña

de más medios de comunicación, monopolizará y controlará la información, haciéndose acreedora del poder.

Matterlart, Piccini y Matterlart (1976) expresan que las sociedades de la información a través del tiempo van afianzando el pensamiento marxista sobre la interrelación directa de la dominación de los pensamientos de la clase dominante en las sociedades de todas las épocas. Son los pensamientos de la clase dominante, a nuestro entender la ideología es lo que domina a la sociedad, logrando desvirtuar la verdadera esencia de los fenómenos sociales. “El mito vacía de lo real los fenómenos sociales, deja al sistema inocente: lo purifica. En cierto modo, priva a estos fenómenos de su sentido histórico y los integra a la "naturaleza de las cosas". (Matterlart, Piccini y Matterlart, 1976, p. 25)

Para estos autores los medios de masa, desvirtúan a través del mito los hechos importantes y determinantes de una sociedad, naturalizándolos, evitando así la crítica, “banaliza la información” (p.25). La información es alejada de la crítica y la interpretación, al ser encontrada "natural" por la sociedad, lo que alejará los por qué reales de los fenómenos, evitando poner en riesgo el estatus quo, las estructuras del poder. Los medios a través de la estrategia de dilución (p.26), integra al fenómeno social a un concierto de representaciones estereotipadas. Este efecto descrito en la época del 70, es la base de la mediatización política a la cual nos referimos en este trabajo de investigación.

Interesante es también entender que la mediatización se reconoce en todos los sistemas políticos: dictadura y democracia, pero según estudia Sartori, en la llamada democracia representativa es que influyen más estos procesos mediáticos, ya que este tipo de democracias no se caracterizan por estar dirigidas por gobiernos guiados por el saber sino por la opinión, ósea, que se fundamentan “en un público sentir de res pública, la cosa pública, es decir, argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos” (Sartori, 1998, p.69).

El hecho de que la política democrática, se base en elecciones competitivas y supuestamente libres, para lograr llegar a un cargo político, contribuye a que estos regímenes dependan de los medios para lograr un efectivo accionar político, pero la mera representación potente de dominación de los medios, extrae la mediatización de ser un

aspecto único y exclusivo de la democracia, ubicándola en otros sistemas de gobierno. (Castells, 2009)

La mediatización de la política da cuenta de un feroz intervencionismo mediático en el campo político, Stromback y Aalberg, (2011) utilizan el término de *political issues*, para definir este aspecto. El “marco de juego o marco de estrategia” de la cobertura mediática, supone que tras una agenda de “encuadres (frames)”, desde los que el periodismo propone una determinada definición o imagen de un aspecto político, y con un determinado “estilo periodístico” de los relatos, se logra un ganador o un perdedor.

Agenda de encuadres que forma parte de un esquema de mediatización, que toca su cúspide en medio de batallas políticas coyunturales. Cuando Stromback y Aalberg, se refieren a ganadores o perdedores, ven un campo de batalla de políticos, donde los medios serán los encargados de otorgar las estrellas de la victoria o de la derrota; realidad reflejada, en su máxima expresión, en tiempo electorales.

Para Stromback (2008), la mediatización política, va a depender de 4 factores: la relevancia que adquieren los medios como fuente de información política en una sociedad, el nivel de independencia en cuanto al poder político, el tratamiento informativo independiente de intereses, necesidades o conveniencias y la dependencia del poder político de los medios para lograr visibilidad pública. Aspectos que para el autor en las democracias actuales se cumplen a cabalidad a favor de la mediatización.

Para complementar esta visión, es necesario presentar la de Castells, para quien se necesita realizar tareas claves para lograr mediatizar la política:

1. Asegurar el acceso a los medios de comunicación de los actores sociales y políticos implicados en las estrategias de creación de poder, influir en el contenido de las noticias, es uno de los aspectos que encabeza la lista de estrategias de los políticos, de manera continuada, aunque de manera definitiva en las campañas electorales.

2. Elaboración de los mensajes y la producción de las imágenes a favor de políticos, tomando como punto central la identificación de audiencias objetivos; en esta estrategia, lo fundamental es obtener información que sea relevante tanto para la audiencia como para el mensaje, usar y procesar la información como instrumento decisivo para el poder.

3. Para difundir el mensaje se necesitan tecnologías y formatos de comunicación específicos, así como la medición de su eficacia a través de sondeos.

4. La financiación de la política es el punto de conexión central entre el poder político y el poder económico (Castells, 2009, pp. 266-267)

Al hablar de Castells (2009) importante es referirse a su teoría de cognición y emoción en cuanto a la política. Para el autor la cognición política está modelada por las emociones, explica como existe una completa interdependencia entre cognición y emoción. Al momento de toma de decisiones políticas (que en nuestras sociedades democráticas se refiere a los momentos electorales) el procesamiento de la información por parte de nuestro cerebro, cognición y sentimientos generados por factores externos e internos se pueden articular, o no, generando dos resultados: 1) basado en la racionalidad y en una exhaustiva evaluación de la información otorgada al cerebro ó; 2) decisiones basadas en las rutinas por experiencias anteriores.

Castells (2009) se refiere a una inteligencia afectiva, en donde las emociones influyen decisivamente en la toma de decisión y en el comportamiento político de una sociedad, puntualiza que emociones como el entusiasmo o la depresión, produce ansiedad, la cual se relaciona en menos riesgos de cambios. En cambio, el miedo o la calma, producen ira, que incentiva riesgos.

“La emoción influye en la opinión política de dos formas: 1) lealtad a partidos, candidatos o líderes cuando las circunstancias son conocidas; 2) examen crítico cuando son desconocidas. En ambos casos la racionalidad, por sí sola, no determina la toma de decisiones: es un proceso a un segundo nivel que depende de las emociones activadas. La política es personal” (Castells, 2009, p. 209).

Los mensajes de las campañas se dirigen, a menudo, a estimular la esperanza e instalar miedo en el oponente. El miedo es especial para la auto conservación, pero la esperanza para la supervivencia. Esperanza y entusiasmo no son lo mismo. Esperanza conlleva un grado de incertidumbre. El entusiasmo es, sencillamente, una evaluación positiva que no requiere proyección de cambio social.

Otro estudio nombra dos emociones básicas: entusiasmo y miedo. El entusiasmo moviliza votantes pero los polariza. Por su parte, el miedo introduce incertidumbre en la opción del votante y aumenta las probabilidades de cambio en la preferencia política.

De esa forma, visto desde Verón (1997) el discurso se vuelca político, y va dirigido a participar de una campaña electoral, llegando a 3 destinatarios: los partidarios, los indecisos y los adversarios. Los partidarios son importantes pues requieren de mensajes directos y precisos, convincentes que los ayuden a realizar su trabajo de redifusión dentro de grupos sociales donde ellos participan. Los indecisos, por otra parte, también son un punto importante dentro del discurso político en una campaña, pues conforman el público focal al cual se quiere persuadir. A diferencia del partidario, que tiende a no tener existencia, ni cuerpo consistente, presenta pluralidad y diversidad de ideas y emociones.

Por otra parte, los adversarios también tienen que tomarse en cuenta en una campaña, pues ellos darán el contenido a debatir, confrontar y anticipar. Con la anticipación se podrá neutralizar el mensaje lanzado por el adversario, esto presenta un panorama heterogéneo que en teoría deberían tomar en cuenta los políticos en sus campañas.

La estrategia de anticipación logra instaurar mensajes con pluralidad, tras la intertextualidad que da pie a una diversidad de interpretaciones por parte del receptor. El posicionamiento en una campaña política debe, entonces, tener en cuenta no una sola lectura, sino prever lecturas plurales compatibles con los mundos semánticos - pulsionales de los electores prefigurados como posibles. (Villar, 2004, pág. 42)

La personalización: rasgo de la mediatización política

Entre las estrategias o rasgos utilizados en la mediatización de la política - recientemente más estudiados - se encuentra la personalización, entendida como una práctica de los periodistas que se caracteriza por colocar la atención sobre los políticos, haciendo énfasis en sus características personales (Virgili, Jandura y Rebolledo, 2014). Este aspecto es relevante en esta investigación, pues al estudiar la muerte de Hugo Chávez, estamos frente a un caso de personalización, pues la muerte toma relevancia histórica por tratarse de un político, con características muy propias y muy resaltadas o personalizadas por los medios.

La personalización es entendida en política como la colocación de todas las luces y focos a un político, es virar los partidos hacia los políticos y los temas hacia la gente. Este fenómeno se sigue estudiando en el campo de la mediatización política, siendo objeto de muchos debates. Actualmente hay tres vertientes de teorías discutidas: por un lado hay

investigadores y académicos que niegan la existencia de la personalización en la política, otros que la aceptan y otros que la aceptan pero le restan importancia en el campo, lo que ha originado la falta de consenso para una definición académica precisa.

En esta investigación compartimos la visión de teóricos como Mc Allister, Karvonen y Orejuela (Virgili, J. 2014) para quienes la personalización toma un papel clave en la política y su mediatización, sobre todo en los regímenes presidencialistas, como los que tienen la mayoría de los países del continente americano. Si bien para la mayoría de los académicos la televisión es el medio líder en personalización de políticos, la prensa escrita no escapa de ello, pues como se vio anteriormente, de la escritura partió todo: la capacidad de burocratizar y jerarquizar contenidos, así como también descontextualizar, descontextualizando el sentido, dando pie a “múltiples rupturas de espacio y tiempo” (Verón, 2015, p 180).

Para Holtz-Bracha el aumento de la personalización en la política en la última década se debe a diversos factores mediáticos como: la televisión, la omnipresencia de los medios de comunicación en el proceso político, la orientación económica y la competencia de las industrias de medios, pero también se ajusta a la modernización de la sociedad y a los cambios en el sistema político.

Cuando se habla de modernización se refiere al sentido sociológico, observado desde la capacidad de individualización, que en la política ha dado pie para que la imagen se maneje desde las individualidades políticas, alejadas de responsabilidades de grupos o partidos “Retratando cuestiones generales y no controvertidas, haciendo hincapié en los llamamientos emocionales y centrándose en los actores políticos individuales” (Holtz-Bacha, C., 2014, p. 54).

Hugo Chávez, a lo largo de su trayectoria como político, fue prisionero, por así decirlo, de la personalización como estrategia de cobertura mediática, desde que irrumpió en la escena pública nacional venezolana, cuando se declaró líder y responsable del movimiento insurgente de jóvenes militares, que intentaron tomar el poder tras un fallido golpe de Estado al gobierno de Carlos Andrés Pérez el 4 de febrero de 1992.

En su primera declaración ante los medios de comunicación, Hugo Chávez Frías utilizó palabras clave en su venidero accionar político comunicacional y, por lo tanto,

también en el accionar de todas las fuerzas políticas que se les opusieron. El “por ahora”² ha sido una de las palabras más estudiadas por su impacto en la opinión pública. Para Lugo y Romero (2003), el “por ahora” fue explotado rápidamente como propaganda política y se convirtió en una frase subversiva utilizada para desafiar el sistema bipartidista y de pactos que existían en Venezuela desde 1961.

La aparición de Hugo Chávez produjo “*techno-political effects*”, que para Lugo y Romero (2003) es el efecto mediático que consolida a los medios de comunicación en la opinión pública, siendo en el caso venezolano, constructores activos de la identidad política por medio de elementos simbólicos. La aparición de Chávez en la televisión duró menos de tres minutos ese 4 de febrero, pero fue el comienzo de la conformación de una serie de identidades y representaciones simbólicas que dieron lugar al inicio, por parte de los medios, de una cobertura mediática totalmente personalizada.

Los medios de la región mediatizaron el proceso político – social revolucionario, llamado “Revolución Bolivariana”, simplificando el histórico proceso político, al dejar de lado su contenido, accionar, logros, o deficiencias y frustraciones para centrarse sólo en Hugo Chávez, en sus características personales y físicas. Este es un rasgo esencial de la personalización, que tiende a banalizar los complejos procesos políticos, tendiendo a banalizar la política y centrándola como una especie de espectáculo (Holtz - Bacha, 1998). Y allí caemos de nuevo en la visión crítica sobre la mediatización de la política.

Las estrategias políticas mediatizadoras influyen en la construcción/deconstrucción de paradigmas, contribuyen a la difusión de ideologías mediante un mismo modelo.

Lejos de querer adentrar sobre las formas o estrategias utilizadas en política y comunicación, lo que se busca en la revisión teórica es comprender la importancia e influencia directa y transversal que los medios tienen en las sociedades modernas. Muchos teóricos e investigadores confluyen en este punto, colocando énfasis en la intervención de los medios en el comportamiento y toma de decisión con relación a la política, tras un proceso que actualmente se cataloga como “mediatización”, el cual por su temprana edad

²“*Compañeros: lamentablemente, por ahora, los objetivos que nos planteamos no fueron logrados... es tiempo de reflexionar y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse definitivamente hacia un destino mejor...*” (Primer fragmento de la alocución del Comandante Hugo Chávez Frías, el 4 de febrero de 1992, horas después de ser apresado ante el intento del golpe)

todavía tiene bastos vacíos teóricos y esquemáticos para explicar su funcionalidad y operatividad.

Los principales diarios de América Latina, como eslabones del poder, son movidos por fines e intereses económicos; se alinean en un frente conservador, y se resisten al cambio del sistema, pues se excusan en la idea trillada de la anarquía e ingobernabilidad en caso de abrir un sistema más participativo “el exceso de demandas terminará por provocar una sobrecarga del sistema y una crisis de autoridad y gobernabilidad” (Aharonian, 2007, p 32).

La solución entonces para las corporaciones comunicacionales conservadoras es seguir acatando los designios de las élites y los organismos multilaterales del crédito, mediatizando todo contenido o imagen a su favor y en contra de todo aquello que se les oponga al orden y a su ideología, como se opuso Hugo Chávez y su proceso político.

CAPÍTULO II: IDEOLOGÍA CONSERVADORA Y LOS DIARIOS COMO APARATOS IDEOLÓGICOS

“El hombre es por naturaleza un animal ideológico” (Louis Althusser, 1988)

Los diarios conservadores de América Latina, agrupados en la corporación Grupo Diarios de América, funcionan masivamente bajo la ideología de la clase dominante, logrando mimetizar sus diferencias con el fin de lograr un mismo objetivo de ejercer su hegemonía.

Estos medios como aparatos ideológicos, influyen activamente en la llamada luchas de clases, pues las clases de poder no siempre pueden imponer su ley sobre estos aparatos ideológicos, situación que se refleja claramente en el período de tiempo y en los países de origen de dos de los diarios que se estudiarán: Venezuela y Argentina, en donde el poder del gobierno, no logra imponer su ley o acercarse a los principales diarios conservadores de sus países: El Nacional y La Nación, respectivamente.

Como se ha dicho anteriormente, estos aparatos funcionan mediante la ideología, la cual para Althusser (1988) es una “representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia” (p. 18). Cuando Althusser explica su visión de ideología, lo hace alejándose de los radicalismos manejados desde las tradiciones: marxista y religiosa, las cuales por un lado las explica como una transposición imaginaria por parte del poder religioso con el fin de dominar a los pueblos esclavizando el espíritu mediante la imaginación.

Por otro lado, la visión de ideología Marxista basada en la cuestión judía, elaborada por Feuerbach, en la cual los hombres se forman una representación imaginaria o alienada de sus condiciones de existencia porque esas condiciones son en sí alienantes y dominadas por la esencia de la sociedad alienada.

Althusser explica que la *naturaleza imaginaria* es dada por la misma deformación imaginaria del individuo, la cual representa la relación de él con las relaciones de producción existentes, y todo lo que resulta de esta relación. Es decir, en la ideología persiste no el sistema de relación sino una representación de relación imaginaria de los individuos con las relaciones reales que viven. Y es aquí donde radica el accionar de los

medios, que como aparatos ideológicos y políticos, desde mi punto de vista, logran transmitir estas representaciones imaginarias y preservar así el orden social.

Para Althusser la Revolución Francesa tuvo por objetivo y resultado trasladar el poder de Estado de la aristocracia feudal a la burguesía capitalista-comercial, rompiendo con el antiguo aparato represivo del Estado para reemplazarlo por uno nuevo, como lo fue el ejército nacional popular, y también, para atacar el principal aparato ideológico para ese momento: La Iglesia. De esta manera, surgiendo nuevos aparatos ideológicos que dejaron atrás el religioso. Partiendo desde este punto la historia de nuestro Aparato Ideológico del Estado (AIE) en estudio: los medios impresos conservadores.

Para el sociólogo Karl Mannheim (1987), la mentalidad conservadora es aquella que carece de utopía, que se haya dentro de una misma estructura, que es reactiva sobre aquellos que quieran alterar el orden existente. Para Burke, los conservadores políticos clásicos nacen como reacción a la Revolución Francesa, ante el cambio de paradigma ético-social, por lo que en sí, el pensamiento del llamado conservadurismo moderno tiene raíces reaccionarias (citado en Miñon, 2008).

Carol Hamilton (2007) atribuye, al francés Chateaubriand, fundador de la revista “*Le Conservateur*”³ (1819), la introducción del término “conservador” tras sus artículos en el medio, con el fin de combatir a la revolución, en búsqueda de restaurar la monarquía, las instituciones tradicionales del *ancien régime* francés y, especialmente, la Iglesia Católica, todos los cuales habían sido barridos en nombre del liberalismo revolucionario. Por lo anterior, es posible afirmar que el discurso conservador es aquel que hace referencia a los partidarios en mantener el orden político y social establecido.

Se podría decir, entonces, que los conservadores, por sus mismas raíces, se oponen a todo lo revolucionario. Son contra-revolucionarios, y es justo en esta ideología donde se enmarcan los más antiguos, influyentes y grandes diarios de América Latina. Lo que nos explica el enfrentamiento y/o oposición - confrontación que la prensa ejerció, desde un primer momento, contra un personaje como Hugo Chávez, impulsor de una política de izquierda y revolucionaria, en su país y en la región.

El proceso político emprendido por Hugo Chávez al llegar al poder en 1998 se enmarca en una tendencia política de cambio-revolución, dejando atrás la política de pactos

que habían emprendido los gobiernos venezolanos con los grupos de poder y élites nacionales, desde la mitad de siglo XX, y a partir de la propia dictadura de Juan Vicente Gómez (1908-1935).

La política de acuerdos y pactos en Venezuela llegó a su esplendor con la firma del “Pacto de Punto Fijo” (1958), que comprendía expresamente acuerdos con 3 grandes grupos: empresariado, Fuerzas Armadas e Iglesia Católica (Méndez y Morales, 2001). Era un marco regulatorio del sistema de partidos que permitía a los grupos de poder vivir en armonía, intercambiándose cuotas de poder. En este pacto había un cuarto gran grupo en acuerdo: los medios de comunicación.

Hugo Chávez vino a romper con esta política de acuerdos, pactos o conveniencia, para instalar una ola de cambios o de “*confrontación con los grupos de poder*” (Lugo y Romero, 2003). Esta política de confrontación fue ejercida por Hugo Chávez por más de 14 años, apostando al desarrollo de un nuevo modelo político–económico, con un fuerte principio de igualdad social llamado Revolución Bolivariana.

Los diarios conservadores en América Latina, y sus prácticas periodísticas se han comportado como aparatos ideológicos asegurando la subordinación a la ideología dominante y/o conservadora, haciendo frente a toda política que pueda revertir este orden; lineamiento que adoptó la política revolucionaria bolivariana.

Los principales diarios de América Latina forman parte del engranaje de los estados políticos, que aseguran la hegemonía ideológica que, en sintonía con la política, apuestan a conservar la reproducción de las relaciones capitalistas de producción. Para Althusser este engranaje registra su nacimiento en 1848, cuando después de implantada la Revolución Francesa, surge una cierta hegemonía de la burguesía francesa, que para ese entonces se apoyó en el aparato democrático-parlamentario, para dirigir la lucha contra la Iglesia y apoderarse de las funciones ideológicas.

La existencia de una ideología es material, pues habla de actos, o prácticas, que se regulan por rituales inscritos. En los diarios conservadores en estudio, su ritual se materializa por medio de una sala de prensa en donde se producen textos que informan a los individuos, que tras este acto se convierten en sujetos, formando sus creencias basadas en las ideas que regulan su actuar, su comportamiento, en definitiva, lo material.

Todo “sujeto” para Althusser está dotado de conciencia o falsa conciencia, y cree en sus ideas (prácticas), las cuales proceden del aparato ideológico material, que regula logra regular las prácticas materiales por medio de rituales que se traducen en ideas. Los medios son los aparatos idóneos para lograr o practicar la interpelación de los individuos, la ideología interpela a individuos y sujetos concretos, la práctica siempre llega al hombre indicado, es decir la información siempre va dirigida, direccionada.

El sujeto se explica desde la sujeción, y desde allí se desprende la calificación de sujetos buenos y malos, siendo los buenos los que se ajustan a la sujeción. En el mundo actual, la mayoría somos buenos sujetos, pues estamos atados a la sujeción, marchamos solos, marchamos con la ideología que nos imponen.

En el caso en estudio, la mayoría de las sociedades marchan de acuerdo a la ideología conservadora difundida y transmitida por los diarios más importantes y con mayor tiraje en Latinoamérica. Es así como las prácticas del mercado, del capital en la vida cotidiana se hacen naturales y se defienden a ultranza, porque como sujetos estamos enlazados a ella; respetamos al jefe, al imperio, al explotador, al mercado, al crédito, como única realidad, sin opciones de cambio. Somos libres de escoger que patrones tomar dentro de un sistema.

Pero para los diarios conservadores, entre los sujetos malos se paró Hugo Chávez, y se convirtió en el blanco fácil contra ideológico conservador. La ideología conservadora propagada y regulada por rituales periodísticos necesita que el orden establecido se conserve, necesita que las relaciones de producción se mantengan:

“Es necesario que sea así, para que las cosas sean como deben ser, digámoslo ya: para que la reproducción de las relaciones de producción sea asegurada en la “conciencia”, o sea, en el comportamiento de los individuos sujetos que ocupan los puestos que la división socio-técnica del trabajo les ha asignado en la producción, la explotación, la represión, la ideologización, la práctica científica” (Althusser, 1998, p. 47)

La reproducción de estas relaciones de producción se realiza a través de la lucha de clases, por lo que los de arriba siempre tienen que permanecer allí y los de abajo, abajo. La ideología de los de arriba no es dominante naturalmente, sino que se pone en marcha y se logra por el accionar de los AIE.

Caracterización de diarios en América Latina desde la ideología

Los principales diarios conservadores de América Latina son grandes corporaciones mediáticas que pertenecen a la clase dominante; medios corporativos que forman los mensajes de acuerdo a sus intereses, “son fundamentalmente un negocio, y la mayor parte del negocio se compone de entretenimiento, incluidas las noticias” (Castells, 2009, p. 263). Pero como ya hemos visto, la infinita relación de la política con los medios, hace que estos también tengan intereses en este campo.

Los intereses económicos y políticos pasan por la ideología conservadora, que atiende al poder y a los intereses económicos. Como dice Noam Chomsky y Edwards Herman (1990), son estos aspectos los que marcan la pauta y construyen el embudo por donde debe pasar la información. Son estos dos factores (poder e intereses económicos) los que se imponen sobre los diarios conservadores privados en Latinoamérica. Su voz y funcionalidad, cumplen la función de Aparatos Ideológicos del Estado al apuntar por la preservación del *establishment* tras la ideología.

La mayoría de estos diarios son parte de un mismo engranado de corporaciones pertenecientes a familias poderosas y reconocidas en sus sociedades. Por ejemplo: El Tiempo de Colombia, tiene como accionista mayoritario a Luis Carlos Sarmiento Angulo, uno de los hombres más ricos de América Latina y actualmente está dirigido por la familia Santos.

Al mismo tiempo, uno de los fundadores de El Tiempo (Colombia) fue Eduardo Santos, ex presidente de la República. En la actualidad, su sobrino y ex subdirector del diario, Juan Manuel Santos, actual presidente de Colombia; mientras que el director de El Tiempo es Roberto Pompo, quien es esposo de Juanita Santos, hija de otro fundador del periódico, Hernando Santos. Esta familia es una de las más conocidas de la elite política colombiana. Entonces, en el caso de El Tiempo de Colombia los filtros vendrían por parte de elites económicas y por el gobierno.

El diario La Nación de Argentina actualmente pertenece a la familia Saguier y, con menos acciones, a la familia Mitre, fundadora del medio, ambas, pertenecen a la elite porteña. Este matutino fue fundado por Bartolomé Mitre y desde sus inicios se acuñó la calificación de “conservador”, acompañando las ideas de las clases dominantes, los grandes

empresarios, la Sociedad Rural Argentina y la Unión Industrial Argentina⁴ y durante más de un siglo ha contribuido a que el poder permanezca en las clases dominantes.

Esta misma historia se repite con El Mercurio en Chile, perteneciente a la familia Edwards, una de las 5 familias más adineradas y con más poder de la República, y desde siempre vinculada a la política chilena. A fines de los años 1990, archivos desclasificados de la CIA revelaron que El Mercurio, junto con otros medios de comunicación chilenos, recibió financiamiento y lineamiento editorial del gobierno estadounidense de Richard Nixon con el objeto de desestabilizar al gobierno del presidente Salvador Allende entre 1970 y 1973.

Paradójicamente, y diferente a los demás países de América Latina, en Venezuela los medios de comunicación, no estaban relacionados a familias adineradas o a los llamados “amos del valle”, pues los gobiernos caudillistas de la Cuarta República, se opusieron a entregarles más poder. Por ello, la mayoría de las licencias otorgadas a los medios se le dieron a personas migrantes, la mayoría exiliados cubanos.

El diario El Nacional de Venezuela nace desde la izquierda, fundado por el escritor y político venezolano comunista Miguel Otero Silva. Actualmente, el periódico sigue perteneciendo a su familia, pero después de la muerte del escritor fue alejándose de las ideas de izquierda y se fue acercando a las ideas de la clase dominante de la sociedad, las cuales se encuentran agrupadas y alineadas desde el Grupo de Diarios América. Este consorcio de diarios de la región, se creó en 1991 y se define a sí mismo, en su sitio web, como: “consorcio exclusivo integrado por los once periódicos independientes con más influencia en Latinoamérica” (Gda, 2017)

La categorización histórica de estos diarios es necesaria para nuestro análisis, pues mediante el estudio de su historia se observa y se entiende su función como Aparato Ideológico del Estado (AIE), en su búsqueda por defender e imponer las ideas dominantes que lo caracterizan.

Además su categorización como sector privado no los aleja de la calificación, ya que para Althusser no importa si es privado o público, lo que realmente importa es su funcionamiento que pasa por la ideología, a diferencia de los Aparatos Represivos del Estado, que pasan por la violencia (Althusser, 1988).

Modelo de propaganda

Los medios conservadores de Latinoamérica conservan su ideología dominante activando, en su ritual, un modelo de propaganda, el cual para Noam Chomsky y Edwards Herman, corresponde a una propaganda sistemática pautaada o generada por las “elites corporativas y gubernamentales que constituyen un gobierno mundial de facto. Tal propaganda viaja a través del constructo informativo y simbólico de los medios de masas y conlleva consecuencias axiológicas, sociales, ideológicas y pragmáticas muy claras” (Chomsky y Herman, 1990, p. 21).

Los diarios conservadores latinoamericanos, en tanto AIE, generan comportamientos en los sujetos tras prácticas reguladas por un ritual que se enmarca en un modelo de propaganda de la clase dominante mundial. Son los medios los intermediarios que componen la relación imaginaria.

Para Chomsky y Herman (1990), el poder y los intereses económicos son los que marcan la pauta, y construyen el espacio por donde debe pasar la información. Son cinco los filtros que construyen, lo que yo llamo, el “embudo”:

1. Corresponde a la envergadura, referido a todo lo que tiene que ver con los intereses y orientación de los propietarios de la corporación mediática.
2. Dirigido a la publicidad como fuente principal de ingresos.
3. Relacionado con la dependencia de los medios según el gobierno de turno, empresas, proveedores o voceros de la información financiada ya probada por los poderes; un cuarto, a las “contramedidas” y correctivos diversos como método para disciplinar los medios de comunicación.
4. En relación con el “anticomunismo” como religión nacional y mecanismo de control (Chomsky, 1990 p. 24).

Filtros propagandísticos

El primer filtro: *magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación*, se relaciona con el engranaje o red de poderes políticos y económicos, sobretudo el económico, que actualmente tejen las grandes corporaciones mediáticas del mundo, Chomsky y Herman dejan ver como los primeros medios radicales obreros surgidos en el Reino Unido, en la mitad del siglo XIX, fueron desapareciendo no tanto por la acción

del poder político, que al ver la influencia en la clase trabajadora por parte de estos medios en pro de la promoción de una conciencia colectiva unificada, presionaron para eclipsarlos; sino por el poder del mercado, pues la expansión del mercado libre acompañada por la industrialización de la prensa y la globalización de nuevas tecnologías, dejaron sin circulación a los medios que no contaban con el capital suficiente para entrar al ruedo.

Es así como la capacidad de capital y de inversión, es decir el mercado, fue marcando la pauta en la conformación de las redes comunicativas, estando la propiedad de los medios en mano de las clases dominantes y pudientes.

El libre mercado, vino a sucumbir a los pequeños medios, a los medios radicales, con fines sociales y a resurgir y darle poder total de la comunicación al capital, que diversificó su influencia alargando sus tentáculos a todas las aéreas de la comunicación, es como se explica el despliegue de las transnacionales de la información, sobre los ámbitos digitales, audiovisual, radial, satelital, entre otros; y en el caso de la República de Chile o de Colombia, los tentáculos se extienden hasta empresas de bienes raíces y servicios.

El segundo filtro: *Para hacer negocios se necesita el beneplácito de la publicidad*, orientado una vez más al capital y al mercado, se refiere al interés que muestra el poder económico en algún medio, por su capacidad de llegada a la opinión pública demostrada por los niveles de lectores, tiraje, espectadores, suscriptores, etc. Ingrediente fundamental para debilitar a los pequeños, incipientes, comunitarios o alternativos medios de comunicación en una sociedad, que por no manejar un gran capital quedan rezagados de la llamada “preferencia del público destinatario” (Chomsky y Herman, 1990, p. 43).

La publicidad desde sus comienzos permitía bajar los costos, pues la venta del producto impreso pasó a un segundo plano, marginando a todos los medios restantes que sí dependían de las ventas para su subsistencia. Chomsky asegura que los anunciantes publicitarios tienen poder en la programación o temarios de medios, son ellos los que colocan las pautas. Citando a William Evans, denomina a los anunciantes como “organizaciones normativas de referencia a cuyas exigencias y demandas deben acomodarse los medios de comunicación” (Chomsky y Herman, 1990, p. 46).

Tercer filtro: *El suministro de noticias a los medios de comunicación*, en este apartado se explica que los medios de comunicación de masas tienen una completa relación recíproca con las agencias de noticias, que fungen como fuentes de información.

Antes de desarrollar este punto es importante situarnos un poco en los medios de comunicación de masas. Desde el siglo XX nace lo que conocemos como las teorías de la comunicación de masas, por supuesto en sintonía con el nacimiento de la radio y la prensa escrita, de mayor alcance.

La *Mass Communication Research* comienza a estudiar los efectos de la comunicación mediática en la sociedad y sobre el control de los medios y los procesos de comunicación en las masas. Los principales exponentes o fundadores de estas teorías, Lasswell y Lazarsfeld al igual que Hovland y Lewin, son hitos en el análisis de la comunicación y de sus procesos y efectos en la sociedad marcando el rol fundamental que juega en el mantenimiento del orden y/o equilibrio social. (Matterlart, 1997)

Por su parte, Laswell define que la comunicación cumple tres funciones principales en la sociedad: “1) la vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen; 2) la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno y la transmisión de la herencia social” (Matterlart, 1997, p. 39).

A lo que se le suma una cuarta función de Paul Lazarsfeld y Robert Merton sobre el “entretenimiento”, con sus funciones manifiestas y latentes: comprendidas y queridas, y las no latentes como las no comprendidas ni buscadas. Estas funciones sociales, con sus modificaciones y/o perfeccionamientos, vienen a enmarcar y determinar el rol de la comunicación dentro de una comunidad.

Por su parte, Jesús Martín-Barbero (1991) indica que los medios de comunicación de masas son los verdaderos responsables de alterar los códigos de conducta de las sociedades. Si bien el término cultura de masas ha sido renegado o aislado por algunos teóricos, desde mi punto de vista es el concepto previo a la mediatización, desde el hecho de la masificación de un mensaje capaz de repercutir directamente en las conductas sociales, y que es transmitido por un medio masivo, capaz de existir gracias a la universalización de la democracia y la libertad imperial.

Desde el norte de nuestro continente, se nos fue vendida la idea positiva de la “cultura de masas” desde la democracia y la libertad, a partir de los años 40-50 post segunda guerra mundial, mientras que el pensamiento europeo la analizaba desde la misma negación de la cultura, los norteamericanos nos la vendían como el síntoma de la plena

democracia. Mientras más libertad, más menguaba el sentido de igualdad, mientras más libertad de prensa, de mercado pregonado por el imperio, aunado con la inyección del capital y las inversiones para producir la cultura de los medios masivos: “cultura de masas” (Barbero, 1991, p.43).

Volviendo al tercer filtro, los medios de masas requieren llenar la voraz demanda de noticias que existe en el mundo actual, por lo que en gran medida colman sus páginas, pantalla, parrilla con contenido ya elaborado en paquetes por poderosas agencias. Además la limitación de recursos financieros delimita la presencia de corresponsales en la zona, llegando a armar países/ciudades que funcionan como centros de información: Washington (Casa Blanca, Pentágono, etc), Madrid, Moscú, entre otros.

El cuarto filtro: *con el mazo dando, de los reforzadores de opinión*, referido a los mecanismos de presión o protesta que el poder tiene a la mano-empresarios, políticos, funcionarios, agentes publicitarios, entre otros- para revertir, callar, responder una noticia e información, al destacar que los gobiernos son los principales entes del Estado que más suelen utilizar la presión y las respuestas, mayormente de manera escrita, para contestar alguna información que pueda perjudicar su accionar.

Y un quinto y último filtro: *El anticomunismo como mecanismo de control*, reseñado desde la ideología del anticomunismo, catalogada y vista por los propietarios de las grandes corporaciones mediáticas como “el peor de los males” (Chomsky y Herman, 1990, p 68). Al manejar este filtro como ideología, sabemos que los medios como aparatos ideológicos apuntan a la sujeción, delimitando al enemigo.

Para Chomsky y Herman este filtro se usa como mecanismo de control político y se vuelca contra cualquier persona, Estado o ente que promulgue una política que amenace los intereses de la propiedad o apoye los acuerdos con los estados comunistas, que en el caso latinoamericano, sería todo aquel que se asocie con Cuba, estado demonizado bajo la ideología anticomunista.

“Son los medios de comunicación los que identifican, crean, y ponen en el candelero a personas como a Pierre Daix, Joe McCarthy, Claire Sterling...La ideología y la religión del anticomunismo son un filtro potente” (Chomsky y Herman, 1990, p. 71)

Los filtros expuestos reducen el abanico de noticias e informaciones, delimitando aquellas que se convierten en noticias de alto impacto, las cuales mayormente son las procedentes de las fuentes del *establishment* que satisfacen las demandas y exigencias de los filtros. Es así como la Revolución Bolivariana, y por supuesto todo lo relacionado a su líder, queda en desventaja a nivel de cobertura, pues no se ajusta a los filtros ideológicos propagandísticos establecidos por el conservadurismo mediático internacional.

Los principales diarios conservadores de América Latina cumplen con este modelo propagandístico. La mayoría de las corporaciones mediáticas atienden a las razones e intereses económicos. La caracterización de los diarios en estudio así lo demuestran, los grandes diarios y/o medios de América Latina son propiedad de familias pertenecientes a la élite política, social y económica de los países en estudio, lo que certifica, la presencia de los 5 filtros del modelo propagandístico de Chomsky y Herman en los diarios conservadores que analizaré en esta investigación.

Por su parte, Castells (2009) habla también de filtros (*gatekeepers*) pero focalizados al acceso de los medios, y a la mediatización política, destacando que este punto es fundamental pues sin el acceso a los medios no se tiene a su vez acceso a la audiencia, el autor destaca cómo los medios se benefician mediante la mediatización política, pues por un lado obtienen mayores ingresos económicos, por concepto de publicidad, y por otro, aumentan sus ratings, ya que ganan audiencias, sobretodo en tiempo electorales.

El acceso a los medios es el punto focal del fenómeno de la mediatización de la política, y éste tiene cuatro componentes: a) el control organizativo de los organismos gubernamentales o de las empresas; b) decisiones editoriales, c) opciones de los profesionales del periodismo y d) la lógica que conlleva a la realización adecuada de la tarea asignada al medio de comunicación, es decir, atraer a la audiencia hacia el mensaje del producto mediático. (Castells, 2009, p. 270)

En esta política de acceso a los medios, Castells deduce postulados parecidos al modelo de propaganda de Chomsky y Herman, en cuanto a que es la dependencia del Estado o del capital lo que delimita la información manejada por un medio, al destacar que en la actualidad es el mercado el que marca la pauta, pues la información ligada a la cultura del consumo es la que suele tener mayor éxito. Este punto se puede enlazar con la

personalización de la política, pues mientras más mediática más personalizada viene hacer la política (Castells, 2009).

El modelo de propaganda mediatizado hacia Venezuela cumplió con todos los filtros señalados en las dos teorías anteriores, tanto en la política de acceso a los medios como el modelo de propaganda en sí. En Venezuela, en la época del gobierno de Hugo Chávez Frías se personalizó la política, se mediatizó la política, restando argumentos y sustento al discurso, lo que sin duda, contribuyó al detrimento de la percepción de la sociedad hacia los alcances del proceso bolivariano, y de las organizaciones, movimientos o acciones estables y tangibles desarrolladas a lo largo del tiempo.

Los principales diarios de América Latina tienen su ritual y centro de orquesta, donde se esgrimen las partituras de las piezas a publicar. El Grupo Diarios de América ha utilizado como principal filtro la ideología anticomunista, conformando el ritual ideológico desde donde se desató un discurso propagandístico-ideológico en contra de Hugo Chávez. Para Lugo–Ocando, Guedes y Cañizale (2011), los medios conservadores venezolanos y de la región, empezaron desde 2002 a aliarse con el fin de construir una agenda de marcos negativos en contra de la figura de Hugo Chávez y el proceso de cambio y revolución que él representaba para su país y la región; y por supuesto su muerte no estuvo ajena a ello.

La figura de Hugo Chávez, su accionar político y su muerte fueron fenómenos mediatizados tras la personalización. Su muerte acompañó las campañas electorales, emprendidas tanto en el sector del gobierno como en el sector de oposición. Los medios conservadores se unieron a la campaña del sector opositor al gobierno bolivariano y mediante el *spin* – Castells lo designa desde Bosetti como la actividad mediática de políticos, normalmente a través de asesores, que consiste en comunicar los asuntos de tal forma que favorezca sus intereses al tiempo que se busca perjudicar al adversario – los medios conservadores de Latinoamérica se unieron activamente en la campaña política venezolana.

En julio de 2011, Hugo Chávez desde La Habana, Cuba, anunció el padecimiento de un cáncer, enfermedad que lo aquejaría hasta su muerte, el 5 de marzo de 2013, luego de 5 meses de su tercera y última victoria en las elecciones presidenciales en Venezuela. Su muerte marcó un hito político, no sólo en Venezuela sino en América Latina y fue el factor principal en la mediatización emprendida durante la campaña electoral de abril de 2013,

apuntando contra el llamado hijo de Chávez, Nicolás Maduro Moros, candidato propuesto por Hugo Chávez Frías.

En la última alocución televisada de Hugo Chávez, el 8 de diciembre de 2012, dejó en claro su postura de apoyo a Nicolás Maduro: “Mi opinión firme, plena, como la luna llena, irrevocable, absoluta, total, es que en un escenario que obligaría a convocar de nuevo a elecciones presidenciales, ustedes elijan a Nicolás Maduro como presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Yo se los pido desde mi corazón”.

A partir de ese 8 de diciembre de 2012, los medios del *establishment*, los conservadores, los de la elite mundial, las corporaciones de la información, comenzaron a enfilarse su discurso personalizado hacia la muerte del Comandante Hugo Chávez y preparar sus plumas, cámaras y micrófonos contra Nicolás Maduro, desatando todas las estrategias, rasgos y filtros de la mediatización con el fin de sucumbir la política, la ideología social y de cambio y reavivar la llama de la cultura del mercado y el capital.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación utiliza un enfoque metodológico crítico, asumiendo las fortalezas del paradigma cualitativo interpretativo-constructivista, con el fin de entender de mejor manera el fenómeno en estudio. El paradigma cualitativo ofrece una estructura que posibilita la comprensión, tras su interés teórico, de la compleja y cambiante realidad humana y social (Vasco, 1990).

