

## ⇒ La revolución no será televisada. Subjetividades, estéticas y cuerpos impresentables en la escena mediática bolivariana<sup>1</sup>

Ybelice Briceño Linares  
*Universidad Central de Venezuela*

**Resumen:** En este trabajo exploro los cambios en los regímenes de visibilización y representación de la subalternidad que han tenido lugar a lo largo del proceso bolivariano. Para ello analizaré las operaciones discursivas a través de las cuales se han delineado representaciones del *pueblo*, la *comunidad popular* y el *joven popular* en los medios de comunicación públicos (o afines al chavismo). Exploraré cómo estrategias que inicialmente apuntaban al empoderamiento y reconocimiento simbólico de sectores subalternos han devenido nuevos dispositivos normalizadores que construyen imágenes reificadas de *lo popular* y cómo estas frecuentemente contribuyen a producir subjetividades excluyentes y opresoras de otros grupos (mujeres, sujetos con masculinidades no hegemónicas, sexualidades disidentes).

**Palabras clave:** Medios de comunicación; Discurso; Subalternidad; Subjetividad; Revolución bolivariana; Venezuela

**Abstract:** In this paper I explore the changes in the regimes of visibility and representation of subalternity that have taken place throughout the Bolivarian process. To do this I will analyze the discursive operations through which representations of *the people*, the community and the youth have been delineated in the state-owned mass media (akin to *chavismo*). I will explore how strategies initially aimed at empowering and giving symbolic recognition of subordinate sectors have become new normalizing devices that construct reified images of what *the people* mean and how they often help produce exclusive and oppressive subjectivities of other groups (women, subjects with no hegemonic masculinities, dissenting sexualities).

**Keywords:** Mass media; Discourse; Subalternity; Subjectivity; Bolivarian revolution; Venezuela

“Cualquier revolución a nivel macropolítico  
conciene también a la producción de subjetividad”.  
(Félix Guattari)

---

<sup>1</sup> Este texto constituye el avance de investigación de un trabajo que está en curso. Una versión anterior del mismo fue presentada en el Simposio *La política encarnada. Prácticas culturales y política del cuerpo en la Venezuela Bolivariana*. CELARG-Rice University. Caracas, 2011.

## El lugar desde el que hablo

Presentar este trabajo fuera de Venezuela me obliga a hacer un conjunto de precisiones destinadas no solo a contextualizar el *proceso político bolivariano*,<sup>2</sup> con sus profundas ambigüedades y contradicciones, sino también a aclarar el lugar desde el que hablo, tanto en un sentido político como desde el punto de vista epistemológico y metodológico, en virtud de mi fuerte vinculación con el “tema de estudio” que abordo.<sup>3</sup>

La (auto)exigencia de posicionamiento en torno a la *revolución bolivariana* (que quizá se derive más de mis propios fantasmas como “venezolana de izquierdas” que de expectativas de este espacio) tiene que ver con el contexto de fuerte polarización política y social que existe en el país.<sup>4</sup> Una polarización que es, en parte, producto de las amenazas y de la fuerte conflictividad que ha acompañado a este periodo.<sup>5</sup> Pero también, producto del *uso político* que desde el gobierno se ha dado a dicha conflictividad. Me refiero con ello a esa suerte de *chantaje* aplicado a todos aquellos que respaldan de manera crítica este proceso de cambios.<sup>6</sup> Un chantaje que, si bien tiende a agudizarse en los contextos en que *la revolución* parece estar en riesgo, ha sido empleado reiterativamente a lo largo de los últimos quince años y ha servido como estrategia política para neutralizar y estigmatizar cualquier posición cuestionadora o cualquier posicionamiento que rompa el esquema maniqueo del *todo o nada*.

A pesar de ello, o justamente por ello, defiendo la posibilidad de mantener un acompañamiento crítico del *proceso bolivariano*, que reconozca lo que han sido sus logros —en materia de indicadores sociales, de participación popular y, sobre todo, de inclusión simbólica de grupos subalternos— pero sin por ello dejar de cuestionar lo que son sus grandes debilidades y falencias.<sup>7</sup> Es desde ese *lugar político* que escribo este texto.

