

colección comunicación responsable

PSICOTERRORISMO MEDIÁTICO

UNA AMENAZA A LA SOBERANÍA NACIONAL

LA DISOCIACIÓN SICÓTICA

ARMA IDEOLÓGICA DE LA CONTRARREVOLUCIÓN BOLIVARIANA

Erick Rodríguez Miérez



Ministerio de Comunicación e Información

PSICOTERRORISMO MEDIÁTICO

UNA AMENAZA A LA SOBERANÍA NACIONAL

LA DISOCIACIÓN PSICÓTICA

ARMA IDEOLÓGICA DE LA CONTRARREVOLUCIÓN BOLIVARIANA

Erick Rodríguez Miérez

colección comunicación responsable
Ministerio de Comunicación e Información

Psicoterrorismo mediático

Una amenaza a la soberanía nacional

La disociación sicótica

Arma ideológica de la Contrarrevolución Bolivariana

Colección Comunicación Responsable

Publicación del Ministerio de Comunicación e Información

Enero de 2005

República Bolivariana de Venezuela

Directorio

Ministro de Comunicación e Información

Andrés Izarra

Viceministro de Gestión Comunicacional

William Castillo

Viceministro de Estrategia Comunicacional

Yuri Pimentel

Coordinación general

Viceministerio de Gestión Comunicacional

Mabel Silva Silva

Thady Carabaño

Director de Arte

Arvic Calanche

Primera edición, 2005

©Erick Rodríguez Mieres, 2005

©De esta edición: Ministerio de Comunicación e Información, 2005

ISBN: 980-227-016-4

Depósito Legal: lf87120043843507

A mi madre Carmen Eunice,
a mi esposa Mari y mis hijas Erickmar y Adriana.
A mis hermanos: Nelson, Carmencita, Valentín y Román
y con un especial afecto a
mi padre Valentín y a mi hermana Belinda,
ambos presentes siempre en mi recuerdo.
Al pueblo venezolano y a la Revolución Bolivariana
mi eterna lealtad.

A quienes no se dejaron inocular la disociación psicótica,
que son la mayoría del pueblo venezolano
y cuya resistencia en esos días aciagos,
evitó que se perdiera nuestra República Bolivariana.
Al Presidente Hugo Chávez Frías
por su lealtad con el pueblo venezolano.

I

PSICOTERRORISMO MEDIÁTICO

UNA AMENAZA A LA SOBERANÍA NACIONAL

El *psicoterrorismo mediático*¹ ha sido un método utilizado por los medios de comunicación social venezolanos desde el año 2000, que se incrementó luego durante el año 2001 y se intensificó en los años 2002 y 2003, como parte de un plan para derrocar el gobierno del presidente Hugo Chávez Frías. Diseñado por los medios privados venezolanos con la asesoría de la Agencia Informativa (USAI), adscrita al Departamento de Estado de Estados Unidos, este plan cuenta entre los miembros del Consejo de Asesores, a Gustavo Cisneros. El plan se denominó “*Democracia y Libertad*”.

Un análisis retrospectivo de la programación y publicidad en esos años nos permite conocer el contenido ideológico y la manera cómo se implementó este plan. Asimismo, permite evaluar el efecto en la población venezolana, especialmente en un sector de la clase media, donde ocasionó un impacto de tal magnitud, cuyo resultado ha sido conceptualizado como un fenómeno social que ha dado lugar al surgimiento de esta nueva categoría sociológica: la *disociación psicótica*.

¹ Este trabajo es una recopilación de una serie de conferencias realizadas en universidades, colegios universitarios, instituciones profesionales y varias ciudades del país.

Antes de desarrollar la tesis del *psicoterrorismo mediático*, es necesario referirnos a la incidencia de la televisión en las personas. Hay una percepción auditiva, así como visual de imágenes y sonidos, que se asocia a símbolos como a signos. Culturalmente, se nos ha transmitido durante distintas fases de nuestro desarrollo y tiene una significación emocional o de efecto de miedo. En un niño, el proceso de aprendizaje es fundamentalmente por imitación, su capacidad de discernimiento es muy poca o muy susceptible a la fragilidad emocional.

Cuando la persona es adolescente, el proceso es de reafirmación y reforzamiento dual entre las emociones y las normas. Cuando se trata de un adulto, va desde un proceso de reconocimiento de realidades y posibilidades, ataduras sociales, independencia, rigidez, pero también de esperanzas. Finalmente, cuando se trata de un anciano, el proceso es de comprensión, nostalgia, de ejemplo, de respeto y de vulnerabilidad emocional. Estas imágenes y mensajes de percepción audiovisuales se descomponen entre nosotros sobre la base de nuestra experiencia emocional y nuestros miedos, provocando persuasiones, inducciones y dudas que están implícitas en dichos mensajes. Es allí cuando el modelo dominante de la televisión privada nos impone su fisiología sociocultural, incidiendo en el tejido colectivo.

La categoría *psicoterrorismo mediático* en Venezuela consistió en un método orientado al uso de escenas y hechos cotidianos transmitidos por la televisión para provocar terror en la población, como forma de minar la tranquilidad, infundir miedo, desasosiego e ira. Su objetivo es provocar un espíritu de agrupación en la clase media para predisponer cualquier acción por buena, justa, que hiciera el Gobierno o los funcionarios que lo apoyaban. El efecto que causó fue de terrorismo, porque se planteó desatar acciones extremistas de un sector de la clase media que los medios controlaban psicológicamente a través del chantaje: si el Gobierno no accedía a sus demandas, las que básicamente pretendía revertir el proceso revolucionario o provocar la renuncia del Presidente de la República, se desataría una guerra civil.

Para seguir comprendiendo mejor este fenómeno se hace necesario realizar un breve análisis de la significación del modelo dominante en los medios de comunicación mundiales, donde forman parte la televisión privada venezolana, y cómo esta situación permite que, ante la amenaza que representa la Revolución Bolivariana para el neoliberalismo, los medios de comunicación en Venezuela asumieron la dirección de la oposición, desplazando a los partidos políticos.

Después de la Segunda Guerra Mundial se creó un nuevo orden económico mundial que determinó el carácter cultural, económico y político en las relaciones internacionales. Con la caída del socialismo real de la Unión Soviética, en los años ochenta, surge el neoliberalismo. Se asociaron para impulsar esta teoría, Margaret Thatcher, Primera Ministra de Gran Bretaña, y Ronald Reagan, presidente de Estados Unidos. El fundamento ideológico que perseguía el neoliberalismo es la aplicación de un principio de racionalismo económico a través del desmontaje de los Estados nacionales para facilitar la instalación del principio del mercado como mecanismo de distribución y asignación social, la desregulación y privatización de las empresas de los Estados nacionales y la conformación de grandes corporaciones, incluyendo a los medios de comunicación social.

Las empresas globales de la comunicación han venido implementando, mediante su fuerza y grandes poderes a favor de la estrategia globalizadora, un modelo dominante en los medios audiovisuales basado en el servicio comercial, como parte de la lógica de ser una propiedad privada y dependiente de la publicidad, que provocaba e incluso conspiraba por la merma o el aminoramiento de los medios de comunicación públicos. El interés de las empresas mediáticas globales y las regionales es generar o crear una cultura de medios audiovisuales donde el mercado de consumo, por encima de cualquier otro interés y la publicidad, constituye el medio para conseguir ese fin, lo que les ha hecho perder toda condición de servicio público.

Este hecho refleja la imposición de un modelo comercial bajo los postulados del neoliberalismo, que se hace incompatible con la construcción de una verdadera democracia participativa. Durante la década de los setenta, como parte de una estrategia económica de dominación, las empresas de la comunicación electrónica, de origen norteamericano, establecieron en el exterior más de mil establecimientos, teniendo por encima sólo a las empresas petroquímicas.

El uso de la tecnología satelital ha provocado una apertura de la televisión global más allá de lo regional, local y nacional. Esto ha transformado la naturaleza de los flujos televisivos. Hoy en día, la programación es producto de una cultura, comunicación e información disimulada y manipuladamente dominante que se hace parecer como algo propio, natural, referencial o a imitar. La tecnología satelital responde a las concesiones o limitaciones que impone el dueño del medio tecnológico, uno debe plegarse o aislarse a quienes tienen esa tecnología: Estados Unidos, Comunidad Económica Europea, Japón, Rusia o China. La dominación imperial de los pueblos responde hoy al manejo de la comunicación. De allí que una de las resistencias y refractaria acción a esa dominación sea, entre los más importantes, la de diseñar una política cultural y comunicacional que propenda diversificar y multiplicar los medios de comunicación comunitarios para preservar y garantizar una información real; y no inducida, subjetiva e impuesta.

El proceso de globalización ha dado un importante viraje en el comercio de las industrias culturales. Ha ido cambiando no sólo de estrategia comercial y tecnológica, sino también de modelo para la dominación, basado en el uso de la tecnología de la época, como es el uso de los servicios por satélite, de cable y de los servicios de Tecnología Directa al Hogar (DTH). Esta nueva estrategia conspira contra la soberanía de los países, en especial en América Latina, donde su aplicación busca eliminar el papel de televisoras nacionales o locales y crea dificultades para su regulación o la aplicación de legislaciones que fomenten una política nacional de cultura y de producción nacional.

El 75% de los programas televisivos del mundo provienen de Estados Unidos. Ello explica porque la industria cultural es tan importante para la economía norteamericana. El único sector que rebasa a la industria audiovisual es el aeroespacial. El poderío monopólico de los medios de comunicación en América Latina, como es el caso de Televisa (México), O'Globo (Brasil), Venevisión (Venezuela), Grupo Clarín (Argentina), ha sido de tal incidencia en los gobiernos de turno que la regulación es muy limitada y es muy poco el control a la política expansionista hacia otras regiones. Con respecto a la producción y la difusión televisiva, estos consorcios están integrados horizontal y verticalmente; su comercialización es vertical a través de sus mismas empresas, así como su distribución en el mercado externo, al igual que el manejo de la publicidad en sus cadenas de comercialización.

Al estar los medios de comunicación en manos de las clases dominantes, de los poderosos magnates o de redes interconectadas, los monopolios los usarán como un instrumento para servir a sus propios intereses. De este modo, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la transmisión de las ideologías dominantes. Entonces, cuando los medios de comunicación son utilizados por sectores poderosos, en especial la televisión, se constituyen en fuentes que inducen a imitación, juegos, deseos, situaciones de violencia, discriminación y estilos de vida. A esto lo denominó Herbert Blumer, en 1933, *interaccionismo simbólico*.

Para saber cómo operan los monopolios de la televisión es importante conocer las empresas en las diferentes áreas. Los monopolios globales más importantes son:

1. News Corporation (**NC**): ubicada en Estados Unidos, su dueño es Rupert Murdoch, ciudadano de nacionalidad australiana-norteamericana, quien está asociado con Gustavo Cisneros Rendiles, dueño de la Organización Diego Cisneros. Esta empresa opera mundialmente manejando cinematografía, video, editoras, satélites y televisoras en el mundo.

2. Times-Warner: ubicada en Estados Unidos.
3. Disney-ACB: Estados Unidos.
4. Bertelsmann: ubicada en Europa.
5. Viacom: ubicada en Estados Unidos, incluye a la cadena CBS.
6. TCI: Estados Unidos.
7. Polygram-Philips: ubicada en Europa.
8. NBC General Electric: Estados Unidos.
9. Universal Seagram: ubicada en Canadá.
10. Sony: ubicada en Japón.

Estas empresas globales realizan asociaciones, alianzas o crean sucursales en espacios regionales por razones comerciales, y por razones estratégicas controlan e inciden en los gobiernos. El poder imperial se mimetiza para atentar contra la soberanía nacional.

También hay un grupo de empresas televisoras que monopolizan las comunicaciones en Iberoamérica:

1. Grupo Prisa (Europa), vinculada al Partido Socialista Español (PSOE). Su cabeza visible es Jesús Polanco.
2. Televisa (México) vinculada a NC y TCI, Televisión Digital por satélite SKY TV, DTH-CBS Telenoticias. Vinculada al Partido Revolucionario Institucional (PRI). Su dueño era Emilio Azcarraga, ya fallecido, quien dejó encargado a su hijo Jean Azcarraga.
3. O'Globo (Brasil), vinculado NC y TCI Televisión Digital por satélite SKY TVDTH. Vinculada a la elección de Fernando Collor de Mello del Partido de Reconstrucción Nacional (PRN). Su dueño era Alberto Marinho (fallecido).