El paradigma cualitativo se basa en la interpretación, en este caso, del texto escrito, que para Norman Fairclough (1995) es un proceso dialéctico que resulta de las propiedades del texto y de aquellos aspectos que los sujetos colocan para influir o modificar la realidad. La interpretación de un texto se realiza a través del análisis del discurso contenido en él.

El carácter ideológico del género periodístico en estudio, los editoriales, justifica la selección del paradigma cualitativo, el cual se torna flexible y abierto, y tiene una dimensión subjetiva que permite al investigador o analista conjugar las conceptualizaciones teóricas y herramientas metodológicas desde diferentes enfoques (Schroder, 2014, p. 184). Schroder cita a Jorgensen y Phillips para designar tres tipos de análisis del discurso: la teoría del discurso de Laclau y Mouffe, el análisis crítico del discurso y la sicología discursiva, los cuales se esfuerzan por otorgar un mayor grado de comprensión y poder explicativo.

En el campo de la comunicación autores como Jensen (2014), se ha dedicado al tema de las investigaciones ligadas a los medios de comunicación, explica que en la actualidad los estudios cualitativos en comunicación tienen muchas corrientes teóricas y metodológicas, que confluyen en tres denominadores comunes:

El primero, basado en *el significado* como objeto de estudio y concepto explicativo, referido a la interpretación de la vida y de sucesos extraordinarios a través de la tecnologías de la comunicación como algo “inherente significativo” (Jensen, 2014, p. 426). Las interpretaciones tienen propósito y objeto, y a su vez éstas fundamentan las acciones, por ejemplo: dentro de las organizaciones mediáticas, en las salas de prensa las acciones tomadas por los trabajadores de la comunicación están fundamentadas en un propósito, que a su vez posee interpretación.

El segundo denominador común está basado en los *contextos naturalistas*, referido a la realidad natural del sujeto de estudio en la investigación. En los proyectos cualitativos, existen muestreos de cultura, comunidades, periodos, entre otros elementos. La actitud naturalista ambiciona con contextos donde puedan “encontrarse y examinarse fenómenos comunicativos particulares” (Jensen, 2014, p. 427).

Y el tercero se asienta en los *sujetos interpretativos*, partiendo desde el investigador, el cual se observa como un actor interpretativo, lo que le da a la investigación cualitativa ubicuidad en cuanto a la interpretación en todo el proceso, a diferencia del método cuantitativo que delimita. El método cualitativo de la investigación tiene la fortuna de obligar al investigador a estar presente en todas las partes del proceso puesto que no segrega las fases sino que las entrecruza y les da continuidad (Jensen, 2014, p 427).

Esta investigación adscribe a estas dimensiones de la metodología cualitativa, especialmente, la referida al significado, donde se aplicará el análisis crítico del discurso.

Análisis del discurso

El análisis se concentra en el discurso que los principales diarios conservadores de latinoamérica desarrollaron en sus editoriales, donde desplegaron el “análisis, la interpretación y la valoración” de un hecho determinado (Cuadrado, 2000, p. 22), al arrojar o plasmar abiertamente su postura ideológica.

Fairclough (1995) entiende al “discurso” como el uso del lenguaje en tanto práctica social, y al análisis del discurso como “el análisis de cómo los textos operan dentro de las prácticas socioculturales, el cual requiere atención por la forma, estructura y organización textual en todos los niveles: nivel fonológico, nivel gramatical, nivel lexical (vocabulario), y niveles superiores de la organización textual (p 13).

En esta investigación el discurso se presenta como texto - dentro del género del editorial – donde para Fairclough se expresan espacios sociales que unen y producen dos procesos: conocimiento y representación del mundo e interacción social. Por otra parte, el autor aclara que los textos a parte de su funcionamiento textual, tienen también un funcionamiento *ideacional*, ya que ellos en sí mismos constituyen “sistemas de creencias y

conocimiento y, en su funcionamiento interpersonal, constituyen sujetos sociales y relaciones sociales entre (categorías de) sujetos” (Fairclough, 1995, p. 12.)

Eliseo Verón (1998) asegura que el análisis de los discursos no está ni dentro ni fuera de ellos, ya que son “son sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de generación, por una parte, y con sus efectos por la otra” (p. 128).

Para Verón (1998) todo análisis debe tomar en cuenta lo interno y lo externo del discurso, ya que al analizar lo interno, habrán elementos que, inevitablemente, hay que relacionarlos con aspectos que no están dentro del mismo texto; y cuando se quiere analizar de manera contraria, desde lo externo, se cae en una contradicción, pues el texto por su condición productiva, como objeto significativo, tiene que tener huellas subjetivas del productor, quien lo produce.

Bajtin (citado en Fairclough, 1995) asegura que todo texto es en parte repetición y en parte creación, y que se genera tras dos fuerzas: centrífugas y centrípetas, la segunda originada por la necesidad de utilizar un lenguaje y un orden del discurso. La lucha entre estas dos fuerzas genera homogeneidad y heterogeneidad, que a su vez están relacionadas con las contradicciones sociales que puede arrojar el texto, él en sí mismo, las muestra, las negocia y las codifica, representando de una u otra forma, las luchas sociales.

Al realizar un análisis crítico del discurso del editorial de un periódico, que es el género periodístico que por excelencia tiene vestigios de funcionamiento ideacional, hay que tomar en cuenta las contradicciones sociales, que de una u otra manera genera variaciones en los textos. En esta investigación, cada editorial será, entonces, una unidad de análisis (UA) en la que podremos reconocer diferentes variaciones entre los discursos de cada medio e incluso variaciones dentro del discurso de un mismo medio (Sayago, 2014).

La sociedad y la cultura y los textos se relacionan entre sí, siendo mediados por las prácticas discursivas, el orden del discurso y el análisis intertextual. La primera – prácticas discursivas - influye en la unión de la práctica textual y sociocultural. El segundo – orden del discurso – se refiere al “orden social en su faceta discursiva la marca histórica de las

prácticas socioculturales sobre el discurso” (Fairclough, 1995, p 20). En todos los discursos los antecedentes históricos de una sociedad influyen directamente.

Por su parte, el análisis intertextual es comprendido como los textos que están dentro de un texto, ya que siempre un texto está relacionado con otro. Para Verón (1998) en las condiciones productivas de un discurso siempre hay otros discursos.

Fairclough (1995) entiende al poder en términos de asimetrías entre los participantes de los eventos discursivos, y la desigualdad en la capacidad de controlar la producción, la distribución y el consumo de los textos, tomando en cuenta, el contexto sociocultural donde se desenvuelve. En el caso del presente trabajo, el poder es un factor determinante, pues los medios representan al poder de controlar, demarcar y determinar prácticas discursivas, que ineludiblemente tienen contenidos ideológicos particulares. El poder de controlar el discurso está relacionado con la ideología y el lugar de dominancia que se tiene al producir las prácticas discursivas.

Para Verón (1998) la ideología y el poder, son dimensiones del funcionamiento de los discursos sociales vinculados al contexto histórico, que producen efectos en la sociedad. La ideología, desde su lugar, designa configuraciones históricas (fascismo, socialismo) que dejan huellas de lo social en el discurso; y el poder vinculado con la configuración social desde las instituciones estructuradas en el aparato del Estado, también deja trazas en el discurso referido a los mecanismo de funcionamiento de una sociedad (p 130).

Cuando se habla del discurso de los medios de comunicación, hay que necesariamente tomar en cuenta la estrecha relación entre poder e ideología, que Norman Fairclough (1995) reseña en sus primeros escritos en la década de los 80, como un recurso para entender la lucha en contra de la dominación y opresión en su forma lingüística, por medio de lo que el autor cataloga como Análisis Crítico del Discurso, ACD.

Análisis Crítico del Discurso

El Análisis Crítico del Discurso es el método cualitativo de esta investigación, ya que considero que los editoriales por ser géneros con posturas ideológicas, políticas y valóricas, y además con una carga histórica, otorga marcos de interpretación sobre hechos

coyunturales y resaltantes dentro de un contexto social y cultural, y en el caso de esta tesis, un hito político y noticioso, que se involucra con el poder: “la muerte de Hugo Chávez Frías”.

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) se preocupa del entorno social del discurso y sus características textuales. Es decir, el ACD como método de investigación está interesado en el estudio de los problemas sociales que afectan la distribución del poder en la sociedad, ya que interroga a las ideologías y al sentido común (Reisigl y Wodak, 2003). Por lo mismo, es el método correspondiente si lo que se quiere es identificar y analizar textos periodísticos, políticos y propagandísticos que contribuyen a la formación o derrumbe de paradigmas en la opinión pública.

Este método de investigación es crítico y se inspira en la teoría social crítica, al tratar de comprender y analizar la sociedad con el fin de producir cambios sociales. La teoría crítica se enfoca en la relación existente entre poder, ideología, estructuras de dominación y discursos hegemónicos (Cabalin, 2013).

En términos generales, Van Dijk (2002), otro de los grandes autores del Análisis Crítico del Discurso, explica que el ACD es una práctica social contextualizada que se forma de elementos lingüísticos y por dispositivos ocultos del lenguaje; al mismo tiempo se define como un enfoque que se ocupa de la relación entre las condiciones discursivas, y el poder, sobre todo cuando existen vestigios de abuso del mismo, por parte de grupos dominantes.

El ACD también se detiene en estudiar las estrategias discursivas de control mental, y sus efectos en la sociedad, al tratar de comprender sus expresiones, representaciones y legitimaciones. Ante esto, importante es destacar que en los países que estamos estudiando, Venezuela, Argentina, Colombia y Chile, la prensa escrita constituye una forma de construcción y dominación social.

La actividad periodística ha sido un fuerte instrumento de legitimación. “Así pues, podemos establecer que los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante” (Rodrigo Alsina, 1999, p. 30).

Murillo y Vergara (2004) resumen las características del ACD. En principio aseguran que a diferencia de otros análisis, el ACD se ocupa de los problemas sociales colocando énfasis en las dimensiones semióticas y lingüísticas, considerando el *discurso* como una forma de *práctica social*.

En segundo lugar, observan que es *interdisciplinario en la teoría, la metodología y el trabajo*, porque es transversal en el tratamiento de métodos y teoría de diversas disciplinas, volviéndolo *multiteórico* y *multimetódico*; en tercer lugar, manifiestan que deja su postura política e ideológica explícita, al ser *crítico* con los problemas sociales, posicionándose a favor de los oprimidos, lo que lo hace basarse en las relaciones de poder y dominación, descubriendo, revelando y divulgando lo *implícito en los discursos*, las *ideologías que reproducen o resisten al poder*; en cuarto lugar, destacan el contexto histórico y la *intertextualidad e interdiscursividad*, y por último concluyen que el ACD tiene un *objetivo práctico* (p. 207).

Para Fairclough (1995) el discurso adquiere un rol importante en los cambios sociales. En esta investigación adoptaré la característica dada por Fairclough al ACD desde la perspectiva gramsciana de hegemonía, en cuanto al análisis de prácticas socioculturales, que enfatizan “por un lado, cómodas relaciones de poder que restringen y controlan la productividad y la creatividad en las prácticas discursivas, y, por el otro, cómo una configuración particular de prácticas discursivas relativamente estables (orden del discurso) que constituye un dominio hegemónico” (Fairclough, 1995, p. 5).

Fairclough explica su modelo tras la conformación de 3 cajas, en donde “los textos” son la parte central, y se exploran por medio de *categorías* lingüísticas; la segunda dimensión es sobre las “prácticas discursivas”, que en el caso de los medios tiene que ver con los procesos mediante los cuales las notas se producen “decodificándolas”; y el tercero corresponde al “orden del discurso”, sumergido en el ámbito macro social e histórico.



Modelo ACD Fairclough. (1995). Tabla 2

Fairclough (1995) entiende al texto como un artefacto cultural principalmente lingüístico, pero que también ocupa otras formas semióticas que cohabitan con el lenguaje y que interaccionan en el texto multi-semiótico. Para este autor, el análisis de un texto debe tener en cuenta la textura, su forma y organización, y no solamente los comentarios sobre el contenido de los textos. Para lograr un análisis cultural y social, se debe tener en cuenta la textura o el contenido de su forma.

Para Fairclough (1995) el Análisis Crítico del Discurso no puede estar separado del análisis de las prácticas discursivas e institucionales en el que se inserta el texto, en todos los procesos: producción, distribución y consumo textual. El ACD nos permite ir más allá del contenido mismo, vislumbrando las cargas ideológicas, los vacíos significantes de un texto, lo que se dice directa o indirectamente. Otros autores se refieren a la presuposición y la implicatura como categorías de lo implícito.

Lo implícito en un texto es lo dicho indirectamente, o lo no dicho. Es el término medio entre presencia y ausencia, y está ligado a lo sociocultural e interpersonal. Este aspecto se vincula a la ideología, que siempre aparece en un supuesto implícito. Y es allí donde entra la presuposición, por medio de la cual se llega a una interpretación de la ligazón de un texto con otros textos, Fairclough (1995) lo considera como “lo ya dicho en otro lugar, como la forma en que un texto es conformado y penetrado por elementos (ideológicos) desde los dominios de prácticas textuales previas” (p.10).

El ACD va mucho más allá de estudiar sólo el texto y el contenido mismo, pues en su proceso puede deducir diversos modos en que los textos pueden ser interpretados o respondidos por los receptores.

En cuanto, a lo dicho de manera implícita y explícita en el discurso periodístico, Browne Sartori (2011), al citar a Cepeda y Mujica (2000), señala que el ACD ayuda a descifrarlos, ya que “cuando se emite o recibe un mensaje, no sólo es importante el significado de lo que se dice, sino también la intención, explícita o implícita...” (Browne Sartori, 2011, p. 27).

Agrega que en el discurso periodístico el contexto, compuesto por lugar, tiempo, situación coyuntural, historia, lo variará. Pero también es necesario agregar que las creencias, ideología y el poder también influirán directamente en el discurso periodístico.

En cuanto a los medios masivos, que en esta investigación son catalogados como conservadores, promueven los intereses del poder social de las clases dominantes (Van Dijk, 1990) y defienden su ideología y modelo. Browne Sartori (2011) rescata la tesis de Ana María Miralles (2001), cuando expresa que por la importancia que los medios le han otorgado al proyecto liberal se ha privatizado la opinión pública, ya que sólo se informa sobre el accionar del poder.

Siguiendo a dichos autores, pude deducir que el ACD es aplicable al estudio del discurso de los medios impresos de circulación nacional sobre el tratamiento periodístico, de opinión-ideológico, de textos editoriales sobre la muerte del ex presidente venezolano Hugo Chávez.

El Discurso

Antes de comenzar con el Análisis Crítico Del Discurso, es necesario definir el discurso, y más desde su perspectiva Foucaultiana, sobre la estrecha vinculación del deseo y el poder; tomando en cuenta que en esta investigación se pretende analizar el discurso textual político-ideológico de entes del poder, los medios de comunicación, plasmados en los editoriales.

El discurso periodístico se potencia en términos de construcción social de la realidad, por lo que la noción de discurso que entenderé no llegará a una definición concreta, pues como asegura Van Dijk (2001) requiere una mirada compleja, mixta, amplia y heterogénea, en cuanto a la relación con los medios. Los medios conservadores en estudio han sido herramientas fundamentales para reproducir su ideología y poder y construir marcos interpretativos de la realidad en una sociedad.

La filosofía y el psicoanálisis han demostrado que el discurso tiene fuerte vinculación con el poder y la ideología, pero más que ello, Foucault (1970) manifiesta la estrecha relación entre el poder y el deseo y más con el objeto del deseo. El discurso es el

poder en sí mismo, que traduce los sistemas de dominación. Ante esta realidad toda sociedad controla, selecciona y distribuye su producción. Son las prohibiciones que tiene el discurso, en sí mismo, lo que arroja su relación con el deseo y el poder.

Las sociedades actuales están conscientes de lo que significa el discurso, por lo que a través de instrumentos como la educación permite a los individuos acceder a cualquier tipo de discurso, lejos de lo que eran las sociedades antiguas, denominadas por Foucault (1970) como sociedades del discurso, donde sólo era una parte de la sociedad la que podía manejarlo. Para este autor, todo sistema de educación es una forma política de mantener o de modificar la adecuación de los discursos, con los saberes y los poderes que implican. (p. 49).

Foucault (1970) entiende, en el ámbito filosófico, al discurso como un juego de escritura, en un primer escalón; de lectura, en el segundo, y de intercambio en el tercer escalón, colocándose siempre al servicio del significante, que en sí mismo se encuentra ligado al reflejo de verdad que lo originó como realidad material.

El discurso no es apenas más que la reverberación de una verdad que nace ante sus propios ojos; y cuando todo puede finalmente tomar la forma del discurso, cuando todo puede decirse y cuando puede decirse el discurso a propósito de todo, es porque todas las cosas, habiendo manifestado e intercambiado sus sentidos, pueden volverse a la interioridad silenciosa de la conciencia de sí. (Foucault, 1970, p. 20)

En cuanto al discurso verdadero, Foucault (2010) analiza la relación de sujeto, verdad y poder, dando paso al estudio de la verdad en el discurso, por medio de la parrhesía griega, que desde el punto de vista político, para él, es un elemento fundamental para explicar el entrelazamiento del análisis de los modos de veridicción, las técnicas de gubernamentalidad (que en el caso de estudio se hablará de gobiernos democráticos).

Tal y como lo explica Foucault, el término de parrhesía en sí ha tenido evolución desde la primera vez que se anunció la palabra en los textos de Eurípides cuando el término aparecía para designar el derecho a hablar, se refería al derecho de tomar la palabra en

público, a proponer; en cierto modo para expresar *una opinión en un orden de cosas que interesaba a la ciudad*.

En sus inicios la parrhesía se marcaba como un derecho y un privilegio de un ciudadano *bien nacido, honorable, y que le daban acceso a la vida política*. La parrhesía pasó, entonces, de ser una práctica, un derecho definido desde la ciudad (la *polis*), a *definirse desde el hacer, de ser y del conducirse de los individuos (el ethos)*. (Foucault, 2010, p. 51)

Y es cuando entra en juego todos los supuestos parresíasticos de Foucault, para quien, la verdad dicha tiene que ir de la mano con el pensamiento de quien la expresa, “corre el riesgo de deshacer, de poner fin a la relación con el otro que, justamente, hizo posible su discurso” (Foucault, 2010, p. 30).

Para Foucault, la noción de parrhesía, es la noción de hablar franco, de decir todo, entonces el parrhesiastes es el que dice todo lo que piensa, aclarando de inmediato que se ajustará a su valor bueno y no al peyorativo de la palabra, usado por Arisrófanes, y luego de manera muy habitual en la literatura cristiana para enunciar a un charlatán impertinente sin control.

El parresiasta sólo le deja al destinatario la tarea de asumir y escuchar la verdad dicha, habla claro sin máscaras, ni adornos, no deja nada a la interpretación. Con esta noción es interesante preguntar qué tan parresíastico llega hacer el discurso periodístico, que presupone una verdad. Es lo que esta investigación, entre otras preguntas, intenta responder.

Verón (1997), también hace importantes aportes y reflexiones en cuanto al discurso, en especial al discurso político, para el autor, éste necesita enfrentamiento, es decir la enunciación política necesita de un adversario. Explica que enunciación refiere al “nivel de análisis del funcionamiento discursivo” (p.3), lo que inevitablemente arroja conceptos abstractos, que dependerán del “dispositivo conceptual” del analista del discurso. Para Verón, el enunciador, corresponde a un modelo abstracto logrado a través de la imagen que logran arrojar las operaciones discursivas.

Por carácter de enfrentamiento la enunciación política presupone replica, en sí mismo, es y espera replica, por lo que tiene un lado positivo y negativo, el imaginario social, entonces, estará dirigido a un destinatario negativo y otro positivo; punto variante que no presenta el discurso informativo (Verón, 1987). El “otro negativo”, y el “otro positivo” (p.5) es lo que hace, para Verón, que el discurso político se colme de estrategias discursivas.

Las estrategias discursivas dependerán de ese otro positivo o negativo, el primero presupone un receptor con la misma ideología e intereses, por lo que Verón (1987) lo identifica pro destinatario, y la relación directa entre el destinatario y el enunciador, la llama “colectivo de identificación” como un nosotros (p.5). En la otra cara, está el destinatario negativo, que llama contradestinatario y que, por supuesto, no comparte las mismas ideas ni valores, y se excluye del colectivo de identificación. En es este juego maquiavélico, ninguno tiene la verdad, ni buenas intenciones, por lo que el discurso político siempre tendrá capacidad destructiva.

Verón (1997), agrega que en los sistemas democráticos se considera un tercer receptor o destinatario, los indecisos o neutrales, que él llamará paradestinatario, y es el que activará todas las estrategias discursivas apuntadas a la persuasión.

Así pues, Verón asigna varias entidades al discurso político: 1) sobre los colectivos de identificación, que lleva a que en el discurso se enuncie un nosotros, 2) las enumerables, que no forma parte de ningún colectivo pero que el discurso utiliza para designar grandes grupos; 3) las referidas a los “meta-colectivos singulares” que no corresponden ni se identifican con ningún colectivo político, ni tampoco se cuantifican; 4) formas normalizadas del enunciador para esgrimir sus argumentos, adquieren un carácter metafórico, la mayoría de las veces se usa en slogan de campañas; 5) respecto a las llamadas formas nominales que forman operadores de interpretación, en sí mismos, y va dirigido al pro destinatario (Verón, 1987).

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE EDITORIALES

Editoriales de El Tiempo (Colombia)

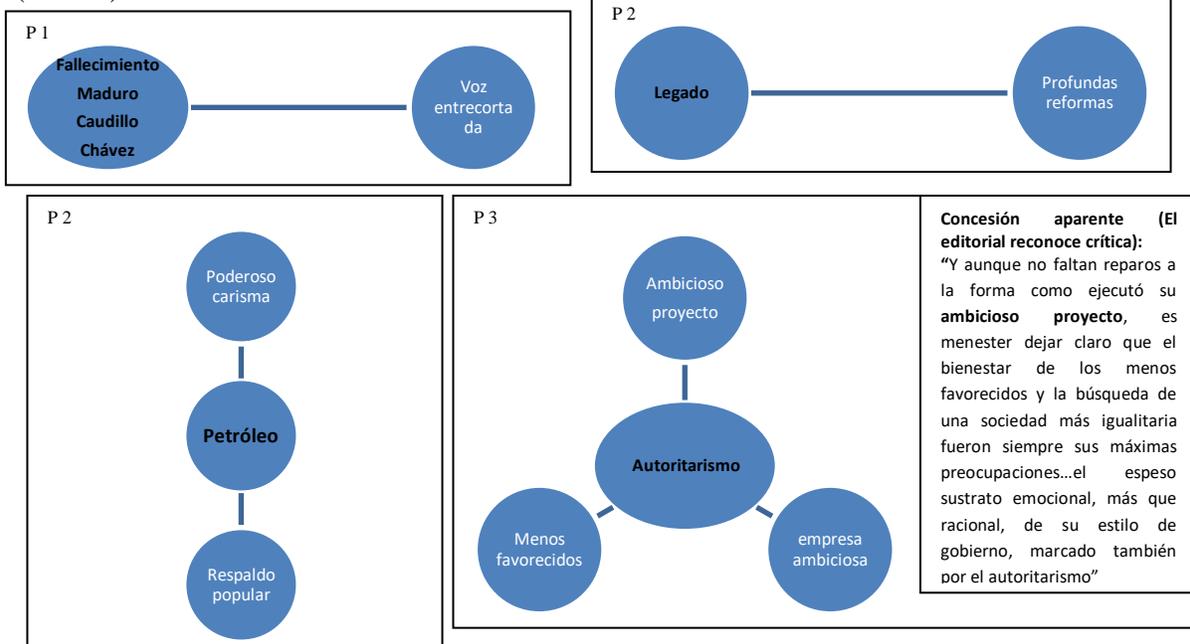
E1	Fecha: 6 de marzo de 2013
	Editorial: La partida de un caudillo
	Número de Párrafos (p): 8

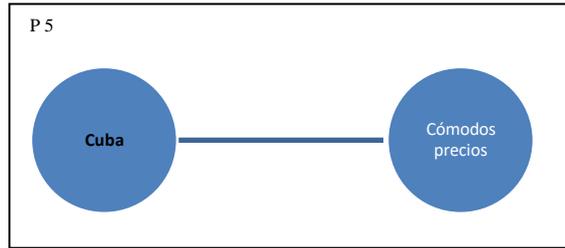
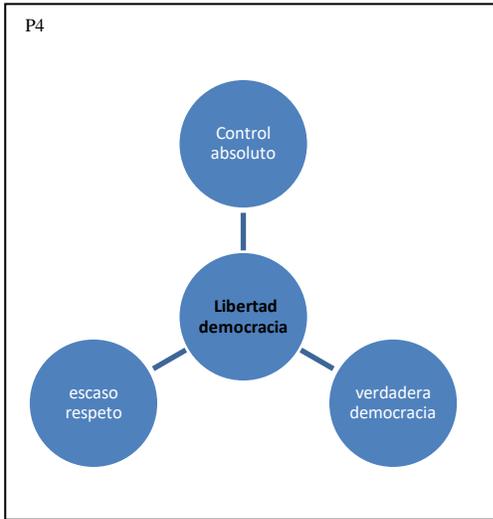
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): Fallecimiento (2), Maduro, Chávez (4), Caudillo (2), Legado (2), Petróleo (2), Autoritarismo, Libertad (2), Democracia (3), Cuba (2), Farc (2), Economía (2).

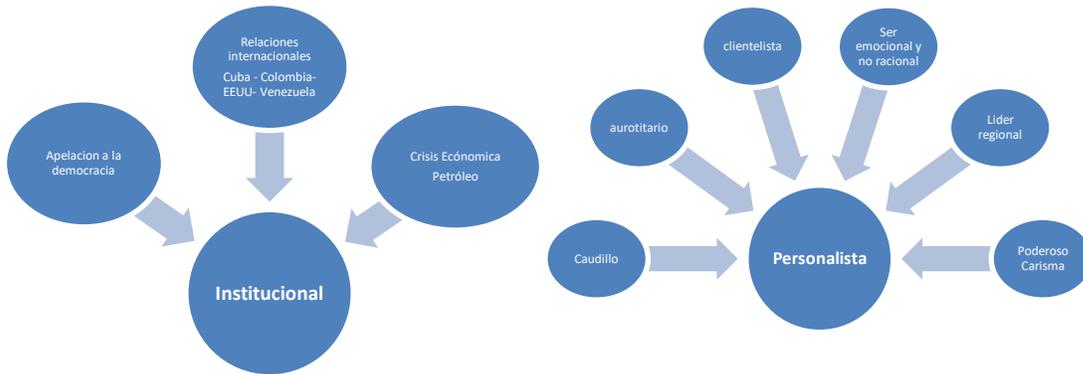
Adjetivación (p: párrafo): p1: “voz entrecortada”, p2: “profundas reformas”, “poderoso carisma”, “respaldo popular”. p3: “menos favorecidos”, “ambicioso proyecto”, “empresa ambiciosa”. p4: “escaso respeto”, “control absoluto”. “verdadera democracia” p5: “cómodos precios”. P6: “creciente inseguridad” p7: “hecho innegable”, “giros bruscos”. p8: “plena libertad”, “destino inmediato”.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabra Clave (negra) + Adjetivos (blanco) = Coherencia estructural





Análisis Interpretativo



El editorial de El Tiempo del día 6 de marzo de 2013, un día después de la muerte del ex presidente Hugo Chávez, centra su discurso en dos nudos discursivos Democracia=institución, Chávez=personaje. Por un lado, personaliza al ex presidente, presentándolo como un personaje, lo delinea e instala en el imaginario social con calificativos despectivos. Muestra a un Chávez como caudillo, autoritario, clientelista, privado de lo racional por lo emocional, con un carisma que unido a la fortaleza económica, dada por la renta petrolera, logró posicionarlo como un líder regional. Lo personaliza, coloca todos los focos en la persona, lo responsabiliza de acciones pasadas, presentes y futuras.

El discurso se plantea en un contexto contemporáneo, sin perder los antecedentes. Centra su atención en las características del proyecto político emprendido por Chávez, gracias a la fortaleza económica dada por los precios del petróleo, pero a la vez profetiza una consecuencia fatal, se adelanta a una secuela. El discurso se adelanta y construye una realidad social y política alejada de toda institucionalización y democratización en caso de no enterrar políticamente a Chávez y su legado.

“Hay que confiar en que así no pase, y en que el camino que sigue para el pueblo venezolano esté libre de sobresaltos. Por más arraigo que hoy tenga el legado de Hugo Chávez, las instituciones deben prevalecer y tienen la misión de permitirle al pueblo en plena libertad decidir su destino inmediato” (El Tiempo, 6 de marzo de 2013).

El discurso presenta el filtro propagandístico apegado a la magnitud, propiedad y orientación del medio, que se detalló en el marco teórico. Se muestra contra las políticas de cooperación, integración y solidaridad con los países de Suramérica y el Caribe, contra la directriz progresista de integración, mostrando una clara orientación política por parte de los dueños del medio:

“Sus ejecutorias trascendieron las fronteras; su vocación fue siempre la de erigirse como líder regional, movido por el anhelo de que el continente se desmarcara de Estados Unidos. Así, creó e impulsó organismos como Unasur y la Alba -esta última junto con Cuba-. Al mismo tiempo, y bajo la égida de Petrocaribe, tendió una red de cooperación que les permitió a países de esta cuenca recibir combustibles a muy cómodos precios, siempre y cuando permanecieran alineados con Caracas” (El Tiempo, 6 de marzo de 2013).

Foucault (1970) señalaba la fuerte relación que existe entre poder, ideología y discurso. En el caso del editorial en estudio, es un reflejo de lo antes señalado: el discurso que se plantea en el plano político reverbera una carga ideológica, ligada al deseo del poder. Presupone que el poder que la clase dominante perdió en Venezuela desde la llegada de la Revolución Bolivariana, sólo se retomará si se deja atrás la ideología bolivariana y socialista de Chávez.

El editorial es el micrófono de la clase dominante que se declara implícitamente anti-chavista, anti-integración regional, anti-revolución bolivariana y anti-comunista (filtro propagandístico). Con la muerte total de Chávez se logrará el retorno a una Venezuela próspera, en caso contrario -como un fiel profeta de desastre- vendrá crisis social, económica y política.

Según el editorial, las relaciones internacionales recuperarán su eje dejando atrás la cooperación e integración, rompiendo relaciones con la Cuba comunista y marxista, y revitalizando las relaciones con Estados Unidos. Lo único rescatable del legado internacional de Chávez es lo obtenido con las Farc para lograr los acuerdos de paz en Colombia, ese legado sí debe prevalecer. Es el discurso hegemónico de una clase dominante con intereses bien definidos.

E 2	Fecha: 8 de marzo de 2013
	Editorial: El fantasma nuclear acecha
	Número de Párrafos (p): 5

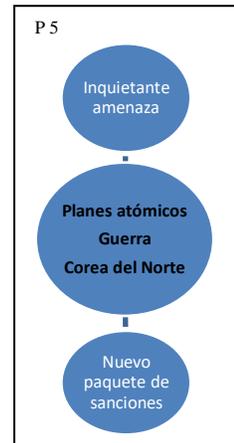
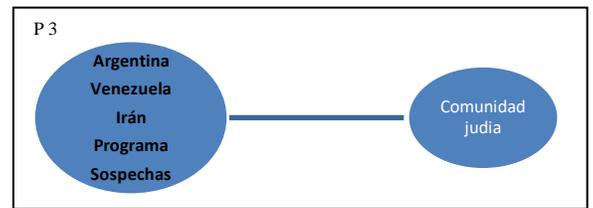
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): armas atómicas (2), Dilma Rousseff (2), defensa, soberanía, submarinos (2), nuclear (2), Argentina (3), Venezuela (3), sospechas, Hugo Chávez (1), Mahmud Ahmadineyad, misiles (2), Estados Unidos (2), Irán (3), uranio, proyectos atómicos (2), guerra, Corea del Norte.

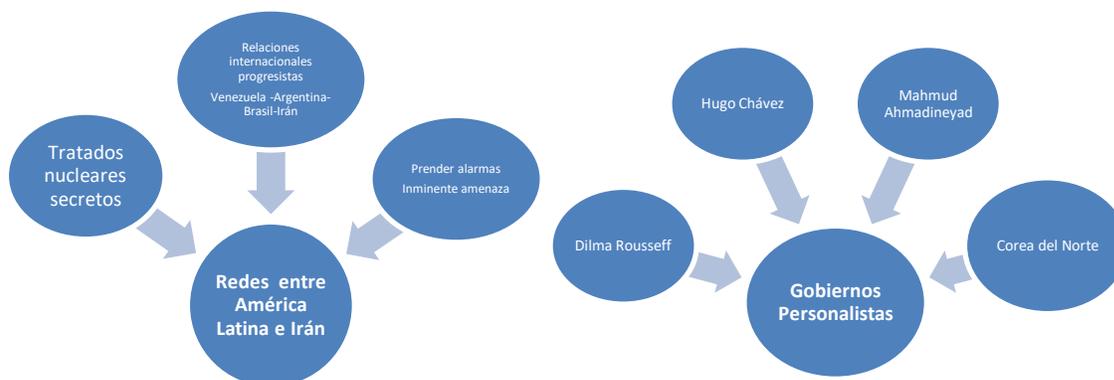
Adjetivación (p: párrafo): (p1) Brasil es pacífico, (p2) Selecto grupo de países, (p3) tratado secreto, (p4) comunidad judía, (p5) nuevo paquete de sanciones, (p5) inquietante amenaza

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabra Clave (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



El editorial del 8 de marzo de 2013, titulado “El fantasma nuclear acecha”, a pesar de no contener en su titular el nombre de Hugo Chávez, ni la palabra “muerte”, que sería la palabra clave de la presente investigación, está a modo intertextual ampliamente ligado con la muerte de Hugo Chávez y sus consecuencias internacionales. Es evidente como el discurso tiene en sí mismo otro discurso que lo contrapone. Se perciben huellas sociales, ideológicas y de poder.

En los primeros 2 párrafos, el texto desde su inicio arroja la idea de amenaza guerrerista cuando el discurso se centra en la palabra clave “armas atómicas”. Todo el discurso se enfoca en un país – República Federativa de Brasil - y tras una concesión

aparente, lo presenta como pacífico pero luego despierta amenazas de guerra bajo una “presunta” defensa de la soberanía. Luego con estrategia se personalización, centra su atención a la presidenta Dilma Rousseff.

Si se detalla analíticamente lo que nos dejan estos primeros párrafos, es que el gobierno que lidera Dilma Rouseff es un gobierno que a pesar de ser pacífico no esconde sus intenciones bélicas, evidenciadas con la adquisición de material bélico nuclear. Lo incorpora a un “selecto grupo” de países potencia con amplia y cuestionada trayectoria militar.

En los párrafos 3 y 4, se desprende el verdadero mensaje a posicionar, el discurso presupuesto, al tomar en cuenta el contexto social y político internacional en que se encuentra sumergido el discurso - se publica 3 días después de la muerte del presidente Hugo Chávez – vincula a Argentina y Venezuela con Irán, en presuntos planes bélicos, sin perder la personalización, nombra a sus principales blancos, Mahmud Ahmadineyad y Hugo Chávez, como los responsables de los planes armamentísticos “secretos”, generando miedo, nervios y especulación en la sociedad internacional, bajo la estrategia de inteligencia emocional Castellsiana.

Con la estrategia político-comunicacional afectiva, se intenta despertar en la opinión pública internacional sentimientos con relación a una posible guerra emprendida por el “eje del mal”: Argentina, Brasil, Venezuela Irán. Una vez más el discurso conservador intenta satanizar a los países latinoamericanos con gobiernos progresistas, dirige sus miras a la izquierda latinoamericana, vinculándola con la idea de terrorismo: uranio + la energía atómica + islamismo. Terror internacional que podrá presentar un punto de quiebre con la muerte de uno de sus líderes, pero no su final, ya que quedan otras amenazas: Argentina y Brasil.

Al final, el editorial cierra con la palabra clave “guerra”, es el mundo - el *establishment*, específicamente - que tiene que “prender las alarmas”, ante la muerte del líder regional izquierdista, y revisar todos los tratados secretos de su nación y de todas las naciones gobernadas por sus seguidores. Y por supuesto, como el discurso conservador va en la línea de las ideas dominantes no se pierde la oportunidad para vincular el progreso

latinoamericano con Corea del Norte, otra nación enemiga del status quo internacional. Es el anti-comunismo expresado, en su máxima expresión, siguiendo uno de los filtros propagandístico del diario conservador en cuestión.