En segundo término, quiero dejar claro que mi interés por explorar el discurso de los medios de comunicación públicos venezolanos se desprende de mi propia vinculación y trayectoria dentro de ese terreno. Fui cofundadora y presidenta del canal juvenil Ávila TV (en el año 2006 y luego, en 2009), así como también directora y profesora de su escuela (Escuela Metropolitana de Producción Audiovisual), principal espacio formativo y creativo del canal. Por tanto, buena parte de la información que manejo y de los argumentos que sostengo, sobre todo en el apartado correspondiente al análisis de este canal, son producto y se alimentan de mi participación en ese proyecto.

<sup>2</sup> Empleo aquí los términos *proceso bolivariano* y *revolución bolivariana* (de forma indistinta) recuperando la manera en que es nombrado el conjunto de cambios políticos y sociales que atraviesa Venezuela desde el año 1998 por sus propios partidarios.

<sup>3</sup> Debo agradecer a los compañeras y compañeros del Grupo “Fractalidades en Investigación Crítica”, de la Universidad Autónoma de Barcelona, por los comentarios hechos a este texto, especialmente a Joan Pujol y Marisela Montenegro.

<sup>4</sup> Para profundizar en el tema de la polarización política en Venezuela (y otros contextos similares) se puede ver Lozada (2011).

<sup>5</sup> El golpe de Estado y el paro petrolero de 2002 constituyen sin duda, momentos emblemáticos y especialmente dramáticos en este sentido.

<sup>6</sup> La expresión “si no estás con el chavismo estás con la derecha y con el imperialismo norteamericano” y el argumento “es momento de cerrar filas a favor del proceso bolivariano, no de hacer críticas” recogen claramente el espíritu de esta estrategia discursiva.

<sup>7</sup> Algunas de estas tendencias contradictorias, aciertos y desaciertos, son analizadas en dos números especiales de la *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 14,3 (2008) y 15,1 (2009).

Esta implicación con mi “objeto de estudio” está para mí lejos de ser considerada un obstáculo que pueda *enturbiar* la producción de saber sobre este. Parto de la perspectiva crítica al conocimiento científico hegemónico, alimentada de los aportes de Donna Haraway (1995, 2014) y otras figuras de la epistemología feminista, que defienden el conocimiento parcial, encarnado o posicionado.<sup>8</sup> Contra la idea de que el conocimiento se produce desde un *no lugar*, a partir de la mirada de un *testigo modesto* (no generizado, no enclasado, no racializado), dicha perspectiva asume la parcialidad y localización del sujeto que produce el discurso científico, apuesta por hacer explícito dicho posicionamiento y por construir entramados discursivos que se entrelacen conocimientos producidos desde diferentes *locus* de enunciación.<sup>9</sup> Es ese el lugar epistemológico desde el cual escribo.

### Las hordas aparecen en escena

Durante los primeros años de la *revolución bolivariana* (entre 1998 y 2004 aproximadamente) tuvo lugar un proceso que suscitó escozor y alarma en buena parte de la clase media y la derecha venezolana: la emergencia en la escena pública de los sujetos marginales, el reconocimiento de estéticas populares, la salida a la calle de masas incontrolables u “hordas chavistas”.<sup>10</sup> Aparecieron sujetos *feos, malvestidos y malhablados* en las manifestaciones, en las instituciones y en los estudios de televisión. Esto constituía, en sí mismo, una disrupción, una trasgresión de las normas básicas de *lo que funciona en TV*, una ruptura de ese principio inviolable y eterno, según el cual *cada quien sabe cuál es su lugar*.

Esta transformación, que alentó a muchos y escandalizó a otros, anunciaba la posibilidad de romper con la larga historia de hegemonía de la imagen y el discurso de las élites que sustentaron los medios masivos de comunicación del país durante décadas. Dicha hegemonía, construida a través de diversas operaciones discursivas de exclusión/invisibilización del mundo popular o de su inclusión instrumentalizada, se sustentaba en varias estrategias. El *amarillismo*, estrategia que opera mostrando las *desviaciones, amenazas y vicios* que constituyen o rodean a la subalternidad,<sup>11</sup> captando la atención del público a través de la alarma y el pánico moral que suscita. El *miserabilismo*, que consiste en construir a las clases populares como sujetos con carencias, padecedores, víctimas de sus errores, entes pasivos y sin agencia.<sup>12</sup> Y la *espectacularización* de lo popular, que no es más que su vehiculización a través del *show* mediático, la puesta en escena de sus prácticas, estéticas o discursos particulares a través del montaje audiovisual o gráfico.