4. Clarín (Argentina). Vinculado al grupo del Peronismo-Justicialismo de Carlos Menem.
5. Cisneros-ODC (Venezuela) vinculada Hughes-Filial, General Motor, Direct TV, CBS Telenoticias. Vinculada a grupos de Acción Democrática (Carlos Andrés Pérez).
6. TV Abril (Brasil) vinculada Hughes-Filial, General Motor y Direct TV.

Estas empresas son sucursales, asociadas o aliadas, de las globales en el negocio de los medios de comunicación. Ellas hacen uso de sus estructuras operativas como de sus insumos ideológicos.

Las televisoras latinoamericanas, Televisa (México), O'Globo (Brasil), Venevisión (Venezuela), Clarín (Argentina), entre otras, representan los grupos que tienen mayor cobertura de exportación de programas televisivos, aproximadamente 76%, de los cuales más de 20% es distribuido en el mercado hispanoparlante en Estados Unidos; y más de 54% es distribuido en la región latinoamericana. Esto nos da una idea de la importancia de la lucha ante el monopolio mediático en el área económica. La cobertura, tanto en América Latina como en Estados Unidos, se realiza a través de las plataformas de su asociación corporativa con Hughes Corporation y News Corporation.

Las empresas multinacionales de los medios de comunicación establecen sus redes en un estacionamiento donde tienen una posición de poder en el sentido amplio (político, económico, cultural y social). Su control es cada día menos centralizado, pero más integrado. De allí que la tendencia globalizadora con respecto a la televisión se centre hacia la privatización (Vale TV Canal 5, Venezuela), desregulación (oposición a leyes y normas) y comercialización (dominio a través de la publicidad), lo que ha provocado la degradación de los sistemas públicos. Los testaferros y/o aliados locales o nacionales toman las concesiones audiovisuales y hacen uso de dominio de mensaje psicosocial a través de los medios hacia la población.

En el mundo globalizado se busca que la cultura y los medios sean desnacionalizados y desterritorializados, lo cual explica en parte las alianzas y asociaciones de los grupos Cisneros y Phelps-Granier en el país.

En Venezuela, la radio se inició en 1926 con la emisora pública AYRE; en 1930 salió al aire la primera estación privada: Broadcasting Caracas (de Ricardo Espina y William Phelps). La televisión nace en el mundo en 1926, cuando se hace la primera demostración (John Logie Baird, en el Royal Institution de Londres), aunque su auge fue a partir de 1936 (la BBC, el 2 de noviembre de 1936).

En Venezuela, la televisión del Estado nació el 22 de noviembre de 1952 (aunque inició sus operaciones el 1 de enero de 1953), como Televisora Nacional TVN 5. La televisión privada nació con Televisa, que luego, en 1961, se denominó Venevisión. El 15 de noviembre de 1953, se funda Radio Caracas Televisión (RCTV). En 1956 y 1947 se inauguran en Maracaibo Televisa Zulia y Ondas del Lago Televisión, respectivamente. Más tarde, el 20 de septiembre de 1958, se funda Radio Valencia Televisión, en el estado Carabobo; luego, en agosto de 1964, fue creada la Corporación Venezolana de Televisión (CVTV) por el sector privado (el grupo Vollmer asociado con Time-Life), pero en 1974 fue comprada por el Estado venezolano y pasó a llamarse Venezolana de Televisión (VTV).

El 29 de julio de 1940 se aprobó la Ley de Telecomunicaciones y el 5 de mayo de 1941 se aprobó el reglamento, modificado en 1984, que fue la normativa vigente para este sector hasta 2004. Como puede observarse, después de 14 años de creada la radio en Venezuela es que se hace la primera ley sobre la materia, mientras que la televisión está normada por un reglamento que en esencia se basa en una ley que se promulgó cuando todavía no existía el servicio. El 29 de mayo de 1980, en el gobierno de Luis Herrera Campins, se establece la Resolución N° 500 sobre la clasificación de los programas de TV. El 17 de diciembre de 1981 se aprueba la Resolución N° 1.029 sobre

la regulación y clasificación de la programación en TV; hasta que en 1984, mediante el Decreto N° 2.427, se planteó una reforma parcial del Reglamento de Radiocomunicaciones. El 20 de noviembre de 1992 se hace un reglamento parcial sobre las transmisiones en televisión. Es partir del año 2000 se inicia una nueva fase de democratización de los medios de comunicación audiovisual, con la aprobación de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, a finales 2004.

El 30 de mayo de 1953 se otorgó autorización a la primera concesión de televisión privada, Televisa C.A; comprada luego, en 1961, por el Grupo Cisneros. Su cobertura incluía al Área Metropolitana de Caracas, el litoral central, Maracay, Valencia y La Victoria. El 15 de noviembre de 1953 se otorgó autorización a Radio Caracas Televisión, logrando una cobertura mayor entre 1955 y 1956: Caracas, litoral central, Maracay, Valencia, Falcón, Lara, Yaracuy y Zulia. El 5 de mayo de 1956 se otorgó autorización a Televisa del Zulia, en Maracaibo, como el primer canal regional privado en Venezuela; y el 1 de octubre de 1957 a Ondas del Lago Televisión Canal 13, su cobertura era el área de Maracaibo. Luego se dieron, durante el período de 1955 a 1958, tres nuevas estaciones UHF. Durante el lapso comprendido entre 1952 y 1958 (toda la dictadura de Marcos Pérez Jiménez) se otorgaron cinco concesiones para estaciones de televisión. Durante ese período, el Estado intentó ampliar su cobertura a través de la Televisora Nacional TVN 5 y la radio.

En los gobiernos de Rómulo Betancourt (AD, 1959-64), Raúl Leoni (AD, 1964-69), Rafael Caldera (COPEI, 1969-74), Carlos Andrés Pérez (AD, 1974-79) y de Luis Herrera Campins (COPEI, 1979-84), el número de concesiones nuevas otorgadas en estos 26 años apenas llegó aproximadamente a 7 estaciones de televisión UHF², y en la radio se concedieron aproximadamente 110 emisoras AM y 4 estaciones en FM.

² UHF significa ultra frecuencia y VHF muy alta frecuencia

A partir de 1979, comienza el proceso de expansión de las concesionarias de las televisoras privadas y la alianza y asociación con empresas transnacionales de la comunicación. Con ello, se profundiza el proceso de transculturación. Las programaciones fueron invadidas con los llamados “enlatados norteamericanos” (de violencia y sexo) y minimizando nuestros valores y, por ende, nuestra cultura y folklore. De esta manera, se merma la autoestima del venezolano como pueblo. Durante el gobierno de Luis Herrera Campins, los medios saturan el mercado con televisores del sistema de color norteamericano (traídos a través del Puerto Libre de la Isla de Margarita) y, a través de la rastreadora de satélite de la CANTV, abren y distribuyen la señal norteamericana de color para quien tuviera los televisores. De este modo, se impone el modelo norteamericano (NTSC)³ mediante el decreto N° 319, de fecha de 1° de octubre de 1979, sobre la transmisión a color en televisión. Igualmente se impuso el sistema de video televisión a través de Blockbuster. Así se impidió que el país pudiera elegir un multisistema (PAL, SECAM)⁴

En Venezuela, la televisión pasó a constituirse en el principal medio de entretenimiento y educación, con la consecuencia que esto implica: la TV se ha convertido en una especie de diosa cultural. Con un manejo de las necesidades socioculturales y educativas de la población, se saturó y reforzó la mentalidad colonial del venezolano con mensajes en los que se exalta la vulgaridad, la banalidad, lo lúdico y una visión del mundo sobre patrones culturales norteamericanos.

Como parte de esta estrategia, entre 1984 y 1999, se entregó un mayor número de concesiones tanto en la radio (70 emisoras AM y 236 FM, aproximadamente) como en la televisión: más de 48 canales, aproximadamente. El otorgamiento de las concesiones de la radio (AM y FM) y la televisión (UHF y VHF), durante los gobiernos de Acción Democrática (Jaime Lusinchi, 1984-

³ NTCS (Norma de difusión de Televisión Color), sistema de los Estados Unidos

⁴ PAL (Alternancia de fase por línea), sistema inglés-alemán. SECAM (Secuencia con memoria), sistema francés y ruso

1989, y Carlos Andrés Pérez, 1989-1993) y de COPEI (Rafael Caldera, quien gobernó con los copeyanos de Convergencia, de 1994 a 1999), fueron entregadas de la siguiente manera:

1. **Durante el gobierno de Jaime Lusinchi:** operaban de forma regular 4 estaciones FM y se otorgaron concesiones en su mayoría en forma clientelar. Se dio permiso a 52 emisoras FM.
2. **Durante el segundo gobierno de Carlos Andrés Pérez:** se fomentó el otorgamiento de concesiones en la televisión a sectores privados con poder económico, vinculados al gobierno. Se otorgaron permisos a 6 televisoras UHF y 2 televisoras por suscripción. Además, en 1991 se adjudicó el contrato de telefonía celular al Consorcio Telcel, asociado a BellSouth. El gobierno de Pérez le otorgó a la empresa Telcel la frecuencia o franja, que era de uso exclusivo de la comunicación de las Fuerzas Armadas, por razones de seguridad del Estado.
3. **Durante el segundo gobierno de Rafael Caldera:** los sectores monopólicos del negocio de la comunicación presionaron a tal extremo, que durante este gobierno se pretendió entregar los dos canales de televisión del Estado y la Radio Nacional. El 19 de noviembre de 1998, se entregó la Televisora Nacional (Canal 5), en forma inconsulta, antipatriótica y violando la soberanía nacional, a un grupo elitesco del Arzobispado de Caracas, liderado por monseñor Ignacio Velazco, quien además avaló el golpe de Estado del 11 de abril de 2002, quienes constituyeron una asociación sin fines de lucro: Valores Educativos Televisión (VALE TV). A esta entrega del patrimonio nacional, se designó una junta directiva integrada por gente de los grupos monopólicos (básicamente de la Organización Diego Cisneros), Guillermo Cisneros y María Eugenia Mosquera. Asimismo, se otorgó, bajo la presión de los grupos ODC y IBC y otros sectores de los medios de comunicación, el mayor número de concesiones en

la historia del país, a sectores clientelares de Acción Democrática y COPEI en el interior del país, fundamentalmente, y a testaferros de políticos. Se autorizaron 36 estaciones UHF y 21 estaciones de televisión por suscripción.

Los grupos de concesionarios que controlan las televisoras regionales, más de 80%, están vinculadas con el monopolio de las televisoras nacionales privadas del grupo IBC-Phelps-Granier y ODC-Cisneros. Además, de tener el monopolio de la TV regional, los dueños de estas televisoras tienen control de periódicos y emisoras de radio; esto ocurre en más de 75%, aproximadamente. Los sectores regionales asociados al monopolio de la comunicación audiovisual y escrita son:

1. Telecaribe (nororiental): Porlamar, Grupo Miguel Contreras Laguado, César Prato.
2. Telesol (nororiental): Cumaná, Grupo Marcos López I., Manuel Peñalver.
3. TV Oriente (nororiental) Pto. La Cruz, Grupo Pasquale Cirigliano.
4. TV Guayana (suroriental), grupo de David Natera Febres.
5. TV Televisión (Maracay): Centronorte Maracay, Grupo de Filippo Sindoni Gioidina Narsette.
6. TV Carabobo /Niños Cantores TV-NCTV: Centro-norte Valencia, Grupo Institucional.
7. TV Llanovisión (sur-Ilanos) Barinas, Grupo Douglas Valero.
8. TV Llano (sur-centro) San Juan de los Morros, Grupo de Govanni Di Angellis.
9. Universal Televisión (sur-Ilanos) Guanare, Grupo de Rafael Camacho.
10. Olimpia Televisión (norte-oriental) Cumaná, Grupo de Delgado Rivero.