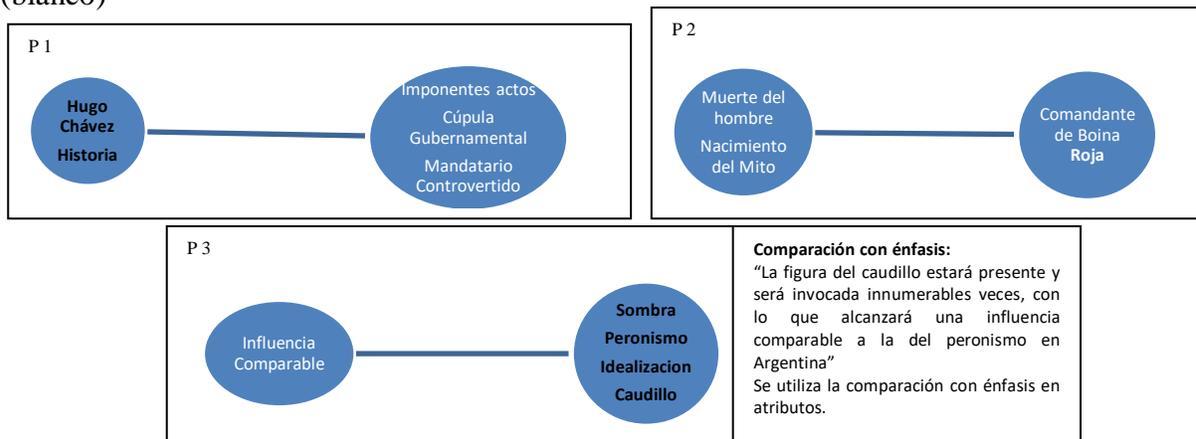
E 3	Fecha: 10 de marzo de 2013
	Editorial: Después de Chávez
	Número de Párrafos (p: párrafo): 12

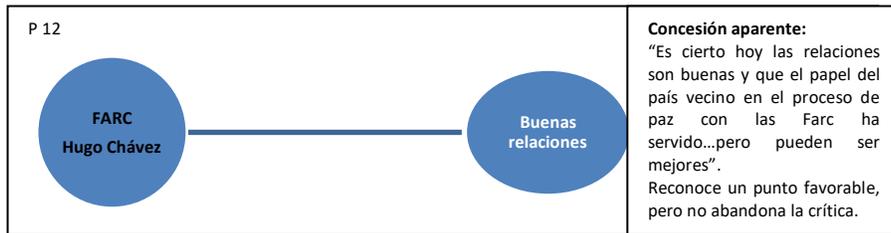
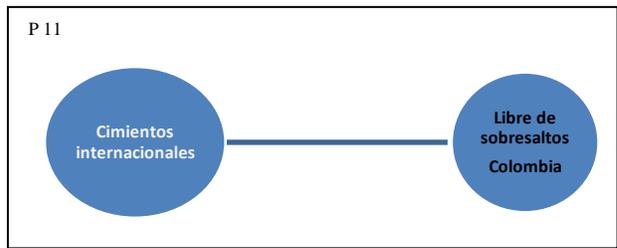
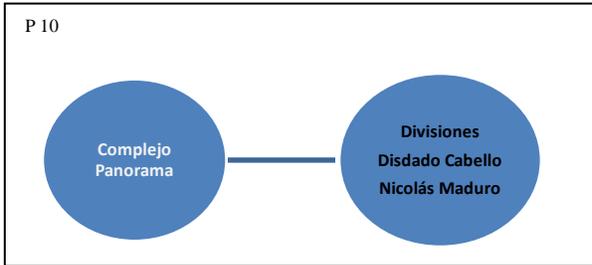
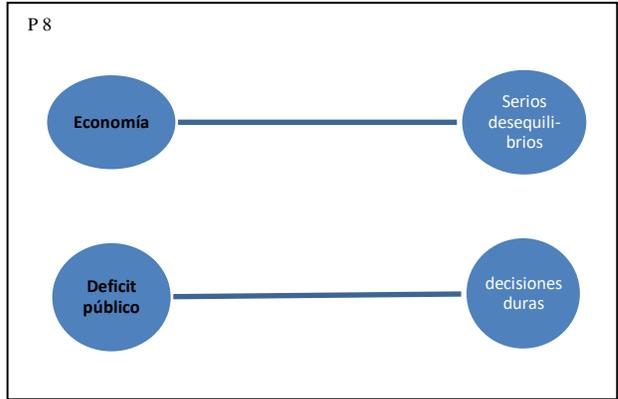
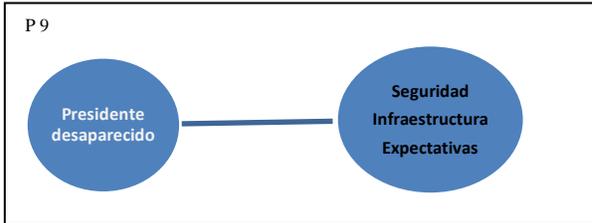
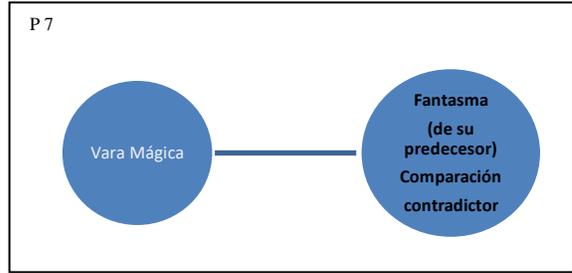
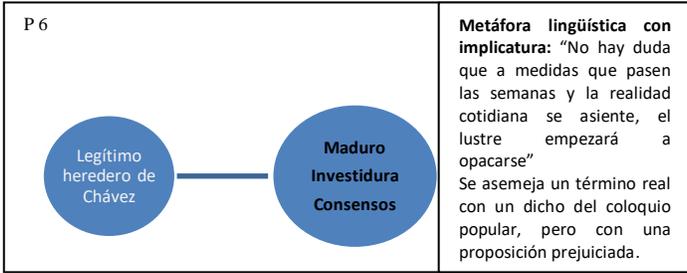
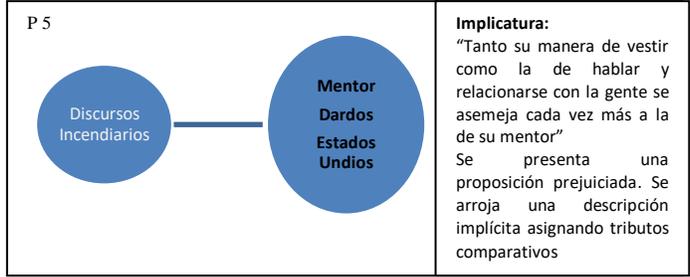
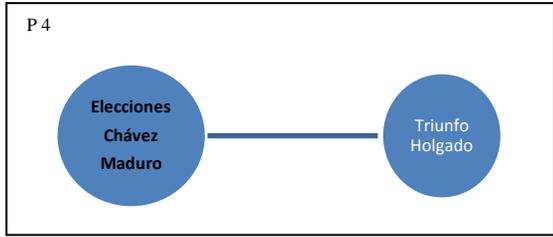
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras claves (número de frecuencia) : p1: Hugo Chávez (4), historia, muerto el hombre, nacimiento del mito, sombra, idealización, caudillo, peronismo, elecciones, Nicolás Maduro(4), triunfo (2), mentor, dardos (hacia Estados Unidos), investidura, consenso, fantasma (de su predecesor), comparación, economía, déficit público, devaluación, inflación, seguridad, expectativas; divisiones, Diosdado Cabello, libre de sobresaltos, Colombia, FARC.

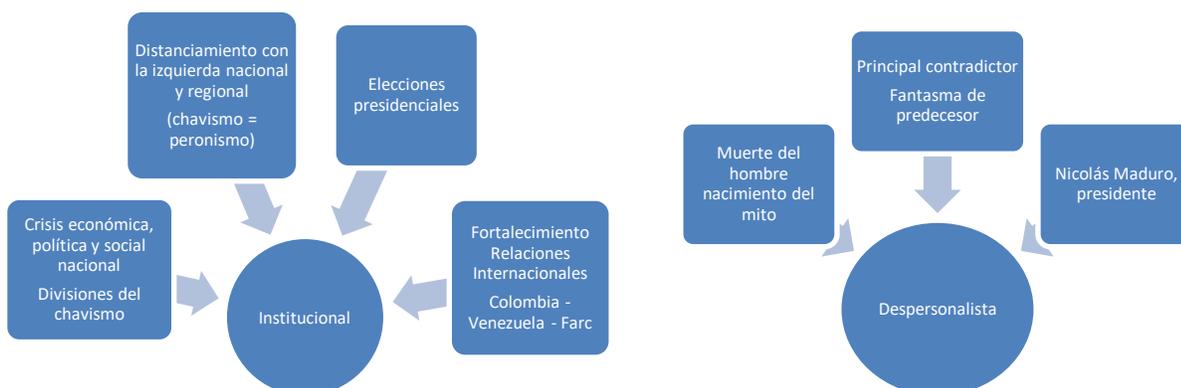
Adjetivación: p1: cúpula gubernamental, “mandatario controvertido”, p2: “comandante de boina roja”, p3: “influencia comparable”; p4: “triunfo holgado”; p5: “discursos incendiarios”; p6: “legítimo heredero de Chávez”, p7: “vara imaginaria”; p8: “serios desequilibrios”, “decisiones duras”, “niveles insostenibles”; p9: “presidente desaparecido”; p10: “complejo panorama”; p11: “cimientos institucionales”; p12: buenas relaciones.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabra Clave (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



En el editorial del 10 de marzo de 2013, del diario El Tiempo, se advierte un notable viraje comparativo centrado en la despersonalización política de Hugo Chávez respecto a Nicolás Maduro, su sucesor. Evidentemente, el contexto político-social del momento, influye en el discurso, se deja atrás el hecho de la muerte como tal, para centrarse en las venideras elecciones. El discurso vuelca su interés a la necesidad de enterrar a Hugo Chávez definitivamente, apostando a la muerte de su legado y pensamiento. Fustiga y anticipa la derrota de un Nicolás Maduro parecido a Chávez, y augura un éxito “libre de sobresaltos” = “libre de Chávez”.

Se evidencia una vez más una ideología conservadora, totalmente anti-comunista, y ligada a los intereses de las potencias. La ideología se encierra en el precepto de la institucionalización para dibujar su objetivo. Sólo perdura la institucionalización – el status quo – si Venezuela se aleja del Chavismo, de Chávez. Lo anticipa al tratar de instalar su imagen en el imaginario como un mito, una leyenda, que como tal quedaría en el olvido: “Muere el hombre pero ha nacido el mito”. Es la estrategia comunicacional de la hegemonía dominante, esconder la verdad y el sustento tras un mito, mito de Barthes (Matterlart, 1976), buscan banalizar el sentido histórico de las cosas

La clase dominante, hegemónica del poder mediático, escupe su ideología tras el filtro propagandístico del anti-comunismo, como parte de la mediatización de la muerte de Hugo Chávez. Si nos vamos a los inicios de la mediatización, nos encontramos con la teoría de la comunicación de masas, que manifiesta que los medios pertenecen a la “esfera de un

En cuanto a la política interna venezolana, instala la idea de división del chavismo, sin Chávez, y apunta el dedo hacia posibles candidatos, dando cuotas de poder a personeros del chavismo, fraguando la idea de confrontación.

Y por supuesto, el filtro de Chomsky (1990), sobre la propiedad del medio prevalece, ya que, El Tiempo, como medio colombiano, y bajo la propiedad de la familia Santos, intenta no perjudicar el proceso de paz emprendido por el presidente Juan Manuel Santos. Todos los editoriales han revelado directamente, el interés de sus propietarios, la necesidad de continuar con las negociaciones para lograr los acuerdos de paz con las FARC, que podrían verse perjudicada ante la muerte del gestor y principal mediador ante el proceso: Hugo Chávez, verdad que no se expresa ampliamente en el discurso.

Cuando toca el tema del acuerdo de paz, de manera paradójica, contraría su idea central. En un completo maniqueo del discurso político en el p12, se deja atrás la despersonalización del “comandante de boina roja”, del “hombre, para revivirlo, apuntando a su objetivo:

“Es cierto que hoy las relaciones son buenas y que el papel del país vecino en el proceso de paz con las Farc ha servido para afianzarlas, pero pueden ser mejores y deben trascender ese aspecto. Así también lo habría deseado Hugo Chávez”

Fairclough (1995) nos habla del engranaje que existe entre el poder y la ideología en los discursos, pero en este editorial evidenciamos, como el poder da muerte a la ideología. A lo largo del discurso y del texto, evidenciamos una postura ideológica firme pero que al final se sacrifica o se ablanda ante el poder. No todo lo que huele a Chávez está podrido, siempre y cuando vaya en sintonía con mis intereses ante el poder.

E4

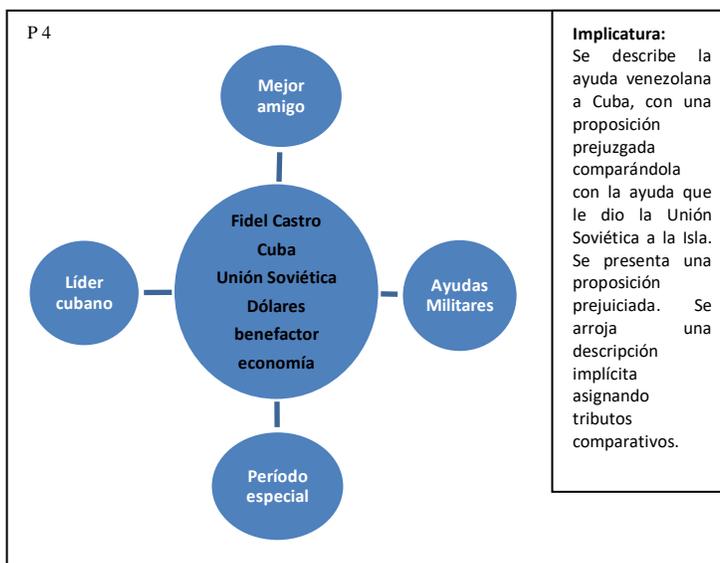
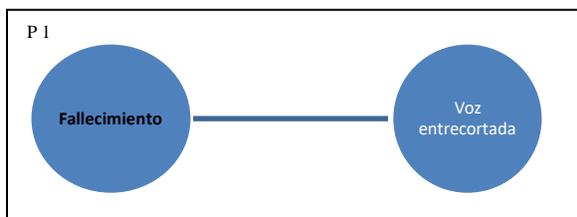
Fecha: 14 de marzo de 2013
Editorial: Comentarios Post Mortem
Número de Párrafos (p): 04

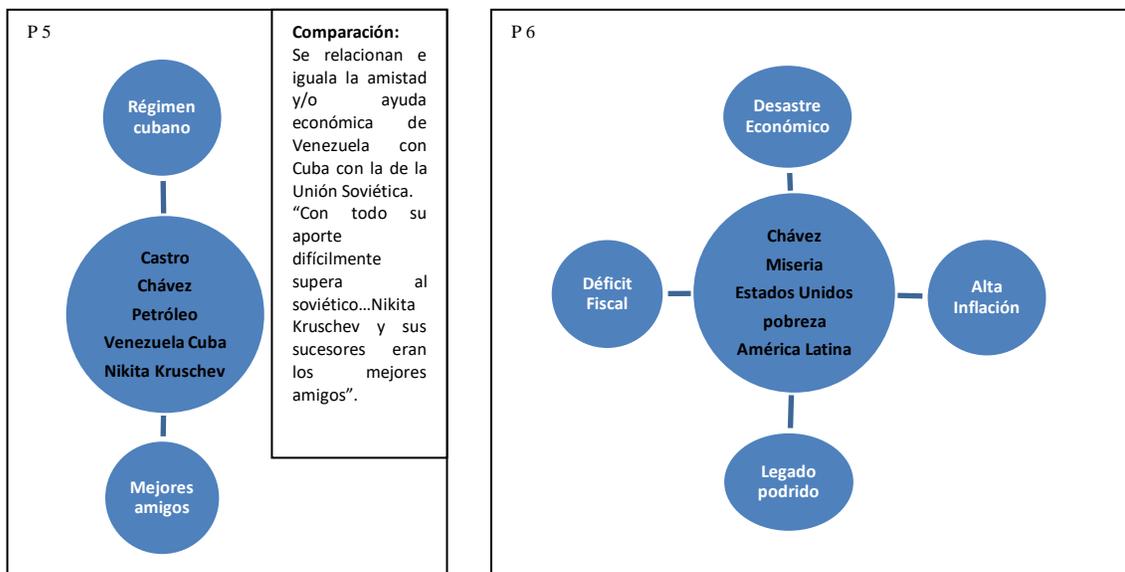
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): muerte (2), elogios (2), detracciones, Hugo Chávez (6), Stalin, Fidel Castro (4), Cuba (3), Unión Soviética (3), benefactor, economía (2), restricción, pobreza, Venezuela (2), Nikita Kruschev, petróleo, Estados Unidos.

Adjetivación (p: párrafo): p1: más grande de Latinoamérica, gran pérdida; p2: mejor amigo, líder cubano, ayudas militares, período especial: p3: régimen cubano, mejores amigos del pueblo cubano; p4: desastre económico, déficit fiscal, más alta inflación, legado podrido.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabra Clave (negra) + Adjetivos (blanco) = Coherencia estructural.





Análisis Interpretativo



El último editorial publicado por el periódico El Tiempo de Colombia, a un mes de la muerte de Hugo Chávez, se sitúa en contexto político–histórico internacional, valiéndose de la comparación, desde el sitio de la ideología conservadora. Se compara la relación de Cuba y Venezuela, con la de Cuba y la Unión Soviética, enfatizando el tema de las presuntas “regalías económicas”. Trata de posicionar la idea del que el motor de estas relaciones bilaterales es el interés económico y energético.

Es el filtro del anti-comunismo lo que priva en el discurso. El anti-comunismo es el supuesto implícito en todo el discurso, aunque no se llega a señalar ni a demonizar directamente a los comunistas: Fidel, Chávez, Nikita Krushev, se apunta a ellos como

objetivos. Tras una descripción comparativa con adjetivación negativa lo que queda en el imaginario social es el vacío significante.

El editorial recontextualiza la muerte de Chávez. La práctica social nos ha permitido detectar como este editorial recontextualiza la muerte como un hecho de repercusiones netamente internacionales. En una relación dialéctica internacional íntima con el conservadurismo y el neoliberalismo global. Retrotrae relaciones pasadas “comunistas” para traerlas al presente, al utilizar la comparación como una técnica lingüística y discursiva que deja la huella en el subconsciente social.

Es la práctica del poder y la hegemonía lo que prima. Los 3 “malos” ejemplos: Rusia, Cuba y Venezuela, no pueden ser imitados por el mundo. Con la intertextualidad se trata de imponer de idea de que el fin económico de los sistemas comunistas, son los dólares y el petróleo, y estos factores financieros serían los que permiten a líderes populistas y comunistas llevar a cabo sus prácticas sociales–populares.

Editorial de La Nación (Argentina)

E5	Fecha: 7 de marzo de 2013
	Editorial: Venezuela y América Latina después de Chávez
	Número de Párrafos (p): 11

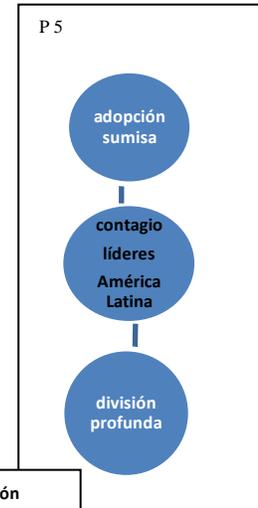
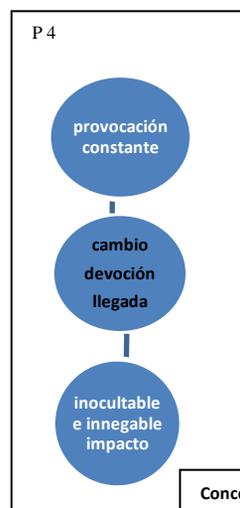
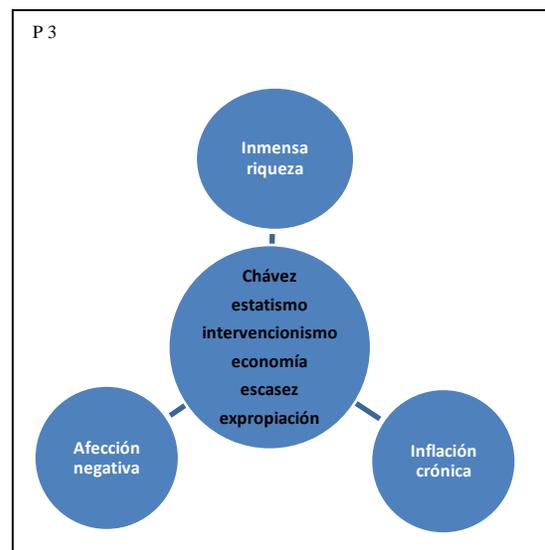
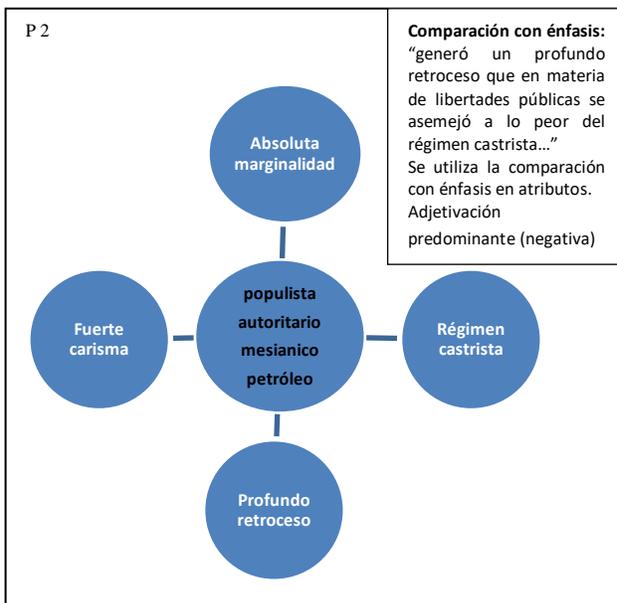
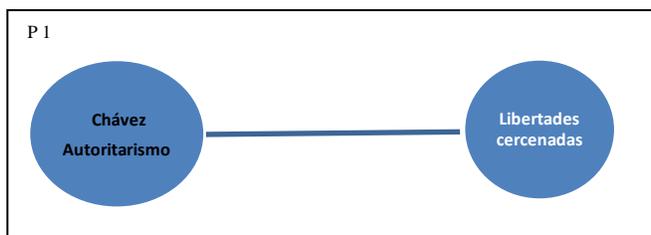
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): Chávez (5), autoritarismo (3), libertades (4), populista, mesiánico, petróleo, estatismo, intervencionismo, economía, escasez, expropiaciones, cambio, devoción, llegada, contagio, líderes, América Latina, erosión, poder, democracia, equilibrio, arbitrariedad, parcialidad, prensa, amenaza, prohibición, periodismo, chavismo (4), opresión, imperialismo, oligarquía, peligro, Cristina Kirchner, globalización, Irán, Venezuela, reencuentro, venezolanos, oposición, oficialismo.

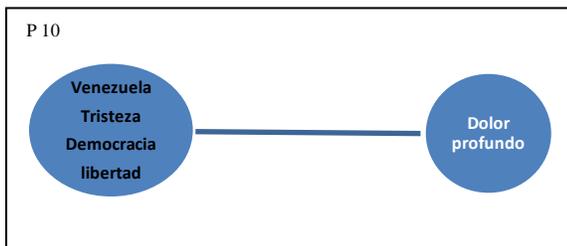
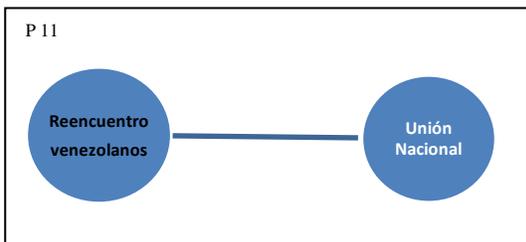
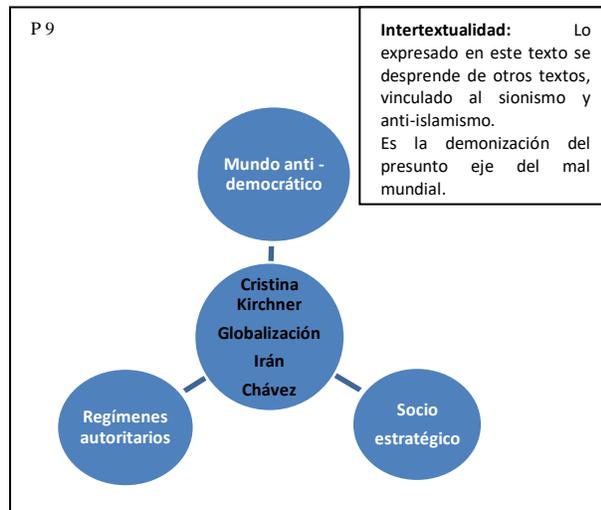
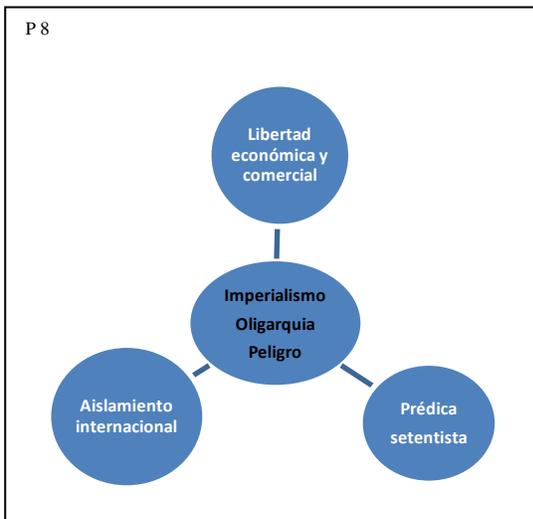
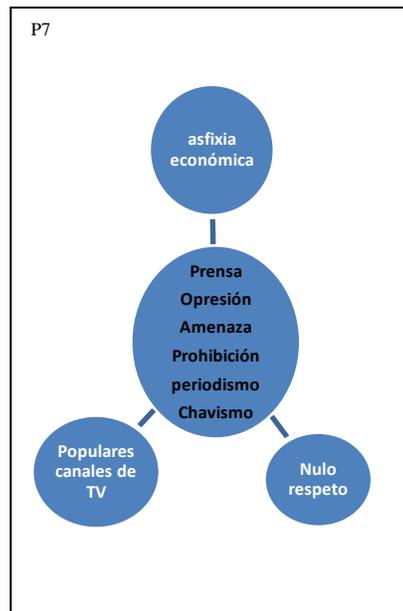
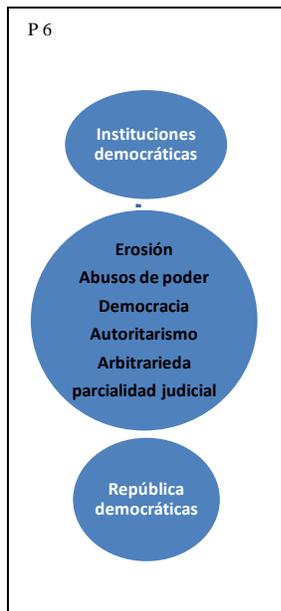
Adjetivación (p: párrafo): p1: libertades cercenadas; p2: fuerte carisma personal, absoluta marginalidad, régimen castrista, profundo retroceso; p3: inmensa riqueza hidrocarburífera, afección negativa, inflación crónica; p4: provocación constante, inocultable e innegable impacto; p5: adoptaron sumisamente, dividiendo profundamente;

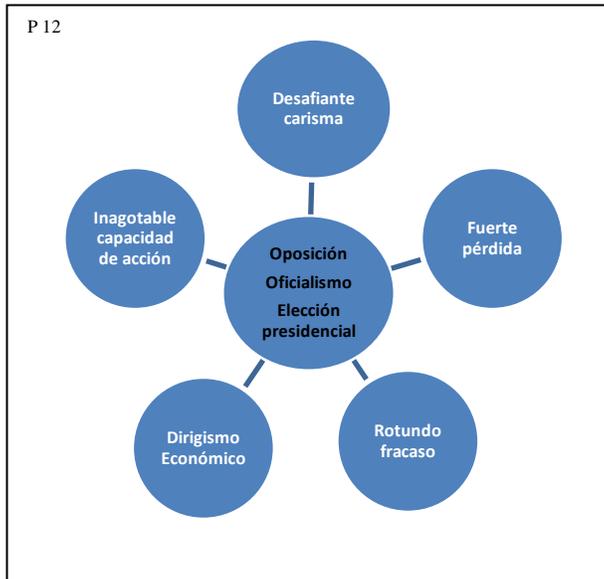
p6: instituciones democráticas, repúblicas democráticas; p7: nulo respeto, populares canales de TV, asfixia económica; p8: aislamiento internacional, prédica setentista, libertad económica y comercial; p9: mundo anti-democrático, regímenes autoritarios, socio estratégico; p10: dolor profundo; p11: unión nacional; p12: desafiante carisma, inagotable capacidad de acción, fuerte pérdida, rotundo fracaso, dirigismo económico, elección presidencial.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabra Clave (negra) + Adjetivos (blanco)

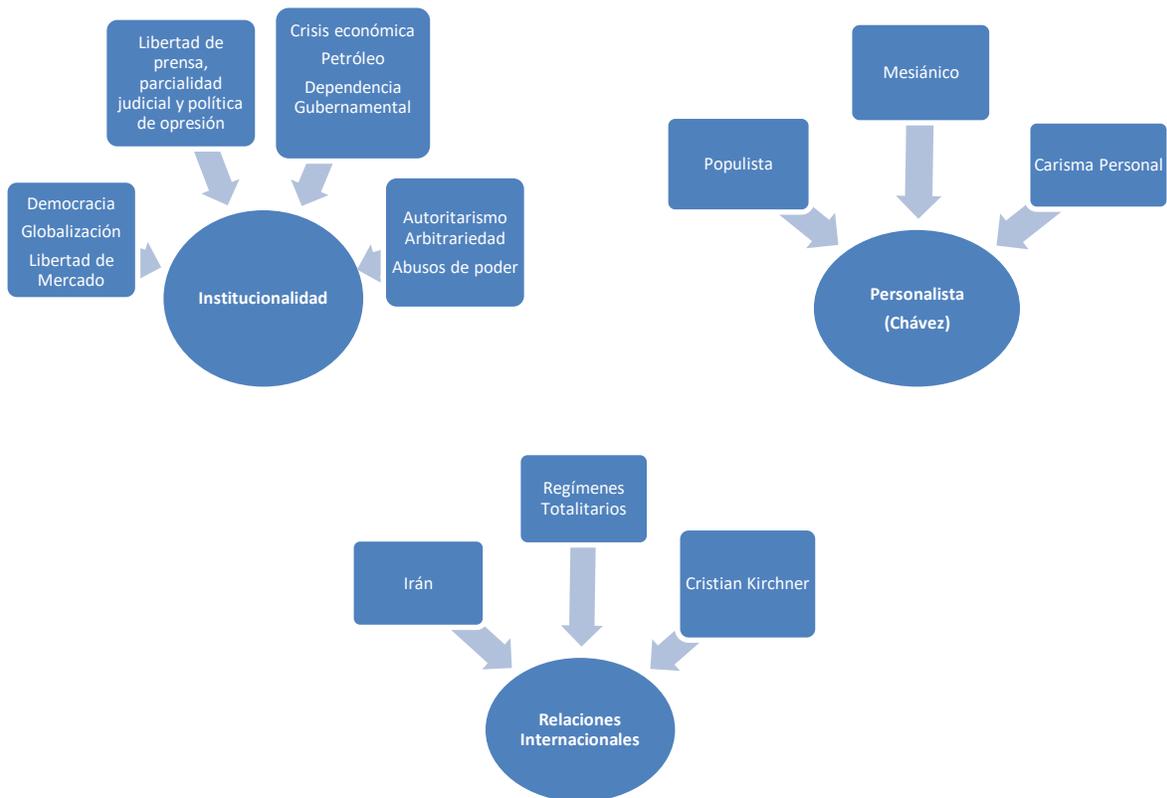


Concesión aparente:
 En el p4 ofrece una cualidad, que luego derrumba en el p5, con una crítica





Análisis Interpretativo



El único editorial publicado por el diario La Nación de Argentina, luego del primer mes de la muerte del Comandante Hugo Chávez, tuvo una exacerbada adjetivación negativa

enfocada en la personalización, se demuestra una vez más como el discurso de conforma como una faceta de la vida social (Fairclough, 2003), donde entran en juego todos los elementos del contexto social y político de un país. Si bien el contexto internacional ha estado presente en los editoriales estudiados hasta ahora, en este diario argentino, me percaté de cómo se arma una historia y una red de poderes políticos en el discurso, alrededor de un interés.

En cuanto a la visión internacional, la prensa conservadora latinoamericana, pone énfasis y teje redes del “mal” para posicionarla en el imaginario social; es la apuesta de que la muerte del líder regional “mesiánico, autoritario, populista...” (Chávez) tendrá que ayudar a Argentina a romper con el eje totalitarista: Argentina-Venezuela- Irán. Pero ¿Por qué Irán? Porque, entre muchos otros aspectos geopolíticos, desde el atentado de la Asociación Mutual Israelita Argentina, AMIA, en 1994, la comunidad internacional ha vinculado al Islam y a funcionarios iraníes en la autoría intelectual y material del siniestro, catalogado como el más sangriento de la historia del país trasandino - con más de 80 personas fallecidas -. Esta operación ha durado dos décadas y, por supuesto, ha tocado directamente al gobierno de izquierda kirchnerista.

El discurso del editorial da cuenta de una representación social, en busca de posicionar en la sociedad argentina un mensaje, al buscar posicionar o relacionar un acontecimiento negativo con algún elemento o situación. Es la regla de la asociación lo que prima, asocian un acontecimiento negativo registrado en el inconsciente argentino para rescatar la representación mental, que vincula los sentimientos y las emociones (Castells, 2009). Al vincular Irán con Chávez y Kirchner, se busca el rechazo natural que en sí generará dicha representación.

Una vez más se posiciona el anti-comunismo y la propiedad de los medios como un filtro propagandístico de la prensa conservadora. Se comprueba cómo la ideología, el poder y el contexto social repercuten en el mensaje que se quiere posicionar desde la representación del mundo de La Nación, en la búsqueda de formación de claras identidades sociales. La Nación busca producir un sentido en lo social, desde lo social (Verón, 1998), es en la determinación social discursiva y en los fenómenos sociales donde se devela la dimensión significativa.

Se observa que la democracia, y la institucionalidad, son ligadas con el status quo, y Chávez, el chavismo y la revolución, con lo contrario. La palabra democracia se instala en el lenguaje conservador como la bandera ondeante que hay que rescatar, y que se perderá en caso de que la muerte de Chávez no signifique su desaparición definitiva. Lo que está en juego es la democracia, la estabilidad y el desarrollo económico en América Latina, no sólo en Venezuela. Para ello, se tiene que tomar en cuenta la localidad del diario analizado, es decir su estructura social, puesto que es el intercambio con la estructura social lo que desarrollara y determinará el discurso (Fairclough, 1995) .

Editoriales de El Mercurio (Chile)

E 6

Fecha: 6 de marzo de 2013
Editorial: La importancia de Hugo Chávez
Número de Párrafos (p): 7

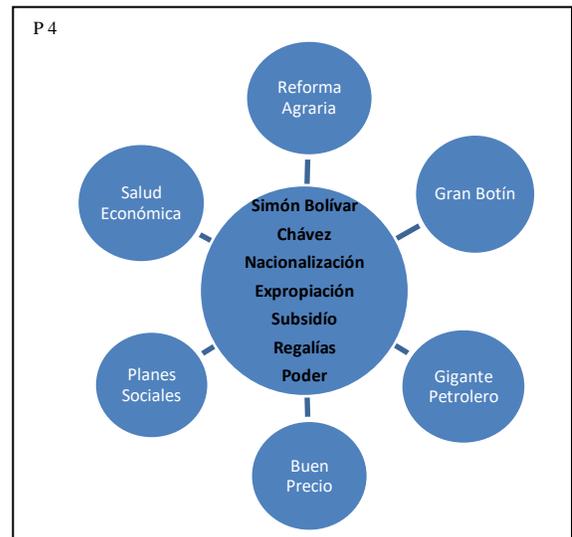
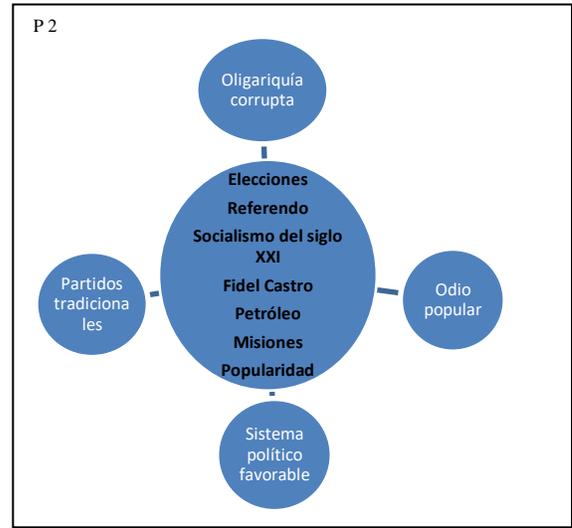
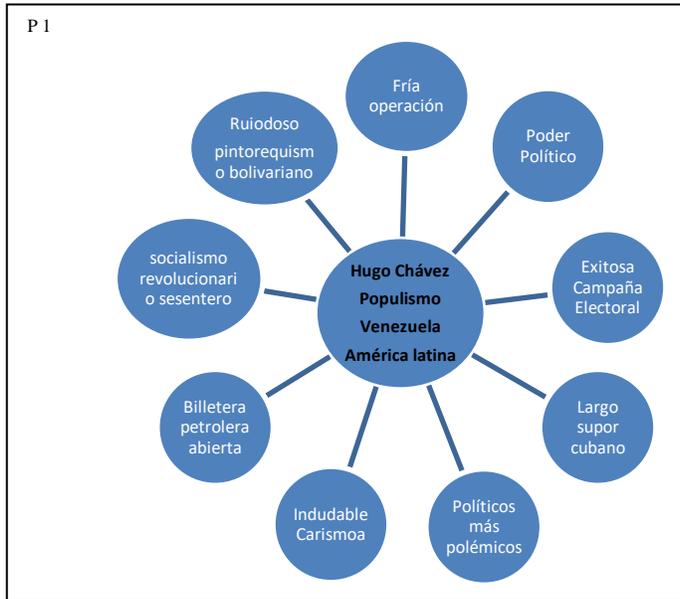
Análisis Lingüístico – Discursivo

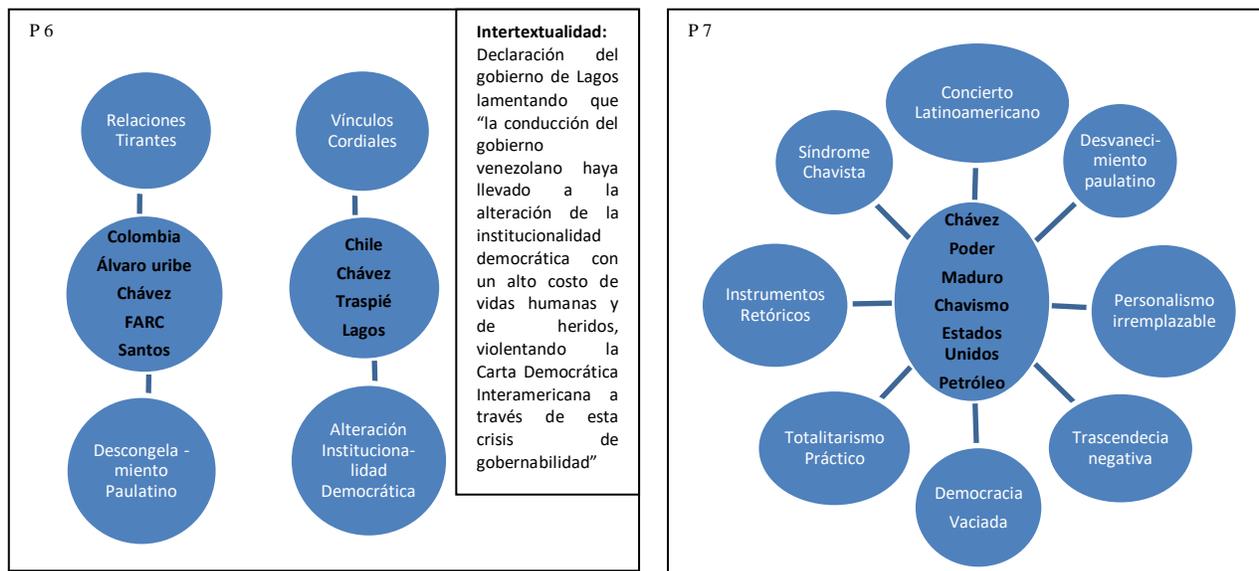
Palabras Claves(número de frecuencia): Hugo Chávez (6), populismo, Venezuela (2), América Latina, elecciones, referendo, socialismo del siglo XXI, Fidel Castro, petróleo (4), misiones, popularidad, polarización, Simón Bolívar, nacionalización, expropiación, PDVSA, subsidios, regalías, poder (3), antiimperialismo, EEUU (2), Cuba, Nicaragua, Bolivia, Ecuador, países caribeños, Irán, Rusia, Colombia, Álvaro Uribe, FARC, Santos, Chile, crisis, Maduro, Chavismo.

Adjetivación(p: párrafo): p1: fría operación, poder político, exitosa campaña electoral, largo sopor cubano, información válida, políticos más polémicos, indudable carisma, billetera petrolera abierta, socialismo revolucionario sesentero, ruidoso pintoresquismo bolivariano; p2: odio popular, oligarquía corrupta, partidos tradicionales, sistema político favorable; p3: habilidades mediáticas, dos mundo inconciliables, medios de comunicación neutrales y opositores; p4: reforma agraria, gran botín, gigante petrolero, buen precio, planes sociales, salud económica; p5: férreas alianzas, lazos diplomáticos controvertidos; p6: relaciones tirantes, descongelamiento paulatino, vínculos cordiales, alteración institucionalidad democrática: p7: concierto latinoamericano, desvanecimiento

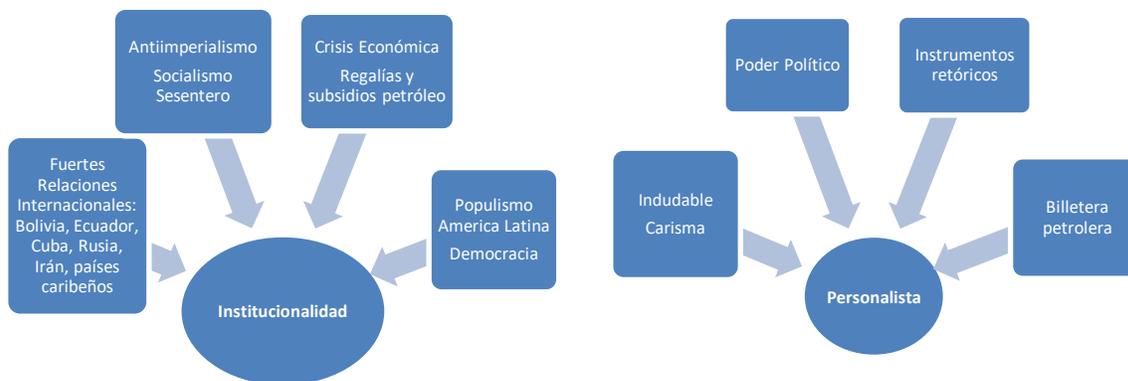
paulatino, personalismo irremplazable, trascendencia negativa, democracia vaciada, totalitarismo práctico, instrumentos retóricos, síndrome chavista.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra)+ Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



El primer editorial publicado por el diario El Mercurio de Chile, luego de la muerte del presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez Frías, muestra una línea discursiva alineada al discurso conservador. La intertextualidad y la adjetivación negativa al referirse del chavismo es el factor común. La tendencia a “latinoamericanizar” el peligro inminente de la expansión de comunismo = castrismo y/o chavismo es lo dominante en el discurso. La muerte de Chávez se presenta como la salvación de la institucionalidad y la democracia de Venezuela y de América Latina.