<sup>8</sup> Para una revisión de este debate, véase Montengro/Pujol (2003) y Balasch/Montenegro (2003).

<sup>9</sup> Según Donna Haraway: “solamente la perspectiva parcial promete una visión objetiva (...) La objetividad feminista trata de la localización limitada y del conocimiento no de la trascendencia y del desdoblamiento del sujeto y del objeto” (1985: 326-327).

<sup>10</sup> El empleo del término obedece a su profusa utilización (sobre todo entre los años 1999 y 2000) por líderes de la oposición, periodistas y columnistas para designar a los seguidores del *bolivarianismo*. Llamaba la atención que los actos públicos del chavismo, desde esta perspectiva, eran denominados “hordas chavistas” mientras que las de los partidarios de la oposición eran llamadas “manifestaciones de la sociedad civil”.

<sup>11</sup> Usamos el concepto apelando a la tradición subalternista asiática iniciada por Guha (2002) y desarrollada por el grupo subalterno latinoamericano (Berverley, Rodríguez, Moreiras). Puede verse el *Manifiesto Inaugural del Grupo Latinoamericano de Estudios Subalternos*, en AA. VV. (1998).

<sup>12</sup> Sobre el *miserabilismo* en la literatura y la sociología es ya un clásico el texto de Grignon/Passeron (1992).

Estas estrategias de expoliación y operacionalización de las prácticas, lenguajes y estéticas subalternas, con fines comerciales y de preservación de la hegemonía, que dominaron el campo mediático durante años, a partir de 1998 comenzaron a verse desplazadas por otros discursos. Se abrieron fisuras por las que se dejaron colar sujetos antes considerados a todas luces impresentables e inconvenientes según los parámetros básicos del *buen gusto* y el orden democrático liberal. Los *desdentados* entraron en las pantallas de TV.

Esta emergencia despertó el pánico y desprecio social de las élites y buena parte de la clase media, al mismo tiempo que daba señales sobre la posibilidad de desencadenar cambios en los procesos de construcción de subjetividades. Se producían desbloqueos que prometían ser emancipadores en la constitución de los sujetos. Se estaban creando condiciones que permitían la aparición, visibilización e interpelación de diversas estéticas, cuerpos y formas de expresividad subalternas.

A partir de los años 2005 y 2006, luego de superadas las coyunturas políticas más difíciles para el *proceso bolivariano* (como el golpe de Estado de 2002, el paro petrolero-empresarial y el referéndum revocatorio de 2005) y consolidada la hegemonía del chavismo, se percibe un panorama diferente. Puede verse que estas tendencias lejos de sostenerse o profundizarse, apuntando a la ampliación de espacios de enunciación, la inclusión simbólica de sujetos excluidos y la diversificación de procesos de subjetivación (contrarios a la normalización global capitalista), tienden a agotarse e incluso revertirse. Las imágenes de los sujetos políticos de la revolución que emergían (el *pueblo*, el *chavismo*, la *comunidad*) se han ido reificando. Tienden a vaciarse de sentido, a convertirse en figuras totalizadoras o incluso mostrar su cara más conservadora.

La institucionalización y burocratización de *la revolución* ha arropado y aplanado, en gran medida, las posibilidades de creación de nuevas subjetividades políticas. La homogenización producida por los lineamientos del partido/Estado/gobierno ha asfixiado las pocas tentativas de práctica política relativamente autónomas existentes.<sup>13</sup> La instrumentación de la polarización política ha servido para acallar cualquier perspectiva de disidencia y crítica. La maquinaria institucional ha vetado y domesticado las fuerzas creativas o diversas que han pretendido posicionarse en el espacio público, llegando a un punto en el cual la mera aparición de una figura no registrada en la cifrada nomenclatura bolivariana atemoriza o despierta suspicacia.<sup>14</sup>