11. Televisa (norte-occidente) Maracaibo, Grupo de Guillermo González-Rocca-Mazzei.
12. Tele Éxito (suroriental) Maturín, Grupo de R. Calvo.
13. NC Zulia (NCTV) norte-occidente-Maracaibo, Grupo Institucional (Doria)
14. Promar TV (norte-occidental) Barquisimeto, Grupo de L.M. Kossowsky.
15. Zuliana de Televisión ZTV (norte-occidente) Maracaibo, Grupo Urdaneta Finol.
16. TV Boconó-Fundación Televisora Cultural Boconesa; Andes Trujillanos-Boconó Trujillo, Grupo de Pablo Miliam Aranguren-Institucional.
17. Amavisión-Vicariato Apostólico de Puerto Ayacucho: Puerto Ayacucho, estado Amazonas, Grupo Institucional (A. Divasson, J. Bosco R.).
18. Telecentro (norte-occidente) Barquisimeto, Grupo VM Barranco-Monte Oca.
19. NC Televisión Lara C.A. (NCTV) (norte-occidente), Barquisimeto, Grupo Institucional (O. Bernal Segovia).
20. Sol-TV (norte-costero) Estado Miranda, Grupo Ruiz Asociados.
21. TV Andina de Mérida (Andes Merideños) Mérida, Grupo Mons. Baltasar Porras.
22. TRT Televisión Regional del Táchira (sur-andina) San Cristóbal, Grupo O. Rueda.
23. Hay otras televisoras locales de menor cobertura televisiva, pero importantes por la concentración de población.

24. La mayoría de estos sectores privados de la comunicación estuvieron y están vinculados a Acción Democrática y COPEI, así como a otros depredadores comerciantes de la política que han vivido de la estructura económica del Estado venezolano.
25. Uno de estos importantes grupos utilizó préstamos de entidades bancarias del Estado, y fueron exonerados del Impuesto Sobre la Renta.

En cuando a la concentración de las emisoras de radio en Venezuela por entidades federales, 67% está distribuido en los siguientes estados: Zulia (10,5%), Caracas (7,6%), Bolívar (7,5%), Anzoátegui (6,9%), Táchira (6,7%), Carabobo (6,1%), Lara (5,7%), Mérida (5%), Falcón (4%), Miranda (3,8%) y en Aragua (3,8%). El restante 32,4% de las estaciones de radiodifusión están en: Portuguesa (3,6%), Barinas (3,5%), Monagas (3,4%), Guárico (3,3%), Sucre (3,2%), Trujillo (3,1%), Nueva Esparta (2,8%), Apure (2%), Yaracuy (1,9%), Vargas (1,5%), Cojedes (1%), Amazonas (1%), Delta Amacuro (0,5%). Asimismo, 65% de las emisoras en Venezuela son FM y 34% son AM. Los grupos familiares que tienen el mayor monopolio del sector de la radio son: el grupo Rodríguez Miranda, el grupo Carrero, el grupo Gómez-Serfaty-Ross, el grupo Falkenhagen, el grupo Arreaza, el grupo Lebrón, el grupo Jusef, el grupo Messori, el grupo Simonetti, el grupo Serrano Trías, el grupo Taffin, el grupo Petrica, el grupo Phelps 1 BC, el grupo Natera, el grupo Rocca Bravo, el grupo Armas Camero, el grupo Núñez Medina, el grupo Carbone, el grupo Grespan y el grupo Belfort I.

Estos grupos familiares, en el sector de la radio en Venezuela, tienen el control y monopolio de más de 80% de los medios radiofónicos en Venezuela. Además, tienen vínculos entre sí. Generaron sus controles a partir de los gobiernos de Jaime Lusinchi, Carlos Andrés Pérez y Rafael Caldera, más el apoyo de representantes de estos gobiernos, parlamentarios y gobernantes locales y nacionales. Los circuitos más importantes son 16 y tienen casi la

totalidad del espacio radioeléctrico del país. De ellos, sólo 7 circuitos tienen el monopolio de la radio. Ellos son:

1. Emisoras Unión Radio Noticias: que representa 15% del total de la oferta radial. Cuentan con aproximadamente 8 emisoras AM y 33 FM. Esta cadena pertenece al Grupo Gómez-Serfaty-Ross.
2. Emisoras Megs: que representa 7%. Es una cadena de corte juvenil tiene aproximadamente 13 estaciones FM.
3. Emisoras Éxitos 99.9: que representa 5%. Su perfil es el llamado Adulto Contemporáneo Anglo y cuenta con 9 FM.
4. Emisoras Ondas: representa 3%, su perfil es Adulto contemporáneo no anglo y tiene 6 FM.
5. Circuito Líder: representa 5%, tiene un perfil variado y cuenta con 2 estaciones AM y 9 FM.
6. Circuito Venezuela: representa 6%, el perfil es variado-popular y está integrada por 12 emisoras AM. Pertenece al grupo de Tobías Carrero y Luis Miquilena.
7. Circuito Satelital Rumbos: representa 5%, tiene un corte variado-popular, 9 estaciones AM y pertenece al grupo Serrano Trías.
8. Circuito Organización Planeta: representa 5%, tiene una programación variada y cuenta con 11 emisoras AM y 11 FM.
9. Circuito Fe y Alegría: representa 3%, tiene una programación variada-documental y está integrado por 5 emisoras AM y 2 FM.
10. Circuito X: representa 6%, tiene una programación variada y está integrado por 15 emisoras FM.
11. Circuito Popular: representa 6%, tiene un corte popular-variado, está integrado por 7 emisoras AM y 6 FM, y pertenece al Grupo Seijas-

Medina Chapman.

12. Circuito Melodía Stereo: representa 3%, tiene un corte variado, 1 emisora AM, 4 FM y pertenece al grupo E Carbone.
13. Circuito Radial Triple F: representa 7%, tiene un corte variado y popular, 4 estaciones AM, 14 FM y pertenece al grupo Falkenhagen.
14. Circuito Center: representa 15%, tiene una programación variada-popular, 4 emisoras AM, 24 FM y es administrado por el grupo Venevisión-Rodolfo Rodríguez.
15. Circuito Radio Continente: representa 4%, tiene un corte popular, 9 emisoras AM, 3 FM y pertenece al grupo Grespan.
16. Emisora Circuito Belfort: representa 4% de la oferta radial, tiene una programación variada, 2 emisoras AM, 9 FM y pertenece al Grupo N. Belfort I.

Muchos de estos grupos oligopólicos son parte de la llamada “red burocrática partidista depredadora” que se benefició del despilfarro de la renta petrolera, además se aliaron y se asociaron para crear tanto en la radio como en la televisión “la aristocracia de los medios de comunicación”; lo cual les permitía nombrar los ministros y áreas afines como directores y presidentes de instituciones de las telecomunicaciones y la información, y utilizar a los abogados de sus bufetes para hacer las normas y leyes de regulación de los medios de comunicación audiovisual y escritos.

Los sectores que dominan la prensa nacional o la llamada gran prensa, y que además están vinculados a sectores de los medios de comunicación audiovisual, son los siguientes: *El Nacional* y *Así es la Noticia* de los Calvo-Otero; *El Universal* del grupo Mata Osorio-Núñez Tenorio; *El Nuevo País*, de Rafael Poleo; *Meridiano* y *2001* del Bloque De Armas; *El Mundo*, *Abril* y *Últimas Noticias* del grupo Carriles; *Tal Cual* y *Daily Journal* del grupo Hans Neuman; *El Globo* del Grupo Carrero Nacar; y *La Religión*, órgano de la

Arquidiócesis de Caracas (iglesia católica).

Todos los gobiernos, desde 1958 hasta 1998, se mantuvieron al margen, como cómplices de las propuestas de expansión e industrialización televisiva y radial, dejando el dominio de las concesiones al sector privado. Se monopolizó así el sector privado, 85% en esta área, frente a 15% en manos del sector público, en relación con el poder de emisión.

Igualmente, las organizaciones gremiales empresariales, vinculadas con los medios de comunicación, forman parte también del plan de secuestro y manipulación de la información. Tal es el caso de la Cámara Venezolana de Radiodifusión, la Cámara Venezolana de Prensa Regional, el Bloque de Prensa Venezolano, la Cámara Venezolana de Televisión y la Federación Venezolana de la Industria de la Televisión.

La televisión privada de alcance nacional también está monopolizada por el grupo Cisneros (Venevisión) y por el grupo 1 BC de los Phelps-Granier (Radio Caracas Televisión). Estas empresas también están integradas vertical y horizontalmente en términos comerciales y están vinculadas también con grupos globales y regionales, como:

1. Venevisión: asociada con Televisa, el servicio red hispano parlantes en EEUU, Servicio DTH (Tecnología Directo al Hogar) de Hughes Corporation, es decir, Galas o Directv; entre otras.
2. Radio Caracas Televisión: asociada a través de Coral Pictures (producción-distribución) y con el canal de cable internacional Gems; entre otras.

Ambas tienen sedes en Estados Unidos como parte de su asociación para la plataforma de comercialización (producción, distribución y venta). Estos grupos ejercen hoy un control casi absoluto del mercado publicitario. Esto les facilita un mayor espacio de dominio y capacidad de penetración, como control político y cultural. En el país hay más de 1.000 empresas anunciantes y más

de 4.000 líneas de productos. La facturación publicitaria representa un gasto publicitario por año por habitantes de más de 50 dólares por encima de países con un PIB superior al de Venezuela en más de siete veces.

Venezuela aparece como el país con mayor Publicidad/TV en América Latino, tanto en las cantidades absolutas como relativas y en las dimensiones extracontables; pese a la supuesta situación económica del país. Los medios de comunicación adulteran a fondo los mecanismos naturales de formación y aglutinación de opinión pública, así como la relación medios/gobiernos. Han distorsionado el mercado publicitario y el equilibrio entre los medios, desplazando a otros medios que no se pliegan a ellos (presionan a los medios audiovisuales independientes regionales). Neutralizan y revierten elementos propios de la cultura y la educación en esta sociedad por otros valores, o visión (son unas inquisidoras masivas). Además, son evasores de impuestos, como es el caso del grupo Phelps-Granier, el grupo Corpomedio y Globovisión, entre otros.

La Organización Diego Cisneros y el Grupo 1 BC son los que tienen el mayor control e incidencia en el ámbito audiovisual venezolano, junto con la Corporación Televen (de Camero Zamora), el grupo Globovisión (Guillermo Zuloaga-Alberto Federico Ravell), el grupo CMT (Umberto Petricca Zugaro) y el grupo Meridiano TV (Armando de Armas). Junto a las televisoras regionales alcanzan y controlan 94% de la cobertura nacional televisiva, y tienen 85% de la potencia efectiva irradiada, contra 15% del sector público. Tienen un número superior a 150 repetidores, mientras el sector público alcanza más o menos unas 50 repetidoras). De las 44 estaciones de televisión regional, casi la totalidad se encadena predominantemente con los canales nacionales Venevisión, Radio Caracas Televisión, CMT, Televen y Globovisión. Muchas de las televisoras locales o regionales responden a intereses de las nacionales por razones de publicidad y de complicidad.

Para enero de 2003, los recursos y la infraestructura de los medios

de comunicación privados se distribuye en Venezuela en el área, de la siguiente manera:

1. Más de 65 agencias publicitarias.
2. Más de 180 emisoras en territorio nacional AM.
3. Más de 340 emisoras en territorio nacional FM.
4. Más de 12 periódicos nacionales.
5. Más de 70 periódicos regionales.
6. Más de 55 canales de televisoras de las cuales 6 son nacionales.

La situación descrita anteriormente nos permite comprender cómo fueron acumulando poder los dueños de los medios de comunicación en Venezuela, no sólo en el ámbito económico, sino también político; especialmente en los dos últimos gobiernos del llamado puntofijismo. Este poderoso sector económico de la sociedad no iba a aceptar jamás, por razones políticas, ideológicas, económicas y de clase social, un proyecto político que significara transformar todo el sistema sociopolítico y económico venezolano, que planteara una revolución en nuestro país. En consecuencia, los dueños de los medios se alían a la dirigencia política opositora, de acuerdo con el diseño del plan conspirador denominado “*Democracia y Libertad*”, cuyo objetivo era desarrollar una estrategia comunicacional utilizando como método el *psicoterrorismo* con el fin de derrocar a Hugo Chávez de la Presidencia de la República.