La retórica expuesta en sitial político de uno de los periódicos más conservadores de Chile, apuesta al rescate del sistema neoliberal en la región latinoamericana. La muerte de Chávez marca el momento de conciencia del sistema por activar el rescate de lo perdido por la influencia chavista en la región. El estado del sistema neoliberal es consistente de su proyecto hegemónico (Fairclough, 2003). La recontextualización del discurso es sobre el rescate de los países que adoptaron sistemas más igualitarios y justos y se alejaron de los proyectos económicos del libre comercio y del capital.

La ecuación retórica es apuntar al desmoronamiento de la izquierda latinoamericana, tras la desaparición física del, que el diario cataloga, líder regional. Es el discurso hegemónico del poder que se impone. El editorial recompone piezas. Personaliza negativamente al líder para luego hacer una apuesta internacional de desvanecimiento y ruptura.

E 7

Fecha: 25 de marzo de 2013
Editorial: Una campaña épica para Capriles Sub títulos: Chávez, “el Dios Padre” (p5-p8) Petróleo para uso clientelista
Número de Párrafos (p): 10

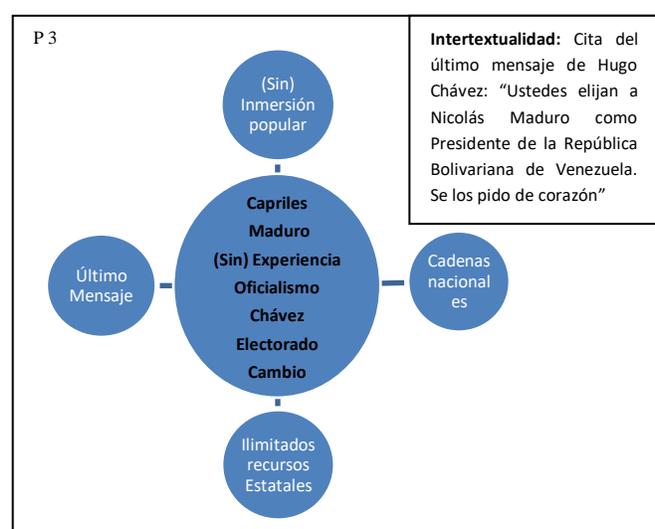
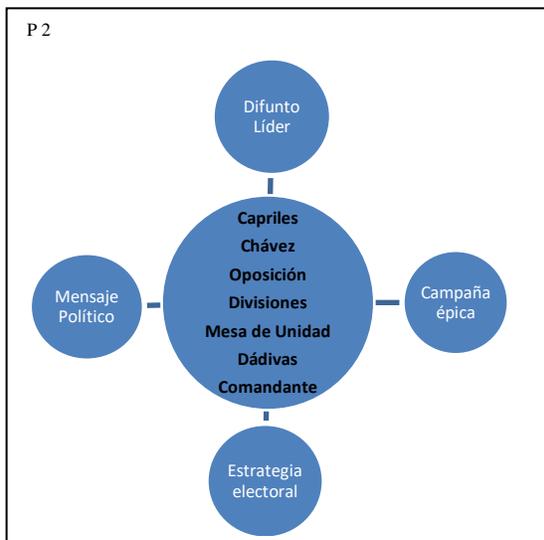
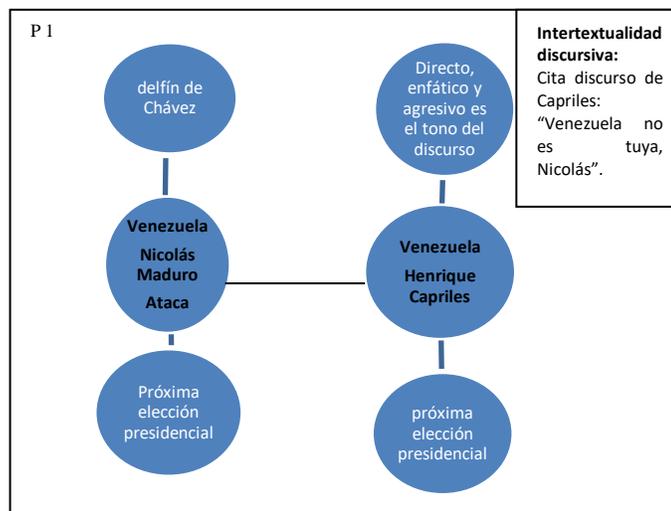
Análisis Lingüístico – Discursivo

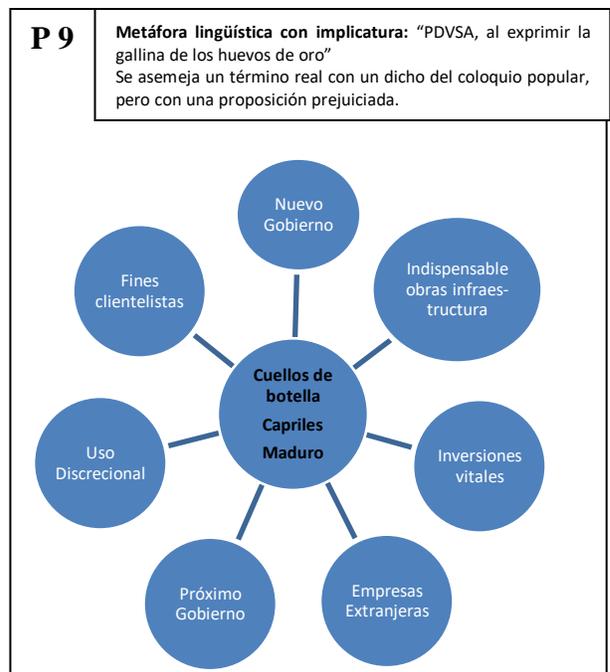
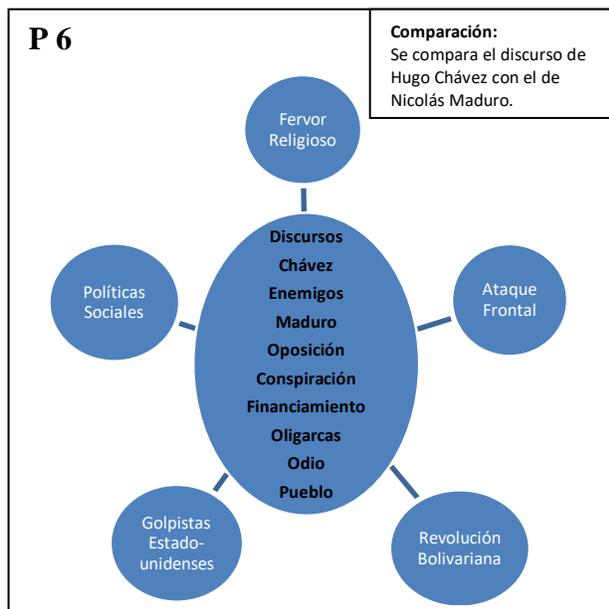
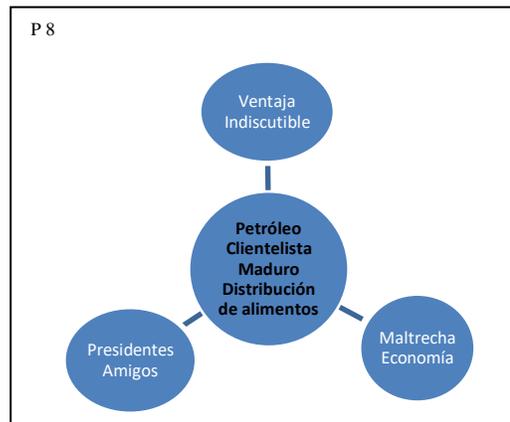
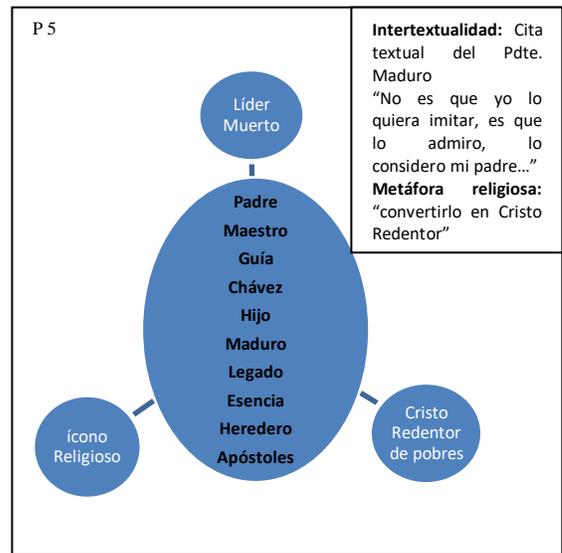
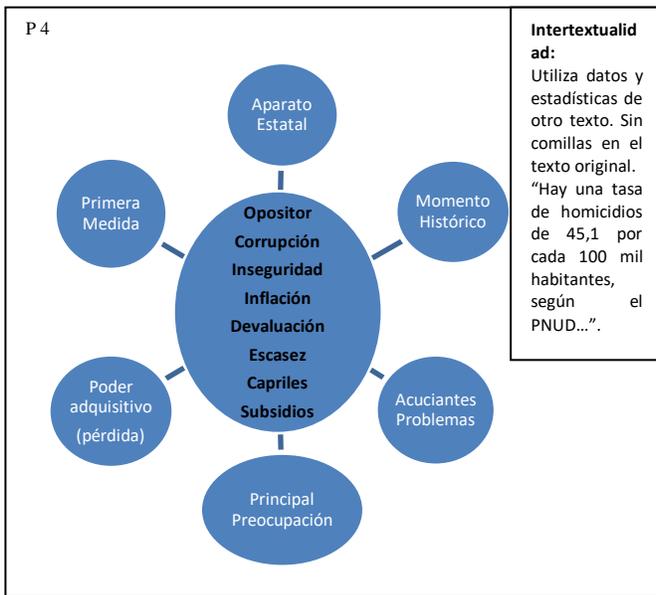
Palabras Claves (número de frecuencia): Venezuela, Nicolás Maduro (9), Henrique Capriles (8), ataca, Chávez (9), carisma, oposición (3), divisiones, Mesa de Unidad, indecisos, dádivas, comandante, oficialismo, electorado, cambio, corrupción, inseguridad, inflación, devaluación, escasez, Cuba, Nicaragua, subsidios, padre, maestro guía, hijo (2), legado (2), heredero, religioso, apóstoles, discursos, enemigos, conspiración, financiamiento, oligarcas, odio, pueblo, estrategia, transfiguración, persuasión, mentor, petróleo, clientelista, cuellos de botella.

Adjetivación (p: párrafo): p1: directo, enfático y agresivo es el tono del discurso, el delfín de Chávez, próxima elección presidencial; p2: difunto líder, campaña épica, estrategia electoral, mensaje político; p3: sin inmersión popular, cadenas nacionales, ilimitados recursos estatales, último mensaje; p4: aparato estatal, momento histórico,

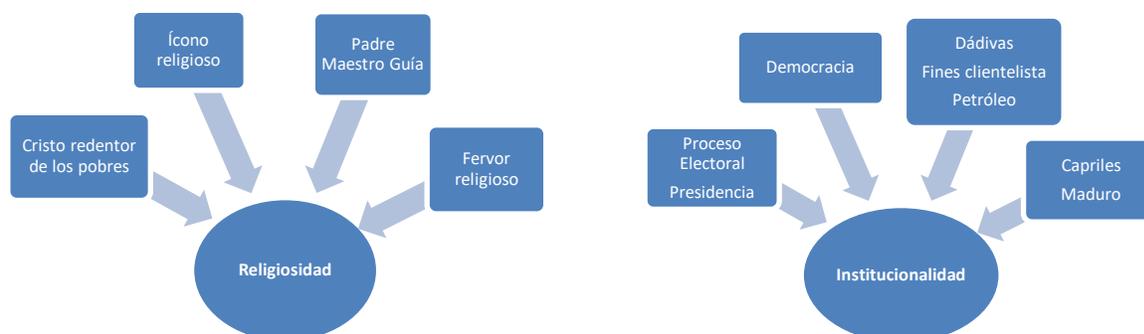
acuciantes problemas, principal preocupación, quinta más alta del mundo, (pérdida) poder adquisitivo, primera medida, países aliados; p5: líder muerto, Cristo redentor de pobres; p6: fervor religioso, ataque frontal, revolución bolivariana, golpistas estadounidenses, políticas sociales; p7: encuestas privadas; p8: ventaja indiscutible, maltrecha economía, presidentes amigos; p9: nuevo gobierno, indispensables obras infraestructura, industria petrolera, inversiones vitales, empresas extranjeras, próximo gobierno, uso discrecional, fines clientelistas

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



La segunda editorial publicada por el diario El Mercurio, el 25 de marzo de 2013, tiene dos puntos focales: la institucionalidad y religiosidad. El segundo es un elemento llamativo y que merece detenerse, pues es el primer editorial de los diarios conservadores estudiados en América Latina que asoma esta estrategia discursiva. Es importante por lo sustantivo en su contenido, porque arroja un significante social directo al imaginario, que en vísperas a unas elecciones puede ser trascendental, pues apuntan a alejar la imagen del hombre, maximizando y divinizando su esencia, provoca sin duda un desfase del sentir y el hacer social.

Luego de 20 días de la muerte de Hugo Chávez como un hecho, El Mercurio, uno de los diarios líderes del conservadurismo mediático en América Latina, introduce un significante religioso que busca desvirtuar la imagen del líder político, posicionándolo como un “ícono religioso”, o un santo, en un ritual con gran “fervor religioso”. Se personaliza como un “Cristo Redentor”, lo que lo aleja de la política, y lo acerca más a lo divino.

Llevarlo a lo sacro es un punto crucial en vísperas a un proceso electoral. Sube la figura, antes política, a los altares, arrancándolo de las bases, de lo popular, es idealizarlo como santo y separarlo de lo común y cotidiano. Pero no conforme con ello, el discurso da un giro lingüístico, con una estratégica de concesión aparente, pues después de la personalización santificado (con clara intencionalidad) lo institucionaliza, demonizando sus logros ante una especie de política clientelista.

Editoriales de El Nacional (Venezuela)

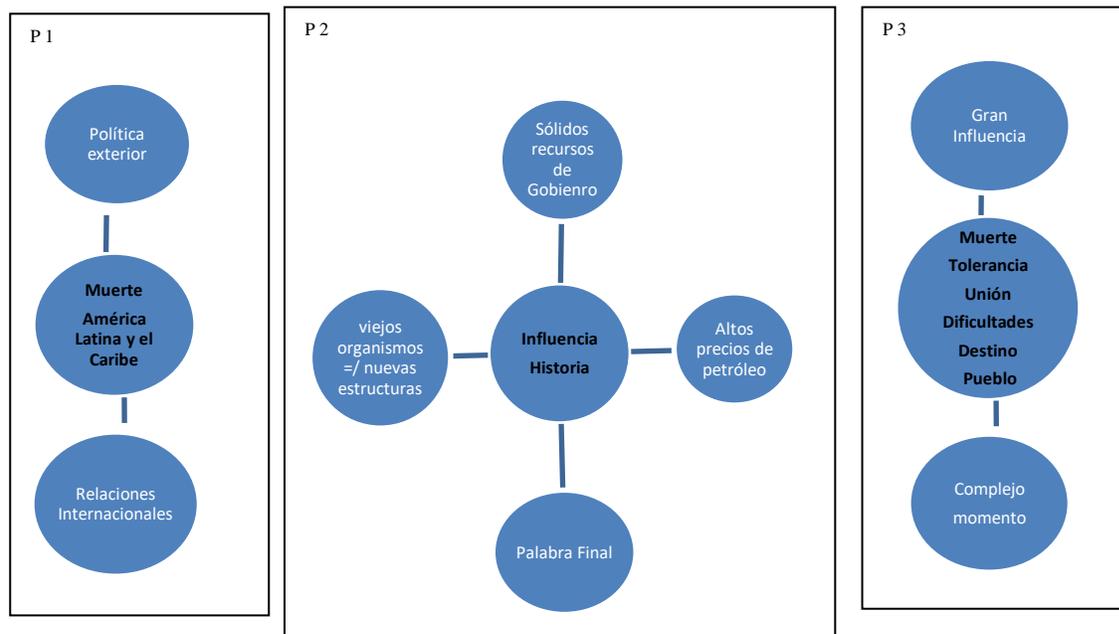
E 8	Fecha: 6 de marzo de 2013
	Editorial: Hugo Chávez Frías
	Número de Párrafos (p): 7

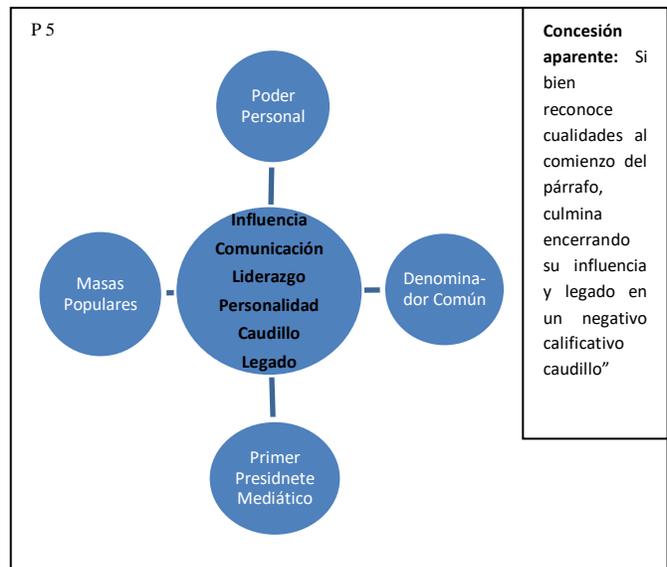
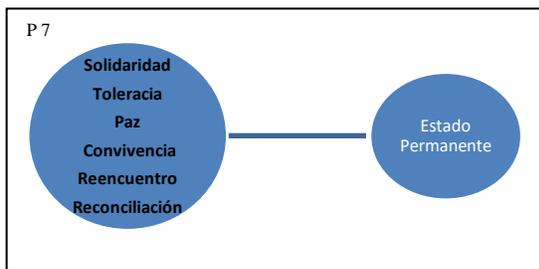
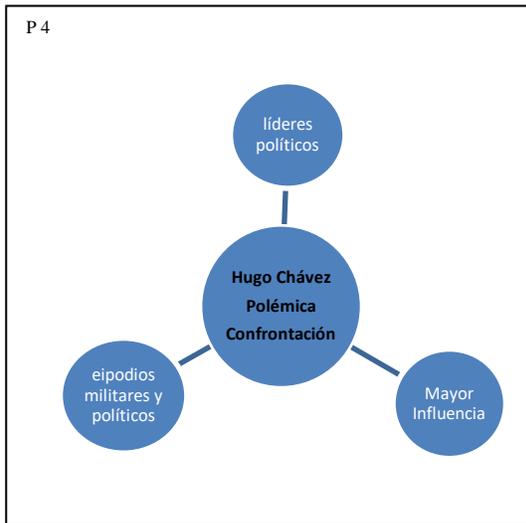
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): muerte, América Latina y el Caribe, influencia (4), historia, solidaridad (2), tolerancia (2), unión, dificultades, destino, pueblo, Hugo Chávez (3), polémica, confrontación, comunicación, liderazgo, personalidad, caudillo, legado, reflexión, paz (2), convivencia, reencuentro, reconciliación.

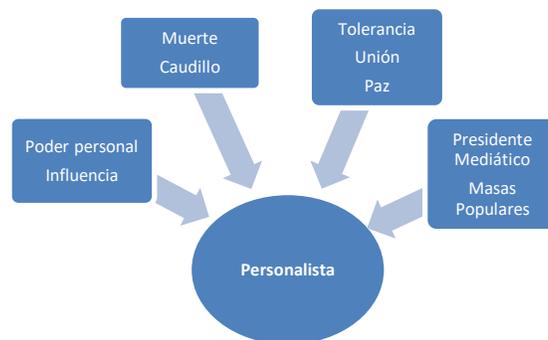
Adjetivación (p: párrafo): p1: política exterior, relaciones internacionales; p2: sólidos recursos de Gobierno, altos precios de petróleo, viejos /organismos =/ nuevas estructuras, palabra final; p3: gran influencia, complejo momento; p4: líderes políticos, mayor influencia, episodios militares y políticos; p5: poder personal, primer presidente mediático, masas populares, denominador común; p6: n/h; p7; estado permanente.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



El primer editorial del periódico El Nacional de Venezuela, luego de la muerte de Hugo Chávez, se centra en el personaje y desde él va generando matrices basadas en la

“gran influencia” que el “caudillo” tuvo en su país y en el continente americano. Si bien lo describe desde su “poder personal” y su liderazgo político, la idea que otorga es ante la muerte del caudillo, se tiene que dejar atrás la confrontación y dar paso a la “unión” y “paz”.

La personalización se presenta como un fuerte rasgo de la mediatización política utilizada por el editorial. Se dejan atrás argumentos sólidos, sustantivos del legado del personaje. Se crea un discurso desde el espectáculo–especulación (Arancibia, 2002), cayendo en el detrimento del personaje político y de la política misma. Se utiliza una y otra vez los “*sound bites*” (Casado, 2015), para rellenar líneas con las mismas etiquetas introducidas en la opinión pública, desde el mismo momento que Chávez apareció en el espectro mediático–político.

En el editorial se adjetiva, sin argumentos ni sustentos, no existe intertextualidad ni formalidad, es un discurso creado desde una intención política especulativa. Personaliza desde la banalidad, “primer presidente mediático”, aclarando que sólo llegó o se comunicó con las “masas populares”, término que desde la comunicación mediática es utilizado para referirse a la manipulación (Chomsky, 1990), alejado del raciocinio.

E 9	Fecha: 8 de marzo de 2013
	Editorial: Historia repetida
	Número de Párrafos (p): 7

Análisis Lingüístico – Discursivo

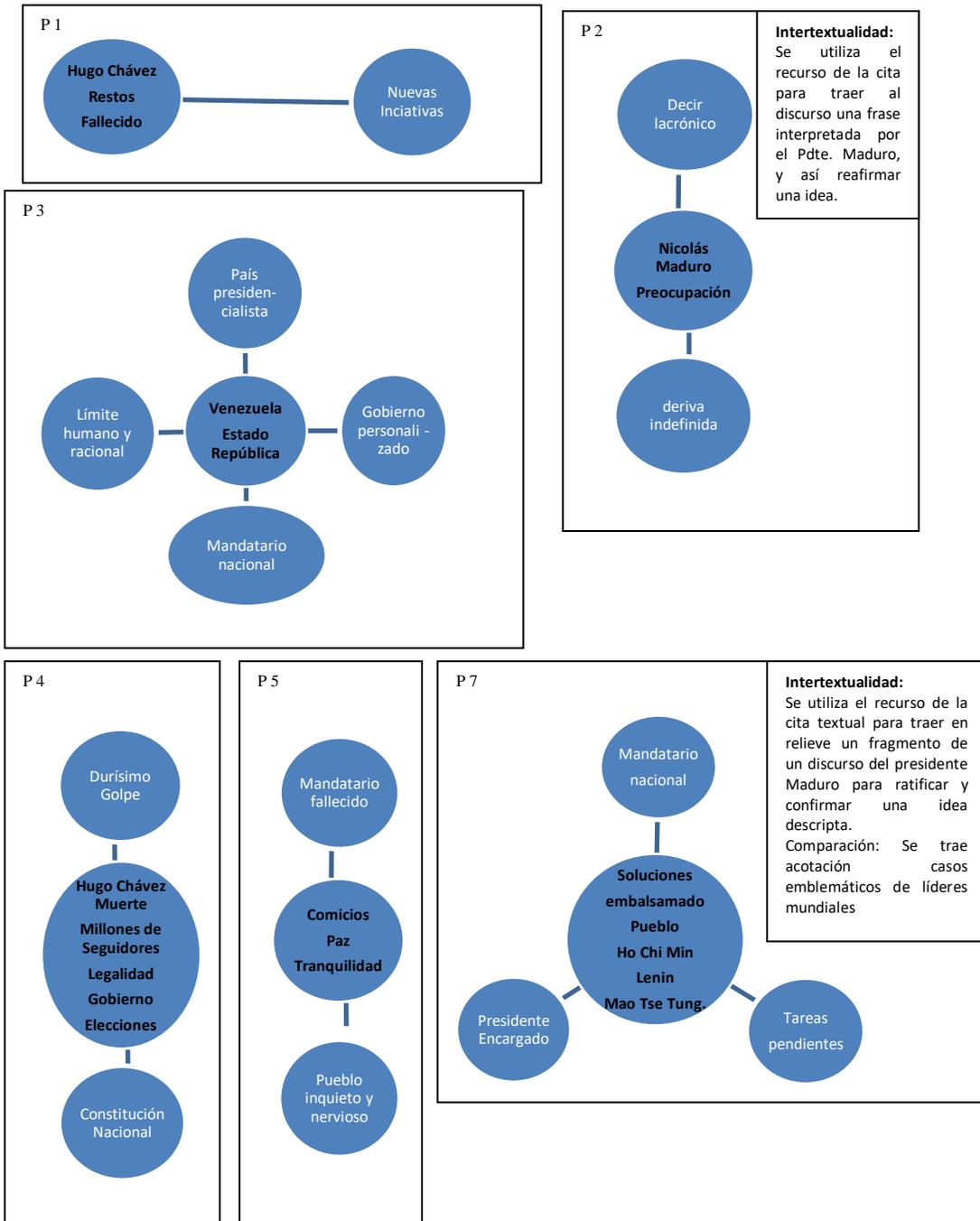
Palabras Claves (número de frecuencia): Hugo Chávez (2), restos, fallecido, Nicolás Maduro, preocupación, Venezuela, Estado, República, muerte, millones de seguidores, continuidad, legalidad, gobierno (2), elecciones, comicios, paz, tranquilidad, José Mujica, venezolanos, madurez, soluciones, embalsamarlo, pueblo, Ho Chi Min, Lenin, Mao Tse Tung.

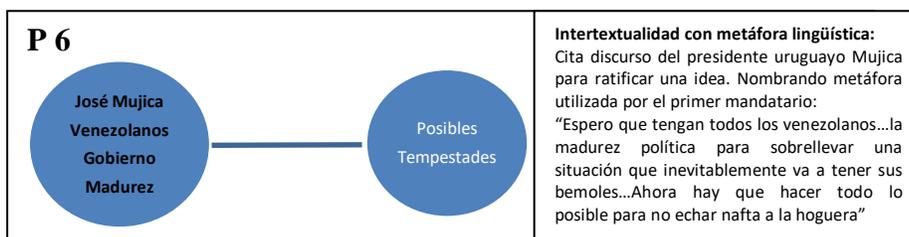
Adjetivación (p: párrafo): p1: nuevas iniciativas; p2: decir lacónico, deriva indefinida; p3: país presidencialista, gobierno personalizado, mandatario nacional, límite humano y racional; p4: durísimo golpe, Constitución Nacional; p5: mandatario fallecido,

pueblo inquieto y nervioso; p6: posibles tempestades; p7: mandatario nacional, tareas pendientes, presidente encargado, abierto eternamente

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos

(blanco)





Análisis Interpretativo



El segundo editorial publicado en el periódico venezolano en estudio continúa con la línea de la personalización del personaje, focalizado en el hecho – la muerte - con llamativo tono fatídico, con maximización de la desaparición física como elemento catalizador de desastre ante un pueblo, que fue sometido a un régimen personalista, planteado por un “límite humano y racional”. El discurso avvicina desastres ante las “tempestades”, sin el capitán al mando del timón. El significante, la desgracia ante la muerte, se vehiculiza tras la metonimia (Villar, 2001). Sin decirlo, el contenido vehiculiza la idea de catástrofe ante la muerte del padre.

El anti-comunismo se hace presente de manera intertextual, pues cuando se trae acotación la cita del presidente Nicolás Maduro sobre el futuro del cuerpo del presidente Hugo Chávez, en cuanto al posible embalsamamiento, se mencionan a tres de los personajes más emblemáticos del comunismo mundial: Ho Chi Min, Lenin y Mao Tse Tung.

La emoción influye en la opinión política (Castells, 1999). A esta premisa es a lo que apuesta el discurso político de los editoriales de El Nacional: la muerte del líder influirá en la opinión pública y evidentemente en la toma de decisiones políticas del pueblo venezolano. Avicinar “tempestades”, ocasionadas por el modelo paternalista implementado

por el chavismo, arroja el elemento de “cambio” a la hora de decidir el futuro de la nación. El chavismo creó un padre inmortal, ahora que no está, todo se derrumbará.

E 10

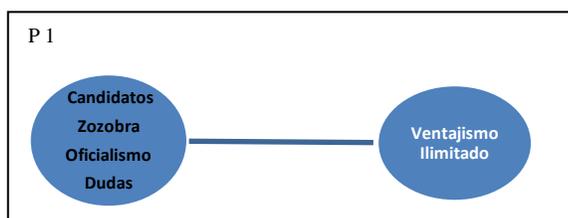
Fecha: 11 de marzo de 2013
Editorial: El clima político
Número de Párrafos (p): 7

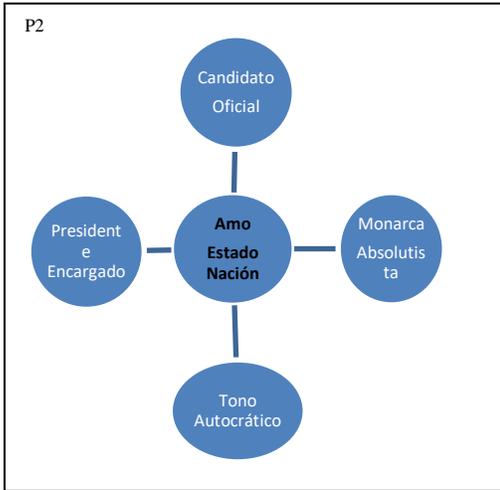
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): candidatos (3), zozobra, oficialismo (4), dudas, amo, Estado, Nación, Maduro, peones, ajedrez, presupuesto, campaña (3), PDVSA, desequilibrio, inequidad, abusos (3), efectos, bumerán, desconfianza, avasallamiento, perturbación, paz, represión, pesadilla, observadores, UNASUR, CELAC, ALBA, escogidos, fanáticos, uso, contención.

Adjetivación (p: párrafo): p1: ventajismo ilimitado; p2: candidato oficial, monarca absolutista, tono autocrático, presidente encargado; p3: recursos públicos, funcionarios públicos, movilización popular; p4: candidato oficial, vasta y poderosa red de comunicación; p5: opinión pública, innumerables vehículos oficiales, vida cotidiana, megáfonos bulliciosos; p6: revolución bolivariana; p7: recursos públicos, medios estatales, lenguaje perdonavidas

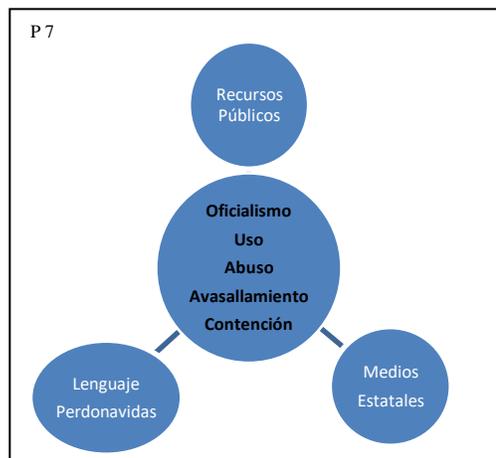
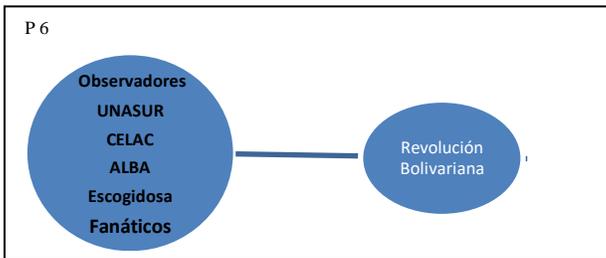
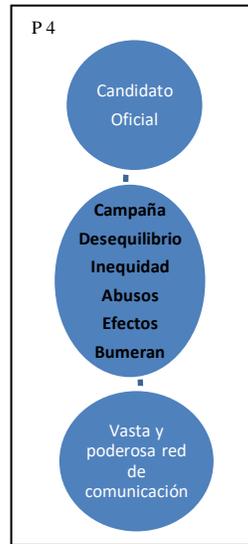
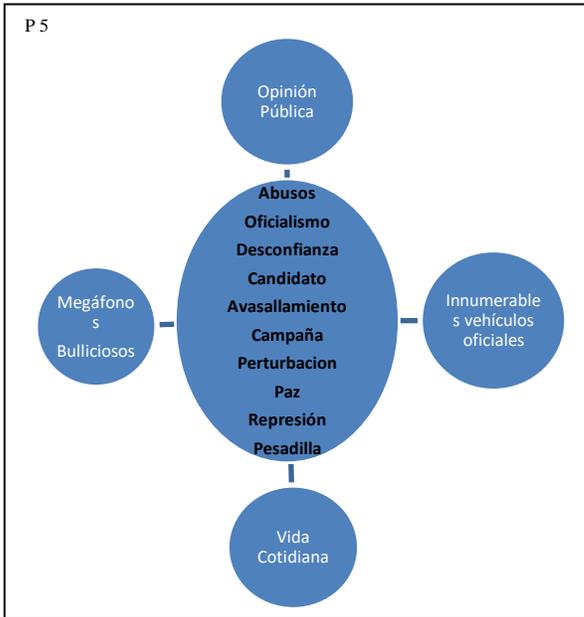
Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabra Clave (negra) + Adjetivos (blanco)





P3

Interrogación retórica con concesión aparente: “una originalidad, el presidente de PDVSA, será el jefe de movilización popular, ¿saben lo que significa?”
 La frase se abre con una palabra positiva, pero luego superpone una pregunta con término negativo en sí. Interroga sobre algo, que ya esta respondido en sí mismo, en líneas anteriores.



Análisis Interpretativo



En el tercer editorial publicado por El Nacional se observa un lenguaje mediado por lo político. El medio entra al juego político y utiliza todos sus recursos para mal evaluar a un candidato, se basa en la personalización del “candidato oficial”, para caricaturizarlo políticamente y posicionarlo en el imaginario social, según las características mediatizadas presentadas. Es un discurso donde la tesis Foucaultiana sobre el poder y el deseo llega a su máxima expresión. El discurso de El Nacional denota un poder en sí mismo y traduce los sistemas de dominación, se impone ante una sociedad, que desea controlar. Es el reflejo del deseo por mantener o acrecentar el poder, lo que lleva a posicionarse ideológicamente.

Al adentrarse el período electoral, vemos como la práctica social (Fairclough, 1995) influye sobre el discurso del medio de comunicación: ya no es un texto dedicado a Hugo Chávez o a su muerte, se viró a su realidad y entorno social, y entra a la jugada electoral, directa pero implícitamente. Se convierte en actor político que sube a la tribuna a hablar, dejando vacíos significantes, pues arremete contra un candidato descuidando a los demás.

La coyuntura, la historia varió el discurso (Sartori, 2011), y el lugar también, pues si lo comparamos con los editoriales de los otros medios de comunicación, se observa cómo su ubicación geográfica, el hecho de encontrarse en el campo de juego, y no ser un simple espectador, lleva al discurso a tomar partido y a alinearse directamente a un bando. Pero, inevitablemente este actuar está ampliamente comprometido al poder; es el poder influir en el electorado de un país el motor que se encuentra perenne en cada palabra plasmada por El

Nacional; es el poder, el desear poder tener más, o poder cambiar el sistema político, volver al status quo de las cosas.

E 11

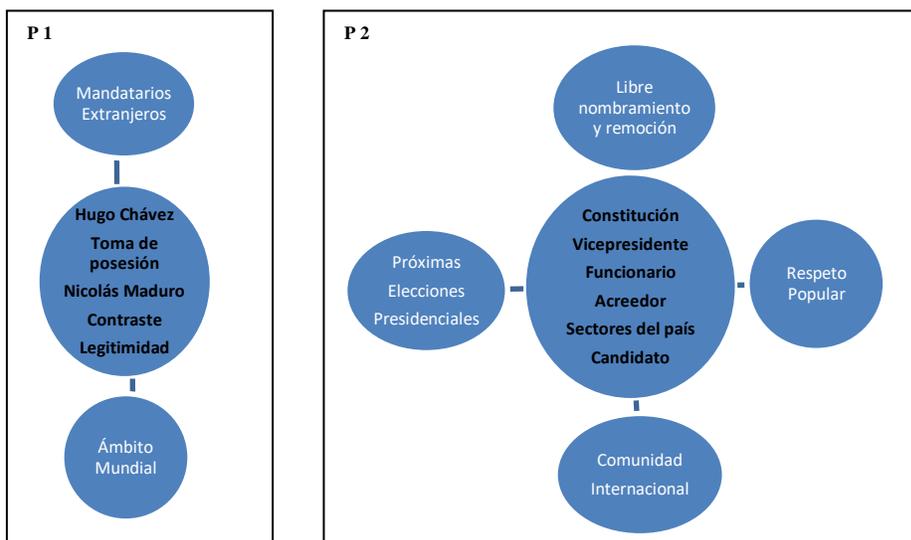
Fecha: 11 de marzo de 2013
Editorial: Mañana y tarde
Número de Párrafos (p): 5

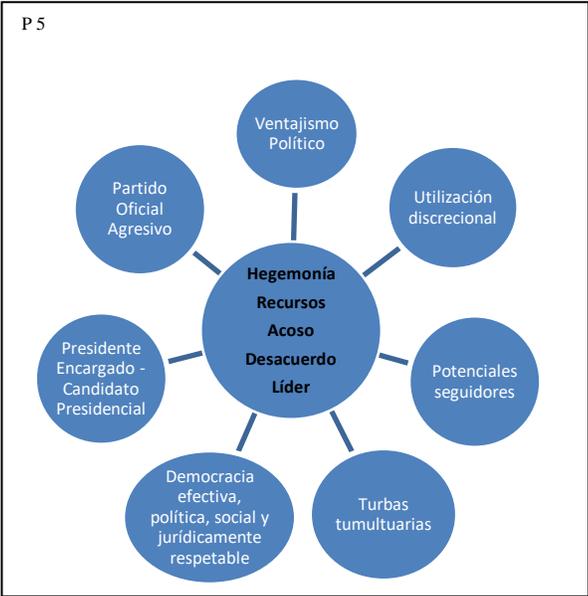
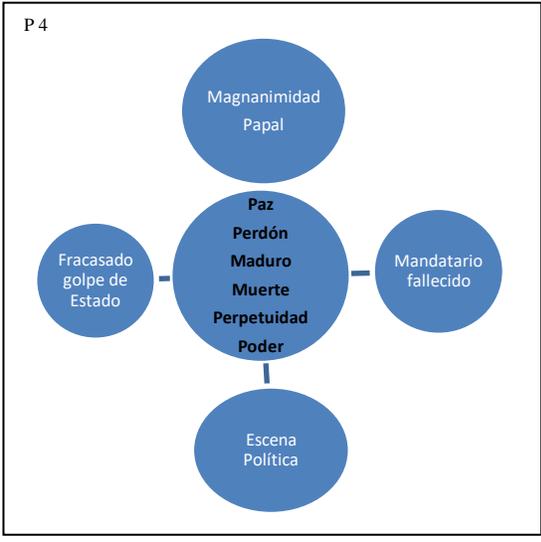
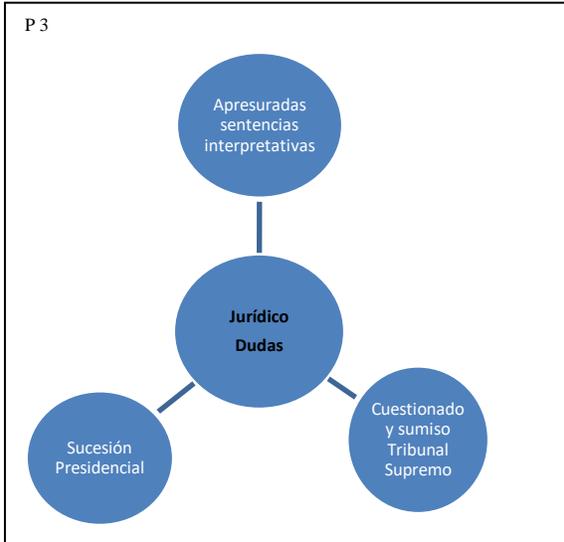
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): Hugo Chávez (2), toma de posesión, Nicolás Maduro (2), contraste, legitimidad, Constitución, Vicepresidente, funcionario, acreedor, sectores del país, candidato, jurídico, dudas, paz, perdón, muerte, perpetuidad, poder, hegemonía, recursos, acoso, desacuerdo, líder, dirigentes.