En este trabajo me gustaría proponer algunos elementos para el análisis de estos cambios. El objetivo es explorar los procesos de subjetivación que tienen lugar en Venezuela en el contexto de la revolución bolivariana. Para ello colocaré el foco en los medios de comunicación de masas al considerar que son potentes dispositivos que participan en esta construcción de sujetos. Específicamente pretendo revisar las estrategias discursivas de las televisoras públicas de señal abierta (adscritas al *bolivarianismo*): Venezolana de Televisión, Ávila TV y televisoras comunitarias como Catia TV, Teletambores y Vive TV.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Nos referimos al Partido Socialista Unido de Venezuela, creado el año 2007 luego de la segunda victoria de Hugo Chávez en las elecciones presidenciales (en el año 2006).

<sup>14</sup> Ejemplo de ello es la desconfianza y confusión que generan las demandas y discursos de los grupos LGBTT o de las activistas por la legalización del aborto al no encajar fácilmente dentro de la nomenclatura chavismo-antichavismo, principal (o único) antagonismo reconocible en el “debate público” existente.

<sup>15</sup> Aunque Vive TV no constituye formalmente una televisora comunitaria (no está registrada jurídicamente de este modo, administrativamente depende del gobierno central y tiene cobertura nacional), su

Qué tipos de subjetividad pretenden construir estos medios a través de su discurso, qué estrategias de interpelación emplean para conectarse con sus audiencias y qué recursos utilizan para producir/construir al *sujeto popular* del que hablan (léase, *el pueblo, el pueblo chavista, la comunidad, el joven popular o el joven de barrio*). Son estos los ejes que van a guiar el recorrido que haré en este texto.

### Venezolana de Televisión: televisora oficialista

Venezolana de Televisión (VTV) es sin duda la pieza más importante dentro de la artillería comunicacional del gobierno bolivariano. Es su aparato de creación de sentido más reconocido e institucionalizado.<sup>16</sup> En los más de 15 años que lleva *la revolución* este canal ha atravesado diferentes momentos y sufrido transformaciones significativas, transformaciones que solo pueden entenderse a la luz de la fuerte conflictividad política vivida en el país y del importante papel que han tenido los medios de comunicación en la misma.<sup>17</sup>

A grandes rasgos se puede decir que VTV pasó de ser, en los años 1998 y 1999, un canal con una imagen desteñida que torpemente abría espacios para la emergencia de cierto tipo de subjetividad popular –antes vetada en la pantalla–, a ser una instancia fundamentalmente de propaganda ministerial con una pulida estética.

Un hito importante en esta transformación fue su relanzamiento, en el año 2005. Este relanzamiento contempló aspectos como el doble cambio de logo, la renovación de su imagen, un gran despliegue de propaganda y material divulgativo, el cuidado y transformación de la gráfica, la modernización de los platós y la escenografía, la salida del aire de algunos programas, la creación de otros nuevos y el cambio de presentadores y talentos (que supuso acoplamiento de buena parte de estos a tendencias mundiales del *fashion* periodístico, pero con *tintes bolivarianos*, es decir: muchachas y muchachos jóvenes, estética bien cuidada, ropa de marca pero obedientemente roja<sup>18</sup>), entre otros.

---

discurso encaja perfectamente en el perfil de medio comunitario que estamos analizando, a saber: una clara orientación informativa/educativa, un énfasis en la información local y comunitaria, una línea de visibilización de la participación y organización popular y una fuerte presencia del formato documental y testimonial, entre otros aspectos.

<sup>16</sup> A efectos de este apartado tomaré en consideración el discurso de VTV hasta el año 2013 (año de la muerte del presidente Chávez). La centralidad de la figura del presidente Chávez hace que su desaparición física marque un giro importante en todas las políticas públicas, y en especial en la política comunicacional del gobierno. Incorporar el análisis de dicho cambio supondría extenderse en un desarrollo que excedería los objetivos de este artículo.