Mientras se planificaba el golpe de Estado (ejecutado en el año 2002 con la participación y complicidad de políticos de la ultraderecha y gente de izquierda, un sector de la Fuerza Armada, empresarios de Fedecámaras, la cúpula de la CTV y un sector de la iglesia católica), los medios de comunicación ejecutaban su parte en el plan desestabilizador, que consistió fundamentalmente en infundir y difundir la idea que el presidente Chávez estaba implementando una revolución orientada a despojar a la clase media de todo el bienestar obtenido en la democracia representativa.

En tal sentido, toda la programación de noticieros y programas de opinión se basó en esa supuesta expropiación para infundir terror en la población, especialmente en las clases media y media-alta, a la vez que incitaban el odio no sólo contra el Presidente, sino también contra aquéllos que apoyaban, y hoy siguen apoyando, el proyecto Bolivariano. De esta manera se produce, por ejemplo, el síndrome este-oeste en Caracas.

Esta acción es desarrollada por los medios para crear paulatinamente incertidumbre, desasosiego, perturbación, intranquilidad, hasta llegar al terror por la posible pérdida de bienes y hasta de la vida. El *psicoterrorismo mediático* fue diseñado como una campaña desestabilizadora por el Departamento de Estado de EEUU, e implementada con gran intensidad a partir del 11 de diciembre del año 2001, cuando se organizó el paro empresarial en protesta por la aprobación de las 49 leyes habilitantes, y alcanzó su clímax el 11 de abril de 2002.

El *psicoterrorismo mediático* fue dirigido, principalmente, a los sectores de la clase media, igual como en Chile, cuando el derrocamiento del gobierno de Salvador Allende. La insurgencia en Venezuela fue acompañada con llamados a marchas, concentraciones y otro tipo de movilizaciones. El plan fracasó, como sabemos, gracias a la rápida intervención de la mayoría del pueblo venezolano que en 47 horas derrocó la dictadura encabezada por Pedro Carmona Estanga.

La información, la comunicación, la educación y la cultura son convertidas en una industria articulada por la publicidad. Los mensajes son puestos al servicio de poderosos intereses particulares, mediante la manipulación y la alineación. El interés egoísta, la mercantilización de toda la actividad humana y la racionalización de la ganancia hacen que la información, la educación, la comunicación y la cultura, se conviertan en simples mercancías puestas al servicio de la acumulación de capital, el control social y el dominio político. El Estado y la sociedad están llamados a regular el carácter de los mensajes en función de los intereses vitales de toda la sociedad venezolana, a través de

leyes y reglamentos que expresen el interés mayoritario de la sociedad. La información, la comunicación, la educación y la cultura son prioridad de toda sociedad por el impacto que tiene en la construcción de la escala de valores y la conciencia social. Se propugna un sistema de información, comunicación y cultura de carácter libre, diverso, plural, alternativo, de calidad, actual y oportuno que permita la formación de un imaginario rico en representaciones articulados sobre valores para el desarrollo de la vida humana.

La mayoría de la sociedad venezolana está empeñada en avanzar en la transformación democrática del país y hacer realidad los principios establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela que, entre otras cosas, establece la responsabilidad social. El ejercicio pleno y efectivo del derecho a la libre expresión y a la información libre, diversa, alterna, plural, actual, de calidad y oportuna, además de ser derechos humanos fundamentales para todos los venezolanos, son elementos determinantes para construir una sociedad realmente sana, democrática, participativa y protagónica en una vida basada en valores éticos de convivencia, ejercicio pleno y efectivo de los derechos humanos y pluralismo político.

El ejercicio pleno y efectivo de esos derechos exige avanzar en dirección a la construcción de un sistema de información y comunicación, que bajo la orientación de una política de comunicación de Estado, contemple la articulación de la radio y televisión de servicio público de carácter no gubernamental, de la radio y televisión comunitaria, de la radio y televisión alternativa, de la radio y televisión privada y comercial. De ese modo, el Estado y el Gobierno usarían este sistema para relacionarse con la sociedad y sus ciudadanos, de acuerdo con la normativa establecida por la ley. El Estado con la sociedad, y especialmente los emisores de los mensajes audiovisuales, asumirían la responsabilidad, desde el punto de vista de la educación, en la recepción de los mensajes mediáticos y la formación de redes tecnológicas alternativas. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión significa un primer paso en esta dirección.

Para los factores de poder dentro de los medios de comunicación

todavía existe el plan a través de la USAI (Agencia Informativa de Estados Unidos), la cual cuenta con más de doscientas sucursales para atentar contra la soberanía nacional. Esta agencia que coordina los programas norteamericanos de guerra psicológica ejerce control, también, sobre medios escritos, radiofónicos y televisivos con el propósito de incidir en la creación de matrices de opinión, en la formación de periodistas latinoamericanos y en mantener una campaña propagandística contra los regímenes de corte nacionalista o revolucionarios. El propósito fundamental es enfrentar el *bolivarianismo* o *latinoamericanismo*. En estos planes han contribuido empresas de televisión norteamericanas (NBC, CBS, ABC) en alianza con empresas regionales de televisión, como es el caso de Venevisión, en Venezuela, del Grupo Cisneros. La tendencia de los medios televisivos privados (grupos ODC y IBC) ha sido la de lograr sumar tres factores de poder: un proceso sociocultural hegemónico, el dominio político y un control económico colonial.

En los dueños de los medios de comunicación privados, especialmente la televisión, aún persiste la idea de un plan para derrocar el gobierno de Chávez, y en consecuencia no han cesado en sus estrategias de mantener la carga de odio, miedo a los adversarios del proyecto bolivariano, mediante un ciclo de motivaciones, rumores, manipulaciones, insinuaciones, persuasiones y sugestión un ciclo de transfusión que en salud se considera una pandemia o un problema de salud pública denominado Síndrome Mediático que afecta fundamentalmente a sectores de la clase media a quienes les crearon la Disociación Psicótica.

Estos medios de comunicación fueron cada día convirtiendo la realidad construida por ellos en lo que parece que fuese la realidad real, afectando de esta manera los componentes emocionales epistémicos y sociales de sectores importantes de la población venezolana, al transfundirlo, robotizarlo, generando desasosiego, miedo, manipulación, terror e incitación a la violencia.

Los medios decidieron sustituir a los grupos o partidos políticos de oposición asumiendo un papel que no les corresponde. Dejaron de prestar un servicio público para convertirse en una herramienta que atenta contra la

soberanía nacional, pues pretenden derrocar el gobierno de Chávez para dar paso a la intervención extranjera bajo la tutela de los Estados Unidos.

Ante el efecto pernicioso generado por la acción perversa de los medios de comunicación privados, cuyo interés es mantener sometido a nuestro país bajo el control de la ideología de las grandes corporaciones que dominan el mundo, estimulando la mentalidad colonial del venezolano, manteniendo la baja autoestima como pueblo, entonces cabe preguntarse por qué es necesaria una ley que norme la responsabilidad social de los medios de comunicación en Venezuela. Las razones, entre otras, que fundamentan esta necesidad son las siguientes:

1. Porque existe la urgencia de actualizar la legislación de telecomunicaciones para ajustarla a los cambios sociales, culturales y tecnológicos del nuevo siglo y a la profundización de la modernización de este sector estratégico para el desarrollo del país.
2. Porque el pueblo venezolano está empeñado en avanzar en la transformación democrática del país y hacer realidad los principios establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, que, entre otras cosas, establece en su Artículo 2: “Venezuela se constituye en un Estado democrático y social de Derecho y de Justicia que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico y de su actuación la vida, la libertad, la justicia, la igualdad, la solidaridad, la responsabilidad social y, en general, la preeminencia de los derechos humanos, la ética y el pluralismo político”.
3. Porque la calidad de la información y la comunicación depende en buena medida la constitución del espacio público y a la calidad del ejercicio de la democracia. Sólo es posible constituir espacios de civildad, instituciones sólidas y una sociedad realmente democrática, participativa y protagónica, si tenemos un sistema de información y comunicación que aporte al ciudadano y la ciudadana, al niño, la

niña y los adolescentes, información y comunicación libre, diversa, alternativa, plural, actual, de calidad y oportuna que, a la vez, estimule la formación de una conciencia crítica que les permita la formación de un juicio propio.

4. Porque es necesario crear un nuevo espacio público para acabar con el actual, que se base en información y comunicación sesgada, manipulada y dirigida solamente a garantizar la defensa de los intereses de un sector particular de la sociedad.
5. Porque se fortalece la participación activa y contralora de la ciudadanía en todo el proceso de producción, distribución, circulación y consumo de mensajes mediáticos; los cuales no podrán realizarse de manera centralizada ni monopólica, tal como lo establece la Constitución Nacional. En este sentido, se crean las figuras del productor independiente nacional y los comités de usuarios como formas específicas de participación ciudadana.
6. Porque es necesario garantizar el ejercicio pleno de los derechos a la expresión y a la libre información: diversa, alterna, plural, actual, de calidad y oportuna, para todos. Una sociedad en la que el derecho de expresión está reservado sólo a una élite social donde se encuentra los dueños de comunicación privados cuya motivación únicamente es preservar sus privilegios e intereses, no es una sociedad verdaderamente democrática.
7. Porque se establece la prohibición de la censura previa y la exigibilidad de responsabilidades posteriores como forma de garantizar el pleno ejercicio de los derechos a la libre expresión y a la información, de acuerdo con la Constitución Nacional y con toda la legislación internacional, especialmente al Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos de la Organización de las Naciones Unidas y la Convención Americana sobre Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos, conocido también como Pacto de San José.

8. Porque es necesaria la protección integral de niños, niñas y adolescentes, en correspondencia con lo que establece la Constitución Nacional y la Ley Orgánica para la Protección del Niño y el Adolescente (LOPNA), la Ley de Educación y todo el ordenamiento jurídico dirigido a garantizar los derechos a la libre expresión e información de los niños, niñas y adolescentes y a promover su formación espiritual y moral, su salud física y mental y, en general, su bienestar social y el pleno desarrollo de sus potencialidades, bajo la concepción que en la correcta formación de los niños se garantiza el desarrollo del buen ciudadano, así como el de una sociedad integrada con valores de convivencia democrática.
9. Porque en una sociedad democrática y en un Estado de Derecho no puede haber monopolios ni oligopolios que estén por encima del interés colectivo y de la Constitución Nacional.

Por todo lo dicho, se hace necesario que la sociedad regule, a través de leyes y normas, el funcionamiento de los medios de comunicación para que éstos cumplan con su verdadera misión de servidores públicos; lejos de la omnipotencia, no menos alucinada pero más provechosa, de sus dueños. Se trata de dejar de ser un *telepasivo* o *telemanipulado* o simplemente televidente, para convertirse en activos *teleusuarios*, *teleactores* o *teleparticipadores*.

II

LA DISOCIACIÓN PSICÓTICA

ARMA IDEOLÓGICA DE LA CONTRARREVOLUCIÓN

BOLIVARIANA

A partir del año 2002 comenzó a evidenciarse en Venezuela un comportamiento agresivo e irracional que afectaba a un sector de su población, denominado luego como *disociación psicótica*. Este concepto fue producto de la evaluación de varias categorías, entre ellas las de disociado, transfundido, inoculado, infoterrorismo y psicoterrorismo mediático.

El concepto *disociación psicótica* empezó a popularizarse después del golpe de Estado de abril de 2002, cuando se realizaron varias reuniones en diferentes instituciones como Oficina Panamericana de la Salud, Ministerio de Salud y Desarrollo Social, Colegio Médico Metropolitano y CONATEL; con la asistencia de profesionales como Jorge Rodríguez, Ángela Barrios, Waldo Ravello, Jorge J. Garce, Franco Silva, Silvia Pernía, Pavel Mudarra, Tania Díaz, Marisol Rodríguez, Roger Pinzón, Eduardo González, Tatiana Arcos, Blanca Eckhout, Petra Rivas, Henry Navas, Eugenia Cordones, Rogert Galban, Álvaro Martínez, Frank Payares, Oliver Reina, Donatella Iacobelli, Antonieta Destéfano, Enoc Cortéz, María Marruffo, Jacinta Macadán, Tania Pilon, Jacqueline Landaeta, Nancy López, Helena Salcedo, María Destéfano, Daniel A. Hernández L., Esther Macías, Indu Anderi, Carlos Ariel, Cristina González, Emerio Matos, Juan Aldazoro y Erick Rodríguez, entre otros especialistas de distintas áreas de la comunicación, el derecho y de la salud.