Adjetivación (p: párrafo): p1: mandatarios extranjeros, ámbito mundial; p2: libre nombramiento y remoción, respeto popular, comunidad internacionál, próximas elecciones presidenciales; p3: apresuradas sentencias interpretativas, cuestionado y sumiso Tribunal Supremo, sucesión presidencial; p4: Magnanimidad papal, mandatario fallecido, escena política, fracasado golpe de Estado; p5: ventajismo electoral, utilización discrecional, potenciales seguidores, turbas tumultuarias, democracia efectiva, política, social y jurídicamente respetable, presidente encargado – candidato presidencial, partido agresivo.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



El editorial de El Nacional del 11 de marzo desarrolla un discurso político partidista, que al igual que el anterior, genera mensajes dirigidos al electorado, para que estimulen el reavivamiento de la “democracia efectiva, política, social y jurídicamente respetable”, sólo posible dejando atrás las propuestas del “partido oficialista violento”, y dando paso a un cambio, evitando los deseos oficialistas de “perpetuidad en el poder”.

Instaura a la vez un lenguaje de miedo al desfigurar la imagen de un candidato y de un partido, con el fin de crear incertidumbre en la opción del votante y aumenta las probabilidades de cambio en la preferencia política (Castells, 2009). La información otorgada por el editorial está ampliamente ligada con la emoción, la mezcla presente a la hora de construir los mensajes políticos también se presenta en la mente del receptor.

El editorial busca crear una identidad del oponente posicionando *sound bites* (Casado, 2015), satanizando la identidad del adversario, sin argumentos ni fundamentos, posicionando palabras, frases que identifiquen a ese oponente: “Ventajismo Político”, “Partido Oficial Agresivo”, “Hegemonía”, “Perpetuidad en el poder”. Toca los puntos más sensibles del electorado venezolano para ir directo a sus emociones, busca dejar de lado la racionalidad para priorizar lo emotivo.

E 12

Fecha: 13 de marzo de 2013
Editorial: Debate civilizado
Número de Párrafos (p): 7

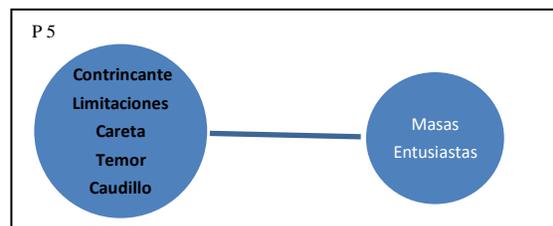
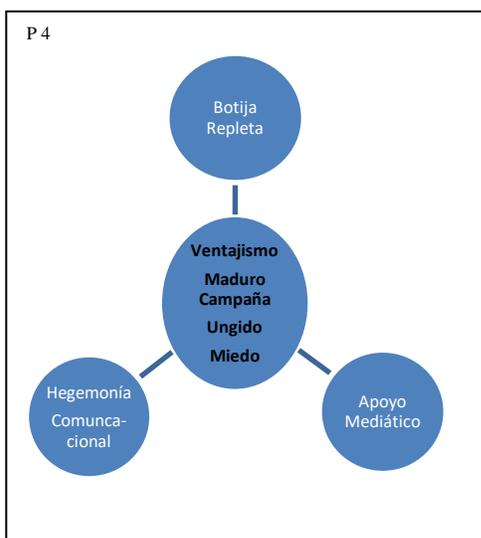
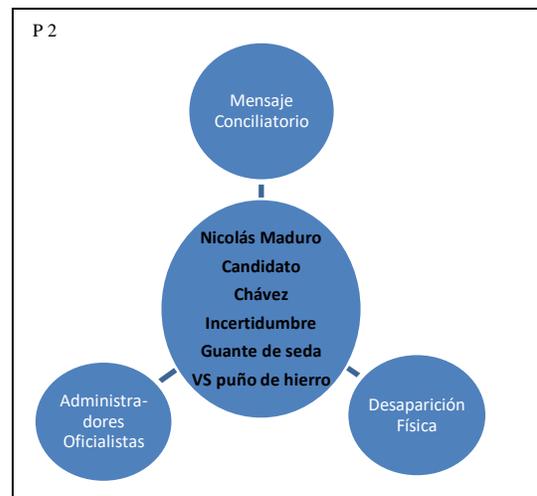
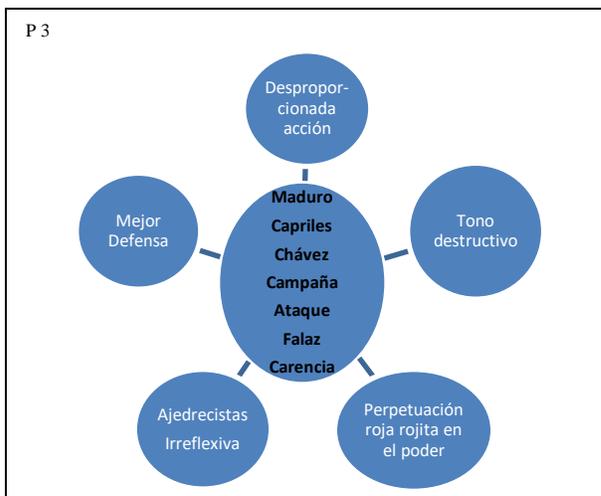
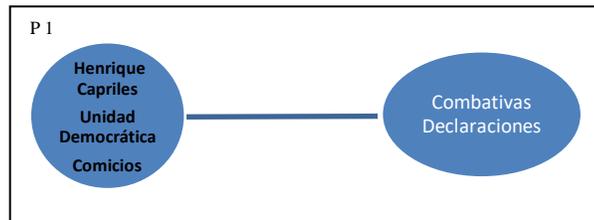
Análisis Lingüístico – Discursivo

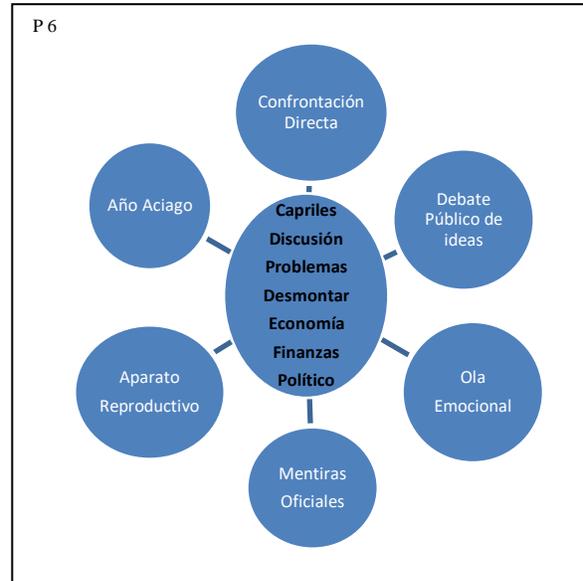
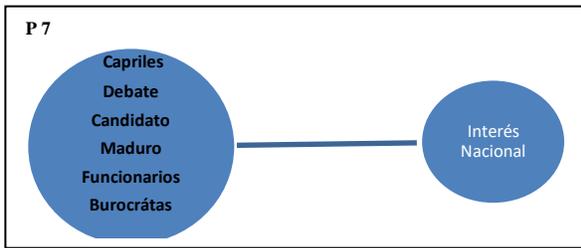
Palabras Claves (número de frecuencia): Henrique Capriles (7), unidad democrática, comicios, Nicolás Maduro (5), candidato (2), Chávez (3), incertidumbre, guante de seda = puño de hierro, ataque, falaz, carencia, ventajismo, campaña (3), ungido, miedo, contrincante, limitaciones, careta, temor, caudillo, discusión, problemas, desmontar, economía, finanzas, político, debate, funcionarios, burócratas.

Adjektivación (p: párrafo): p1: Combativas declaraciones; p2: mensaje conciliatorio, desaparición física, administradores oficialistas; p3: Desproporcionada reacción, Tono destructivo, Perpetuación roja rojita en el poder, Ajedrecistas irreflexivos, Mejor defensa;

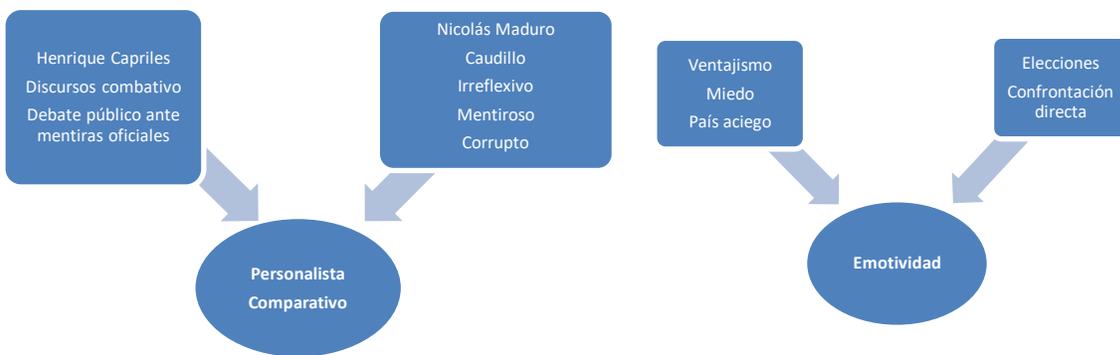
p4: botija repleta, apoyo mediático, hegemonía comunicacional; p5: masas entusiastas; p6: confrontación directa, debate público de ideas, ola emocional, mentiras oficiales, aparato reproductivo, año aciago; p7: interés nacional.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



El editorial de El Nacional del 13 de marzo de 2013 continúa con un discurso personalista, pero a diferencia de los editoriales anteriores, éste se centra en el candidato de la oposición Henrique Capriles Radonski, reconociendo sus fortalezas frente a las debilidades del candidato oficialista; excusan el discurso incendiario y de confrontación del candidato opositor señalándolo como única alternativa válida para dar la batalla frente a una maquinaria de “hegemonía comunicacional”, de “mentiras oficiales”, apoyada por “masas entusiastas” (no pensantes) y que busca la perpetuidad en el poder alejada de toda razón.

Es la reiteración de “sound bites” sin argumentación, ni justificación. El discurso arroja datos o estadísticas, no presenta asentamientos teóricos, no testea hipótesis, son palabras vacías que buscan crear una identidad negativa del adversario en el imaginario

social; para ello, reincide en el tema emocional afectivo, vacíos significantes como “miedo”, “temor”, “ciego”, “destrucción”, “ola emocional”; busca tocar la fibra de afecto directamente, como parte del modelo de campaña política, como parte de su lenguaje político.

El medio apegado a una ideología y postura política especula con su discurso y utiliza la confrontación con el oponente, se posiciona como un actor más dentro del juego político y consciente de su influencia en los mecanismos de funcionamiento social produciendo significantes. Forma parte de la construcción de un mercado discursivo de una sociedad industrial donde los mensajes son productos que se venden, y que el receptor compra (Verón, 1998). Vender (mediatizar) la identidad satanizada del candidato oficial es su objetivo.

E 13

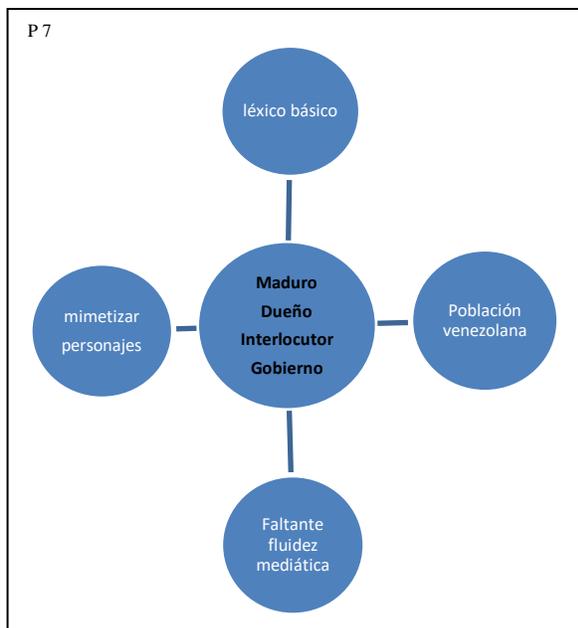
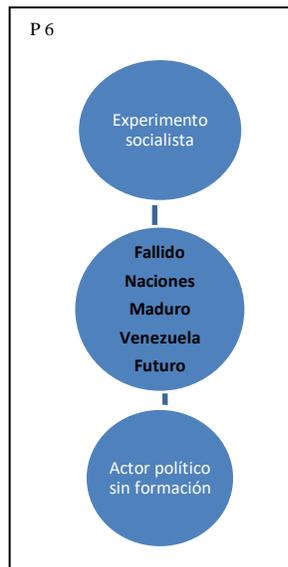
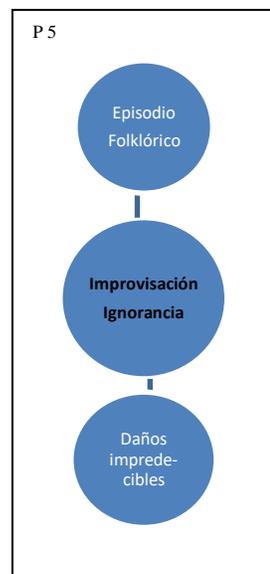
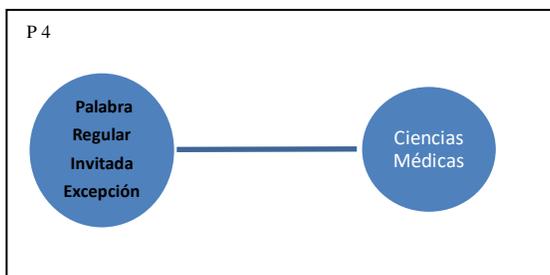
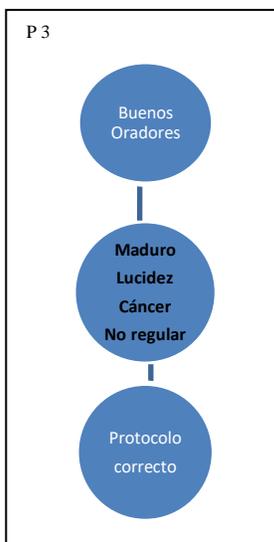
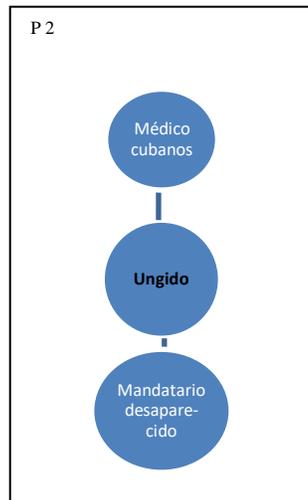
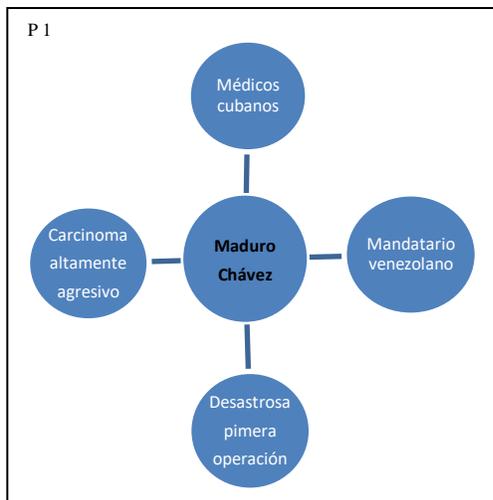
Fecha: 15 de marzo de 2013
Editorial: Un Cáncer regular
Número de Párrafos (p): 8

Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): Maduro (5), Chávez, ungido, lucidez, cáncer, no regular, palabra, regular, invitada, excepción, improvisación, ignorancia, fallido, naciones, Venezuela, futuro, dueño, interlocutor, gobierno, requisitos, presidente, PSUV, no participación.

Adjetivación (p: párrafo): p1: médicos cubanos, mandatario venezolano, desastrosa primera operación, carcinoma altamente agresivo; p2: médico cubanos (2), mandatario desaparecido; p3: protocolo correcto, buenos oradores; p4: ciencias médicas; p5: episodio folklórico, daños impredecibles; p6: experimento socialista, actor político sin formación; p7: léxico básico, población venezolana, faltante fluidez mediática, mimetizar personajes; p8: Estado serio, proceso electorales.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)



Análisis Interpretativo



El editorial del día 15 de marzo de 2013, del diario venezolano El Nacional, continúa con un discurso político con una estrategia retórica confrontacional centrada en un actor político, la cual se agudiza a medida que se acerca el período electoral. En este discurso se elabora un mensaje directo para confrontar el lenguaje del candidato oficial. Castells (2009) establece puntos claves para identificar la mediatización de la política, entre los cuales se destacan que los medios se comporten como actores políticos que influyan en el contenido de los textos periodísticos, en especial en campañas electorales. Este punto explica el viraje en tono discursivo de los editoriales del medio local venezolano.

Por otra parte, Stromback y Aalberg, (2011) sostienen que los *political issues*, son los elementos que explican el marco estratégico dentro del juego político, basado en los encuadres (frames) de un hecho, personaje, etc. La manera de encuadrar un discurso en un elemento de un todo influye en la imagen o identidad política logrando ganadores y perdedores. El Nacional en este editorial se encuadra en los términos o etiquetas: “ignorancia e improvisación”, “falta de léxico y fluidez mediática” sobre Nicolás Maduro, con el fin de influir en el entorno social – electorado – creando una imagen poco favorable de él, es necesario apostar a un perdedor en el juego del poder.

Un punto llamativo, por decir crucial, de este editorial es la estrategia discursiva afectiva utilizada, ya que al arrojar la idea de una mala praxis por parte del cuerpo médico cubano que atendió la enfermedad del comandante Hugo Chávez, puede generar ira y rabia en el electorado oficial, los partidistas (Verón, 1997), generando en ellos una reacción de riesgo que apuesta al cambio, es decir, al voto negativo (Castells, 2009)

E 14

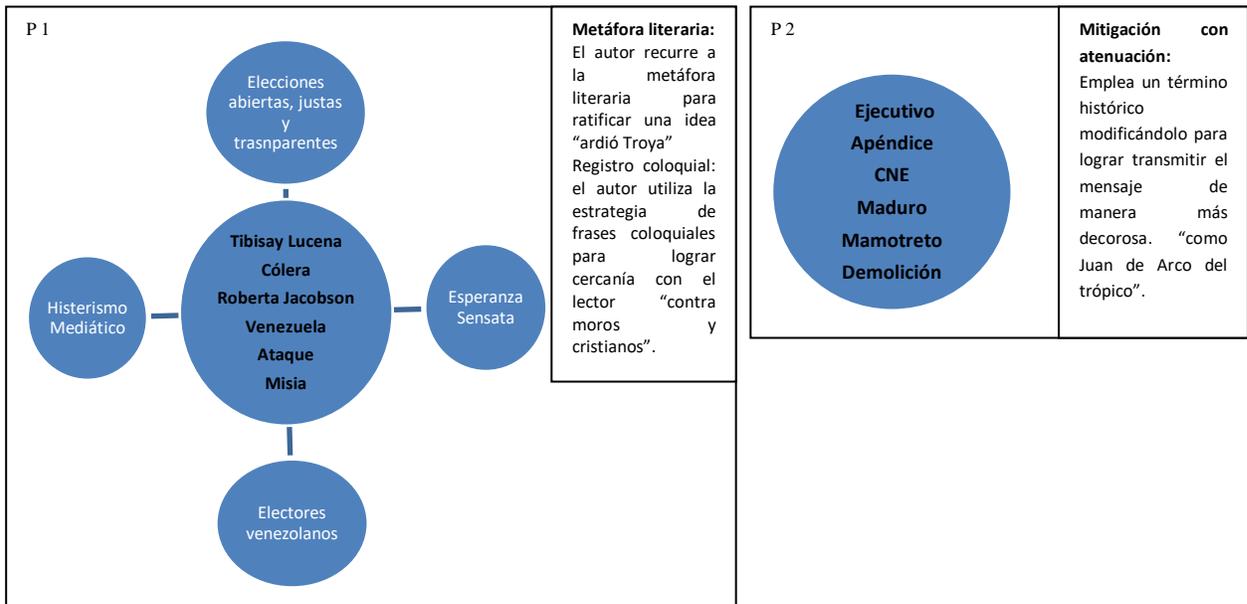
Fecha: 19 de marzo de 2013
Editorial: Doña Mentira
Número de Párrafos (p): 6

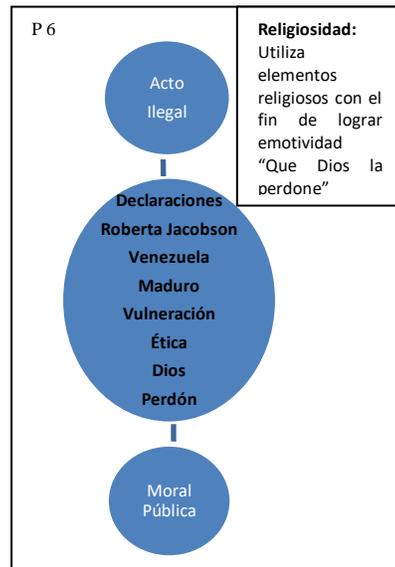
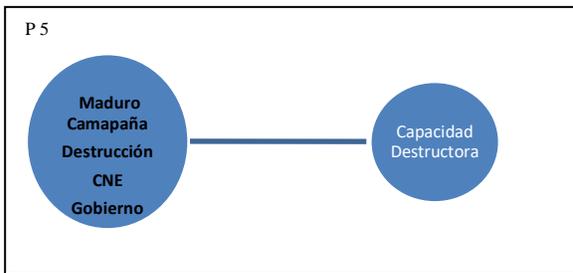
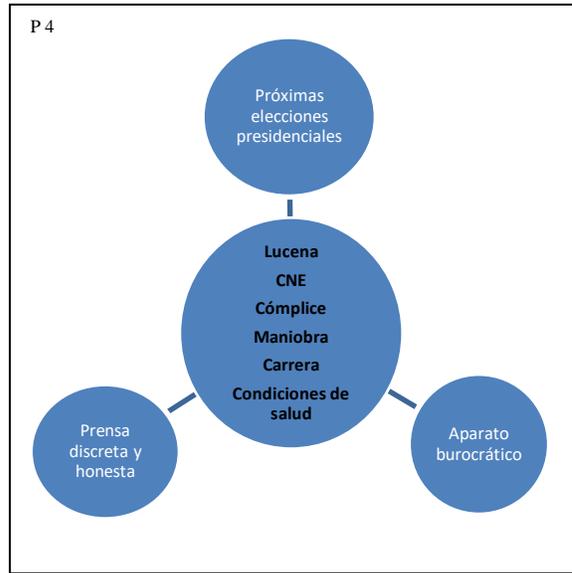
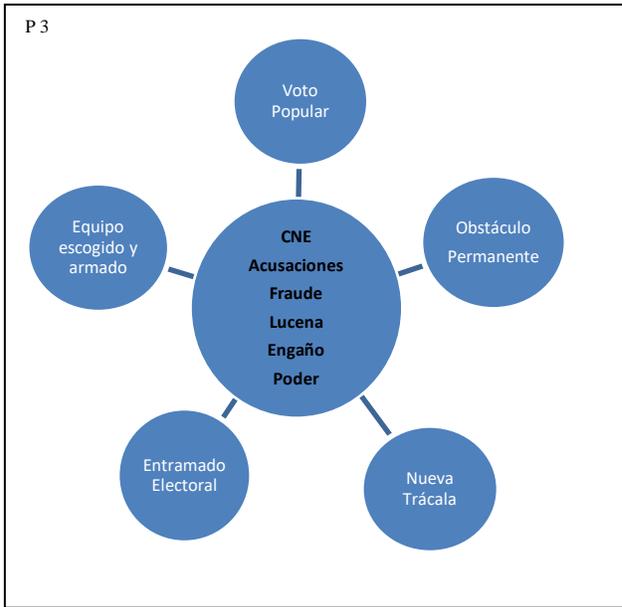
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): Tibisay Lucena (4), cólera, Roberta Jacobson (2), Venezuela (2), ataque, misia, Gobierno (2), apéndice, Consejo Nacional Electoral (CNE) (4), Maduro (4), mamotreto, demolido, acusaciones, fraude, engaño, poder, cómplice, maniobra, carrera, condiciones de salud, campaña, destrucción, declaraciones, vulneración, ética, Dios, perdón.

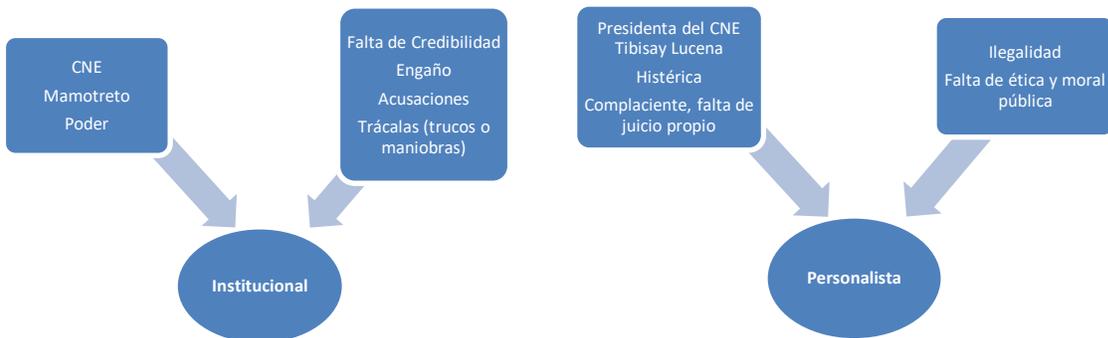
Adjetivación (p: párrafo): p1: elecciones abiertas, justas y transparentes, histerismo mediático, esperanza sensata, electores venezolanos; p2: s/a; p3: voto popular, obstáculo permanente, nueva trácala, entramado electoral, equipo escogido y armado; p4: próximas elecciones presidenciales, aparato burocrático, prensa discreta y honesta; p5: capacidad destructora; p6: acto ilegal, moral pública.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



El editorial del 19 de marzo de El Nacional continúa la línea política personalista, pero en esta oportunidad el medio vira, llamativamente, todos los reflectores hacia una institución, que en sí misma representa el Poder Electoral del Estado. El Consejo Nacional Electoral, ente rector y máximo representante de un poder del Estado venezolano, es el principal blanco de críticas, al igual que su presidenta, Tibisay Lucena. Un actor ataca y contradice a otro actor.

En este caso, y en los casos anteriores, nos encontramos frente a un discurso político involucrado dentro de una campaña electoral, en el medio, nos topamos con la mezcla de los tres componentes principales de la mediatización política (Arancibia, 2002): se observa como la ideología (política), la información y/o cobertura (periodística) y la comunicación (el vínculo entre el primero y el segundo) se funden para lograr un único fin político: atacar al Poder Electoral, con el fin de desmoralizarlo políticamente ante la opinión pública.

El discurso político se encuentra influido por el entorno social (elecciones), y persigue el fin único de contradecir con el verbo, para des-posicionar a un actor. Wolton (1995) expresa como en tiempos de campaña electoral, los actores involucrados en el juego político siempre tendrán discursos contradictorios, realidad indispensable para que se pueda dar el espacio político en la comunicación.

El medio se moviliza a través de su discurso político ante el acontecimiento (Wolton, 1995), el principal problema que se vislumbra es: ¿cómo se moviliza este actor?, ¿se moviliza con la verdad?, ¿se moviliza con sustento político, argumentos, información?

E 15

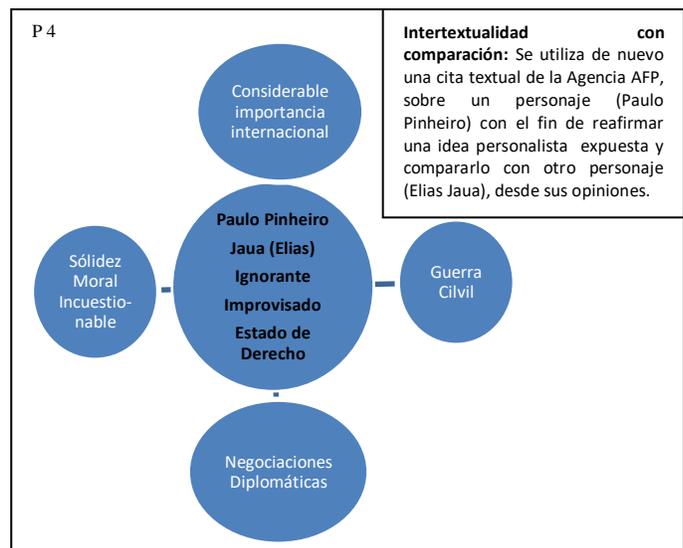
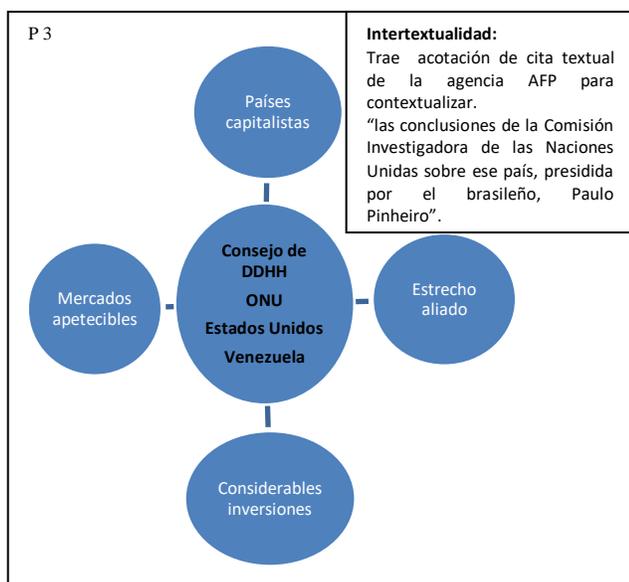
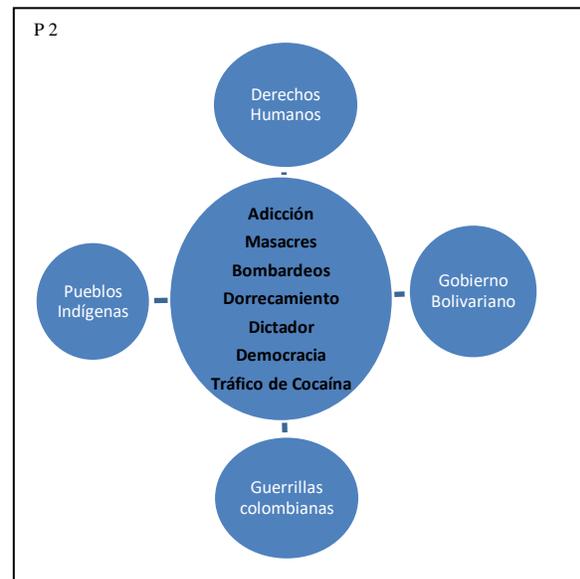
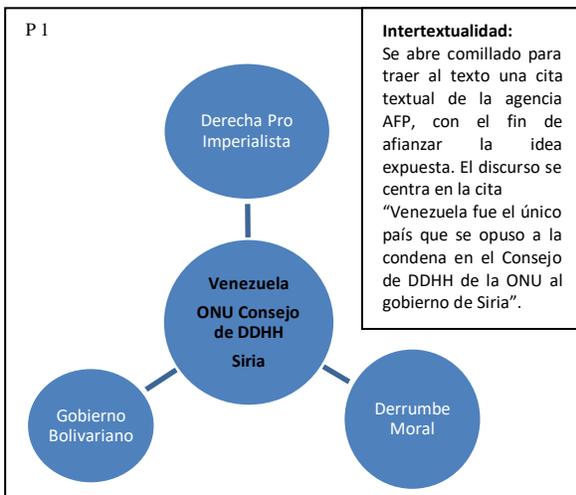
Fecha: 22 de marzo de 2013
Editorial: Derrumbe Moral
Número de Párrafos (p): 6

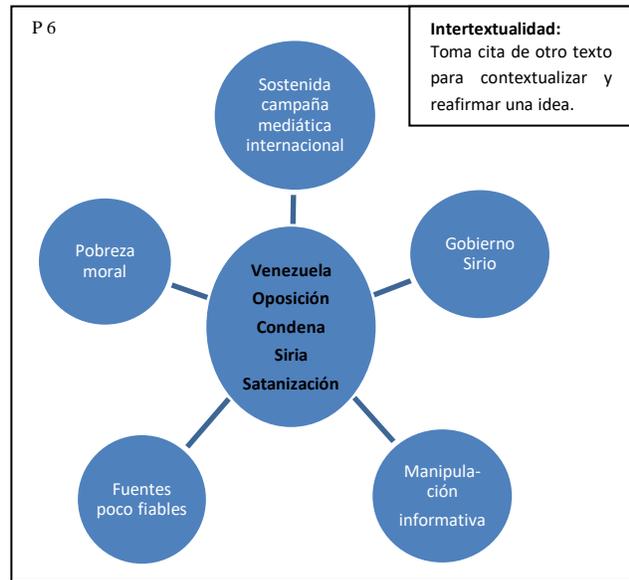
Análisis Lingüístico – Discursivo

Palabras Claves (número de frecuencia): Venezuela (4), ONU (2), Consejo de DDHH (2), Siria (2), adicto, masacres, bombardeos, derrocamiento, dictador, democracia, tráfico de cocaína, Estados Unidos, Paulo Pinheiro (3), Elías Jaua (2), improvisado, ignorante, Estado de Derecho, pena, dolor, oposición, condena, satanización.

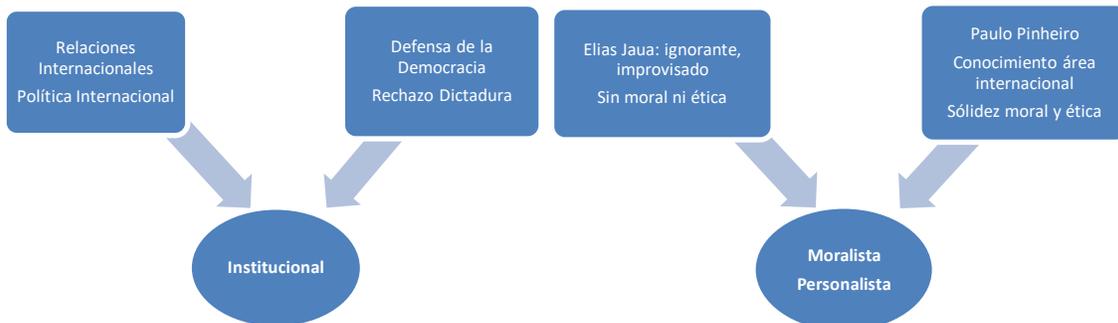
Adjetivación(p: párrafo): p1: derecha pro imperialista, derrumbe moral, gobierno bolivariano; p2: Derechos Humanos, gobierno bolivariano, guerrillas colombianas, pueblos indígenas; p3: Países capitalistas, estrecho aliado, considerables inversiones, mercados apetecibles; p4: considerable importancia internacional, guerra civil, negociaciones diplomáticas, solidez moral incuestionable; p5: Gobierno sirio (2), consignas vacías de contenido ético y moral, política internacional bolivariana; p6: sostenida campaña mediática internacional, manipulación informativa, fuentes poco fiables, pobreza moral.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis Interpretativo



En el segundo editorial del día 22 de marzo de 2013 de El Nacional se observa un notable discurso político dirigido al escenario internacional, se ampara en la institucionalidad = democracia para confrontar o atacar cualquier postura lejana a ella. El caso internacional que trata el editorial, sobre la no votación del gobierno de Venezuela en la condenatoria del Consejo de DDHH de la ONU al gobierno sirio por las violaciones a derechos de civiles en el marco del conflicto social en ese país, representa el escenario idóneo para atacar la decisión y postura del gobierno bolivariano, catalogada como poco ética, moral y con gran vestigios de ignorancia.

El aislamiento internacional reflejado tras la decisión de la República Bolivariana de Venezuela en el Consejo de DDHH, da pie al medio para afianzar mensajes en el

imaginario social internacional sobre el político internacional del gobierno bolivariano, liderada por el Canciller, para la época, Elias Jaua, al cual también se coloca bajo todos los focos del discurso. Utilizando el elemento de la comparación para afianzar la idea que quiere expresar el medio a través de su discurso político. La política exterior de Hugo Chávez es el punto de comparación, desde el cual se juzga para mal o para bien las acciones internacionales emprendidas por el canciller en cuestión.

Es llamativa que el recurso de la intertextualidad es el más utilizado por el discurso: el editorial utiliza reiteradas citas de una nota de una agencia internacional con el fin de contextualizar, afirmar ideas, y también colocar en boca de afirmaciones ya expresas. La intertextualidad se utiliza, en este caso, como un recurso recurrente de autoridad o legitimidad informativa, pues al nombrar la fuente, Agencia AFP, se desea transmitir un mensaje de garantía al lector.

E 16

Fecha: 23 de marzo de 2013
Editorial: Régimen Enredado
Número de Párrafos (p): 7

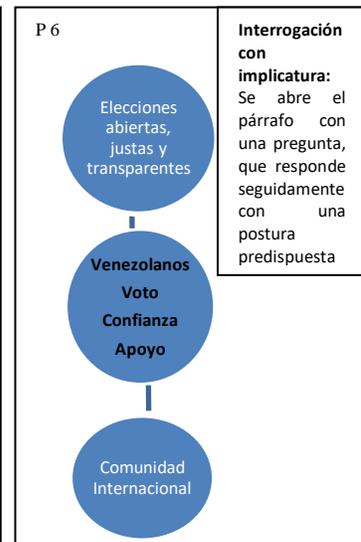
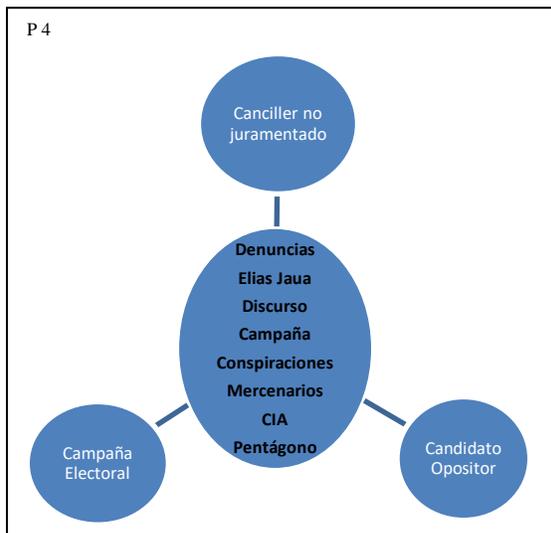
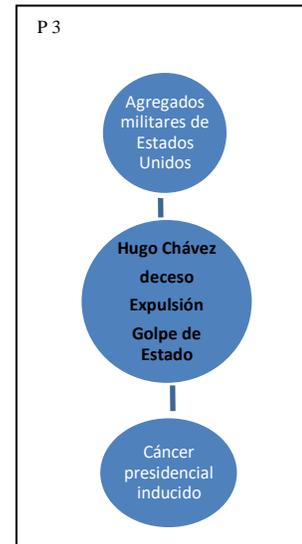
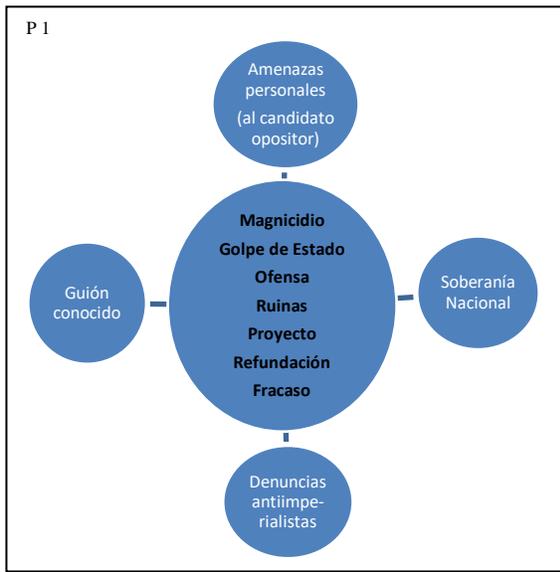
Análisis Lingüístico – Discursivo

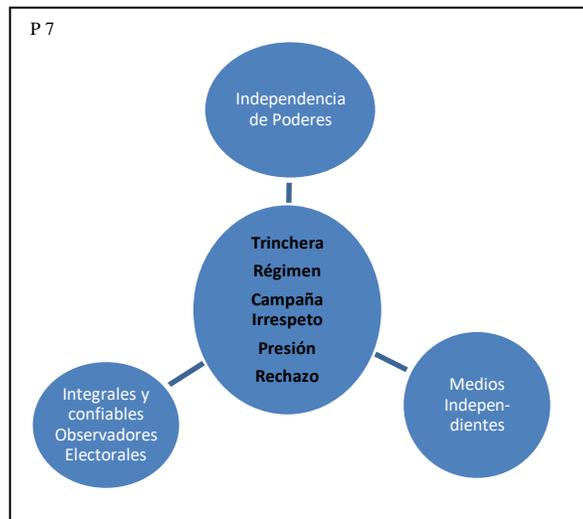
Palabras Claves (número de frecuencia): Magnicidio, golpe de Estado (2), ofensas, ruinas, proyecto, refundación, fracaso, resucitarlo, Maduro, Roberta Jacobson (2), Estados Unidos (2), DEA, Colombia, Hugo Chávez, deceso, expulsión, denuncias, Elías Jaua, discurso, campaña (2), conspiraciones, mercenarios, CIA, Pentágono, Cuba, cambio, cancelación, injerencia, venezolanos, voto, confianza, apoyo, trinchera, régimen, irrespeto, presión, rechazo.