<sup>17</sup> En general el análisis del discurso de los medios públicos venezolanos debe hacerse considerando esta conflictividad, así como también tomando en cuenta la fuerte politización de los medios (público y privados), la transformación de los medios privados en actores declaradamente antichavistas y su papel en los intentos de desestabilización del gobierno bolivariano. Hay un análisis de la importante participación de los medios privados en el golpe de Estado y en el paro petrolero-empresarial de 2002, en el texto de Britto García (2003) *Investigación de unos medios por encima de toda sospecha*. Para un balance completo de las transformaciones acaecidas en el escenario mediático venezolano –y de lo que la autora llama “crisis de la comunicación”– se puede ver D’Amario (2011). Sobre el discurso antichavista de los medios de comunicación privados, Kaiser (2003), y sobre la politización del ejercicio periodístico en Venezuela, Antillano (2002).

<sup>18</sup> El color rojo ha sido asumido como símbolo distintivo del chavismo desde sus inicios y se ha convertido en el *color oficial* en todas las campañas y propagandas políticas del gobierno bolivariano.

Se trató de una transformación hecha a partir de una cuantiosa inversión de recursos, que sin embargo no supuso una renovación o búsqueda creativa en el plano del discurso audiovisual, ni tampoco, en términos políticos, alguna apertura hacia la constitución de nuevas y diversas subjetividades.

Al contrario, la renovación del 2005 consistió, en parte, en plegarse mejor a esquemas y códigos mediáticos hegemónicos mundiales, como la hipervaloración y apelación ostentosa del uso de recursos tecnológicos (monitores de grandes dimensiones en los platós, pantallas táctiles, etc.), la exigencia de ambientaciones impecables y relucientes, el imperativo estético-occidental en la selección de periodistas, la realización de programas con formatos clásicos (variedades, informativos y de opinión), la priorización del especialista y funcionario oficial como voz autorizada, entre otras. En este sentido, el canal se distingue del estándar mediático mundial por su editorialización permanente de la información, la univocidad de las fuentes, el monopolio del discurso oficial, las permanentes campañas de agitación política, y la saturación de los espacios por la voz presidencial (*Aló Presidente*, programas especiales, cadenas, pases en vivo) y sus resonancias múltiples en otras voces.<sup>19</sup>

Como el relanzamiento de VTV tuvo lugar de la mano de la institucionalización y burocratización del proceso bolivariano, el cambio de su discurso vino a reforzar las tendencias de cooptación de los actores políticos por el Estado y el PSUV, y la colonización total del discurso público por la maquinaria estatal. El canal fue reducido a instancia de difusión de la gestión oficial.

Bajo el chantaje permanente de la amenaza de la oposición, es cercenada la proliferación de sujetos, movimientos y actores diversos, incluso dentro de las propias filas del *chavismo*, constituyendo al *pueblo* como un bloque homogéneo y dócil, que obedece los dictámenes de su líder, y que se funde con el partido de gobierno.

VTV pasa a convertirse así en una instancia de producción de sentido, en la que se entrelazan tres grandes enunciados: el discurso de la imagen limpia y la fascinación tecnológica, la pesada promoción de gestión institucional, que no interpela ni convoca a nadie, y la vehiculización de la estrategia de identificación Chávez-pueblo-PSUV.

## Televisoras comunitarias

La proliferación de medios alternativos y comunitarios, cuyo repunte más importante se da entre 2002 y 2005, es otro elemento significativo a considerar dentro de los cambios del panorama comunicacional venezolano.<sup>20</sup> Más allá del dato cuantitativo, me interesa revisar las implicaciones de este hecho y sus efectos en el campo de interpelación de sujetos y construcción de subjetividades.

La concepción de comunidad que está en el nacimiento mismo y regulación de los nuevos medios comunitarios en Venezuela, a mi entender, trae consigo limitaciones importantes. El instrumento jurídico que rige su funcionamiento (y estimula su proliferación

<sup>19</sup> Reiteramos aquí que estamos hablando del discurso de VTV hasta el año 2013, es decir, antes de la muerte del presidente Chávez.