En algunas de esas reuniones se planteó que había que identificar el fenómeno que, en un sector de la sociedad, especialmente en la clase media, había generado un comportamiento inusual de agresividad verbal, lenguaje violento y de intolerancia ante el presidente Hugo Chávez, sus familiares, sus seguidores y el proyecto bolivariano. No se podía mencionar ni siquiera la palabra “bolivariano” en el año 2002, porque muchas personas reaccionaban agresivamente.

Igualmente, es necesario contextualizar el fenómeno de la contrarrevolución al proceso bolivariano. Es importante señalar que éste se hace evidente a partir el año 2002 como consecuencia de la promulgación de las 49 leyes habilitantes en noviembre de 2001, cuando se manifiesta el plan verdadero de la oposición al proyecto de cambio bolivariano, pues estos instrumentos legales ponen en evidencia las contradicciones entre el proyecto bolivariano y el *status quo* que mantenían los grupos económicos dominantes de la economía venezolana durante los últimos 40 años, bajo la fachada de una democracia representativa, y cuyo balance para el año 1999 fue la herencia de 82% de pobreza, una economía dependiente, desarticulada y atrasada, un Estado ineficiente y corrupto con instituciones al servicio de una minoría privilegiada.

Entre esta minoría están incluidos los propietarios de los medios de comunicación social: Venevisión (Organización Cisneros), Radio Caracas Televisión (Marcel Granier y grupo Phelps), Globovisión (Guillermo Zuloaga y Federico Alberto Ravell), Televen (Omar Camero Zamora), CMT (Umberto Petricca) y Meridiano TV (Armando De Armas), los cuales jugaron un papel preponderante en el desarrollo de la denominada disociación psicótica.

Este trabajo se estructuró en tres ideas principales. En la primera realizaremos un análisis de tres categorías médicas que permitirá comprender el concepto de *disociación psicótica* como un fenómeno psicosocial. La segunda idea consistirá en un análisis del papel de los medios de comunicación social venezolanos (Venevisión, Radio Caracas Televisión, Globovisión, Televen, CMT y Meridiano TV), como factor externo inoculador que permitió la manifestación colectiva de esta patología social, la cual constituye uno de los elementos ideológicos más peligrosos en contra del proceso bolivariano; de allí la importancia de su estudio. Y por último una tercera idea que evaluará la denominada *disociación psicótica* como arma ideológica de la contrarrevolución, fundamentada en el análisis de tres coyunturas históricas donde se evidenció la sociopatología: a) El golpe de Estado en abril de 2002, b) El sabotaje petrolero de diciembre 2002 y enero 2003, c) La llamada “guarimba” de 2004, para realizar una reflexión ante los resultados del Referéndum Revocatorio del 15 de agosto de 2004, acontecimiento que pudo considerarse como un evento límite para quienes sufren de esta disociación. Dado que a partir de abril de 2004, la manifestación de esta conducta colectiva ha disminuido, es posible que hayamos entrado en una nueva etapa de este comportamiento; y ahora vayamos de los disociados psicóticos a los enajenados mediáticos.

La disociación, la psicosis y los trastornos de comportamiento perturbador:

tres categorías médicas componentes de la disociación psicótica

Es cierto que no estamos ante una disociación, una psicosis, o un trastorno de comportamiento perturbador como tal, pero entendemos que la sintomatología que caracteriza a estas entidades o psicopatologías sirve para definir o construir la categoría con la cual definiremos la conducta de algunas personas que manifestaban un comportamiento inusualmente violento e irreflexivo a partir del año 2002.

Para intentar aproximarnos a la identificación de esta conducta colectiva se define como *disociación psicótica*, debido a que se observaban algunos componentes de esta trilogía psicopatológica (disociación, psicosis y trastornos de comportamiento perturbador). A partir de la definición de este comportamiento colectivo, se procedió a observar y analizar cuál era el elemento inductor fundamental para que esta entidad estuviese afectando a un importante sector de venezolanos, fundamentalmente a la clase media. Todos los estudios transdisciplinarios coinciden en que los medios de comunicación social privados, sobre todo la televisión, son el agente inoculador. Una investigación posterior reveló que los inoculados o transfundidos resultaron ser aquéllos que habían estado más influenciados por la estrategia publicitaria consumista que difunde estos medios.

El término *disociación psicótica* no aparece como tal en el *Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM-IV)*, pero partimos estableciendo que algunas identidades psicológicas como la disociación, la

psicosis, los trastornos de comportamiento perturbador (trastorno negativista desafiante y el trastorno disocial) constituían componentes de referencia psicológicos de la denominada disociación psicótica. La disociación es un estado de conciencia, de memoria, de identidad o percepción del entorno escindido o de rompimiento. Existen dentro de esta clasificación cinco trastornos disociativos:

1. Trastorno de despersonalización.
2. Trastorno de identidad disociativo o trastorno de personalidad múltiple.
3. Amnesia disociativa o amnesia psicógena.
4. Fuga disociativa o fuga psicógena.
5. Trastornos disociativos no especificados.

De acuerdo con este *Manual DSM-IV*, las personas con este trastorno disociativo han perdido el sentido de poseer una conciencia. Igualmente, se sienten como si no tuvieran una identidad definida, están confundidos de quiénes son, o manifiestan múltiples identidades. Sienten que pierden todo aquello que le proporciona una personalidad única. Sus sentimientos, acciones y pensamientos son anormales; aparece entonces la disociación como una autodefensa contra el trauma.

Los estados disociativos suelen estar relacionados con traumas, conflictos personales y relaciones interpersonales malas. Éstos pueden aparecer en personas sometidas a un período prolongado de persuasión coercitiva intensa, como lavado de cerebro, reforma del pensamiento e inductrificación, mientras era cautivo o sometido a culto religioso. Éstos pueden ser considerados dentro de la psiquiatría dinámica como la separación entre los elementos de una unidad de manera que algo es roto o dividido en dos o más componentes; significa desunión, separación, escisión. La disociación es una desintegración consecuencia de ciertos traumas o situaciones de stress individualmente intolerante. Es un tipo

de respuesta defensiva inconsciente en la cual se produce una especie de huida psicológica. Los estados disociativos pueden presentarse en individuos que han estado sometidos a períodos prolongados e intensos de persuasión coercitiva.

Después del golpe de Estado de abril de 2002, comenzó a evaluarse el problema y se pudo apreciar que estas personas manifestaban una conducta de intolerancia con una fuerte carga de odio y una ruptura de las relaciones personales, de amistad e inclusive familiares, las cuales sufrían deterioro o ruptura por el hecho que el otro no compartiera su posición política. En el foro “Psiquiatría en época de crisis política, económica y social”, realizado en Caracas el 25 de enero de 2003, se analizó, entre otros casos, que muchos pacientes que acudían a las consultas con psiquiatras o psicólogos clínicos reportaban problemas sexuales tales como:

1. Pérdida de la libido.
2. Abandono de las experiencias sexuales por ansiedad.
3. Disfunción eréctil.
4. Eyaculación precoz.

Muchos de estos trastornos eran ocasionados porque las personas estaban pensando y hablando permanentemente de Hugo Chávez, lo cual les ocasionaba desconcentración y pérdida de interés por el acto sexual. A esta situación los especialistas la denominaron el *Síndrome Chávez*. En el *Manual DSM-IV* se conceptualiza como psicosis, aquellas enfermedades mentales donde la función psíquica se halla tan afectada que el sujeto que la padece no puede controlar sus impulsos, no puede establecer un correcto juicio crítico de la realidad. No puede convivir razonablemente con los demás, por lo que resulta peligroso para si mismo, para los otros y puede tener incapacidad para distinguir entre el mundo externo y su propia vida psíquica. Les atribuyen a los demás aquellos impulsos o sentimientos que sólo están en su mente y juzgan como un hecho real aquello que sólo es un deseo o fantasía inconsciente.

La psicosis pueden dividirse en dos grandes grupos: unos orgánicos,

en los que puede existir una patología cerebral o somático general; y otra psicológica, en la que se conjugan entre sí diversos modos dando lugar a la eclosión de la enfermedad (situaciones ambientales, frustraciones, experiencias infantiles, fijación, etc.). Lo psicótico se refiere a las ideas delirantes, a las alucinaciones manifiestas, debiendo presentarse esta última en ausencia de conciencia de su naturaleza patológica. Es un trastorno mental que ocasiona un deterioro que interfiere en gran medida con la capacidad para responder a las demandas cotidianas de la vida. Es un grave deterioro de la evaluación de la realidad.

Cuando se analizó el comportamiento de *disociación psicótica* de estas personas, durante los meses posteriores al golpe de Estado de abril de 2002, era común observar que cuando se le entrevistaba por televisión, no eran capaces de realizar una evaluación crítica de lo ocurrido; sólo se limitaban a repetir los argumentos que fabricaron los medios de comunicación social para justificar la ruptura del hilo constitucional. Inclusive, convirtieron a la víctima en victimario, tal y como es el caso del secuestro del Presidente de la República.

Otro elemento, de acuerdo con el *Manual DSM-IV*, es el denominado trastorno de comportamiento perturbador:

1. Trastorno negativista desafiante: se describe como un patrón recurrente de comportamiento negativista, desafiante, desobediente y hostil dirigido a la figura de la autoridad; se caracteriza por frecuente aparición de, por lo menos, cuatro de los siguientes comportamientos: accesos de ira, discusiones con otras personas, llevar a cabo deliberadamente actos que molestarán a otras personas, culpar a otro de sus propios errores o problemas de comportamiento, son quisquillosos, se sienten fácilmente molestados por otros, se muestran iracundos o resentidos, son rencorosos o vengativos, o provocan en sus relaciones deterioro de su esfera social, académica o laboral.
2. Trastorno disocial: se presenta como un patrón de comportamiento persistente y repetitivo en el que se violan derechos básicos de otros, o normas sociales importantes adecuadas a la edad del sujeto. Se

caracteriza por: conducta agresiva que puede causar daños físicos a personas, animales o propiedades; violaciones graves de las normas y las leyes; conducta tiránica, amenazante e intimidatoria hacia los demás; o actitud desafiante, desobediente, sin importarle causar daños o violar los derechos de los demás.

En todos los eventos de protestas de 2002, 2003 y comienzos de 2004, pudo observarse que las personas inoculadas, transfundidas o *telem manipuladas* incurrieran en violaciones a las leyes del libre tránsito, como cerrar calles, colocar barricadas y utilizar objetos contundentes en contra de policías y guardias nacionales, alegando que se trataba de su derecho a manifestar. Las televisoras comprometidas en el plan golpista reforzaban este comportamiento y utilizaban figuras públicas, especialmente políticos, para incitar a estas personas a mantener este comportamiento desafiante, pues se trataba de una legítima desobediencia civil. De esta manera, se llegó a una aproximación que revelaba que a partir de los elementos contenidos en estas psicopatologías, como la disociación, la psicosis y los trastornos de comportamiento perturbador (a pesar de que como ya señalamos, en el *Manual DSM-IV*, no existe el término de *disociación psicótica*), podíamos realizar un primer acercamiento conceptual para entender que algunas de estas identidades psiquiátricas se hallaban presentes en el comportamiento de las personas de la clase media que participaban en los acontecimientos violentos y de intolerancia de esos años, por el efecto que venían causando los medios de comunicación, en especial la televisión, como agente externo inoculador de ese comportamiento colectivo.

Es así como se planteó crear la categoría *disociación psicótica* para definir este comportamiento de sectores de la clase media por el efecto de los medios de comunicación, especialmente los televisivos crearon una ideología antichavista. Fue a partir de estos elementos que se llega a definir esta categoría sociológica llamada *disociación psicótica*, que refleja uno o varios componentes de las tres categorías médicas (disociación, psicosis, trastornos

de comportamiento perturbador).

Se hizo una aproximación para determinar que cuando una persona presentara una ruptura de la unidad psíquica emocional que provoca alteraciones de los procesos de socialización, bloqueando o prejuiciando su capacidad para evaluar o hacer juicio de la realidad por un proceso de inoculación o transfusión, donde hay un proceso por el que los estímulos físicos (la televisión) se transforman en información psicológica, o sea un proceso mental por el que los estímulos sensoriales pasan a la conciencia, y si la información es reiterativa invocan estados inconscientes y generan lo que pudiéramos llamar una enajenación, entendiéndolo por ésta una confusión de la razón o de los sentidos y el hecho de entregarle a otro el dominio de algo.