Adjetivación (p: párrafo): p1: amenazas personales (candidato opositor), soberanía nacional, denuncias antiimperialistas, guión conocido; p2: enemigo imperialista, relaciones diplomáticas; p3: agregados militares de Estados Unidos, cáncer presidencial inducido; p4: canciller no juramentado, candidato opositor, campaña electoral; p5: libreto enrevesado, repetido y gastado, relaciones consulares y comerciales; p6: elecciones abiertas, justas y

transparentes; p7: independencia de poderes, medios independientes, integrales y confiables observadores electorales.

Coherencia estructural: Por párrafo (p). Palabras Claves (negra) + Adjetivos (blanco)





Análisis interpretativo



El último editorial del diario El Nacional analizado, vinculado a Hugo Chávez Frías y su legado, se publicó el 23 de marzo de 2013. Los demás editoriales publicados en el tiempo establecido (un mes después de la muerte, hasta el 5 de abril) estuvieron totalmente focalizados a la campaña electoral, pero sin ninguna vinculación al presidente Hugo Chávez.

En el presente editorial, se advierte el discurso político electoral, se observó también al igual que los anteriores, como la coyuntura y el entorno social influye en el discurso de El Nacional. La coyuntura se apodera del discurso, ante los acontecimientos en la política exterior, el diario utiliza un lenguaje confrontacional en contra del discurso antiimperialista y “conspirativo” del gobierno.

La ideología se apodera en su totalidad del discurso, y el diario apuesta a favor de la democracia conservadora y del establishment internacional y en contra del “libreto

enrevesado, repetido y gastado” del gobierno hacia “Estados Unidos, la CIA, el Pentágono”. Apuesta por la institucionalidad democrática formal, condenando a un régimen – la revolución chavista - “en ruinas”, “fracasado” alejado de la “independencia de poderes”, de la razón “conspirativo”, de la libertad de expresión, donde se somete a “presión a los medios independientes” y que “da la espalda a los más confiables e integrales observadores electorales”. En resumen, condena una dictadura.

El discurso va dirigido en su totalidad a afianzar la idea de una dictadura en el imaginario social venezolano. La implicatura sobre un régimen dictatorial es la esencia del discurso. La confrontación retórica está dirigida al Ejecutivo y al Poder Electoral, al buscar con la estrategia discursiva mostrar dependencia del uno con el otro, pues la falta de independencia de los poderes públicos en un Estado vulnera la democracia. Lograr la relación directa de uno y otro es una acción cognitiva, dirigida a desprestigiar el Poder Electoral, para lograr el posicionamiento de una idea y un mensaje en el imaginario social que impulse una acción contundente al momento del voto.

RESULTADOS

El editorial de un periódico es un género que tiene una forma particular de representar su entorno social, a través de un discurso determinado, y formando identidades sociales bajo un estilo. Es uno de los géneros periodísticos que por excelencia tiene vestigios de funcionamiento ideacional y político. Esto influye al analizar críticamente editoriales, pues lleva a deducir que no sólo basta con las cualidades lingüísticas y/o discursivas sino que es necesario ampliar la visión, aplicando una perspectiva más crítica e interpretativa, trayendo a colación varias disciplinas o teorías que ayuden a descubrir las relaciones que el texto pueda tener con otros textos y con otros ámbitos del mundo social.

He analizado editoriales dedicados a la muerte de Hugo Chávez y correspondientes a los periódicos de línea conservadora de América Latina: La Nación de Argentina, El Mercurio de Chile, El Tiempo de Colombia y El Nacional de Venezuela. Se trazó una línea de tiempo determinada, desde el día después del suceso, 06 de marzo de 2013, hasta el 07 de abril de 2013, basada en la relevancia coyuntural inmediata que se podía desarrollar en Venezuela luego de su muerte y como preámbulo de un ambiente electoral. La campaña electoral de los candidatos se cerró una semana antes de las elecciones desarrolladas el 14 de abril de 2013, lo que se ajusta a nuestra fecha de cierre temporal.

Luego de leer cuidadosamente cada uno de los editoriales, se implementó el análisis del discurso propuesto por Fairclough (2003), quien nos indica que para analizar un texto tendremos que considerar un problema social, que pueda generar un cambio. En mi caso el cambio, se da efectivamente con la desaparición física de uno de los líderes más destacados del siglo XXI en Venezuela y América Latina, pues como hito político marca un antes y después de proyectos políticos regionales y domésticos.

De manera general se pudo observar que todos los discursos del género representado por la prensa, independientemente del país, estuvo compuesto por una estructura, que se colocó en práctica considerando los eventos del entorno y demostrando que, como asegura Fairclough (2003), el discurso es una faceta de la vida social con una relación dialéctica con otras facetas sociales. En nuestro caso los discursos tuvieron algunos

giros pues, según el medio y el país, se posicionaron con particularidad histórica, política y social.

Después de identificar los aspectos semióticos del problema social (los discursos sobre la desaparición física de Hugo Chávez), en una primera instancia, desarrollé el análisis del discurso basándome en las estrategias lingüísticas y/o discursivas utilizadas como parte de la estructura, partiendo por el vocabulario y llegando a la cohesión, según la fórmula: palabras con mayor frecuencia + adjetivación = cohesión, al buscar contemplar, en primera instancia, la producción del texto y su distribución al mundo social. Y culminé con un análisis interpretativo, considerando al discurso como práctica social, detectando sus representaciones y recontextualidad, en una relación dialéctica con el poder y la ideología conservadora, es decir con los discursos hegemónicos.

Se detectó el reiterado filtro propagandístico del “anti comunismo” (Chomsky y Herman, 1990) como respuesta consonante conservadora al problema: la muerte de Hugo Chávez. Esto llevó a una recontextualización constante del discurso y de las prácticas sociales (por ejemplo, "mejores amigos del pueblo cubano", “modelo soviético”, “régimen autoritario”, “muerte del caudillo”, “régimen castrista”, “desastre económico”, “populismo caribeño”, “régimen anti-democrático”, “fervor religioso”); al formar una especie de respuesta conservadora ante el posible fin del “chavismo”, que significa fin del “comunismo”, “socialismo”, “populismo”, “clientelismo”, “dictadura”, ola de izquierda latinoamericana, que había desestabilizado a la región.

Esto puede entenderse como el “discurso nodal” (Fairclough, 2006) de los editoriales de los grandes diarios conservadores latinoamericanos frente a la muerte de Hugo Chávez. El nodo del discurso se simplificó a través de la visión ideológica conservadora en la región ante el problema, agrupando tres discursos circulantes en su periferia: el sistema neoliberal y conservador imperialista (el mercado) es la salvación al desastre político y económico (no acepta adversario); el comunismo y/o socialismo es lo contrario a la democracia (los venezolanos tienen que optar por la democracia o la dictadura); Hugo Chávez, el Cristo, padre y guía (despersonalización política de Chávez)

La respuesta conservadora

Desde el 06 de marzo de 2013 (día después del fallecimiento de Hugo Chávez) hasta el 07 de abril de 2013 (fin de campaña electoral en Venezuela), El Nacional publicó 9 editoriales relacionados con Hugo Chávez, La Nación 1; El Tiempo, 4; y El Mercurio, 1 editorial; en un total de 16 editoriales sobre Hugo Chávez y su muerte, dando cuenta de la importancia del problema, no sólo para Venezuela sino para la región.

Discurso I: El sistema neoliberal y/o conservador imperialista, el gran salvador

Del análisis crítico del discurso de los editoriales de los diarios más conservadores de Latinoamérica surge la necesidad de rescatar la idea de reafirmar al sistema neoliberal como el gran salvador para la región, y específicamente para Venezuela. En los editoriales, Estados Unidos, país líder del sistema neoliberal en el mundo, es una de las 10 palabras con más frecuencia, lo que vendría a suponer la influencia de las ideas neoliberales en el discurso conservador.

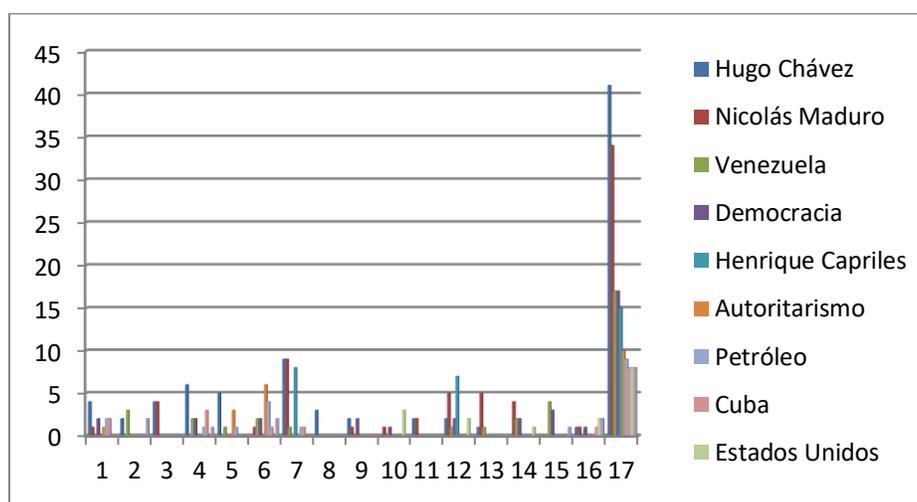


Gráfico 1

Los editoriales cuando mayormente se refieren al sistema neoliberal - a Estados Unidos - manejan un colectivo de identificación “un nosotros” en positivo (Verón, 1997), denigrando al adversario, en este caso, la Venezuela chavista. Todo lo que esté dentro de la entidad política “nosotros” entra en los estándares de desarrollo social y económico, lo que es sinónimo de estabilidad nacional y regional.

Esta entidad del imaginario político, puntualiza a la Venezuela de Chávez como el adversario, por lo que en materia internacional, todo país que comparta sus ideales o sea “amigo” del adversario es enemigo del sistema de la prosperidad y la felicidad neoliberal. El pensamiento antiimperialista de la Revolución Bolivariana distancia a los países de Estados Unidos y los acerca a los enemigos: Rusia, Irán, Siria. Esto da cuenta de un eje político adversario que se aleja de lo positivo: democracia, moralidad, ética, derechos humanos, razón y academia, y se acerca a lo negativo.

“La pregunta inmediata que se hacen todos los venezolanos honestos y respetuosos de los derechos humanos es por qué el gobierno bolivariano se ha hecho adicto a las matanzas, a los bombardeos de civiles (mujeres, ancianos y niños incluidos), a las masacres contra gente desarmada y contra los pueblos que luchan por sus libertades, por el derrocamiento de un dictador que se niegan a devolver la democracia a sus ciudadanos...” (El Nacional, 22 de marzo de 2013).

Apuntar como adversarios políticos a los países aliados de la Venezuela de Chávez es una constante del discurso conservador. Estos adversarios son catalogados como belicistas y como peligros a la seguridad internacional. El Tiempo dedica, 3 días posteriores a la muerte de Hugo Chávez, un editorial integro a demonizar al grupo adversario bélico, con el título “El fantasma nuclear acecha” (E2), vinculando directamente a países como Argentina y Brasil, con Venezuela, de igual manera con otros contradestinatarios: Irán y Corea del Norte.

“Argentina y Venezuela tienen planes al respecto, que son objeto de nervios y especulación. El diario conservador alemán Die Welt informó hace unos meses que el fallecido presidente venezolano, Hugo Chávez, y el iraní, Mahmud Ahmadineyad... Mientras tanto, en el otro extremo del planeta, Corea del Norte avanza en sus planes atómicos al margen de las leyes internacionales” (El Tiempo, 8 de marzo de 2013)

El mercado, es uno de los significantes en el discurso I. El mercado neoliberal es el único salvador para la economía. El discurso conservador enuncia las ideas revolucionarias

de Chávez con formas nominales con poder explicativo: antiimperialistas, anticapitalistas, reforzadas con formas nominalizadas con valor negativo: retraso y colapso, al oponerse un país al libre mercado y a la globalización se le priva de calidad de vida y mejoras.

Es el mercado, el neoliberalismo, o es la nada misma. Por esto, la muerte de Chávez representa la oportunidad para avanzar en el desarrollo de los países. La muerte de Chávez significa el posible despertar del neoliberalismo en la región, sólo posible si su muerte sepulta su pensamiento, legado e influencias. Los editoriales persiguen transferir la racionalidad económica a la muerte de Hugo Chávez.

“La vieja prédica setentista contra el imperialismo y la oligarquía, es el llamado de la hora. La libertad comercial es, más bien, un peligro por evitar. Y la libertad económica, tan sólo una clara aberración. Los gobiernos donde la influencia del pensamiento de Chávez es evidente, entre los cuales no puede excluirse al de Cristina Kirchner, no apuestan a las oportunidades que derivan de la globalización de los mercados. Se encierran en sí mismos” (La Nación, 7 de marzo de 2013)

Con la recontextualización económica del discurso neoliberal, con respecto a la muerte de Hugo Chávez, se impone un proceso “interpretado como un hecho inevitable, externo de circunstancias o hechos que deben ser aceptados como irreversibles... En consecuencia, el sistema es absoluto, incuestionable y funciona fuera de cualquier tensión social” (Cabalin 2014, p18).

El discurso conservador mediatiza la muerte de Hugo Chávez, la aparta de todo sustento histórico, y la naturaliza como el catalizador capaz de revertir lo que nunca debió ser revertido, dando advertencias claras, a los adversarios del “nosotros” en caso de seguir rompiendo el absolutismo del sistema. La hegemonía no puede seguir perturbándose.

En el discurso conservador se refleja como el poder controla la producción, distribución y el consumo de los textos (Fairglough, 1995). Las asimetrías entre los participantes del evento, del discurso estudiado, son elocuentes. Es la superioridad hegemónica del sistema por sobre todo factor social. Los editoriales tienen el lugar del

poder, controlan desde su trinchera un discurso ideológico, hegemónico y dominante sobre el contexto sociocultural y sobre las prácticas discursivas.

Es el poder, Estados Unidos, el imperio, el que tiene que frenar la “amenaza” del chavismo y aniquilarla. Para el discurso conservador, Estados Unidos permitió que se creara la amenaza al darle la espalda a América Latina, y al ser complaciente con la compra del petróleo, recurso que logró posicionar el populismo de Chávez.

En resumen, es el poder imperial solamente el que puede parar el poder económico que el petróleo le dio a Chávez y a su proyecto retórico, favoreciendo con sus regalías a las clases populares, en detrimento de la democracia. El petróleo, en este análisis se ubica en la séptima posición de las palabras con mayor frecuencia, por lo que llega a ser una constante en el lenguaje conservador político

“...Mientras un Estados Unidos impotente ante el síndrome chavista se limita a seguir traficando petróleo, en medio de batallas puramente verbales. Planteada la amenaza, nadie puede sentir que la democracia de su país latinoamericano es tan sólida, ni su cuadro político de tanta calidad, para no sucumbir parcial o totalmente a las formas que Chávez popularizó (El Mercurio, 06 de marzo de 2013).

“Chávez se apoyó permanentemente en los recursos financieros derivados de la inmensa riqueza hidrocarburífera de Venezuela, que manejó a su antojo” (La Nación, 07 de marzo de 2013).

“Mientras tanto, el columnista de The New York Times James Carroll elogia los programas de Chávez contra la miseria y subraya que Estados Unidos ha sido ciego a la pobreza masiva de América Latina, lo que explica el luto de las clases populares en Venezuela” (El Tiempo, 14 de marzo de 2013).

En cuanto a los filtros propagandísticos de Chomsky y Herman en el discurso conservador, y en especial en su nodal sobre la supremacía del neoliberalismo, el primer filtro sobre la orientación de los beneficios económicos de los medios (Chomsky y Herman, 1900) aparece enquistado como regla sabía e inviolable. Es el mercado quien

marca la pauta en la producción, distribución y consumo del texto. Es evidente a donde se dirige el beneficio, sabiendo que la propiedad de estos medios está en las manos de la élite, de la hegemonía dominante regional.

Discurso II: El comunismo y/o socialismo se opone a la democracia

Democracia es la cuarta palabra con más frecuencia en los editoriales, sus referencias en más de la mitad de los discursos, confirma lo trascendental y su grado de importancia dentro de las entidades del imaginario político conservador. Enraizados en un colectivo de identificación, esta vez no sólo, pro neoliberal, sino democrático.

Identificados como un “nosotros” a la defensa del neoliberalismo como salvador, el discurso político conservador ataca directamente al “comunismo”. El anticomunismo es un filtro propagandístico que se encuentra presente en el discurso conservador de los cuatro periódicos latinoamericanos estudiados.

Los medios demuestran que como aparatos ideológicos del Estado, apuntan a la sujeción, delimitando al enemigo. Para Chomsky y Herman (1990) este filtro se usa como mecanismo de control político y se vuelca contra cualquier persona; y es exactamente lo que se persigue, controlar políticamente a la sociedad, para influir en su actuar y decisión (elecciones).

El filtro del anti comunismo se hace potente, se maneja como una especie de religión, a la que todos los democráticos deben seguir. Los editoriales concuerdan en la necesidad de evidenciar, y posicionar en el imaginario social la postura radical: estás con el comunismo o con la democracia. Por dar sólo algunos ejemplos, observemos fragmentos de editoriales de La Nación, El Mercurio y El Nacional:

“Como el guía ha desaparecido, aunque muchos lo lleven en su corazón, se precisa ahora de dirigentes que interpreten las nuevas realidades y despejen el camino hacia una democracia efectiva, política, social y jurídicamente respetable” (El Nacional, 11 de marzo de 2013)

“Y frente a esta democracia vaciada de contenido y devenida en totalitarismo práctico, en diferentes niveles y rigores, América Latina se ve poco preparada, aferrada a instrumentos retóricos” (El Mercurio 06 de marzo de 2013)

“En la región, Chávez logró contagiar a líderes de un grupo de países que adoptaron sumisamente su visión del mundo. Por la muerte de Chávez no puede silenciarse que ese grupo de países es, precisamente, el que más ha erosionado a las instituciones democráticas en toda nuestra región”. (La Nación, 07 de marzo de 2013)

No importa el país, el entorno, las circunstancias, o los elementos sociales el comunismo es “el peor de los males” (Chomsky y Herman, 1990, p 68), es el punto de encuentro en el discurso conservador, esta postura es relevante, pues se pudo observar como desde los primeros editoriales publicados (en aquellos diarios como El Tiempo y El Nacional que publicaron más de 2 editoriales), si bien a medida que se acerca la fecha de publicación de los editoriales a la batalla electoral (14 de abril), se vira el discurso hacia la campaña electoral el filtro anticomunista se mantiene, pero con una estrategia de impicatura. En ningún editorial se menciona directamente la palabra “comunismo”, pero es elocuentemente el significante en el discurso social - político propagandístico mediático.

En la mayoría de las ocasiones se utiliza la estrategia de la comparación para transmitir indirectamente la relación entre el comunismo y la revolución bolivariana de Venezuela, o la analogía entre Hugo Chávez y los grandes comunistas mundiales: Fidel Castro, Nikita Kruschov, Iósif Stalin, entre otros. Por lo que, tal y como señala Verón (1998), al realizar un análisis del discurso se tiene que tener presente lo interno como lo externo, pues lo presente se relaciona con algo externo, que muchas veces no esta totalmente expuesto.

“Chávez, declarado admirador de los hermanos Castro y del régimen cubano, cambiaba cada año 100.000 barriles de petróleo por servicios médicos, policiales y educativos de Cuba en Venezuela. Con todo, su aporte difícilmente supera el soviético en aquellos tiempos en que Nikita Krushev y sus sucesores eran los "mejores amigos del pueblo cubano". (El Tiempo, 14 de marzo de 2013)

El vacío significante del anti – comunismo como fenómeno social proviene de la idea de que tras el estudio de éste, se podría determinar el funcionamiento de las sociedades, tras las huellas dejadas en el proceso de producción. No se podría describir el

anti-comunismo sin explicar o tener presente sus condiciones sociales productivas, y a la vez entender que este fenómeno es en sí mismo una dimensión constitutiva, pues participa en el proceso de producción del sentido (Verón, 1998). La misma dimensión social histórica que constituyó y creó al comunismo es lo que lleva al propietario del medio a utilizarlo en el proceso de producción, consciente del sentido social que producirá en el lector.

Pero si bien, la semiótica social nos explica el anti-comunismo como significativo dentro del discurso social conservador de la prensa latinoamericana, al mostrar una estrecha relación entre el anti-comunismo y el funcionamiento de nuestras sociedades latinoamericanas. No se puede dejar de lado, aunque no forme parte de la columna vertebral teórica de esta investigación, el rasgo cognitivo.

El discurso conservador afianzando el rasgo cognitivo tras la relación entre comunismo y dictadura, con esta conexión se quiere activar el procesamiento funcional cerebral, escudriñando las huellas inconscientes de tensión (Villar, 2001) dejadas por los sistemas dictatoriales desarrollados a lo largo y ancho de América Latina durante el siglo XX.

Tampoco, se podría dejar de lado la dimensión significativa del anti-comunismo como configuración ideológica, para Verón (1998) cuando se habla de funcionamiento social se remite a dos dimensiones: la ideología y el poder. Sobre la primera, indica que determina configuraciones históricas que, en el caso en estudio, corresponde al término: comunismo. Mientras que el poder lo entiende como la configuración social concreta de instituciones estructuradas en el aparato del Estado, correspondientes a los medios de comunicación.

La clase dominante, hegemónica del poder mediático, escupe su ideología tras el filtro propagandístico del anti-comunismo, como parte de la mediatización de la muerte de Hugo Chávez. Si nos vamos a los inicios de la mediatización, nos encontramos con la teoría de la comunicación de masas, que manifiesta que los medios pertenecen a la “esfera de una ideología de clase dominante” (Matterlart y Pincini, 1976, pág. 25), y que transfiere una verdad universal, gracias a la monopolización de los medios, esta verdad única logra imponerse. Matterlart (1976) se refiere al mito de Barthes, como elemento para banalizar el

sentido histórico de las cosas. Los editoriales analizados crean el mito del comunismo sin fundamentos ni argumentos históricos.

En la misma línea, si nos asentáramos en la tesis de Martín-Barbero (1991) sobre la responsabilidad directa de los medios de comunicación de masas de alterar los códigos de conducta de las sociedades, me percaté del porqué del anti – comunismo en el discurso conservador. La respuesta tiene consigo toda la carga teórica expuesta anteriormente. Estos medios, conscientes del poder que tienen sobre la sociedad, persiguen masificar el mensaje anti comunista, para posicionarlo en el imaginario político y así apostar a modificar conductas o formas de pensar, a la hora de tomar decisiones (acción electoral) ganando tensión en el votante e inyectando las huellas negativas del comunismo chavista.

De esa forma, el discurso entra en una fase de mediatización política dirigida a una campaña electoral, que busca de manera general llegar a ese elector indeciso. Para Verón (1987), el discurso político tiene 3 destinatarios: los partidarios, los indecisos y el adversario. Con la estrategia de ganar la democracia y derrotar al comunismo, se persigue persuadir a ese elector que manifiesta una “dualidad de sentido y pulsionalidad” (Villar, 2001, p. 25).

Pero el discurso conservador también busca llegar a sus partidarios, reafirmando sus ideas, con el fin de lograr una persuasión de boca a boca dentro de los grupos sociales a los cuales pertenece. Sin la motivación de persuadir a otro, también se perderá en términos políticos (Villar, 2004, p.41). Los adversarios forman parte importante también del discurso político conservador, porque será desde el discurso de los adversarios, “los chavistas”, donde nacerá el contraataque, la suposición, creatividad y prevención con el fin de neutralizar todos sus mensajes, y formas nominales interpretativas y explicativas como: “imperialismo” “conspiración”.

“Planes de magnicidio, tramas de golpes de Estado, amenazas a la vida del candidato opositor y ofensas a la soberanía nacional reaparecen como denuncias antiimperialistas en el discurso de campaña del candidato oficialista que usa y abusa de todos los recursos materiales e institucionales del Estado. Es un guión conocido, que ahora se repite sobre las ruinas de un supuesto proyecto de refundación para hacer irreversible su fracaso, a todo trance”. (El Nacional, 22 de marzo de 2013)

En el fragmento anterior se observa como el discurso político del adversario, se ataca, se naturaliza con formas nominalizadas como “guión repetido”; le resta todo el sustento verosímil, histórico, social y estratégico que contiene en sí mismo, para banalizarlo y ridiculizarlo. Y de manera de contraataque, de forma intertextual enfrenta las formas positivas del pro destinatario con las negativas del contra destinatario: el imperialismo, el neoliberalismo tiene virtud democrática - el anti imperialismo es sinónimo de comunismo mundial. El mismo editorial, E15, para afianzar su idea, termina:

“El régimen en campaña, que irrespeta la separación de poderes, presiona a los medios independientes y ha dado la espalda a los más integrales y confiables sistemas de observación electoral. Ese es el reto de los venezolanos, antes, durante y después del 14 de abril” (ídem).

Es reiterativo los llamados “sound bites” (Casado, 2015), en los editoriales analizados. Estas palabras estereotipadas como casi una etiqueta impuesta por los medios sin ninguna razón, contexto o argumentación, siendo las más frecuentes “autoritarismo”, “totalitarismo”, “caudillo”, “chavismo”, “populismo”; busca etiquetar de manera negativa a los contra destinatarios, los comunistas. Con este se mediatiza todos los calificativos y frases, personajes y/o acontecimientos que se ubiquen en el colectivo opuesto.

Es la disminución de la política al mero espectáculo, expresa Arancibia (2002), todos los sistemas democráticos representativos van hacia la especulación y desgaste político mediático de la opinión pública (Sartori, 1998), pues en estos sistemas, sobre todo, por los procesos electorales se vive y se depende de la opinión pública creada por los medios de comunicación. En los diarios de los 4 países estudiados se observa el mismo fenómeno mediático sobre la democracia y sus opuestos.

“Hay que confiar en que así no pase, y en que el camino que sigue para el pueblo venezolano esté libre de sobresaltos. Por más arraigo que hoy tenga el legado de Hugo Chávez, las instituciones deben prevalecer y tienen la misión de permitirle al pueblo en plena libertad decidir su destino inmediato. El apego a las reglas de la democracia es, en este marco de desconcierto, la vía más segura” (El Tiempo, 6 de marzo de 2013)

“Allí es donde ha definido su trinchera ante el país y el mundo, el régimen en campaña, que irrespeta la separación de poderes, presiona a los medios independientes y ha dado la espalda a los más integrales y confiables sistemas de observación electoral. Ese es el reto de los venezolanos, antes, durante y después del 14 de abril”. (El Nacional, 23 de marzo de 2013)

Una clara evidencia, de que a medida que avanzan los días, luego de la muerte de Hugo Chávez, nos enfrentamos a un discurso político partidario adentrado a una campaña electoral. Entre los primeros 20 lugares del análisis de frecuencia, se registran palabras como: Campaña, CNE (Consejo Nacional Electoral), Candidatos. Sin mencionar al candidato opositor al gobierno, Henrique Capriles Radonski (ver gráfico 1), es la quinta frecuencia.

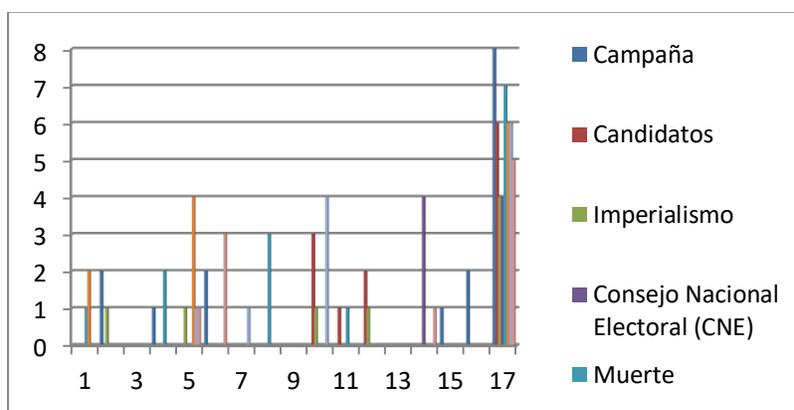


Gráfico 2

La mediatización política de la muerte de Hugo Chávez en el discurso editorial se refleja en el hecho contundente que se le vincula o se vuelve una forma normalizada dentro de los discursos políticos electorales.

Henrique Capriles, forma parte del colectivo de identificación, y sorprendentemente, se percibe como el discurso conservador se alinea a este candidato.

Al analizar los editoriales se percibe como, luego de los 3 días de luto nacional, y luego del 9 de marzo de 2013 (fecha en el que el Consejo Nacional Electoral anuncia la fecha de las nuevas elecciones presidenciales) los medios viran su discurso hacia el ámbito electoral, y muestran una postura política evidente. El Nacional, el periódico local, a partir

del 11 de marzo (primera editorial publicada luego del anuncio del CNE) comienza un discurso confrontativo en relación al gobierno y al órgano rector electoral y en defensa al candidato Henrique Capriles Radonski.

“El opositor promete luchar contra la corrupción asentada en el aparato estatal, cambiar el país porque "es el momento histórico para hacerlo" y, sobre todo, solucionar los acuciantes problemas de los venezolanos, que, hasta ahora, viven en un mundo de fantasía. La inseguridad ciudadana es la preocupación principal, ya que hay una tasa de homicidios de 45,1 por cada 100 mil habitantes” (El Mercurio, 25 de marzo de 2013)

La personalización es una de las estrategias más utilizadas en la mediatización política, por lo que los editoriales analizados no escapan de ello. El discurso político electoral se focaliza en los candidatos, Nicolás Maduro y Henrique Capriles, y no en las fuerzas políticas que los apoyan, o en sus programas de gobierno.

En cuanto a Nicolás Maduro, la personalización está vinculada con la comparación, pues siempre se le relaciona con el presidente Hugo Chávez, en un afán por desvirtuar la imagen del candidato oficial. Al colocar el punto de comparación con uno o con otro, se toca la fibra emocional del electorado, en especial de los partidarios, que buscando coincidencias o diferencias, desvirtuarán la imagen de Nicolás Maduro.

“No obstante, los observadores no han dejado de señalar la transformación que ha tenido el ex canciller en las últimas semanas, en las que, de hecho, tuvo en sus manos el destino del país. Tanto su manera de vestir como la de hablar y relacionarse con la gente se asemejan cada vez más a la de su mentor...el principal contradictor del nuevo mandatario va a ser el fantasma de su predecesor en el Palacio de Miraflores. Cada medida que tome, cada declaración que dé, cada funcionario que nombre, todo va a ser medido en comparación con la vara imaginaria que habría utilizado el fundador de la Quinta República” (El Tiempo, 10 de marzo de 2013).

El discurso conservador de la prensa, apuesta a la inteligencia emocional, ya que con la desaparición física de un presidente y del líder absoluto de un movimiento, los venezolanos quedaron bajo un fuerte manto de emotividad, lo que es aprovechado por ambos bandos. Los medios conservadores, bajo su ideología y postura apuestan a que la emoción influya en el electorado partidario desde la ansiedad y la ira, despertando la crítica, y apostando a un cambio (Castells, 2009).

Ante la emotividad, la racionalidad es cercenada en la toma de decisiones (el voto), Castells (2009) lo describe como un proceso de segundo nivel que sólo dependerá de las emociones activadas. El autor habla de la esperanza como sentimiento de incertidumbre, y es justo el fin objetivo de la prensa conservadora, al lograr instalar la esperanza tanto en los seguidores del chavismo como en los opositores. El chavismo, por medio de la comparación se les despierta la esperanza de continuar con el candidato chavista, pero con la incertidumbre que genera las diferencias, y expectativas con relación al líder muerto.

Por otra parte, están los opositores al gobierno, que ante la muerte y la personalización, se despierta la esperanza de dejar atrás a la revolución bolivariana y entrar a una nueva fase en la política, lo que igual genera incertidumbre, sentimiento que siempre beneficiará a la oposición, ya que esta aumenta las probabilidades de cambio en la preferencia política (Castells, 2009). *“La cuestión decisiva es que la evaluación de las opciones políticas se procesa en relación con los objetivos del yo. La información y la emoción se mezclan tanto a la hora de construir los mensajes políticos como en la mente de cada persona”*. (Castells, 2009, pág. 200).

Importante también es percatarse sobre los enunciados que el discurso relaciona con los significantes del contra enunciadador, al etiquetarlo de autoritarismo y violador de la libertad de expresión. La matriz sobre la libertad de expresión y de prensa, derecho que desde siempre ha estado muy vinculado con la democracia, es una constante en los editoriales analizados.

El enunciado es que el comunismo rompe con los derechos y libertades en materia informativa, a través de un perverso autoritarismo – sexta palabra con más frecuencia en la

investigación - estatización mediática e intimidación a los profesionales de la prensa. Durante la campaña electoral se arrojó la idea constante de ventajismo mediático:

“Haciendo gala del ventajismo más obscuro, Maduro inició su campaña desde el momento mismo en que fue ungido, contando para ello con un botija repleta y un apoyo mediático fundado en la hegemonía comunicacional del Gobierno” (El Nacional, 13 de marzo de 2013)

“Este se expresó en su escaso respeto por la libertad de expresión y en su control absoluto de los tres poderes públicos, lo que acabó con los contrapesos que requiere una verdadera democracia” (El Tiempo, 6 de marzo de 2013)

“Un capítulo aparte merece el nulo respeto por la libertad de prensa que caracterizó al chavismo y que, en reiteradas oportunidades, hemos puntualizado en esta columna editorial. La construcción de una red de medios oficiales y para oficiales; el escandaloso cierre de populares canales de televisión, como RCTV; las recurrentes presiones y amenazas al resto de las cadenas privadas; la creación de una red de diarios oficialistas y la asfixia económica a los medios gráficos independientes; la prohibición al periodismo de informar determinados contenidos” (La Nación, 07 de marzo de 2013)

Discurso 3: Hugo Chávez, el Cristo, padre y guía (despersonalización política de Chávez)

El discurso 3 está ampliamente ligado con el 2, o mejor dicho nace de él, puesto que en el marco de la campaña electoral se busca centrar la atención y los focos en el presidente Hugo Chávez pero naturalizando su imagen desde la religión, afectando con ello al candidato oficial. Tras la religiosidad, con estrategias de personalización y comparación, se logra una total despersonalización política de Hugo Chávez.

El discurso se enfila a elevar el muerto a las tablas de los altares, matando su legado político. El fin es centrarse en la religiosidad, lejos de la racionalidad política, alejando a

Hugo Chávez, de sus seguidores y del chavismo. Se apuesta a lograr con la desaparición física, la muerte política definitiva de Hugo Chávez en Venezuela y en la región.

El Mercurio es uno de los periódicos que en sintonía con El Nacional, la prensa local, delinean un significante con implicatura intertextual. En el E7, El Mercurio sub titula “Chávez, el padre nuestro”, arroja el significante en líneas propias del adversario, dejando el mensaje y el objetivo en el imaginario social. El significante religioso que se busca instalar despierta la religiosidad, y aleja la figura central – Hugo Chávez – de la política.

“La figura de Chávez lo es todo. De allí, también, el afán por convertirlo en ícono religioso, "un Cristo redentor de los pobres", del cual Maduro y su equipo se transforman en "apóstoles" que cuidarán su legado”. (El Mercurio, 25 de marzo de 2013).

Es un discurso de confrontación política en el plano sentimental, para hacer frente al mensaje que el adversario instaló desde su trinchera política, ya que el chavismo basó su campaña en la imagen de Chávez. La última campaña electoral de Hugo Chávez, antes de su muerte, estuvo vinculada a la emotividad, con códigos narrativos, cromáticos y auditivos que permitían la ensoñación del receptor, el slogan “Chávez corazón del pueblo”, iba directo al plano emocional. En la campaña de Nicolás Maduro se siguió esta misma línea “Desde mi Corazón, Maduro presidente”, ligazón que buscaba instalarse en el imaginario desde el plano sentimental.

Ante este esquema, el discurso conservador responde con implicatura intertextual, ya que apostó por reforzar el mensaje del adversario pero desviándolo hacia la religiosidad, pues a través de esta estrategia consigue alejar la racionalidad política. El mensaje conservador va atacar directamente la cognición política del elector, modelado por medio de un significante emotivo.

Para Castells (2009) no hay oposición entre cognición y emoción, pero hay diferentes formas de articulación entre emoción y cognición en la toma de decisiones. La cognición, que para el autor se refiere al procesamiento de la información puede funcionar con o sin emoción, lo que origina diferentes formas de toma de decisiones: una apegada a lo racional,

evaluando la información y otra basada en modelos de rutina basados en experiencias anteriores procesadas en mapas mentales.

Los editoriales estudiados que buscan reafirmar la religiosidad a la imagen de Hugo Chávez, apuestan a la cognición apegada a la ansiedad, a lo emocional. Alejando a Chávez del escenario político se crea en el seguidor una especie de ansiedad y dolor por lo perdido en el plano político, buscando influir en su voto.

Cuando se busca elevar la imagen de Hugo Chávez al plano religioso se aparta del plano terrenal, y se desliga al candidato oficial, Nicolás Maduro de la divinidad. Esta estrategia apuesta a marcar diferencia, entre Nicolás Maduro y Hugo Chávez. Chávez está en lo alto, Maduro en lo bajo, en la tierra; lo que crea ansiedad. A diferencia de la campaña oficial, que buscaba acrecentar el entusiasmo y/o la depresión por lo perdido, sentimientos que aleja el riesgo de un cambio en el voto.

“Dicho lo anterior, y por absurdo que parezca, el principal contradictor del nuevo mandatario va a ser el fantasma de su predecesor en el Palacio de Miraflores. Cada medida que tome, cada declaración que dé, cada funcionario que nombre, todo va a ser medido en comparación con la vara imaginaria que habría utilizado el fundador de la Quinta República”. (El Tiempo, 10 de marzo de 2013)

Castells (2009) habla sobre la teoría de la inteligencia afectiva, manifestando que las emociones son determinantes en el comportamiento político. Las emociones como la ira o el miedo, el entusiasmo o la depresión, son claves para el momento de actuar en política. Estos sentimientos podrán influir en la sociedad directamente, bien sea en pro de asumir un cambio o en contra del mismo. Expresa que también la emoción influye en la opinión política, ya sea alterando la lealtad en circunstancias conocidas o criticando a los partidarios en circunstancias desconocidas; son las emociones el motor del actuar político social.

El discurso conservador apuntó a despertar la ira también en el adversario, al manejar una posible desinformación en cuanto a la enfermedad del líder supremo, el padre del chavismo. En editoriales como las de El Nacional, E13, titulado “Cáncer regular”, el

periódico arroja el vacío significativo de ignorancia y desinformación ante el cuadro clínico y muerte del presidente Hugo Chávez, y de mala praxis por parte del personal médico cubano que trató la enfermedad.