<sup>20</sup> En diez años se pasó de 27 medios comunitarios a cerca de 670. Según una investigación realizada en el año 2009, para esa fecha había en el país alrededor de 670 medios comunitarios registrados (aunque no necesariamente habilitados), de los cuales cerca de 30 eran televisoras (Programa de investigación: medios comunitarios y democratización de las comunicaciones en Venezuela 2009).

a partir del año 2001) establece que una comunidad es un “conjunto de personas que residen o se encuentran domiciliadas en una localidad (...) que se encuentran estrechamente vinculadas en razón de su problemática común y de sus características históricas, geográficas, culturales y tradicionales” (Decreto N° 1521 2002: 2).

Se entiende por comunidad a un conjunto de personas que comparten el mismo espacio territorial y una problemática común. A diferencia de la visión más amplia y plural presente en la conceptualización de *medios alternativos*, esta noción deja fuera de su campo de competencia a los sujetos articulados en función de otros ejes no territoriales (y sus cruces), como podrían ser: adscripciones “raciales”, posicionamientos generacionales, identidades de género, identidades-disidencias sexuales, oficios, movimientos sociales, tendencias musicales o artísticas, prácticas culturales y marcos simbólicos compartidos. Se entiende que solo *forman comunidad* los habitantes de un entorno geográfico compartido y local, bien sea de áreas urbanas (populares) o rurales. A partir de esta exigencia y concepción se aborta la posibilidad de que se creen espacios mediáticos de interpelación y reconocimiento más amplios y plurales.

Por otro lado, en estos nuevos medios, las comunidades populares (urbanas y rurales) suelen ser constituidas como instancias homogéneas e integradas. Son colectivos siempre politizados, organizados y conformadas por sujetos activos, que participan conjuntamente en luchas y debates para la toma de decisiones democráticas. La comunidad es diseñada como un espacio sin contradicciones, ni fisuras, sin relieves, ni oscuridades. Se da, además, una simplificación del conflicto y la diferencia (cuando aparece), concibiéndolo como problema social que hay que superar o absorber a través de un discurso moral y ejemplarizante.<sup>21</sup>

Estos nuevos dispositivos mediáticos excluyen explícitamente las dimensiones lúdicas, emotivas y expresivas de los sujetos, en virtud del mandato del carácter educativo, organizativo y cultural de la programación al que se deben ajustar. Solo hay lugar para las prácticas culturales y expresiones simbólicas políticamente aceptadas. Las culturas populares o subalternas, con toda su heterogeneidad y ambivalencia, son generalmente reducidas a *folklore*. En la subjetividad comunitaria popular solo son legítimas las prácticas y manifestaciones culturales tradicionales, supuestamente heredadas del pasado y/o vinculadas a la identidad nacional o regional (festividades, bailes y música popular-tradicional, etcétera).

Esa franja de lo cultural en la que lo popular se articula de manera compleja —y participa en una disputa por el sentido— con lo masivo-comercial, es expresa y tajantemente excluida del discurso de estos medios. Toda manifestación cultural que haya sido *tocada* por la industria cultural, es *mal vista* y registrada como ilustración de la manera en que el pueblo puede *contaminarse*, perder su nobleza o inocencia.

La construcción del discurso de las televisoras comunitarias venezolanas es frecuentemente objeto también de un conjunto de constreñimientos formales, que hacen

---

<sup>21</sup> En uno de los programas analizados, por ejemplo, se aborda, con un tono moralizante, el “problema” de la poca participación juvenil en las organizaciones comunitarias. Los jóvenes son construidos como sujetos apolíticos y apáticos, como personas confundidas e incluso “alienadas”, por el hecho de no incorporarse a estos nuevos espacios institucionalizados. El tratamiento del tema muestra no solo el marcado sesgo adultocéntrico de estas instancias de producción discursiva, sino también su incapacidad para dar cuenta de la complejidad (de intereses, lenguajes y perfiles) de los miembros de las comunidades populares y mucho más para interpelarlos a través de estrategias diversas.

que la potencia y capacidad de seducción del lenguaje audiovisual pierda en gran medida su fuerza.<sup>22</sup>

La consideración del documental como formato modelo, la prohibición de la “manipulación” del material audiovisual a través del montaje, la exigencia de larguísimos planos-secuencias y la supuesta ausencia de mediación eliminando las figuras del presentador o reportero, son algunas de las normas y dogmas que regulan el campo audiovisual comunitario.<sup>23</sup>

## Ávila TV

El último medio de comunicación que me interesa analizar en este texto es la televisora Ávila TV, la cual constituye, en mi opinión, una de las propuestas comunicacionales más creativas y potentes implementadas dentro del *proceso bolivariano*.