Cuando calificamos que un sector de la población venezolana sufre de la denominada *disociación psicótica*, nos referimos a conductas de intolerancia, agresividad, hostilidad, de un estado emocional lábil, con una visión aislacionista social y poca actitud para reflexionar sobre la realidad y formarse un juicio propio de ella a partir de analizar varias fuentes de información.

La televisión venezolana privada

Agente inoculante de la disociación psicótica

Es indiscutible que en Venezuela los medios de comunicación social privados fueron un aliado importante en el sistema de democracia representativa, especialmente los audiovisuales (Venevisión, Radio Caracas Televisión, Globovisión, Televen CMT y Meridiano TV). Gracias a su capacidad de penetración, estos medios han dominado a la población, sin control de los organismos del Estado. El poder de los medios audiovisuales los convirtió en un factor de manipulación de la cultura, manejando las necesidades socioculturales de la población y creando los estereotipos de la cultura consumista o dirigista.

Las televisoras Radio Caracas Televisión y Venevisión, durante la democracia representativa, fueron concentrando un inmenso poder económico y político de tal magnitud que inclusive han ejercido control sobre los otros medios de comunicación y de los poderes públicos, donde imponían sus representantes para garantizar sus intereses.

Estos grupos de los medios de comunicación, especialmente el sector de la televisión (Organización Diego Cisnero-Venevisión y el grupo IBC-GPH-Radio Caracas Televisión) mantenían un total control sobre el área de la comunicación a tal punto que quienes hacían las normativas y leyes en esta materia pertenecían a sus bufetes. Los dueños de estos medios, colocaban tanto al ministro de la comunicación como al del organismo que regulaba el espectro televisivo y radioeléctrico (Consejo Nacional de Telecomunicaciones-CONATEL). De esta manera, el Estado se mantenía al margen de las propuestas de expansión e industrialización televisiva y de la radio, dejándole el dominio de las concesiones al sector privado y distorsionando el mercado publicitario y los equilibrios entre otros medios independientes, tanto impresos como audiovisuales, en el país.

Al estar el monopolio de los medios de comunicación en manos de la clase dominante, de los poderosos magnates o de las redes económicas

interconectadas, usaron éstos (radio, televisión, periódicos y satélites) como un instrumento para servir a sus propios intereses y los de sus socios extranjeros. De este modo, los medios jugaron un papel fundamental en la transmisión de las ideologías o de una falsa conciencia que inducen a imitación y situaciones emocionales denominada *interaccionismo simbólico*.

El poder de las dos grandes televisoras controló a los demás medios de comunicación, adulteró los mecanismos naturales de formación de la opinión pública utilizando las mismas estrategias para incitar al consumo. De este modo, neutralizaron y pervirtieron los elementos propios de la cultura nacional y del sistema educativo venezolano, por valores consumistas y una visión del mundo bajo la óptica del capitalismo dependiente.

En efecto, estas televisoras se dedicaron a crear motivaciones que generaron necesidades propias del sistema capitalista dependiente, especialmente en la clase media, tanto necesidades fisiológicas o biogénicas (todo lo que tiene que ver con lo que se necesita para la vida: alimentos, ropa, bebidas, sexo, entre otras) como las necesidades adquiridas, donde pusieron e incidieron mayormente, llamadas también necesidades psicológicas o psicogénicas (el autoestima, el temor, el amor, la aceptación, entre otras).

La labor realizada durante décadas les permitió a estos medios conocer las motivaciones que provocaban las emociones que impulsaban al consumo. También se dedicaron a conocer el estilo de vida de los venezolanos de todos los sectores y los valores donde se movían esas personas en su ámbito social y familiar. Sobre la base de este conocimiento fueron moldeando la cultura consumista del venezolano, la cual fundamentalmente es una transculturación con valores de la cultura occidental, especialmente de los Estados Unidos. Esto lo realizan principalmente a través de la manipulación de *estereotipos*, arquetipos y símbolos.

Durante el año 2002, estos medios de comunicación inocularon o transfundieron a la población venezolana, especialmente a la clase media,

rechazo hacia el presidente Hugo Chávez y el proyecto que representa. Se aprovecharon de los estereotipos que la gente lleva en sus mentes, especialmente los asociados a los miedos propios del sistema capitalista: pérdida de los bienes materiales, de la libertad, del status, de la seguridad personal, pérdida de la vida, etc.; y estas motivaciones (miedo, fobias y odio) actuaron como una fuerza poderosa que los impulsó a la acción orientada a alcanzar una meta: sacar al presidente Chávez del poder. Tanto él como la Revolución Bolivariana fueron convertidos en un terrible enemigo, el causante de todos los males, el generador de todos los miedos.

Para lograr estos objetivos, los directivos de los medios de comunicación, liderados por Venevisión, Globovisión y RCTV, hicieron una especie de pacto en el año 2002 para derrocar el gobierno de Chávez. Con financiamiento extranjero, especialmente de la administración de George W. Bush, y en alianza con los grupos económicos afiliados a Fedecámaras manipularon a sectores de la clase media, a quienes ya venían inoculando con sus mensajes, convirtiéndolos en *telemanipulados*. Durante los primeros cuatro meses del año 2002, las televisoras sobreestimularon a estas personas para que reaccionaran con violencia como mecanismo de defensa ante las políticas de cambios que lesionaban los intereses de estos propietarios de medios y empresarios, pero hicieron ver a los *telemanipulados* que dichas políticas eran en contra del pueblo venezolano.

Tales son los casos de abusos de estos monopolios audiovisuales e impresos que por su importancia mencionaremos algunos:

1. Violación de los derechos colectivos y/o difusos de los niños, niñas y adolescentes y también de adultos mayores lábiles emocionales, con programación noticiosa y entrevistas donde se incitaban se presentaban escenas de violencia en los horarios infantil y para adolescentes.
2. Infracciones al no advertir en los generadores de caracteres la

advertencia que se mostrarían escenas de violencia, mostrando cuadros humanos crueles, imágenes de personas con perforaciones de balas en el cuerpo y otras sin vida, en horario infantil y para adolescentes.

3. Utilización de niños para proselitismo político e incitación a la violencia, al odio y a la intolerancia.
4. Cuando RCTV, Venevisión y Televen infringieron el horario protegido a través de la transmisión de un mensaje en varios niveles comunicacionales (además el uso de metalenguaje está prohibido), con el video difundido el lunes 2 de diciembre de 2002, con una imagen y la leyenda del niño Christian Andara, de 11 años de edad, hijo del General de División (R) de la Aviación Andara Clavier. En el video aparece el niño enviando un metamensaje a los hijos de los militares venezolanos: “No permitir que hagan cosas que no les gustaría para él ni para los demás niños tampoco”. Pide “a los demás niños, hijos de militares activos, a sus papás que protejan y defiendan a la gente de nuestro país, porque hay muchas cosas malas que a nosotros los niños nos tienen muy asustados y a nuestros padres angustiados”.
5. Transmisión de programación tendente a promover el terror en los niños, con mensajes que atentan contra la convivencia humana, incitan al odio, la indisciplina o desobediencia.
6. Cuando uno de los diarios impresos más conocidos, unido al monopolio de la información, violaron los derechos colectivos de niños, niñas y adolescentes, con la publicación de un artículo de prensa titulado: “Mamá, ¿si San Nicolás viene, le va a pegar un tiro?”. La persona a la que el niño se refiere obviamente es al Presidente Chávez (*El Nacional*, edición especial, cuerpo A, Pág. 13, 12-12-02). Por citar sólo algunos ejemplos.

Dentro de este orden de ideas, se diseñó una campaña mediática que abarcó la publicidad y los programas de noticias, entrevistas y opinión, estableciendo dentro de la jerarquización de necesidades: la salida del Presidente Chávez del poder, por encima de cualquier otro interés, inclusive personal o familiar, lo cual había que sacrificar sin importar si este sacrificio significaba perder la vida (como las muertes ocurridas durante las marchas). Cada día las acciones hostiles se intensifican, se impuso la intolerancia y como consecuencia, la violencia física y verbal se hizo manifiesta, porque se estaba defendiendo la libertad y la democracia ambas amenazadas por el proyecto bolivariano (supuestamente comunista).

Para conseguir esta reacción crearon una verdad mediática o virtual, en el marco del plan “*Libertad y Democracia*”, donde manejaron la idea que el Gobierno había instalado un régimen represivo, autoritario y comunista, mientras ellos ofrecían la seguridad de la democracia representativa. Para mantener el control disuasivo, dominante e inoculante, contaron también con sectores de los partidos políticos, de organizaciones sociales y educativas para dar la idea que de ese lado estaba el pluralismo, la ecuanimidad y la democracia. De este modo, difundieron entre este sector inoculado o transfundido que eran todo el pueblo venezolano, a lo que se llamó la sociedad civil, reforzando el sentimiento de odio hacia el presidente Chávez como antítesis de ellos. Es importante señalar que cuando se hablaba del pueblo venezolano o de la sociedad civil, no se incluían a los seguidores del presidente Chávez. Para los medios de comunicación, éstos no eran parte del pueblo.

Los directivos de las televisoras privadas y los medios impresos: *El Nacional*, *El Universal*, el Bloque De Armas, como los más emblemáticos, conocían el hábito de consumo de la mayoría de los hogares venezolanos, porque en un alto porcentaje, éstos han sido moldeados por ellos. En consecuencia, desarrollaron toda una campaña de temor por un supuesto desabastecimiento, por la inseguridad personal ante la amenaza de una guerra civil, provocada por los “círculos violentos chavistas”, por el miedo a perder los bienes materiales

que supuestamente el Gobierno y sus seguidores les arrebatarían. También conocían que por lo menos más de 70% de los hogares de clase media y de los sectores populares tenían como recreación o diversión en sus tiempos libres ver la televisión u oír la radio, lo que les permitió imponer esta campaña durante las 24 horas del día y con ello crearon la *teleadicción* a los *telemanipulados*, lo que retroalimentaba la conducta denominada *disociación psicótica*.

Esto le permitió ejercer un total control para la penetración de sus mensajes de carácter ideológico, a través de la publicidad y la programación, que se intensificaron en los meses de febrero, marzo y los primeros días de abril de 2002; luego, a partir de junio, se reinicia como parte del plan de paro nacional indefinido. De este modo, se intensifica la manipulación de la violencia imaginativa o icónica, que es cuando el espectador no se enfrenta con una violencia directa sino una representación imaginaria de esa violencia. En este caso, la violencia provoca un impacto subjetivo sobre el televidente, en especial en los niños y las personas con debilidad emocional. La representación imaginaria de esa violencia fueron los seguidores del presidente Chávez (los círculos bolivarianos a los que llamaron círculos del terror), lo cual provocó un gran impacto sobre estos venezolanos, susceptibles emocionalmente, quienes no pudieron diferenciar entre la ficción y la realidad. Se aferraron a esa “verdad mediática”, fabricada por los canales privados de televisión, los cuales les transfundieron la idea que Chávez en sus discursos era quien incitaba al odio y la violencia. De esta forma, al endosarle al Presidente la responsabilidad de la intolerancia, ocultaban sus verdaderas intenciones de incitar a la confrontación fratricida (una guerra civil).

Globovisión, especialmente, fue el canal que implementó con mayor eficiencia este plan, al ser un canal transmisión de información continua, las 24 horas. Se le hizo fácil la campaña de desinformación acelerada y la reiteración del uso de programas especiales para indicar que el autor e incitador del odio y la intolerancia era el presidente Chávez, utilizando recursos como el montaje, la tergiversación de los hechos, creando una especie de alineación en el sector

de la población que inocularon. Venevisión y RCTV reforzaron estas acciones como parte del plan para abril de 2002, porque para noviembre-diciembre de ese mismo año y enero-febrero de 2003 todos los canales se encadenaron y suspendieron las programaciones habituales y la publicidad para intensificar esta estrategia de guerra psicológica de baja intensidad.