“Ya puede uno imaginarse por la difícil situación que pasaron los médicos cubanos (que con la desastrosa primera operación dejaron al mandatario venezolano más allá que de acá)... para responder a la pregunta de Maduro sobre las características del carcinoma altamente agresivo que luego se desarrolló por etapas en el cuerpo del fallecido presidente Chávez. (El Nacional, 15 de marzo de 2013)

Los grupos hegemónicos propietarios de medios, como otro filtro propagandístico presente en el discurso conservador, apostaron a agudizar el detonante emotivo utilizando su espacio ideacional político masivo: el editorial. Por medio de los editoriales apostaron avanzarse a lo social posicionando un significativo de divinidad, directo a la ensoñación social, mensaje en sintonía con la ideología, el poder y el deseo.

CONCLUSIONES

El Mercurio de Chile, La Nación de Argentina, El Tiempo de Colombia y El Nacional de Venezuela dieron una respuesta conservadora a la muerte de Hugo Chávez, utilizaron un discurso político para plantear su postura al mundo frente a un hecho que, a todas luces, vislumbraba la oportunidad de la retoma del poder. Una mezcla de nomenclaturas, conceptos y estrategias discursivas dirigidas a normalizar y/o naturalizar un discurso que trama revitalizar un concepto democrático para enterrar todo vestigio comunista.

La respuesta conservadora de 4 de los medios con mayor tiraje en América Latina ante la desaparición física de Hugo Chávez viene a reflejar que tras el espacio discursivo político que le brinda la “propiedad” informativa a la clase dominante, ésta interpone una especie de jerga democrática que sostiene el mito de la democracia como el gran modelo político sustentable y de estabilidad mundial. Por ello, ante el hito en estudio, los medios agrupados en grupo Diarios de América sincronizaron una única verdad y una retórica democrática.

El hecho contundente de que 16 editoriales analizados de periódicos de diferentes países democráticos tengan un mismo nodo discursivo, y tres discursos circulantes vinculados entre sí, arrojan la conclusión de que el discurso plasmado en los editoriales proviene de un laboratorio donde se ajustan las fórmulas precisas para mediatizar la verdad política.

Los tres discursos circulantes que resultaron del análisis crítico del discurso se pueden resumir en cuatro grandes palabras: Neoliberalismo, democracia, anti-comunismo y política. Entonces, la fórmula perfecta del discurso mediatizado fue la suma de **Neoliberalismo + política + anti-comunismo = democracia**, la democracia se sostiene sólo si se conserva esta fórmula perfecta

Los medios estudiados actuaron como meros aparatos ideológicos propagandísticos de un Estado mundial democrático, donde la verdad única hegemónica es decretada por los señores del orden democrático mundial y que ante la muerte de la influencia – mala-comunista venezolana: Hugo Chávez debía ganar un espacio consistente.

Este suceso representó la oportunidad de retomar la sujeción de esas sociedades que gobernadas por administraciones adversarias y comunistas, se salieron del camino del bien, para enfilarse a representar el mal en el mundo.

La mediatización política de la muerte de Hugo Chávez estuvo perfilada hacia la democracia, es decir fue la democracia la única beneficiada ante la desaparición física del peligro comunista en la región, afianzando la devastadora idea de que la falta de democracia en el mundo es el problema y “no el carácter expansivo, invasivo, imperial e inmunitario que se comporta y ejercita en defensa de la matriz tecnocapitalista que la constituye y la define” (Arancibia, 2016, p. 203).

La muerte de Hugo Chávez trató de ser naturalizada y banalizada por los medios conservadores de la región - siguiendo la matriz, que desde siempre manejaron - al tratar este personaje, que a todas luces, supuso, con sus ideas “anti-democráticas”, un peligro para el orden preestablecido mundial. El discurso político utilizado fue dirigido a rasgar todo vestigio histórico, sustento y legado político que Hugo Chávez pudo haber dejado tras una vida destinada a un hablar y hacer libremente, o si se podría decir parresiástico (Foucault, 2010) frente a un único sistema democrático internacional dictado por el poder establecido.

El anti-comunismo como filtro propagandístico, como enunciado común del imaginario político conservador, reflejado a través del discurso plasmado en los editoriales de la prensa conservadora latinoamericana, es la primera conclusión que este trabajo investigación arrojó. Sin formar parte de nuestras hipótesis iniciales, el anti-comunismo, fue utilizado de manera común e indirecta tras nomenclaturas y estrategias discursivas.

La presencia del anti-comunismo estuvo presente intertextualmente o con implicatura de manera constante y determinante en los editoriales estudiados, fue el vacío significativo del discurso. El análisis de un todo, incluyendo el contexto social, el orden del discurso, me permitió detectar su presencia. El análisis crítico permitió tocar más profundo, ir a un horizonte más allá del mero contenido plasmado, detectando las asignas ideológicas y sus vacíos significantes (Fairclough, 1995).

El anti-comunismo fue lo dicho indirectamente, vinculado estrictamente a lo ideológico y al deseo por el poder; tras la presuposición pudimos determinar la liga de un texto con otro texto, determinando prácticas textuales previas. Haber tomado en cuenta,

tanto lo interno como lo externo del texto me permitió establecer sistemas de relaciones para determinar el vacío significante del texto.

La muerte como motor afectivo del discurso conservador propagandístico

La muerte de Hugo Chávez fue utilizada como motor afectivo en el discurso conservador propagandístico de los periódicos analizados haciéndolo parte de la campaña electoral, específicamente de la opositora al gobierno bolivariano; la prensa analizada críticamente se posicionó de manera indirecta de un lado de las candidaturas venezolanas. Y apostó a la inteligencia afectiva para ir a favor de la oposición y en contra del oficialismo.

Mi postura de investigadora, conocedora del contexto cultural y social que envolvió el hito mediatizado, ayudó a realizar un análisis crítico, pues en primera instancia conocía factores externos e intertextos que complementaban al discurso editorial. Investigando y analizando más allá del contenido es que se pudo deducir que la afectividad fue una estrategia discursiva utilizada, pero en confrontación a la inteligencia afectiva también utilizada en la campaña electoral adversa.

Cuando el discurso conservador apuesta a lo afectivo, lo hace como respuesta directa a la campaña política afectiva que emprendió el gobierno. Las claves políticas, lingüísticas, sonoras y gráficas del gobierno, iban directo a despertar la depresión y/o entusiasmo de sus aliados. Los medios conservadores conscientes de ello, también se adueñaron de lo emocional, pero utilizando códigos que virarán el sentimiento a la ira y ansiedad.

La noche del 14 de abril de 2013, el Consejo Nacional Electoral de Venezuela dio como ganador al candidato oficial, Nicolás Maduro, con un total de votos de 7.505.338 contra 7.270.403 de votos obtenidos por Henrique Capriles Radonski. Este resultado si bien da la victoria a la campaña del gobierno, también dio una victoria a la oposición venezolana, pues ésta logró sumar votos y se restó al ala oficial, con relación a las elecciones presidenciales de octubre de 2012, donde Hugo Chávez obtuvo 8.191.132 y Henrique Capriles 6.591.304 votos.

Estas cifras las entrego en la presente investigación con la finalidad de entender el por qué de utilizar la muerte como motor afectivo dentro de las campañas electorales. Desde el gobierno apostaron a la depresión de los partidarios por perder a su líder, conservando el

entusiasmo “chavista” que ha caracterizado a esta parte de los electores, pero descuidaron el mensaje afectivo para el votante imparcial y/o neutral, que si nos basamos en los resultados, fue captado por la campaña opositora, de la cual hicieron parte los medios conservadores de Venezuela y América Latina.

El discurso conservador utilizó la muerte para generar esperanza de cambio en el electorado partidario e imparcial, pero a la vez instaló la ansiedad y la ira, tras las estrategias de comparación, despersonalización y religiosidad. Instaló ira y/o rabia en el chavismo al arrojar la tesis de desinformación gubernamental y mala praxis cubana en cuanto a la enfermedad del “padre” del chavismo, lo que pudo influir en el comportamiento del votante partidario, dando un voto castigo.

Los resultados electorales de abril de 2013 dan cuenta de la eficacia del discurso conservador, pero también de la influencia directa que tiene la emotividad en el discurso político electoral, confirmando de alguna manera la teoría de Castells (2009) en cuanto a la inteligencia afectiva.

A la presente investigación, se suma la conclusión de que los medios conservadores latinoamericanos participaron activamente en la campaña política electoral venezolana, utilizando la afectividad, producto de la muerte de un presidente de la República, dentro de sus estrategias discursivas mediatizadoras.

La muerte de Hugo Chávez fue mediatizada políticamente para beneficio de ambos bandos electorales. Conclusión a la que pude llegar gracias a estudiar las fuerzas centrífugas y opuestas internas y externas que se desarrollaron en el texto. Al analizar el discurso conservador también se analiza el discurso contrario, pues el discurso político tiene una naturaleza misma de enfrentamiento, que presupone que una idea expresa ya tiene una respuesta, o ella en sí misma, es la respuesta de otra.

Como señala Fairclough (1995), el discurso es un tanto creación y un tanto imitación o copia, el discurso político analizado utilizó la muerte como factor emotivo, en términos generales, como respuesta y copia del discurso utilizado por el adversario. Es así como concluyo que un discurso político electoral necesariamente tiene que responder, confrontar o adelantarse a algo.

La muerte como motor político en el discurso conservador, también utilizó la religiosidad a su favor, pues con la muerte del “padre supremo” en la tierra, y el nacimiento de un mito en el cielo se adelanta el fin de una política y el nacimiento de una religión.

La muerte de Chávez, el comienzo del fin del chavismo

La hipótesis inicial de la presente investigación consideró el supuesto que los medios conservadores por su naturaleza contra-revolucionaria basarían su discurso en el significativo expreso de un fin del chavismo, tras la desaparición física del líder absoluto de una corriente política que nació con él, y fue creada y originada a partir de sus ideas y valores ideológicos estratégicos.

Si bien mi hipótesis fue confirmada, el análisis pudo ampliarla, sumándole importantes aspectos que la enriquecieron y fundamentaron. El discurso conservador apostó que con la muerte de Hugo Chávez se acabaría no sólo la corriente política denominada “chavista”, sino que apostó a desterrar las ideas de izquierda y de revolución de Venezuela y de la región, tras una retórica democrática apocalíptica. El chavismo, vinculado al comunismo, vacío significativo, significó la muerte misma de la democracia.

De manera perturbadora y profética, los medios analizados no sólo apostaron, y enunciaron en el imaginario político el fin del chavismo, sino que lanzaron una advertencia al mundo sobre lo que sucedería en caso de que esto no sucediera. La desolación, crisis económica, hambruna, guerra civil y dictadura, era los únicos resultados posibles ante la continuación del chavismo=comunismo.

El discurso conservador no sólo profetizó el fin del chavismo sino que de manera mágica y acertada vislumbró el escenario actual de la Venezuela que decidió ejercer su soberanía mediante el voto y darle continuidad al proyecto bolivariano.

El discurso conservador anticipaba el fin de chavismo, pero también una crisis económica, social y política en caso de no cortar con el ideal del contradestinatario. Es un discurso que vislumbra una actitud de todo o nada, la cual llamativamente es la actitud política que ha privado a la oposición venezolana hasta la actualidad.

La presente investigación concluyó que el discurso conservador de la prensa latinoamericana mediatizó la muerte de Hugo Chávez Frías con el fin de enunciar en el imaginario político el fin del chavismo=comunismo en Venezuela y en la región,

avizorando los posibles escenarios en caso de no cumplir la profecía. Se podría resumir: el discurso “democrático” de la prensa latinoamericana enunció que con la muerte de Hugo Chávez resurgía la democracia y finalizaba el comunismo (el mal) en la región.

La mediatización de la muerte de Hugo Chávez, principio de la crisis venezolana

Todo parece indicar que el discurso conservador siguió conteniendo los mismos vacíos significantes, conceptos, nomenclaturas y estrategias discursivas hasta la fecha, para lograr sus objetivos fatalistas. Es digno de nuevos estudios, analizar profundamente de que manera los medios de comunicación analizados han colaborado activamente a la crisis social y política que en la actualidad atraviesa la República Bolivariana de Venezuela.

Pero para sustentar esta conclusión, me adentro un poco más en el tema, y me atrevo a puntualizar aspectos específicos de la acertada y llamativa profecía. En editoriales dos semanas después de la muerte de Hugo Chávez, todos los periódicos estudiados, hablaban sobre un ahogamiento económico a causa de una devaluación histórica y progresiva de la moneda nacional: el Bolívar, un desabastecimiento de alimentos y medicinas, tal cual acontece en la actualidad. Lo llamativo del asunto es que para la fecha, el panorama político – social no apuntaba a un escenario tan fatalista como el profetizado por todos los medios analizados.

Todos los periódicos estudiados utilizaban mensajes directos con textura amenazante sobre las consecuencias que sufriría el pueblo venezolano en caso de no optar por la democracia, es decir, en caso de seguir eligiendo el chavismo como opción política.

Lo interesante es que todo el discurso utilizado se enmarca dentro de estrategias políticas esgrimidas para colocar el caldo de cultivo de un conflicto. En el libro, bastante cuestionado del filósofo Gene Sharp “De la Dictadura a la democracia” (2003), se desprenden una serie de pasos o acciones tácticas para derrocar dictaduras, lo interesante del caso es que esa teoría ha sido utilizada para todo lo contrario.

Intelectuales del mundo como Noam Chomsky - referente teórico de la presente investigación - por medio de un comunicado público defendió la ética moral y filosófica de Sharp, ante acusaciones que lo apuntaban como integrante de la CIA, y tarifado del ex presidente George Bush, por la publicación de lo que muchos catalogan como un manual

para derrocar gobiernos que le estorben a Estados Unidos, manual de golpes suaves o blandos.

La acotación anterior, la hago porque llamativamente una de las conclusiones que se desprende de la presente investigación, tiene mucho en común sobre lo descrito en el libro de Gene Sharp.

Todo parece apuntar que el discurso utilizado preparaba el panorama, en caso de sobrevivir el comunismo, para dar el paso 1, “enfrentando la realidad de las dictaduras” (Sharp, 2003) en el cual se persigue ablandar la moral del régimen, apuntando a la fortaleza del mismo, dando vida y potenciando problemas coyunturales existentes, agudizando la situación económica, privando a la sociedad de lo básico para la vida cotidiana: alimento y medicina, a través del desabastecimiento y aumento desmedido de precios, todo tras una negociación con la elite dominante de grupos empresariales dueña, en gran medida, de la producción de la cesta básica en los países latinoamericanos.

El discurso conservador no sólo se aventuró con dar antesala a un primer paso de la acción golpista, sino que también utilizó enunciados del paso 2 “los peligros de las negociaciones” (Sharp, 2003), dirigido a posicionar la idea de violación a la libertad de expresión, paradójicamente desde la misma prensa que presuntamente se cercena, se apunta a enunciar en el imaginario la idea de autoritarismo y de instigación a la profesión periodística. En los editoriales analizados se encuentran conceptos y estrategias internas y lineales dirigidas a posicionar esta idea.

No conforme con ello, se puede ir aún más allá, asegurando que de manera intertextual se avizora un posible “calentamiento de las calles” a causa del descontento ciudadano colocando tilde en problemas sociales existentes como: la delincuencia y/o inseguridad ciudadana y la dependencia de poderes, que ocasiona el flagelo del poder ciudadano, electoral y judicial, todo entraría en el punto 3, de la teoría de Sharp, que dibuja el panorama del calentamiento de la calle, como punto previo a las muestras de insatisfacción del pueblo ante el gobierno dictador.

Si vamos más allá, sólo refiriéndonos a la oposición venezolana, y sumamos todo lo que se ha vivido y evidenciado en la prensa desde la muerte de Hugo Chávez hasta el acontecer más contemporáneo, se podría decir que el sector opositor ha cumplido cada uno de los pasos establecidos por Gene Sharp (2003), al pie de la letra, encontrándonos en la

actualidad en la última fase de desestabilización, que da pie a un aislamiento internacional del gobierno “dictador” para intentar forzar una abdicación presidencial. Y de no resultar, esperar o alentar una posible intervención extranjera; todo esto en cuanto al accionar de la dirigencia opositora venezolana; otro punto sería si la prensa conservadora los ha acompañado o no, y si ha formado parte del accionar político.

Esta investigación, lo que sí arrojó, es que los editoriales analizados en el tiempo establecido incorporaron conceptos de la teoría descrita. Lo que me lleva a las siguientes preguntas: ¿De qué manera los medios pudieron adelantarse y moldear escenarios vividos en la sociedad venezolana actual?, ¿Cómo pudieron deducir el feroz desabastecimiento y aumento desmedido de precios que empezó a darse hasta un año después de la muerte de Hugo Chávez en la sociedad venezolana?, ¿Por qué centrar el discurso en códigos fatalistas económicos – sociales futuros?

En todos los periódicos analizados, el discurso toca el tema de desabastecimiento, crisis económica, aumento de precios, devaluación del bolívar, libertad de expresión, descontento social ¿Cómo es posible esto? Será que el discurso conservador difundido formaba parte de una maniobra orquestada de los poderes internacionales ante el posible panorama de continuar la amenaza comunista en Venezuela, mediatizando la muerte de Hugo Chávez como una antesala golpista.

Quedara en la mano de futuros estudios, mostrar si existe vínculo entre estos medios y los factores hegemónicos dominantes del mundo, que sin duda, han formado parte del accionar político, económico y social internacional que ha contribuido, en parte, a generar la crisis por la que hoy atraviesa la República Bolivariana de Venezuela.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTHUSSER, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos del estado. Freud y lacan*, Buenos Aires, Argentina. Nueva visión,. Universidad de La Plata. Recuperado En: <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/m3/althusser.pdf>

AHARONIAN, A. (2007). *Vernos con nuestro propios ojos, apuntes sobre comunicación y democracia*. Caracas, Venezuela. Fundación El perro y la rana.

ALSINA, M. (1999). *La Comunicación Intercultural*. Barcelona, España. Anthropos Editorial

ARANCIBIA, J.P. (2002) La mediatización de la Política. *Revista Comunicación y Medios*. N° 13. ICEI Universidad de Chile. Pp 185-202.

ARANCIBIA, J. (2016) *Comunicación Política y democracia en América Latina*. Santiago, Chile. Editorial Gedisa.

BARBERO, M. (1991). *De los medios a la mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Giles.

BASCETTI, R. *El Diario La Nación, sobre los medios gráficos*. Documento de sitio web del autor. Recuperado En: <http://www.robertobaschetti.com/pdf/EL%20DIARIO%20LA%20NACION.pdf>

BROWNE, S. (2011). El ejemplo de La Cuarta y Ajá. Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) en la prensa de Chile y Perú. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 Vol. 17 Núm. Pp. 17-42

BLUMLER, Jay and KAVANAGH, D. (1999). “The Third Age in Political Communication: Influences and Features”. *Political Communication*, N° 16 (3). Taylor and

Francis. Recuperado de:
http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/the_third_age_of_political_communication_influences_and_features.pdf

CABALIN, C. (2013). Framing y Políticas Educativas: los medios como actores políticos en la educación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. N° 2. Vol 19. (julio-diciembre). Madrid, España. Servicios de Publicaciones de la Universidad Complutense.

CAÑIZÁLEZ, A., GUEDES, O. and OCANDO, J. (2011). Framing revolution and re-framing counter-revolution. *Journalism Practice*. 5:5. 599 - 612.

CASADO, F. (2015). *Anti periodistas: confesiones de las agresiones mediáticas contra Venezuela*. Madrid, España. Editorial FOCA.

CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid, España. Alianza Editorial.

CEA, M. Á. (2001). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, España. Editorial Síntesis..

CHOMSKY, N y EDWARDS, H. (1990). *Los Guardianes de la Libertad*. Barcelona, España. Editorial Crítica.

CUADRADO, L.H. (2000). *El discurso periodístico*. Ciudad de México, México. Editorial Verbum

FAIRCLOUGH, N. (1995) "General introduction". En *Critical discourse analysis. The critical study of language*. London and New York: Longman, pp. 1-20.

FAIRCLOUGH, N. (2003). *Analysing discourse. Textual analysis for social research*. New York, NY: Routledge.

FAIRCLOUGH, N. (2003). El análisis crítico del discurso como método para la investigación en Ciencias. *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.

FAIRCLOUGH, N. (2006). *Language and globalization*. New York, NY: Routledge.

FOUCAULT, M. (2010) *El Coraje de la Verdad, gobierno de sí y de los otros II, curso en el College de France 1983-1984*. Santiago, Chile. Fondo de Cultura Económica. Primera edición en español.

FOUCAULT, M. (1970). *El orden del discurso*. Buenos Aires, Argentina. Fabula Tusquets Editores.

GRUPO DE DIARIOS AMÉRICA. (2017) *¿Quiénes Somos?* Miami FL. Estados Unidos. Gda. Recuperado de: http://www.gda.com/Quienes_Somos/index.php

HAMILTON, Carol. (2007) “*The Scary Echo of the Intolerance of the French Revolution in America Today*”. Publication de History News Network. Recuperado en: http://hnn.us/articles/43075.html#_edn4

HOLTZ-BRACHA, C, LANGER, A y MERKLE, S. (2014). The personalization of politics in comparative perspective: Campaign coverage in Germany and the United Kingdom. *European Journal of Communication*. Vol 29 (2). Pp 153-170.

JENSEN, K. B. (2014). *Introducción: La convergencia en las investigaciones sobre medios y comunicación. La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. Ciudad de México, México. Fondo de Cultura Económica.

LUGO – OCANDO, J. GUEDES, O. y CAÑIZÁLES, A. (2011). Framing revolution and re-framing counter-revolution: History, context and journalism in the new left-wing Latin American paradigm. *Journalism Practice*. Volumen 5. Taylor Farncis online. Recuperado de: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2011.601912>

MANNHEIM, Karl (1987). *Ideología y utopía*. Fondo de Cultura Económica, México.

MATTELART, A. PICCINI, M. y MATTERLART, M. (1976). *Los medios de comunicación de masas y la ideología liberal*. Argentina-Venezuela. EL CID Editor.

MÉNDEZ, A. y MORALES, E. (2001). La democracia venezolana desde el discurso político de los líderes tradicionales. *Revista Utopía y praxis Latinoamericana*. Vol. 06, número 014. Pp. 9-19.

MIÑÓN, Miguel. (2008). Tipología del Pensamiento Político Conservador. *Anales de la Académica de la Real Academia de Ciencia Morales y Política*. Pp. 269-322.

Recuperado de: <http://www.racmyp.es/R/racmyp//docs/anales/A85/A85-12.pdf>

MURILLO, J. y VERGARA, A. (2004). Una propuesta de análisis textual a partir de los postulados del análisis crítico del discurso. *Filología y Lingüística XXX* (1). Pp. 205-218.

OCANDO, J. and ROMERO, J. (2003). From friends to foes: Venezuela's media goes from consensual space to confrontational actor". *Revista Sincronía* 4(2), Recuperado de: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/lugoromero.htm>

PEREIRA, Z. Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare* Vol. XXV. N°1. Pp: 42-58

SARTORI, G. (1998). *Homo Videns, la sociedad teledirigida*. Buenos Aires, Argentina. Taurus, Alfaguara.

SAYAGO, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta moebio* 49: Pp: 1-10. Universidad de Chile. Recuperado de: www.moebio.uchile.cl/49/sayago.html

SHARP, G. (2003). *De la Dictadura a la Democracia*. Boston Estados Unidos. Instituto Albert Einstein.

STROMBACK, J and Aalberg, T. (2011) The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. Londres, Inglaterra. *The Journalism* 13 (2). Pp. 162 – 178.

STROMBACK, J (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *Press Politics* 13(3). Pp 228-246

VAN DIJCK, T. (2001). *El análisis crítico del discurso y el pensamiento social*. Barcelona, España. Universitat Pompeu Fabra

VASCO, C. (1990). *Tres estilos de trabajo en las ciencias sociales: comentarios a propósito del artículo “conocimiento e interés” de Jürgen Habermas*. Bogotá, Colombia. Aprende en línea. Recuperado de: http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/pluginfile.php/175197/mod_resource/content/0/Tres_estilos_de_trabajo_en_las_Ciencias_Sociales.pdf

VERÓN, E. (1997). “Esquema para el análisis de la mediatización”. Lima, Perú. *Revista Diálogos de la Comunicación*. 48. Pp. 9-17.

VERÓN, E. (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio - antropológica. *Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 20. Pp. 173-182.

VERÓN, E. (1998). *“La Semiósis Social”*. Barcelona, España. Ed. Gedisa.

VILLAR, R. (2001). “Información pulsional y teoría de los códigos”. *Revista Cuadernos Universidad Nacional de Jujuy*, Argentina. Pp 125-147.

VILLAR, R (2004). “Publicidad Política y Posicionamiento Plural: el trabajo sobre la ambigüedad del texto”, *Revista Comunicación y Medios*, Año 14, No 15. Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile. Pp 37 a 56.

VIRGILI, J. JANDURA, O y Robellido Marta (2014). La personalización de la política en la cobertura mediática: una comparación de las campañas electorales en España y Alemania. *Trípodos* N° 34. P. 61-79.

WODAK, R y MEYER, M. (2003). *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona, España. Gedisa Editorial.

WOLTÓN, D. (1995). *La comunicación Política: Construcción de un modelo*. Barcelona, España. Gedisa Editorial.

S/A. (2003). *Quién es Quién en La Nación: De Escribano a la Familia Saguier*. En *Diarios sobre Diarios*. Recuperado de <http://www.diariosobrediarios.com.ar/dsd/notas/4/28-quien-es-quien-en-la-nacion-de-escribano-a-la-familia-saguier.php#.V1Wl2uRosdU>

ANEXOS

EL NACIONAL

1. Hugo Chávez Frías

6 de marzo 2013 - 01:00 am CET

La noticia de la muerte del Presidente de la República sacudió ayer a todos los venezolanos, sin distingos políticos, y sucedió igualmente fuera de nuestras fronteras, en las regiones más remotas del globo donde su nombre llegó a ser familiar. América Latina y el Caribe, de modo particular, estuvieron pendientes del prolongado proceso de su enfermedad. Contó con la solidaridad de todos los jefes de Estado de la región que concurrieron a visitarlo o que expresaron su solidaridad.

Desde muy temprano en su gestión descubrió las ilimitadas posibilidades de la política exterior, y no perdió tiempo, hizo de las relaciones internacionales uno de sus más sólidos recursos de Gobierno. También muy temprano comenzó a disfrutar de muy altos precios del petróleo, y esto le permitió una navegación particularmente propicia. Su influencia fue vasta; en la política regional cuestionó los viejos organismos y se esmeró en crear nuevas estructuras. La historia dirá su palabra final.

Ningún venezolano puede ser ajeno a su muerte, y todos tenemos el deber de reconocer la gran influencia que su nombre ejerció sobre los ciudadanos. Más allá de las discrepancias y de las diferencias, se impone la necesidad de asumir este complejo momento de nuestra historia con un criterio de solidaridad y de tolerancia. Son innumerables las razones por las cuales debemos pensar en lo que pueda unirnos y hacer de esta hora de dificultades un momento que nos permita pensar y conducirnos pensando en Venezuela y en el destino de su pueblo.

Hugo Chávez Frías se consagró en la historia como uno de los líderes políticos de mayor influencia. Desde hace veinte años su nombre estuvo presente a lo largo de episodios militares y políticos. Siempre bajo el signo de la polémica, el desafío y la confrontación.

En 1999 ascendió a la Presidencia de la República y a partir de entonces fue expandiendo su influencia y su enorme poder personal. Fue el primer presidente mediático, y esto le permitió una comunicación con las masas populares que puede considerarse como el denominador común de su liderazgo. Manejaba el país como si estuviera dotado de condiciones especiales. Su personalidad atrajo innumerables analistas y son muchos los libros que se le dedicaron en vida. Se consagró como un caudillo. Y es natural que su legado sea objeto de estudios.

Esta es una hora de reflexión. La muerte del presidente Hugo Chávez Frías, como ya se dijo, no es ni puede ser ajena a ningún venezolano.

Este debe ser un momento de solidaridad y de tolerancia. Un momento para la paz y la convivencia. Y por consiguiente, todos, sin distingos, debemos esmerarnos en que esa paz se traduzca en un estado permanente de reencuentro y reconciliación, como ocurrió antes en nuestra historia, cuando el país se vio ante dificultades que pusieron a prueba nuestra condición de venezolanos.

2. Historia repetida

8 de marzo 2013 - 12:00 am CET

Como era previsible, por la tradicional forma improvisada de actuar del Gobierno, a cada momento surgen nuevas iniciativas con respecto al destino de los restos del fallecido presidente de la República, Hugo Rafael Chávez Frías. Lo aconsejable y lo más respetuoso en estos casos es alejarse de las desmesuras y tomar las decisiones dándole tiempo al tiempo mientras se calman los ánimos y se aplacan las pasiones.

El presidente encargado, Nicolás Maduro, había respondido ayer a una pregunta formulada por un periodista sobre las medidas que pensaba tomar el Ejecutivo en los próximos días y éste se limitó a decir lacónicamente: “No tenemos cabeza para más nada, lo digo con sinceridad”. Desde luego que estas palabras preocupan e inquietan a los venezolanos porque la nación no puede seguir a la deriva indefinidamente.

Venezuela, como bien lo dice la historia, es un país presidencialista. Aquí el Estado es algo que pareciera existir sólo a través de un Gobierno personalizado al extremo, como si ser mandatario nacional trascendiera cualquier límite humano y racional, e hiciera aflorar en quien asume el cargo grandezas y mezquindades, odios y resentimientos, generosidades y locuras. Los ejemplos sobran desde que nos volvimos república.

Si bien los venezolanos entienden, y así lo han demostrado en su gran mayoría, que el deceso del presidente Hugo Chávez Frías es un durísimo golpe para sus millones de seguidores, no está de más recordar la necesidad de darle continuidad y legalidad a la gestión del Gobierno y que, como ordena la Constitución Nacional, se debe convocar a elecciones en un plazo claramente estipulado.

Estas son cuestiones que, como mínimo, no pueden dejarse a merced de la inercia sino asumirla con la seriedad del caso y fijar la fecha para los comicios. Esto no empaña los honores merecidos y los destinos de los restos del mandatario fallecido. Muy al contrario, traería paz y tranquilidad a un pueblo inquieto, nervioso y lleno de tensiones.

Ya el presidente de Uruguay, José Mujica, veterano de tantas batallas y con buen olfato para detectar posibles tempestades, dijo a los periodistas con su estilo abierto y franco unas cuantas frases sobre las cuales vale la pena reflexionar: “Espero que tengan todos los venezolanos, tanto el Gobierno como la oposición, la madurez para sobrellevar una situación que inevitablemente va a tener sus bemoles... Ahora hay que hacer todo lo posible para no echar nafta a la hoguera”.

De manera que mientras se rinden los honores correspondientes al mandatario nacional, no deben olvidarse las tareas pendientes y la urgencia de las soluciones. Hoy el Presidente encargado ha sorprendido al país con la noticia de que “se ha decidido preparar el cuerpo del comandante presidente, embalsamarlo, para que quede abierto eternamente para que el pueblo pueda tenerlo allí... Así como está Ho Chi Min, como Lenin, como Mao Tse Tung”. ¿Para qué tanta prisa?

3. El clima político

11 de marzo 2013 - 11:55 pm CET

Desde el domingo en la noche el clima político se oscureció de tal manera que cuando los candidatos concurrieron ayer lunes a inscribir sus nombres, sobre el mapa del país se había extendido una sensación de zozobra difícil de controlar. El oficialismo mostró como nunca su prepotencia y el ventajismo ilimitado que ha puesto en práctica desde siempre, pero ayer lo extremó hasta el punto de sembrar dudas sobre el proceso.

No solo no habrá moderación como era de suponerse o suponía la gente dadas las circunstancias. No. Lo que ayer vivimos fue todo lo contrario. El candidato oficial como un monarca absolutista. Luego de inscribir su nombre ante el Consejo Nacional Electoral, como si fuera amo del Estado y amo de la nación, y en tono autocrático, nombró su comando de campaña. El Presidente Encargado echó mano de ministros y altos funcionarios para integrarlo.

De modo que ministerios y dependencias públicas estarán ya al servicio del candidato Maduro. Los recursos públicos puestos en el juego del oficialismo. Los funcionarios públicos como peones del ajedrez del Partido Socialista Unido de Venezuela. 20 gobernadores de estado como jefes de campaña en sus regiones, los presupuestos en la feria de los días de campaña. Una originalidad: el presidente de Pdvsa será el jefe de “movilización popular”. ¿Saben lo que significa?

Pero esto no les es suficiente. El candidato oficial dispone de la más vasta y poderosa red de comunicación, reestructurada y repotenciada justamente con vista a la campaña. El desequilibrio y la inequidad son de tales magnitudes que uno debería esperar que semejantes abusos tengan efectos de bumeran. Pero no hay que ser optimistas en estas apreciaciones. No habrá manera de aspirar a que se cumpla la ley.

Al extremar estos abusos, el oficialismo confiesa su desconfianza en su candidato y en sus promesas. De no ser así, jamás apelarían al avasallamiento de la opinión pública. No se ha entrado en la campaña propiamente dicha, y ya la vida en la zona metropolitana se hace asfixiante, desde el amanecer hasta que el sol se apaga, innumerables vehículos oficiales perturban la vida cotidiana con sus megáfonos bulliciosos. Y los mensajes transmitidos no son de paz sino de represión. La ciudad y sus habitantes estarán condenados a la pesadilla de ruidos y miedo.

Según el CNE, vendrán observadores de Unasur, o de la Comunidad Latinoamericana y del Caribe, o de la Alba. De poco han servido antes, la verdad sea dicha. De muy poco servirán ahora, porque probablemente han sido escogidos entre los fanáticos de la revolución bolivariana.

Y porque, además, se les invita para que no hablen ni declaren, convidados de piedra.

Pensar que el oficialismo modere el uso y abuso de los recursos públicos o el avasallamiento que despliega a través de los medios del Estado, pagados por los ciudadanos, sería demasiado ingenuo. Pero al menos deberían contener su lenguaje de perdonavidas, de dueños del Estado y de la nación.

4. Mañana y tarde

11 de marzo 2013 - 12:01 am CET

El 8 de marzo en la mañana asistieron a los actos funerarios de Estado en honor al presidente Hugo Chávez Frías 38 presidentes provenientes de los más diversos países. En la tarde, a la toma de posesión de Nicolás Maduro como presidente encargado de la República asistió sólo uno. El contraste es notable, particularmente si se toma en cuenta que los mandatarios extranjeros se encontraban en el país en algunos casos después de largos viajes. El posible significado de estos hechos es que mientras Chávez había logrado una cierta legitimidad en el ámbito mundial, últimamente a través de las elecciones presidenciales del pasado 7 de octubre, Nicolás Maduro todavía debe ganársela, tanto política como jurídicamente.

Políticamente, porque se trata de un funcionario que no ha sido elegido por el pueblo. La peculiar disposición de la Constitución de 1999, según la cual el vicepresidente de la República es un funcionario de libre nombramiento y remoción del presidente electo, obliga a que cuando, como ha sido el caso, dicho funcionario se encargue de la Presidencia deba hacerse acreedor, por sus dichos y hechos, del respeto popular, de todos los sectores del país y de la comunidad internacional. Más aún si, como también es el caso, aspira a participar como candidato en las próximas elecciones presidenciales pautadas por la Constitución nacional.

Jurídicamente, porque las apresuradas sentencias interpretativas de la Sala Constitucional del cuestionado y sumiso Tribunal Supremo de Justicia sobre la sucesión presidencial han creado más dudas que certezas.

Desde este punto de vista pueden entenderse los llamados a la paz y el perdón que, con magnanimidad papal, extendió Maduro a quienes, según él, injuriaron y vilipendiaron al mandatario fallecido, desde que hizo su aparición en la escena política, mediante un fracasado golpe de Estado militar, hasta el día de su muerte. Junto con tales llamados a la concordia han surgido, particularmente desde las filas del PSUV, amenazas e injurias

contra los venezolanos que, por una u otra razón, no comparten la aspiración de ese partido de mantenerse a perpetuidad en el poder.

Los principales instrumentos del partido de gobierno para lograr la hegemonía han sido el ventajismo electoral, la utilización discrecional de los recursos de la nación para favorecer a sus actuales o potenciales seguidores y las turbas tumultuarias, que acosan a quienes muestren desacuerdo con los dictados del líder. Como el guía ha desaparecido, aunque muchos lo lleven en su corazón, se precisa ahora de dirigentes que interpreten las nuevas realidades y despejen el camino hacia una democracia efectiva, política, social y jurídicamente respetable. Que el presidente encargado sea simultáneamente candidato presidencial de un partido agresivo no es un buen primer paso en esa dirección. Quizás por eso la asistencia de jefes de Estado en la tarde del 8 de octubre fue menguada.

5. Debate civilizado

13 de marzo 2013 - 11:48 pm CET

Con unas combativas declaraciones, Henrique Capriles anunció su decisión de aceptar ser el abanderado de la unidad democrática en los comicios que, para dar término al período constitucional, fueron convocados por boca de Tibisay Lucena, presidenta del CNE.

Nicolás Maduro, el candidato escogido por el propio Chávez en las postrimerías de su enfermedad, puso en evidencia que la ponderación parece ser ajena a su carácter y, más aún, a su discurso; que el mensaje conciliatorio mediante el cual oficializó de una vez por todas la desaparición física del presidente Chávez, poniendo fin a la incertidumbre que los administradores oficialistas de la continuidad sembraron deliberadamente para ganar tiempo tratando de que el ungido dejase de ser un simple novato, no era más que un guante de seda tras el cual se ocultaba el puño de hierro.

La desproporcionada reacción de Maduro al anuncio de Capriles exigiéndole que aclare para el país y para la historia lo ocurrido con la muerte de Chávez, provocó una avalancha de insultos y amenazas dirigidas a la galería y no al ciudadano consciente, humilde o de clase media que no se deja engañar fácilmente. Pero presagian el tono destructivo que signará la campaña dirigida a la perpetuación roja rojita en el poder. Nicolás Maduro parece convencido, como los ajedrecistas irreflexivos, que la mejor defensa es el ataque. Una convicción que en política es falaz porque pone al descubierto las carencias de quien ofende.

Haciendo gala del ventajismo más obscuro, Maduro inició su campaña desde el momento mismo en que fue ungido, contando para ello con un botija repleta y un apoyo mediático fundado en la hegemonía comunicacional del Gobierno. Y sin embargo, tiene y demuestra miedo.

Sabe que se enfrenta a un contrincante que ha demostrado saber gobernar y, sobre todo, saber competir. Teme porque sospecha que sus limitaciones no le permiten entusiasmar a unas masas que no le pueden ser endosadas automáticamente. Teme porque no es Chávez sino apenas la careta que le permite disfrazarse de caudillo, aunque el carnaval ya pasó.

Ante un rival así, Capriles está obligado a buscar la confrontación directa. A propiciar el debate público de las ideas y la discusión de los problemas que hoy oculta la ola emocional a la que apuesta el Psuv. Debe desmontar las mentiras oficiales y revelar en toda su crudeza la situación de nuestra economía, de las finanzas públicas, del aparato productivo. En fin, a diagnosticar la magnitud de la crisis que hace de 2013 un año aciago en lo económico y comprometido en lo político.

Si Capriles plantea ese debate puede superar con creces la difícil tarea que se le ha encomendado. Y no es sólo el candidato quien ha de retar a Maduro para abordar las cuestiones de interés nacional. Los dirigentes que acompañan a Henrique tienen que emularle desafiando y desenmascarando a los funcionarios y burócratas que no saben qué hacer con el país.

6. Un cáncer regular

15 de marzo 2013 - 12:01 am CET

Ya puede uno imaginarse por la difícil situación que pasaron los médicos cubanos (que con la desastrosa primera operación dejaron al mandatario venezolano más allá que de acá) para responder a la pregunta de Maduro sobre las características del carcinoma altamente agresivo que luego se desarrolló por etapas en el cuerpo del fallecido presidente Chávez.

También se puede recrear la frase que expresaron los médicos cubanos en el vano intento de simplificación de un concepto tan complejo para que el ungido por el mandatario desaparecido llegara a digerir con su particular dotación de neuronas aquello que se le quería comunicar, pero eso ya no vale la pena.