Ávila TV es una televisora regional de la ciudad de Caracas que nace, en el año 2006, justamente, a partir del cuestionamiento de algunas de las tendencias dominantes en los medios públicos y comunitarios existentes. Especialmente emerge en contra de la tendencia de estos medios a menospreciar (e incluso satanizar) el campo del “entretenimiento” y a abandonarlo en nombre de lo *verdaderamente serio e importante*, es decir, lo informativo, lo organizativo, lo educativo.<sup>24</sup>

Por otro lado, por su perfil urbano, juvenil y popular, el canal apuntó a romper con la asociación pueblo-comunidad rural-folclórica-adulta-organizada políticamente.<sup>25</sup> Es decir, pretendía interpelar a comunidades juveniles populares, no necesariamente organizadas y politizadas, y a incluir dentro de su definición la mayor cantidad de expresiones y voces (música, imágenes, personajes) del mundo urbano popular caraqueño.

En términos comunicacionales Ávila TV emprendió búsquedas y exploraciones interesantes y novedosas en el campo de la comunicación pública venezolana, especialmente en sus primeros años. Su propuesta contempló asuntos como la revalorización de la gráfica dentro del discurso audiovisual (tapas, *inserts*), la innovación y mezcla de formatos, la construcción de un discurso híbrido y fragmentario (abundantes promos, micros y cortinillas), la apelación a una estética “sucía”, *no pulida* o no siempre bien acabada, la apertura a la experimentación con la cámara, el audio y el montaje, entre otras.

En el plano político, su apuesta fue por la visibilización de jóvenes de comunidades populares de Caracas y el reconocimiento de sus prácticas, discursos, lenguajes y estéti-

<sup>22</sup> La mejor ilustración de estos mandatos ha sido esbozada por Deronne –quien fuera fundador, directivo y en cierta medida ideólogo de algunos de estos medios– en su texto *Diez propuestas para crear la televisión socialista* (Deronne s/f).

<sup>23</sup> La construcción unívoca y estática de comunidad, así como la *opacidad* de su discurso, puede ayudar a entender la reducida audiencia de algunos de estos medios en su entorno y el escaso involucramiento de la población con los mismos, tal como nos los confirmara Iris Castillo, directiva de Catia TV (entrevista personal, 15 de febrero de 2009). Asimismo, un estudio de Bisbal y Nicodemo, cuya tendencia política, marcadamente opositora, debe ser considerada, del año 2010, establece que solo un 4% de la población manifestó ver *diariamente o casi todos los días* televisoras comunitarias, mientras que el 73% expresó no verlas nunca (Bisbal/Nicodemo 2010).

<sup>24</sup> El reforzamiento de esta línea dentro del concepto Ávila TV debe mucho al aporte del profesor y realizador colombiano Omar Rincón, quien fungió como asesor del canal durante sus primeros años. Algunos de sus planteamientos están recogidos en los libros Rincón (2005) y Rincón/ Estrella (2001).

<sup>25</sup> Para profundizar, véase Ávila TV (2006).

cas. Para ello, recurrió a la “cultura de calle”, al lenguaje coloquial, a las *tribus juveniles* y a los sonidos y músicas urbanas, logrando gran penetración en su público e impactando posteriormente (de manera directa e indirecta) el lenguaje y las propuestas programáticas de otros medios (públicos y privados).<sup>26</sup>

Sin embargo, con el paso del tiempo, luego de unos dos años de experimentación y apertura creativa, la propuesta del canal comenzó a reificarse. La búsqueda de formas expresivas, subalternas, urbanas y juveniles; la aparición en pantalla de gestualidades, lenguajes y estéticas inaceptables en cualquier otro régimen discursivo, dejó de ser búsqueda y comenzó a ser reiteración. Ávila TV terminó produciendo un nuevo sujeto reificado: la figura del *rapero-malandro*<sup>27</sup>-caraqueño.