Con una música de fondo que genera angustia, Globovisión presenta las informaciones con la tergiversación de los hechos. Venevisión y RCTV reforzaron estas acciones como parte del plan.

Sometieron a sus audiencias a un mundo complejo de mensajes y una especie de invasión de símbolos asociados al miedo persistente, irracional, exagerado e invariablemente patológico, produciendo una ruptura de factores que unen a la sociedad y, con ello, aparece la intolerancia. Esto indujo a la agresión verbal y física, a la destrucción, sin importarle si eran adultos o niños, a quienes causaban daño y hasta el autocastigo. Es, a partir de este estado psicológico, que se incita al uso de símbolos como el de la cacerola de manera intensiva contra los seguidores del proceso Bolivariano, a quienes estigmatizaron como lumpen, turbas, chusma, hordas, violentos.

Manipularon los arquetipos formados durante los últimos cuarenta años, especialmente los asociados al miedo al comunismo, a la invasión y el despojo violento por parte de los pobres; o a ser víctima de la violencia del adversario. Esta última percepción causó el hostigamiento a los propios vecinos que no eran confinantes. En consecuencia, a través de las asociaciones de vecinos se implementaron medidas supuestamente defensivas, como colocar cercas electrificadas en los edificios o cercas de serpentina o alambrados de púas con electrificación en las entradas de las urbanizaciones, cerrar calles con puertas eléctricas, fabricar de bombas molotov guardadas en edificios y viviendas. Se dieron enseñanzas o simulaciones de cómo caminaban, hablaban o gesticulaban los “pobres”, se convirtieron sistemas de dispersión para extinción de incendios convertidos en dispersores de aceite caliente para ser arrojado en escaleras y pasillos de las edificaciones, se implementaron turnos de guardias con los vecinos

armados, se prepararon a niños y adolescentes para la defensa y otras acciones en franca violación a la Constitución Nacional y al marco jurídico de la República.

Esta situación mantenía en un estado de desasosiego y angustia a ese colectivo, y causó fuertes emociones sobre todo en el grupo de trabajadores de la industria petrolera, que por la propia inducción que realizaba la empresa, fueron proclives a temerle a la ideología comunista y reaccionaron de acuerdo con el plan de los medios de comunicación social (*Democracia y Libertad*).

Con la manipulación de estos estereotipos, símbolos y arquetipos, los dueños de los medios construyeron una realidad virtual que le interesaba para sus propósitos políticos con imágenes y mensajes que, manipulando los componentes psicogénicos y sociogénicos de nuestro diario quehacer y de nuestra sociedad, actuaron sobre las motivaciones y emociones como fuerza impulsora. A través

de la psicogénesis, manejaron los traumas psíquicos y los miedos, incidiendo en el elemento de la sociogénesis de estos sectores, como lo eran el status, el bienestar, los valores, las creencias; convirtiendo a la violencia en un medio legítimo para alcanzar el objetivo de sacar a Chávez del poder.

Este fenómeno preocupó a muchos especialistas de la salud y la comunicación, porque se pudo observar la influencia determinante de los medios de comunicación durante los años 2002, 2003 y 2004 en un sector de la clase media (los telemanipulados) que había mantenido una conducta más bien indiferente ante los asuntos políticos durante las décadas anteriores. Ahora, se estaban expresando en actos y conductas violentas inusuales por lo irreflexivo e intolerante. Aunque es importante señalar que, además de Caracas, esta conducta agresiva se observó sobre todo en aquellas ciudades vinculadas con la industria petrolera (Maracaibo, Maturín, Anaco, Puerto Cabello, Valencia, Paraguaná, Cabimas).

Los comportamientos y las actitudes con esta carga de agresividad inusual y exagerada que se manifestaron en personas con niveles de base latentes de agresión, fueron estimulados en forma acumulativa e insidiosa y debe ser tratado como un problema de salud pública, porque produce directamente un número importante de afecciones psicosociales que influyen en el entramado de las relaciones sociales.

De esta manera, los medios transformaron la situación política en un concepto (peligro por la pérdida de la libertad y la democracia), y éste a su vez en una imagen (violencia), y el simbolismo lo transformaron en un fenómeno y luego en unas ideas (odio, miedo) de manipulación hacia y entre la población, generando mediante un proceso de motivaciones, rumores, manipulaciones, insinuaciones, persuasiones y sugestión, un ciclo de inoculación o transfusión que, por los componentes de la psicopatología, la trilogía (disociación, psicosis y trastornos del comportamiento perturbado), se le hizo una aproximación a su identificación denominando *disociación psicótica* o *enajenación mediática*.

La disociación psicótica o enajenación mediática como arma política

Cuando el proyecto bolivariano demuestra que Hugo Chávez no llegó al poder para implementar un régimen sustitutivo, sino para llevar adelante un proceso revolucionario, es decir, una transformación de las estructuras económicas y políticas para impulsar el cambio social, se produce la reacción natural de quienes usufructuaban el poder en Venezuela. Sin embargo, como los políticos y sus partidos tradicionales habían entrado en una etapa de desgaste y descrédito, fueron los medios de comunicación social los que asumieron el rol de oposición, utilizando a los periodistas, comunicólogos, artistas y narradores de noticias como sustitutos de los políticos tradicionales en su papel de opositores.

Esta situación planteó toda una estrategia comunicacional a partir del año 2001, donde las principales televisoras y radios privadas, apoyadas por la prensa escrita, jugaron un papel determinante debido a que se convirtieron en elementos de inducción para desencadenar la violencia y la intolerancia, de tal forma que presentaron estos dos factores perniciosos como una forma legítima de protesta y exaltaron elementos de perversión como la agresión física, el desconocimiento a las leyes y los derechos de los demás ciudadanos, apelando al artículo 350 de la Constitución Nacional para justificar los planes golpistas y fascistas del año 2002.

Para el logro de estos objetivos emplearon el maniqueísmo (que sólo admite dos principios excluyentes: bueno o malo) como recurso ideológico para promocionar como buenos a quienes se oponían al proyecto bolivariano,

y como malos a quienes apoyaban el proyecto liderado por el Presidente, sin importarle el pasado político de las personas de ambos sectores. Un buen ejemplo de ello fue el caso del general Manuel Rosendo, quien fue acusado de corrupto y fue ridiculizado; pero una vez que apoyó el golpe y se pasó a la oposición, se convirtió automáticamente en un analista militar serio e inteligente. Al utilizar esta valoración exacerbada de símbolos, crearon una ideología antichavista. Esto impactó más a los sectores medios de la población.

Dentro de este orden de ideas pudiéramos plantear que la radio y la televisión privadas apelaron a la emoción y a la persuasión ideológica para inocular a un sector de la población, cuya conducta consumista conocían muy bien. De este modo, estimularon los miedos, frustraciones y paranoias para utilizarlos como un verdadero poder político contra la Revolución Bolivariana. Por su parte, los medios impresos recurrieron a inmóviles letras como los instrumentos de persuasión, reforzando la acción de los medios audiovisuales.

La Revolución Bolivariana constituye un fenómeno político de trascendencia en América Latina, porque desde el punto de vista ideológico representa un proyecto nacionalista que impulsa una transformación por la vía constitucional, y por ende pacífica, para alcanzar un verdadero cambio social. Este proyecto entra en contradicción con el nuevo orden internacional, que, con el liderazgo de Estados Unidos como potencia hegemónica militar y económica, pretende imponer al mundo el modelo neoliberal, especialmente en América Latina, contando para ello con gobiernos títeres y complacientes.

Pero la Revolución Bolivariana entra en contradicción con la ideología neoliberal porque lesiona los intereses de los grupos privilegiados venezolanos y extranjeros, debido a que persigue fundamentalmente trascender hacia un nuevo modelo productivo diversificado, tendente a alcanzar la independencia económica dentro de un Estado democrático que reemplaza el representativo por uno participativo y protagónico que ejercerá la contraloría social.

Este modelo lesiona los intereses de quienes se han beneficiado con la democracia representativa, por eso provocó la reacción de la clase empresarial venezolana, especialmente en el sector de los medios de comunicación social y de la administración Bush, quienes optaron por la violencia como vía para derrotar la Revolución Bolivariana, tal y como ocurrió en el pasado con otros intentos revolucionarios en el continente americano.

En consecuencia, utilizaron como arma ideológica plantear la confrontación como una lucha de clases sociales, tergiversando y descontextualizando el discurso del Presidente Chávez para incitar al odio social de un grupo contra otro, y de este modo impulsar una guerra civil en Venezuela que justificara la intervención extranjera, básicamente de Estados Unidos, como ha ocurrido en otros países latinoamericanos. Sin embargo, una guerra civil no es tan fácil desatar en un país con una tradición pacifista de más de un siglo, y en un pueblo con cuarenta años de cultura democrática, como es el caso venezolano.

Pero sin tomar en cuenta esta realidad, los dirigentes de los medios utilizaron la misma estrategia que aplicaron en Chile de Salvador Allende, con el convencimiento que exaltando las emociones y activando los sentimientos de frustración de un sector de la población, donde ellos ejercían control y dominio, desencadenarían la violencia contra el sector que apoyaba al Presidente en las zonas populares, y con ello lograrían la guerra civil. El fin que persigue el imperio y sus aliados nacionales es intervenir a Venezuela y detener el proceso revolucionario bolivariano; el medio que utiliza para tal fin es la confrontación de un sector de la población contra otro para desencadenar una guerra entre connacionales. La participación de los medios fue aportar el arma psicológica: *la disociación psicótica*.

Es importante referirnos a tres coyunturas donde se evidenciaron los efectos de esta conducta durante los años 2002, 2003 y 2004. El primer hecho evidente ocurre durante el golpe de Estado de abril de 2002, cuando se

organizaron marchas y concentraciones en rechazo al nombramiento de una nueva Junta Directiva en PDVSA, por decisión del Presidente Chávez. Los medios, especialmente los canales comerciales de televisión, convirtieron en noticias las convocatorias que se hacían diariamente a las concentraciones y las marchas para protestar por este hecho.

De este modo, se fue creando el escenario para incitar al desconocimiento de la autoridad del Presidente de la República y del marco jurídico, contradiciendo su propio fundamento, porque lo hacían apelando al artículo 350 de la Constitución de la República para justificar todas las acciones violentas y desestabilizadoras alegando el derecho a la mal llamada legítima desobediencia civil. Es importante señalar que entre quienes utilizaron este argumento estaban profesionales del derecho, e inclusive personas que ocuparon en el pasado altos cargos en las instituciones del Estado; tales como un exfiscal General de la República y una expresidenta de la Corte Suprema de Justicia, quienes figuraron entre los más vehementes defensores de la desobediencia civil, incitando a violar la Constitución Nacional y el desconocer las autoridades legítimas.

En estas concentraciones y marchas, que se hicieron cada vez más frecuentes y masivas, comienzan a utilizarse una serie de símbolos que, además de identificar a este sector, actuaba como estímulo para reforzar las emociones. Observamos que entre los símbolos que se pusieron de moda estaban las vestimentas de color negro, el uso de la bandera nacional con lazos negros en señal de duelo o luto porque se deseaba inculcar la idea de la muerte inevitable de un grupo de venezolanos, el uso de las cacerolas como instrumento de agresión sonora y de agavillamiento, pitos que sustituían muchas veces los gritos histéricos, las antorchas como arma amenazante al estilo del Ku Kux Klan. Todo ello encerraba una simbología asociada al fascismo, porque el grupo que lo realizaba se creía una especie de raza superior con el derecho de atribuirse ellos solos la representación del pueblo venezolano; por tanto, con pretensiones de eliminar, mediante una guerra civil, a quienes apoyaban al

presidente Chávez.

Para justificar el golpe de Estado de abril de 2002, los medios empezaron una campaña bien orquestada de acusaciones con el Gobierno de instaurar un régimen comunista, de estar asociado con la guerrilla colombiana y vinculado al terrorismo internacional. Esta campaña produjo la reacción deseada por los medios, pues las personas inoculadas expresaban una conducta agresiva con un alto grado de angustia. En sus declaraciones manifestaban su convencimiento del peligro que representaba el gobierno de Chávez, que pretendía instaurar un comunismo que pusiera en peligro sus bienes y sus vidas. Con ello lograron que la participación se hiciera cada vez más masiva, violenta e irreflexiva.