No tiene nada de extraño que Maduro, ya de regreso en Caracas, consultara a un médico venezolano: Dígame mi doctor (sic)... ¿ese carcinoma no era “normal”...era muy invasivo? ¿Usted cree que los cubanos no aplicaron el protocolo correcto?”. Si fuere eso lo dicho, Maduro, al querer repetir las palabras del médico consultado, no pudo construir con la lucidez que caracteriza a los buenos oradores y soltó la famosa frase: “El cáncer no era regular”.

No se necesita ser un profesional de las ciencias médicas para saber que la palabra “regular” es una invitada de excepción en la jerga usada en medicina y mucho más en los casos de cualificar un diagnóstico. El cáncer puede ser invasivo, agresivo, de alta o baja mortalidad, de poca o mucha sobrevida, de diferente pronóstico según el estadio en que se encuentre, con un rango de capacidad “metastásica”, vulnerable a los nuevos protocolos que se han alcanzado por el trabajo de investigación que se realiza en países responsables con la salud pública.

Pero este episodio folklórico que relatamos anteriormente se sitúa en la periferia de lo que realmente es importante desenmascarar en este momento: se aproxima la improvisación y la ignorancia como un tsunami que traerá consigo daños impredecibles.

Vale la pena preguntarse si el significado y el resultado de este experimento socialista, fallido en otras naciones, y conducido actualmente por un actor político sin formación como lo es Maduro, es lo que espera a la Venezuela del futuro.

¿Cuántas veces repetirá Maduro la palabra “regular” o alguno de sus sinónimos por no ser dueño de un léxico básico que transmita a la población venezolana lo que se tiene y debe decir oficialmente? ¿Cuántas veces no habrá la fluidez mediática necesaria para anunciar informaciones verdaderamente importantes para el país cuando el principal interlocutor del gobierno, en su intento de mimetizar personajes que ya no están, recurra a esos dislates que no entenderán ni los alumnos más adelantados de la Misión Robinson?

Si pudiésemos aplicar, por tan sólo una vez, todos los requisitos que exige un Estado serio para ser presidente o alto funcionario, el PSUV no participaría en ninguna de nuestros procesos electorales.

7. Doña mentira

19 de marzo 2013 - 12:01 am CET

La señora Lucena, presidenta del Consejo Nacional Electoral, ha montado en cólera porque la secretaria de Estado adjunta para Latinoamérica, Roberta Jacobson, ha declarado que Venezuela “merece unas elecciones abiertas, justas y transparentes”. Pues ardió Troya, y en medio de lo más parecido a un ataque de histerismo mediático, misia Lucena se ha lanzado a insultar y denostar contra moros y cristianos, como si la petición fuera un insulto contra ella y no una esperanza sensata que buena parte de los electores venezolanos comparte plenamente.

Pero dentro del Gobierno (no olvidemos que el CNE es un apéndice del Ejecutivo) seguramente alguien (¿Maduro, Diosdado, Jaua?) se ha sentido tocado y dolido y le ha sugerido que salga como una Juana de Arco del trópico a defender la maravilla que es ese mamotreto que hasta el más chavista de los venezolanos (si estuvieran en la oposición) habrían demolido con los tupamaros y La Piedrita a la cabeza.

Si algún CNE ha recibido la mayor cantidad de acusaciones de fraude es este que preside doña Lucena. Para los venezolanos que creen en el voto popular para lograr un cambio, el CNE se ha convertido en un obstáculo permanente porque cada vez que se convoca a elecciones inventa una nueva trácala. Se la sacan del bolsillo por artes propias de un mago de feria, y así van de engaño en engaño. Desde luego no es una sola persona la cabeza de todo el entramado electoral, sino más bien un equipo escogido y armado desde el poder para, en cualquier recodo del camino, emboscar al votante.

Doña Lucena, ¿a usted no le parece que luego de tantos años de ser una persona equilibrada y sensata, antes de llegar al CNE, convertirse en cómplice de alguna maniobra que oscurezca las próximas elecciones presidenciales es la peor manera de terminar su carrera en el aparato burocrático? La prensa ha sido con usted lo suficientemente discreta y honesta para no hablar de sus condiciones de salud y de asistir a su restablecimiento con respeto y respaldo pleno.

Ahora se nos acusa (no sabemos si usted o Maduro) de una campaña para destruir la imagen del Consejo Nacional Electoral, como si tuviéramos esa capacidad destructora que sólo la guarda y exhibe el Gobierno enquistado en el CNE. Usted sabe quiénes son sus compañeras de trabajo, conoce sus currículos, sabe que pertenecieron al PSUV y que además desempeñaron altos cargos en la Cantv. Lo sabemos los periodistas que no somos tontos y su persona también porque usted, mi doña, tiene otros defectos, menos el de ser tonta o despistada.

Así como se enfureció con las declaraciones de la funcionaria estadounidense, Roberta Jacobson, le haría un gran bien a Venezuela criticando el traslado de Maduro como votante de Carabobo a Caracas. Enfurezcáse, pierda los estribos y denuncie que lo de Maduro es un acto ilegal y que vulnera su ética y no digamos su moral pública. Que Dios la perdone, doña Lucena, porque ya sabemos su destino.

8. Derrumbe moral

22 de marzo 2013 - 11:51 pm CET

Ayer la agencia AFP transmitió una nota que le paran los pelos a cualquiera y no se trata de una exageración de la derecha pro imperialista porque, en verdad, nos demuestra el derrumbe moral que existe en el gobierno bolivariano. El texto de la noticia es el siguiente: “Venezuela fue el único país que se opuso a la condena en el Consejo de Derechos Humanos de la ONU al gobierno de Siria, en una resolución adoptada por 41 votos a favor, 1 en contra y 5 abstenciones”.

La pregunta inmediata que se hacen todos los venezolanos honestos y respetuosos de los derechos humanos es por qué el gobierno bolivariano se ha hecho adicto a las matanzas, a los bombardeos de civiles (mujeres, ancianos y niños incluidos), a las masacres contra gente desarmada y contra los pueblos que luchan por sus libertades, por el derrocamiento de un dictadores que se niegan a devolver la democracia a sus ciudadanos, a las guerrillas colombianas que cobran vacunas, practican el secuestro sistemático de los agricultores y ganaderos venezolanos, que trafican con cocaína y que ametrallan a los pueblos indígenas.

La condena en el Consejo de Derechos Humanos de la ONU no era una propuesta de Estados Unidos o de un grupo de países capitalistas. Al contrario, lo que estaba sobre la mesa de votación era nada menos que, como bien lo trasmite la agencia AFP, “las conclusiones de la Comisión Investigadora de Naciones Unidas sobre ese país, presidida por el brasileño Paulo Pinheiro”. Se trata pues de un país considerado estrecho aliado de Venezuela, con considerables inversiones en nuestro país y uno de los mercados más apetecibles para los exportadores brasileños.

Paulo Pinheiro no es ningún Jaua, no es un improvisado ni un ignorante en estas cuestiones de considerable importancia internacional, sino un conocedor a fondo de la materia en cuestión. En el resumen que hace poco le hizo a la agencia AFP, Pinheiro hacía hincapié “en la destrucción del espacio de la sociedad civil, en ese mercado que se beneficia de la violencia; la inexistencia del Estado de Derecho en una situación de guerra civil, y la intensificación de la militarización del conflicto, sin que sea acompañado de negociaciones diplomáticas”. No cabe duda de que estamos ante un hombre de una solidez moral incuestionable.

¿Y qué razones antepuso Venezuela para negar ayer en solitario su voto a la condena al Gobierno sirio? Pues consignas vacías de todo contenido ético y moral. Bastan estas pocas frases para sentir dolor y pena por nuestra política internacional bolivariana.

Veamos estas maravillas: Venezuela se opone a condenar a Siria por “la continuada y sostenida campaña mediática internacional destinada a satanizar los esfuerzos emprendidos por el Gobierno sirio, apelando a la manipulación de la información sobre lo que acontece en el país, muchas veces obtenida de fuentes poco fiables”. Qué pobreza moral y qué desprecio por la vida del pueblo sirio.

9. Régimen enredado

23 de marzo 2013 - 11:56 pm CET

Planes de magnicidio, tramas de golpes de Estado, amenazas a la vida del candidato opositor y ofensas a la soberanía nacional reaparecen como denuncias antiimperialistas en el discurso de campaña del candidato oficialista que usa y abusa de todos los recursos materiales e institucionales del Estado. Es un guión conocido, que ahora se repite sobre las ruinas de un supuesto proyecto de refundación para hacer irreversible su fracaso, a todo trance.

Activar al enemigo imperialista suponía resucitarlo. En enero se supo que el canciller Maduro había iniciado dos meses antes conversaciones con la subsecretaria de Estado, Roberta Jacobson, para recomponer las relaciones diplomáticas con Estados Unidos, incluyendo la cooperación con la DEA, quizá apostando a la fórmula lograda con Colombia.

Pero no, el 5 de marzo, poco antes de dar a conocer el deceso del presidente Hugo Chávez, el ungido en campaña anunció la expulsión de dos agregados militares de Estados Unidos bajo la acusación de participar en un plan de golpe de Estado. Del mismo momento fue la tesis del cáncer presidencial “inducido”.

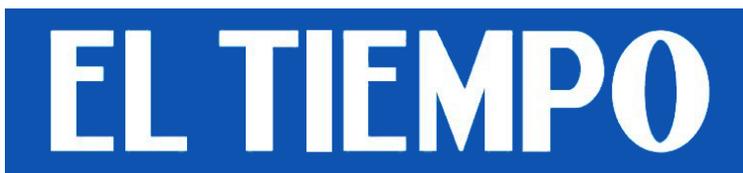
No obstante la gravedad de las denuncias, Elías Jaua ratificó días después, desde su posición de canciller no juramentado, que los contactos con Washington continuarían si había respeto mutuo. Pero no han cesado las acusaciones en el discurso de campaña: conspiraciones de los exfuncionarios Roger Noriega y Otto Reich, mercenarios en Centroamérica, maquinaciones de la CIA y el Pentágono, todos en plan de atentar contra la vida del candidato opositor Henrique Capriles y dismantelar la campaña electoral.

Al libreto enrevesado, repetido y desgastado se suma ahora la indignación ante las palabras de la subsecretaria Jacobson en entrevista publicada el 15 de marzo bajo el título “Cuba está cambiando”. A una semana de su difusión Jaua anunció “la suspensión del canal de comunicación” con Estados Unidos, exigiendo “rectificación y cese de injerencia”. Eso sí, sin alterar las relaciones consulares, diplomáticas y comerciales con nuestro principal proveedor de divisas.

¿A qué razón y propósito obedeció la reacción a las palabras de la alta funcionaria, que lucen al observador desprevenido mucho menos graves que las acusaciones acumuladas en días previos? El tema sensible es la mera mención de que “los venezolanos merecen unas elecciones abiertas, justas y transparentes en las que

todos puedan ejercer su voto con la confianza de que su decisión será respetada”, que “será un poco difícil, pero eso es lo que los venezolanos y la comunidad internacional deben apoyar”.

Allí es donde ha definido su trinchera ante el país y el mundo el régimen en campaña, que irrespeta la separación de poderes, presiona a los medios independientes y ha dado la espalda a los más integrales y confiables sistemas de observación electoral. Ese es el reto de los venezolanos, antes, durante y después del 14 de abril.



10. La partida de un caudillo

Por: Editorial

□ 6 de marzo de 2013

Tras meses de especulaciones, finalmente se conoció este martes la noticia, en la voz entrecortada de Nicolás Maduro, del fallecimiento del presidente de Venezuela, Hugo Chávez Frías.

No es de poca monta el legado que deja el inspirador de la Revolución Bolivariana. En los catorce años que permaneció en el poder, llevó a cabo profundas reformas -comenzando por una nueva Constitución-, que marcaron el tránsito del país vecino al llamado socialismo del siglo XXI. Su poderoso carisma fue un factor tan determinante como los recursos provenientes de la exportación de petróleo a la hora de construir el respaldo popular que en todo momento lo acompañó. En un país que ya había sido gobernado por líderes de origen militar, como Marcos Pérez Jiménez, tuvo a bien aglutinar tanto apoyos como reticencias, a un nivel sin precedentes.

Y aunque no faltan reparos a la forma como ejecutó su ambicioso proyecto, es menester dejar claro que el bienestar de los menos favorecidos y la búsqueda de una sociedad más igualitaria fueron siempre sus máximas preocupaciones. Quiso llevar a cabo un revolcón desde la base misma de los cimientos sobre los que se levanta la sociedad venezolana, una empresa ambiciosa, que desembocó en una polarización que muchos juzgaron inevitable, dado el espeso sustrato emocional, más que racional, de su estilo de gobierno, marcado también por el autoritarismo.

Este se expresó en su escaso respeto por la libertad de expresión y en su control absoluto de los tres poderes públicos, lo que acabó con los contrapesos que requiere una verdadera democracia.

La huella que deja no se agota en el plano interno. Sus ejecutorias trascendieron las fronteras; su vocación fue siempre la de erigirse como líder regional, movido por el anhelo de que el continente se desmarcara de Estados Unidos. Así, creó e impulsó organismos como Unasur y la Alba -esta última junto con Cuba-. Al mismo tiempo, y bajo la égida de Petrocaribe, tendió una red de cooperación que les permitió a países de esta cuenca recibir combustibles a muy cómodos precios, siempre y cuando permanecieran alineados con Caracas. Es en esta esfera donde más sensible será su partida, pues quien llegue a sucederlo no tendrá su mismo campo de acción.

El citado es solo uno de múltiples interrogantes que hoy afloran. Se suman a ellos lo que pueda ocurrir tras la devaluación del bolívar, pues la economía es el más denso de los nubarrones que hoy se ciernen sobre el país vecino, al lado de la creciente inseguridad. La reacción de las Fuerzas Armadas había sido, de igual forma, fuente de especulaciones, que hasta el momento se han desvirtuado ante las señales de unidad que pronto enviaron.

Es, en cambio, un hecho innegable que el eco de lo que a partir de hoy ocurra en Venezuela resonará con particular fuerza en Cuba, país que más que ningún otro se ha beneficiado de las dádivas de Caracas. En lo relativo a Colombia -con la que Chávez tuvo una relación de muchos altibajos-, las miradas se dirigen al proceso de paz con las Farc, en el que el fallecido mandatario desempeñó un papel crucial en su etapa inicial, pero que ha logrado autonomía. Salvo giros bruscos, no parece en riesgo de verse afectado por este acontecimiento. Todo lo contrario de lo que acaece en la zona de frontera, expuesta a cualquier sacudón que pueda ocurrir.

Hay que confiar en que así no pase, y en que el camino que sigue para el pueblo venezolano esté libre de sobresaltos. Por más arraigo que hoy tenga el legado de Hugo Chávez, las instituciones deben prevalecer y tienen la misión de permitirle al pueblo en plena libertad decidir su destino inmediato. El apego a las reglas de la democracia es, en este marco de desconcierto, la vía más segura.

11. **El fantasma nuclear acecha**

Por: Editorial

8 de marzo de 2013

La reciente inauguración en Brasil de una factoría de submarinos agita en América Latina el fantasma de las armas atómicas, el mismo que también se hace sentir en Asia. Por este lado del mundo, la presidenta Dilma Rousseff estrenó las instalaciones de Itaguaí, en Río de Janeiro, el viernes pasado, y manifestó: "Brasil es pacífico, pero eso no nos libra de tener una industria de defensa que colabore en la garantía de nuestra soberanía".

Los submarinos se fabricarán en alianza con una empresa francesa. Uno de ellos, que será de propulsión nuclear, se entregará entre el 2017 y el 2023. Rousseff se mostró orgullosa de ingresar al "selecto grupo" de países que cuentan con submarinos nucleares: Estados Unidos, Rusia, China, Francia e Inglaterra.

Por su parte, también Argentina y Venezuela tienen planes al respecto, que son objeto de nervios y especulación. El diario conservador alemán Die Welt informó hace unos meses que el fallecido presidente venezolano, Hugo Chávez, y el iraní, Mahmud Ahmadineyad, habían firmado un tratado secreto para construir bases subterráneas de misiles en Venezuela. Posteriores informaciones añadieron que la base principal se ubicaría en la península de Paraguaná, a 120 kilómetros de la frontera de Colombia, pero que su objetivo principal era Estados Unidos. Según lo revelado, Irán aportaría conocimiento y mano de obra y el país vecino, la posibilidad de explorar y obtener uranio para sus proyectos atómicos.

Al mosaico se une también Argentina, que desde el 2012 adelanta un programa con Venezuela para fabricar el misil Grandicom. El Centro Wiesenthal, vinculado a la comunidad judía, denunció que dicho programa podría estar al servicio de Irán. La aprobación en la Cámara argentina de un acuerdo con Irán el 28 de febrero no hizo más que aumentar las sospechas.

Mientras tanto, en el otro extremo del planeta, Corea del Norte avanza en sus planes atómicos al margen de las leyes internacionales. Al punto de que ayer el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas respondió con un nuevo paquete de sanciones al más reciente ensayo de Pyongyang, el cual fue seguido de fieros a EE. UU. y una inquietante amenaza de denunciar el armisticio que en 1953 puso fin a la guerra contra Corea del Sur. Hay razones para prender las alarmas.

12. Después de Chávez

Por: Editorial

10 de marzo de 2013

Todavía se encuentra fresco en la memoria el recuerdo de los imponentes actos del viernes pasado, cuando en las instalaciones de la Academia Militar de Caracas tuvieron lugar los funerales de Estado para rendirle homenaje a Hugo Chávez Frías, fallecido después de haber perdido la batalla contra el cáncer. Así, con la presencia de la cúpula gubernamental venezolana, los integrantes de su círculo íntimo y medio centenar de delegaciones de todo el mundo –además de una treintena de presidentes y primeros ministros–, se le dijo adiós a un mandatario controvertido como pocos, sobre cuyo paso por esta Tierra la historia dará su veredicto.

La ceremonia fue acompañada a la distancia por la ciudadanía, la misma que hizo largas horas de fila para darle su adiós al líder de la Revolución Bolivariana. La procesión de dolientes va a continuar de hecho en el futuro, pues el nuevo gobierno no solo decidió prolongar la duración de la cámara ardiente, sino construir un mausoleo en el que dormirá para siempre el cuerpo del comandante de la boina roja. Ante lo sucedido, se puede afirmar que ha muerto el hombre, pero ha nacido el mito.

Aceptar que eso es así es fundamental para entender que la sombra de Chávez seguirá siendo una realidad en la política de Venezuela por lustros o, incluso, décadas. En una región que tiende a idealizar a los dirigentes que tienen raigambre popular –y en especial a los que fallecen trágicamente–, la figura del caudillo estará presente y será invocada innumerables veces, con lo que alcanzará una influencia comparable a la del peronismo en Argentina.

La primera comprobación de ese postulado tendrá lugar en abril, cuando se celebren elecciones, en las cuales Nicolás Maduro debería triunfar con comodidad. No solo la corta duración de la campaña, sino su carácter de presidente interino y, en particular, el haber sido ungido por Chávez en diciembre, le auguran un triunfo holgado.

No obstante, los observadores no han dejado de señalar la transformación que ha tenido el ex canciller en las últimas semanas, en las que, de hecho, tuvo en sus manos el destino del país. Tanto su manera de vestir como la de hablar y relacionarse con la gente se asemejan cada vez más a la de su mentor. En lugar del ex diputado que había sido descrito como pragmático y afable, aparece el dirigente que pronuncia discursos incendiarios, que usa duras consignas contra sus opositores y dirige sus dardos hacia Estados Unidos.

Semejante actitud es explicable en alguien que quiere proyectarse como legítimo heredero de Chávez y el más fiel escudero de su pensamiento. Aunque a pocas horas de distancia de las honras fúnebres nadie piensa algo diferente, no hay duda de que a medida que pasen las semanas y la realidad cotidiana se asiente, el lustre empezará a opacarse. Es en ese momento en que Maduro tendrá que hacer uso de su investidura para generar consensos y poder continuar la marcha.

Dicho lo anterior, y por absurdo que parezca, el principal contradictor del nuevo mandatario va a ser el fantasma de su predecesor en el Palacio de Miraflores. Cada medida que tome, cada declaración que dé, cada funcionario que nombre, todo va a ser medido en comparación con la vara imaginaria que habría utilizado el fundador de la Quinta República.

En tal sentido, el camino que enfrenta Venezuela no es fácil. Como es bien sabido, la economía vecina tiene serios desequilibrios, que obligan a la toma de decisiones duras para hacerla viable. Tanto el déficit público como la inflación y la tasa de cambio se encuentran en niveles insostenibles. La reciente devaluación del bolívar, aparte de insuficiente, cayó mal y ahora se espera un incremento de los salarios, que debe ser generoso para mantener la popularidad de la Administración, pero austero si se trata de arreglar las cargas.

Aparte de lo anterior, el público espera que la seguridad mejore, al igual que los servicios públicos prestados y la calidad de la infraestructura. Es cierto que la temporada electoral pasada y el deterioro de la salud del presidente desaparecido dieron un compás de espera, pero la paciencia tiene límites, ante lo cual es necesario responder a las expectativas.

Tales elementos hacen complejo el panorama. Tanto, que algunos observadores se preguntan si no estará lejano el día en que las divisiones entre Maduro y el presidente de la Asamblea Nacional, Diosdado Cabello, afloren. También se menciona el papel que pueden jugar Francisco Arias Cárdenas y Vielma Mora, gobernadores de los estados de Zulia y Táchira, respectivamente, quienes fueron compañeros de armas de Chávez y pueden tener ascendiente en las Fuerzas Armadas.

Sea como sea, el porvenir de Venezuela no es fácil y los sobresaltos son previsibles. En medio de ese escenario, Colombia debe procurar que la reconstrucción de unas relaciones que llegaron a estar peligrosamente resquebrajadas se dé sobre cimientos institucionales que garanticen la armonía y la prosperidad de dos Estados que sobrevivirán a sus actuales dignatarios.

Es cierto que hoy las relaciones son buenas y que el papel del país vecino en el proceso de paz con las Farc ha servido para afianzarlas, pero pueden ser mejores y deben trascender ese aspecto. Así también lo habría deseado Hugo Chávez.

13. Comentarios post mórtem

Por: Editorial. 14 de marzo de 2013

Más de una semana después de su muerte, no cesan de publicarse elogios y detracciones sobre el difunto presidente venezolano Hugo Chávez. Algunos sorprenden, como el de un destacado político liberal colombiano que escribió: "Hoy, embalsamado, es el más grande de Latinoamérica". Otros eran de esperarse, como las críticas de sectores conservadores que lo igualan a Stalin o afirman que, si bien "toda muerte representa una gran pérdida", la suya no lo es.

Llama la atención entre las elegías póstumas la que escribió Fidel Castro bajo el título 'Perdimos nuestro mejor amigo', donde indica que "el 5 de marzo falleció el mejor amigo que tuvo el pueblo cubano a lo largo de su historia". El artículo es más una colección de citas que una pieza lírica o analítica: de José Martí, de Bolívar y del propio Fidel. Lo curioso es que el líder cubano pasa por alto los miles de millones de dólares anuales que, en forma de comercio exterior, la Unión Soviética dio a su gobierno entre 1960 y 1991. Se calcula que la isla recibió cerca de 200.000 millones de dólares del que era entonces su benefactor, sin contar

ayudas militares y de otra índole. Cuando se disolvió la URSS, la economía cubana quedó casi paralizada y afrontó un "período especial" de restricciones y pobreza.

Chávez, declarado admirador de los hermanos Castro y del régimen cubano, cambiaba cada año 100.000 barriles de petróleo por servicios médicos, policiales y educativos de Cuba en Venezuela. Con todo, su aporte difícilmente supera el soviético en aquellos tiempos en que Nikita Kruschev y sus sucesores eran los "mejores amigos del pueblo cubano".

El ensayista mexicano Enrique Krauze, al despedir a Chávez, reconoce su ayuda a Cuba, pero señala el desastre económico que dejó: un déficit fiscal del 20 por ciento del PIB, un cambio oficial que se triplica en el mercado negro, la más alta inflación de la región, el éxodo de la clase media... The Economist habla directamente del "legado podrido de Hugo Chávez". Mientras tanto, el columnista de The New York Times James Carroll elogia los programas de Chávez contra la miseria y subraya que Estados Unidos ha sido ciego a la pobreza masiva de América Latina, lo que explica el luto de las clases populares en Venezuela.

Chávez se habría sorprendido si pudiera leer sus obituarios.

LA NACION

14. La Nación

Venezuela y América latina, después de Chávez

Es de desear que la serenidad y la autocritica conduzcan a una sociedad desgarrada por el autoritarismo hacia la recuperación de libertades cercenadas

Jueves 07 de marzo de 2013

Tras nada menos que 14 años al frente de la presidencia venezolana y de muchos meses tratando de aferrarse conmovedoramente a la vida, ha fallecido Hugo Chávez . Desaparece un líder casi excluyente de la izquierda regional, tan populista como mesiánico, con rasgos evidentemente autoritarios, cuya gestión, apoyada en su fuerte carisma personal y en el petróleo, distó de ser indiferente hacia sectores de la sociedad que vivían en la más absoluta marginalidad, pero generó un profundo retroceso en materia de libertades públicas, que se asemejó a lo peor del régimen castrista y fue exportado a otros países de América latina.

Chávez se apoyó permanentemente en los recursos financieros derivados de la inmensa riqueza hidrocarburífera de Venezuela, que manejó a su antojo. Pero fue incapaz de alentar el desarrollo de otras industrias, al tiempo que el estatismo y el intervencionismo de su gobierno ahogaron a la economía nacional, afectaron negativamente la producción agrícola, aumentaron el índice de escasez alimentaria, abrieron la puerta a un festival de expropiaciones de empresas privadas y alentaron un proceso inflacionario crónico.

Sus propuestas políticas resultaron una provocación constante en dirección al cambio . En eso tal vez radique su inocultable e innegable impacto, dentro y fuera de Venezuela. Y también el fervor y la devoción que originó en muchos de aquellos que, hasta su llegada, estuvieron encerrados por el muro de silencio que provoca la indiferencia social respecto de quienes, desgraciadamente, viven en la precariedad.

En la región, Chávez logró contagiar a líderes de un grupo de países que adoptaron sumisamente su visión del mundo y algunas de sus políticas, dividiendo profundamente a América latina. Más aún, enfrentando a los latinoamericanos entre sí.

Por la muerte de Chávez no puede silenciarse que ese grupo de países es, precisamente, el que más ha erosionado a las instituciones democráticas en toda nuestra región. En ellos el poder se concentra fuertemente en manos del Ejecutivo, como nunca hasta ahora. Los equilibrios y balances propios de la democracia -como barrera a los abusos de poder que configuran- se transformaron, en ese particular espacio, en una verdadera molestia. Precisamente por lo que ellos significan: la existencia de un límite cierto al autoritarismo y a la arbitrariedad. Las legislaturas suelen ser allí apenas un sello de goma del andar que dicta el Ejecutivo. Y también es donde más se han lastimado la independencia y la imparcialidad de los jueces, característica esencial de las repúblicas democráticas.

Un capítulo aparte merece el nulo respeto por la libertad de prensa que caracterizó al chavismo y que, en reiteradas oportunidades, hemos puntualizado en esta columna editorial. La construcción de una red de medios oficiales y paraoficiales; el escandaloso cierre de populares canales de televisión, como RCTV; las recurrentes presiones y amenazas al resto de las cadenas privadas; la creación de una red de diarios oficialistas y la asfixia económica a los medios gráficos independientes; la prohibición al periodismo de informar determinados contenidos, tales como la cotización del dólar en el mercado marginal, y otras persecuciones y agresiones a hombres de prensa y dueños de medios no chavistas, dan cuenta de la política de opresión que pesa sobre la sociedad venezolana.

En la visión del chavismo, el aislamiento internacional, junto con la vieja prédica setentista contra el imperialismo y la oligarquía, es el llamado de la hora. La libertad comercial es, más bien, un peligro por evitar. Y la libertad económica, tan sólo una clara aberración.

Los gobiernos donde la influencia del pensamiento de Chávez es evidente, entre los cuales no puede excluirse al de Cristina Kirchner, no apuestan a las oportunidades que derivan de la globalización de los mercados. Se encierran en sí mismos. Peor aún, se alejan del mundo democrático y, al mismo tiempo, se acercan a regímenes totalitarios, como el de Irán, el ahora inesperado socio estratégico de algunos gobernantes de la región, en su momento elegido por Chávez.

Para Venezuela, ésta es ciertamente una hora de dolor profundo para muchos. Cabe acompañarlos en su tristeza. Pero no puede dejar de advertirse que, como consecuencia de lo sucedido, surge la importante oportunidad que para todos los venezolanos supone la posibilidad de recuperar las instituciones de la democracia y el espacio de libertad que hoy muchos de ellos añoran.

La hora, sin embargo, llama a promover prioritariamente la unión nacional y el reencuentro entre los venezolanos, una tarea por cierto compleja en una sociedad que ha sido fracturada por los resentimientos.

La oposición venezolana permanece unida, pero ha quedado sumamente debilitada luego de su derrota, en octubre pasado. El oficialismo, por su parte, ha perdido a una figura que luce casi irremplazable por su desafiante carisma y su inagotable capacidad de acción. Además, la elección presidencial que se aproxima deberá convocarse cuando todavía muchos venezolanos quizá no hayan advertido -en toda su muy dura dimensión- la fuerte pérdida de calidad de vida que para ellos supondrá la reciente maxidevaluación de su moneda, una clara evidencia del rotundo fracaso del dirigismo económico de la administración chavista.

Por eso, la atención de la región y de parte del mundo estará puesta, en los próximos meses, en este país, para el que cabe desear que la serenidad y la autocrítica conduzcan, lentamente y sin desbordes, hacia un ordenado proceso de cambio, que privilegie la recuperación de las libertades cercenadas, el diálogo y el fin de un autoritarismo que ha desgarrado a la sociedad.



EL MERCURIO

Miércoles 06 de marzo de 2013

La importancia de Hugo Chávez

La importancia de Chávez en el concierto latinoamericano puede ser distinta de la que hoy imaginamos. No es improbable que sus seguidores logren retener el poder con Maduro, pero parece inevitable el desvanecimiento paulatino del chavismo en Venezuela...

Al final -cualquiera sea el plazo necesario para ello-, sin duda conoceremos los detalles de la fría operación de absorción total del poder político por la cual Hugo Chávez, condenado por el cáncer, libró su última y exitosa campaña electoral, sumiéndose luego en un largo sopor cubano, desprovisto de toda información válida.

Ha muerto uno de los políticos más polémicos de las últimas décadas en América Latina, que trabajó magistralmente su indudable carisma. Gobernó Venezuela por 14 años con una mezcla de populismo de billetera petrolera abierta, socialismo revolucionario sesentero, y ruidoso pintoresquismo "bolivariano". Desde 1998 ganó una decena de elecciones y referendos que le permitieron avanzar en la instauración de su "socialismo del siglo XXI", en la huella de Fidel Castro, reemplazando las armas por los votos. Revirtió su escasa mayoría inicial al azuzar el odio popular contra la "oligarquía corrupta" y los partidos tradicionales que "robaban la riqueza del petróleo", desplegando programas sociales ("Misiones") que le reportaron notables alzas en su popularidad, y llamando a una Asamblea Constituyente que le aseguraría un sistema político favorable, con una nueva Carta a su medida.

En estos 14 años, usando ampliamente sus habilidades mediáticas, polarizó a los venezolanos en dos mundos aparentemente inconciliables, pues siempre dejó en claro que él no gobernaba para la oposición, sino solo para sus partidarios. En este contexto, atacó a los medios de comunicación neutrales y opositores, persiguiéndolos judicialmente. Su blanco especial fueron los canales de TV de alcance nacional y de noticias: algunos perdieron las concesiones, otros cedieron y cambiaron su programación, eliminando la actualidad política y económica.

Suplantando el contenido histórico de la figura de Simón Bolívar, Chávez realizó un plan de nacionalizaciones y expropiaciones, que se iniciaron con una reforma agraria que confiscó áreas supuestamente mal explotadas, y siguió con hidrocarburos, cementeras y otras industrias en manos de privados, principalmente extranjeros. El gran botón fue el petróleo, al marginar o reducir la participación de empresas privadas, concentrando todo el negocio en el gigante petrolero PDVSA. Gracias al buen precio del crudo en la última década, y al uso discrecional que hizo de sus utilidades -que iban a un fondo que manejaba personalmente-, financió los planes sociales, subsidios y regalías que mejoraron condiciones de vida de la población más pobre, ayudándole a consolidar su poder, a costa de la salud económica del país.

En el frente externo, tuvo la pretensión de liderar la región latinoamericana, proclamando un "antiimperialismo". Con EE.UU. mantuvo tensas relaciones diplomáticas, aun cuando era el principal comprador de su petróleo y el proveedor de los derivados que Venezuela no puede refinar. Memorable fue su discurso en la ONU, en 2006, cuando, utilizando la tribuna el día después de George W. Bush, a quien llamó "el diablo", dijo que "aquí huele a azufre todavía". En esa misma línea creó férreas alianzas con Cuba (a la que salvó del colapso económico), Bolivia, Nicaragua, Ecuador y países caribeños. Fue insolente y despectivo con el secretario general de la OEA, nuestro compatriota José Miguel Insulza. Sus lazos diplomáticos más controvertidos fueron con Irán, "bestia negra" de EE.UU., y Rusia, a la cual compró miles de millones de dólares en armas supuestamente para defenderse de un eventual ataque estadounidense. Con su vecina Colombia, las relaciones derivaron desde muy tirantes bajo la Presidencia de Álvaro Uribe, por el apoyo de Chávez a las FARC, a un descongelamiento paulatino con el actual Presidente Santos.

Con Chile, Chávez mantuvo vínculos cordiales, aunque en 2002, cuando el Presidente venezolano fue desplazado temporalmente del poder, las relaciones sufrieron un traspie con la declaración del gobierno de Lagos lamentando que "la conducción del Gobierno venezolano haya llevado a la alteración de la institucionalidad democrática con un alto costo de vidas humanas y de heridos, violentando la Carta Democrática Interamericana a través de esta crisis de gobernabilidad".

La importancia de Chávez en el concierto latinoamericano puede ser distinta de la que hoy imaginamos. No es improbable que sus seguidores logren retener el poder con Maduro -por incompetencia de la actual oposición venezolana-, pero parece inevitable el desvanecimiento paulatino del chavismo en Venezuela, pues su ingrediente esencial es un personalismo irremplazable. La trascendencia negativa del fenómeno, sin embargo, puede ser considerable. Él dio las recetas completas al continente para controlar férreamente el poder, una vez alcanzadas las primeras victorias electorales. Y frente a esta democracia vaciada de contenido y devenida en totalitarismo práctico, en diferentes niveles y rigores, América Latina se ve poco preparada, aferrada a instrumentos retóricos, mientras un Estados Unidos impotente ante el síndrome chavista se limita a seguir traficando petróleo, en medio de batallas puramente verbales. Planteada la amenaza, nadie puede sentir que la democracia de su país latinoamericano es tan sólida, ni su cuadro político de tanta calidad, para no sucumbir parcial o totalmente a las formas que Chavez popularizó.

Lunes 25 de marzo de 2013

15. Una campaña épica para Capriles

"Venezuela no es tuya, Nicolás". Directo, enfático, casi agresivo es el nuevo tono del discurso de Henrique Capriles. Interpela al "Presidente encargado", Nicolás Maduro...

Poco podía hacer Capriles contra el carisma y el manejo político de Chávez. ¿Podrá esta vez triunfar sobre un candidato que asienta su empeño sobre el mito del difunto líder? La aventura es compleja, y él mismo ha reconocido que se trata de una campaña "épica". Es posible que la oposición haya aprendido de sus errores. La estrategia electoral de octubre fue débil, faltó verdadero liderazgo, hubo divisiones en el seno de la Mesa de Unidad y, sobre todo, el mensaje político careció de contenidos adecuados para capturar a los indecisos, que al final prefirieron la certeza de las dádivas del comandante.

Esta vez, Capriles "va por todo". Sabe que es una oportunidad enfrentarse a Maduro, alguien que no ha tenido nunca que ganar una elección, sin experiencia de calle ni de inmersión popular. Pero le juega en contra la falta

de recursos en TV. Apenas tres minutos de avisos pagados desde el 1 de abril es lo que permite la ley electoral. El oficialismo cuenta con noticieros y cadenas nacionales que no han cesado, además de ilimitados recursos estatales. Capriles tendrá que ampliar a pulso su base electoral y debe, además, luchar contra el tiempo. Cuando los venezolanos vayan a votar, todavía estarán frescos el funeral de Chávez y su último mensaje: "Ustedes elijan a Nicolás como Presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Se los pido de corazón". ¿Será capaz Capriles de torcer la voluntad de Chávez y convencer al electorado de que es mejor hacer un cambio?

El opositor promete luchar contra la corrupción asentada en el aparato estatal, cambiar el país porque "es el momento histórico para hacerlo" y, sobre todo, solucionar los acuciantes problemas de los venezolanos, que, hasta ahora, viven en un mundo de fantasía. La inseguridad ciudadana es la preocupación principal, ya que hay una tasa de homicidios de 45,1 por cada 100 mil habitantes, según el PNUD, la quinta más alta del mundo (que tiene un promedio de 6,9, mientras Chile alcanza los 3,2). Asimismo, la inflación y la pérdida de poder adquisitivo tras la devaluación de febrero, la escasez de productos básicos en los supermercados, los apagones eléctricos y la falta de agua son algunos de los problemas que Capriles ha mencionado como vitales de remediar. Su primera medida -junto con cortar todos los regalos a los "países aliados", como Cuba y Nicaragua- sería aumentar 40% el salario mínimo, pero no está dispuesto a reducir de inmediato los subsidios y beneficios, porque la población no está preparada para eso.

Chávez, "el Dios Padre"

"No es que yo lo quiera imitar; es que lo admiro, lo considero mi padre, mi maestro, mi guía. ¡No soy Chávez, soy su hijo!". Maduro busca transmutarse en el líder muerto para ganar la elección. No solo recoger su legado, sino que además apropiarse de su esencia; por eso se plantea como su hijo, un heredero más allá de la política. La figura de Chávez lo es todo. De allí, también, el afán por convertirlo en ícono religioso, "un Cristo redentor de los pobres", del cual Maduro y su equipo se transforman en "apóstoles" que cuidarán su legado. En sus discursos -en los que ha mencionado a Chávez más de 3.400 ocasiones desde el funeral- mezcla el fervor casi religioso por su figura y el ataque frontal a los "enemigos de la revolución bolivariana", lo mismo que hacía Chávez. Maduro acusa despiadadamente a la oposición. Ha dicho que ella está conspirando contra él, su equipo y "la Patria", con financiamiento de "golpistas estadounidenses"; que tratan de provocar hechos de violencia; que son "oligarcas" que odian al pueblo y que buscan revertir las políticas sociales.

La estrategia de transfiguración hasta ahora le ha resultado. Encuestas privadas recientes ya lo hicieron subir un par de puntos porcentuales sobre Capriles, respecto de la última que se hizo mientras Chávez vivía, y le dan una ventaja de más de 15 puntos. Sin la capacidad de persuasión de su mentor, Maduro usará cada vez más la figura de Chávez para afianzar la ventaja.

Petróleo para uso clientelista

Estar al mando del Ejecutivo le da a Maduro una ventaja indiscutible. Desde el Palacio de Miraflores puede tomar decisiones que afectan a cada venezolano. Y en la maltrecha economía, esta afirmación es aún más real, como el complicado nuevo sistema de venta de divisas para importaciones, o su reacción a una supuesta "conspiración" opositora que afectaría la distribución alimentaria. Sobre esto último dijo que, alertado por "presidentes amigos", activaría una red que maneja Pdval, filial de la petrolera Pdvsa, que desde 2008 está a cargo de distribuir alimentos, para que estos lleguen a la población a "precios solidarios y justos". El próximo gobierno deberá enfrentar los cuellos de botella de la economía. Si es Capriles, es factible que haga esfuerzos para ordenar las cuentas públicas, buscar recursos para las indispensables obras de

infraestructura y, en especial, invertir en la industria petrolera. A pesar de la retórica, el chavismo descuidó Pdvsa, al exprimir la gallina de los huevos de oro sin realizar las inversiones vitales para seguir operando segura y eficientemente. La profundización de los proyectos con empresas extranjeras que aporten experiencia y recursos, para explorar y explotar el crudo de la Faja del Orinoco, por ejemplo, es una obligación del próximo gobierno. Pero es incierto que Maduro priorice esto por sobre el uso discrecional de las utilidades con fines clientelistas.