Cuando ocurre el golpe de Estado, las televisoras Venevisión, Radio Caracas Televisión y Globovisión instigaron a estas personas *telemanipuladas* a denunciar el paradero de aquellos dirigentes del chavismo, para que el gobierno de facto los buscara y lo sometiera a “su justicia”; como fue el caso de Tarek William Saab, de Ramón Rodríguez Chacín entonces ministro de Interior y Justicia y de quienes participaron en la defensa del puente Llaguno (Peñalver, Rivera, Cabrices y Atencio), a quienes se les acusó de ser los responsables de las muertes ocurridas la tarde del 11 de abril. Los llamaron “los pistoleros de Llaguno” para etigmatizarlos como asesinos. Los medios se atribuyeron el rol de jueces: los condenaron, violando así el principio de presunción de inocencia y el debido proceso. Sin ningún tipo de escrúpulos, utilizaron el montaje para hacer ver a estas personas como asesinos, y presentaron el golpe de Estado como la disidencia de un grupo de militares que le retiró el apoyo al Presidente de la República por haber provocado una masacre. De esta manera, se incitó a la venganza para desencadenar actos de violencia generalizados en desagravio por lo ocurrido.

A pesar que posteriormente se presentaron una serie de pruebas y testimonios que evidenció la responsabilidad de quienes planificaron el golpe, para las personas inoculadas o transfundidas (*telem manipulados*) la verdad era lo que presentaron todos los medios privados: la renuncia del Presidente después de haber desatado una masacre y la conformación de un gobierno de transición producto de un vacío de poder, donde no hubo delito.

Después del golpe no hubo ningún tipo de reflexión por parte de los medios, y mucho menos del sector de la población transfundido. Por el contrario, en los meses siguientes los medios recurrieron al montaje para fabricarle al Gobierno una imagen de violador de los derechos humanos, como parte del plan de seguir reforzando la idea que el Gobierno era el responsable de la confrontación social y la violencia, para justificar en el ámbito internacional la intervención en nuestro país. Es, entonces, cuando se prepara un plan mucho más peligroso, como lo fue el sabotaje petrolero dentro de un supuesto paro cívico nacional, que buscaba quebrar la economía del país para forzar la salida de Chávez.

En efecto, en noviembre de 2002 se decide iniciar un paro cívico nacional fundamentado en la llamada desobediencia civil y el desconocimiento del Gobierno. Se producen desde este mes marchas consecutivas, concentraciones, cacerolazos todas las noches y se prepara una campaña para que las personas iniciaran un paro general que sumergiera al país en un caos.

En octubre de 2002, se preparó el escenario para incitar y mantener un estado psicológico proclive a la violencia con la toma por parte de militares activos declarados en rebelión contra el Gobierno en la Plaza Altamira de Caracas. Esto permitió mantener el fervor de la violencia contra el proceso y sostener el poder de convocatoria concentrados en la Plaza Francia de Altamira desde en octubre de 2002 hasta que se iniciara el paro general.

El paro comenzó el 2 de diciembre de 2002, y a la semana ya había fracasado porque muchos sectores, en especial el transporte, no se paralizó, sólo lo hicieron ciertos sectores en algunas ciudades del país. Pero los medios audiovisuales presentaban una realidad virtual donde señalaban que el paro era todo un éxito, sólo se requería intensificarlo.

En consecuencia, planificaron los hechos de violencia ocurridos el 5 de diciembre de 2002 en esa plaza de Altamira, cuando se dieron cuenta del fracaso del paro. En ese incidente murieron unas personas y otras resultaron heridas. Esta estrategia dio los resultados que ellos esperaban, pues produjo de inmediato el enardecimiento de esos sectores inoculados y transfundidos (*telemanipulados*).

El sector de la clase media donde mayor se observó la inoculación para este momento fue en el sector de los trabajadores petroleros, en donde la mayoría (unas 18.000 personas) no sólo abandonaron sus puestos de trabajo sino que se prestaron para destruir la industria en la cual habían trabajado por años (autolisis o autoinfligido).

Esta actitud irracional respondió al concepto de espíritu de cuerpo (creado por la ideologización en la empresa PDVSA) y de su condición de etnocentrismo cultural, que consiste en una actitud ante la vida de considerar inferiores a quienes ven como diferentes a ellos. Dentro de este orden de ideas fue utilizado el término meritocracia, como componente de la *disociación psicótica*, donde se consideraban además de superiores por sus condiciones intelectuales y su status, imbatibles e indispensables y cumplieron el proceso de inoculación o transfusión mediática paralizándolo la industria, saboteando a las instalaciones, muchas de ellas fueron destruidas. Con esta situación se le causaron grandes pérdidas económicas al país, sometieron a la población a una situación de desabastecimiento, generaron pánico y desasosiego en el período navideño. Pero no sólo los trabajadores petroleros respondieron obedientemente a esta inoculación, también lo hicieron los comerciantes, que luego sufrirían las consecuencias por paralizar el comercio en una época tan importante para esta actividad como es la Navidad.

Es importante señalar que en esta coyuntura es cuando mejor se pudo apreciar la *disociación psicótica*, especialmente la que evidencia un individuo asumiendo una actitud aislacionista y enajenada sin poder establecer un correcto juicio crítico de la realidad. A tal punto que no les importó el desabastecimiento de combustibles y alimentos que también los afectaba, sino que culpaban al Presidente Chávez de esta situación, ya que no renunciaba al cargo, que era el objetivo de este paro. Esta conducta evidencia el impacto que causaron los medios de cómo se distorsionaba en las mentes de estas personas los hechos y cómo la realidad virtual fabricada por Globovisión, Venevisión, Radio Caracas Televisión, Televen y CMT y las cadenas de la radio privadas, lograba los objetivos que se habían propuesto.

Ante el fracaso del paro petrolero, aceptado por uno de sus convocantes, como lo fue Carlos Ortega (para entonces Presidente de la Confederación de Trabajadores de Venezuela, CTV), el 2 de febrero de 2003 se cambió de estrategia: se declaró la flexibilización del paro y convirtió un referendo consultivo en uno revocatorio, para acortar así el período presidencial y de este modo forzar la salida de Chávez. Se diseña y se monta la respectiva campaña mediática, aparece entonces una empresa llamada SUMATE, que usurpa las funciones de uno de los poderes del Estado venezolano: el Consejo Nacional Electoral, lo que fue apoyado por la población *telemánipulada*. Se preparan todas las acciones tendentes a convocar el referendo, se moviliza a las personas inoculadas o transfundidas (*telemánipulados*) a la recolección de firmas

y a prepararse para este evento, aunque éste no tenía ningún basamento jurídico. Esto prueba la actitud desafiante hacia la figura de autoridad y desobediencia al marco jurídico venezolano.

Pero una vez que también fracasa esta acción, debido a que la Sala Electoral del Tribunal Supremo de Justicia declara improcedente este referendo en esos términos, se prepara un nuevo plan con la reproducción del ciclo de violencia. Esta vez los medios fabrican el escenario: una marcha que se vuelve violenta pero que es presentada como una reacción desmedida de la Guardia Nacional. Entonces, la supuesta sociedad civil en respuesta defensiva a lo ocurrido participa en lo que se conoció como las *guarimbas* (2004). Ello consistió en que estos grupos inoculados impusieron, mediante la violencia a sus propias comunidades, un ambiente aislacionista, un estado de sitio con actos de violencia focalizados que los medios hicieron creer que estaba ocurriendo en todo el país. De esta manera, se activó y sobreexcitó la agresividad en estas personas, se manejaron sus miedos y fobias y se reforzó el odio para inculpar al Gobierno de la supuesta situación de inestabilidad y caos.

Si bien es cierto que efectivamente los medios controlaban a un sector importante de la clase media, a quienes manejaban sus miedos y fobias provocaban una conducta aislacionista, agresiva e irreflexiva, manipulándolos continuamente a través de sus programaciones de opinión y noticieros, después del fracaso de la “*guarimba*” y del desmontaje de otros planes subversivos (como el de los paramilitares descubiertos en el estado Miranda), se observa que hay una disminución en el número de personas que responden al llamado de la violencia. Por ello puede inferirse que esta sociopatología entró en una fase refractaria para los afectados (*telemanipulados*), porque ha disminuido el estímulo generado por los medios de comunicación, en especial la televisión. Sin embargo, no quiere decir que el fenómeno haya desaparecido. Es posible que haya entrado en una fase de latencia que va desde esta conducta de *disociación psicótica* a la *enajenación mediática*.

Conclusiones

En Venezuela, durante los años 2002 y 2003, fundamentalmente, se evidenció un fenómeno social que, una vez analizado por un grupo trasdisciplinario, se llegó a una primera aproximación de su comprensión y se le denominó *disociación psicótica* o *enajenación mediática*; la cual consiste en una conducta con componentes de una trilogía psicopatológica (disociación, psicosis y trastornos de comportamiento perturbador), inoculado o transfundido por un factor externo que, en este caso, fueron los medios de comunicación social de carácter privado. Especialmente las televisoras, diseñaron una campaña mediática utilizando la estrategia de la publicidad con la manipulación de arquetipos, estereotipos y símbolos, provocando motivaciones que estimularon emociones y, en el caso que nos ocupa, fueron asociadas a los miedos y las fobias hacia la ideología comunista.

Las televisoras promovían un comportamiento agresivo en este sector de clase media, fabricándoles una realidad virtual lo cual provocó que estas personas inoculadas o transfundidas evidenciaran una incapacidad para reflexionar y establecer un juicio propio sobre la realidad. Su percepción sobre la realidad y la verdad de los acontecimientos eran los que les presentaba las televisoras privadas, a pesar de que el canal del Estado (Venezolana de Televisión) presentaba pruebas que evidenciaban la mentira y la tergiversación de los medios privados.

Esta estrategia impactó con mayor fuerza a un sector importante de la clase media venezolana, la cual sorprendió a algunos especialistas de las áreas

de la salud y la comunicación porque éste era un grupo social tradicionalmente indiferente a los asuntos políticos. De manera inesperada y con una alta carga de agresividad e intolerancia, este salió a las calles de las principales ciudades del país, especialmente en Caracas, para manifestar de manera muy violenta su oposición contra el Gobierno Bolivariano. Esta conducta denominada *disociación psicótica* fue el arma ideológica de la contrarrevolución bolivariana; que los sectores poderosos venezolanos y extranjeros, especialmente vinculados con la Administración Bush, utilizaron e intentaron continuar utilizando para detener el proceso de cambio que lidera el presidente Hugo Chávez.

Pero es importante señalar que el estudio de este fenómeno social permite apreciar que una vez inoculadas o transfundidas estas personas, se hace necesario un manejo permanente de sus miedos y fobias manteniendo escenarios de violencia e incitándolos a la acción. Debido a que después de mayo de 2004 no se evidencia la manifestación de esta conducta, como ocurrió en las coyunturas antes señaladas, no significa que haya desaparecido el fenómeno. El hecho que los medios hayan dejado de intensificar esta campaña ha permitido atenuar el efecto de la *disociación psicótica*, o por lo menos su expresión colectiva, por lo cual ha disminuido de manera importante el clima de violencia y caos que se percibió durante los años 2002, 2003 y principios de 2004.

Sin embargo, esta entidad patológica es un problema de salud pública y constituye el arma ideológica de los enemigos del Proceso Revolucionario Bolivariano. Ello requiere de una respuesta por razones de seguridad de Estado, ya que, como dijimos anteriormente, el hecho que hayan disminuido las manifestaciones colectivas de los *telemanipuladas*, no significa que haya desaparecido esta sociopatología.

ERICK JOSUÉ RODRÍGUEZ MIÉREZ

Venezolano, natural de Caripito, Edo. Monagas. Docente e investigador universitario. Médico con estudios doctorales en salud pública. Investigador de los efectos de los medios de comunicación audiovisuales en el comportamiento humano. Presidente del Consejo Superior de la Universidad Simón Bolívar, ubicada en Caracas.

La colección **Comunicación Responsable** es un esfuerzo editorial del Ministerio de Comunicación e Información para divulgar análisis, investigaciones, propuestas y reflexiones que orienten e iluminen el debate público sobre los medios masivos de información, su uso responsable y la necesaria participación de la comunidad y del pueblo en la democratización de la comunicación en Venezuela.