La hegemonía de los códigos y formas de esta figura –inicialmente transgresora– comenzó a agotar su repertorio discursivo, generando no solo un efecto de acartonamiento y hastío, sino también el aplastamiento de cualquier otro tipo de subjetividad, práctica expresiva o estética juvenil. El *malandreo* o *performance* del malandro se convirtió en norma dentro del discurso de Ávila TV. Y en algunos casos llegó a adquirir matices caricaturescos, como en los cuerpos de presentadores de programas infantiles (como *La Cuadra*), que simulaban de manera forzada esta gestualidad (de adultos) aparentemente irreverente.

La exaltación recurrente del *rapero* o *hiphoper* no dejó lugar a ninguna otra forma expresiva, estética o musical juvenil. La apología del malandro redundó en un discurso idealizador, dentro del cual la performatividad agresiva, el uso de la violencia en las relaciones personales<sup>28</sup> y la ostentación casi obscena del consumo y del poder, pasaron a ser vistas como las prácticas y los códigos popular-juveniles por excelencia, y por tanto, a ser irreverentes y liberadoras en sí mismas.<sup>29</sup>

Por último, en la tentativa por superar esa idea de la “pureza cultural” popular tradicional, propia de los medios comunitarios –que despachaba los símbolos tocados por la *industria cultural*– Ávila TV terminó sosteniendo la tesis radicalmente contraria, es decir, que *lo popular es lo masivo-comercial*.<sup>30</sup> Con ello, en un impulso aparentemente provoca-

<sup>26</sup> Su influencia se hizo notar en la gráfica y la programación de otros medios públicos (en televisoras como VTV y TVES, en radios como Alba Ciudad y Radio Nacional Juvenil), en la publicidad comercial de productos “juveniles” (como la malta o las gaseosas) o en las campañas y propagandas electorales del gobierno nacional o regional en años posteriores. Por otro lado, algunos de sus programas y presentadores pasaron a formar parte de medios nacionales, como VTV o TVES.

<sup>27</sup> Con el término *malandro* se designa a un sujeto de clase popular (generalmente varón y joven), que incurre directamente en prácticas delictivas o que transita en el borde de la legalidad/ilegalidad, cuyo *performance* (uso del lenguaje, gestualidad y formas de interactuar) suele ser agresivo o provocador. Se trata de una figura que siempre fue denostada y criminalizada (a través de una operación simbólica que capitalizaba el clasismo y racismo de la sociedad venezolana) y que ha sido incluida o interpelada por algunas instancias de enunciación del chavismo. Para estudiar el tema del *malandro* como figura social en Venezuela, véanse Pedrazzini/Sánchez (2001); Zubillaga, Verónica (2003) y AA. VV. (2010).

<sup>28</sup> Un tipo de relación que supone la práctica del no reconocimiento del otro como semejanza y que apela al uso de la fuerza para doblegarlo.

<sup>29</sup> Con ello, se pierde de vista que no toda forma disruptiva del orden formal necesariamente es emancipadora, y que estas figuras pueden instaurar y consolidar *micropoderes* (Guattari/Rolnik 2005), absolutamente opresivos y subyugantes en entornos locales. Estamos en presencia de la exaltación de lo que Sayak Valencia ha denominado *sujetos endriagos*: es decir, sujetos subalternos que apelan a la violencia y a la necropolítica como forma de empoderamiento (Valencia 2012).

<sup>30</sup> Tuvo lugar aquí una influencia clara de autores como Jesús Martín-Barbero, cuyo planteamiento fue simplificado al extremo y asumido casi como dogma.

dor frente a lo que sería cierta “izquierda ortodoxa” el canal se pliega (en varios ámbitos y dimensiones) a las tendencias del mercado de la cultura, celebrando la *popularidad* de sus productos y difundiendo en la pantalla. Se exaltan las telenovelas en sus formatos más tradicionales,<sup>31</sup> y se promociona el *reggaetón* más comercial, mostrándolos como los géneros subalternos por excelencia e incluso como íconos de la irreverencia popular.

En mi opinión, esta “confusión” entre lo popular y lo masivo-comercial obedeció no solo a una ausencia de claridad conceptual (y desconocimiento de un debate con larga tradición en la región),<sup>32</sup> sino también a una planificada estrategia de programación y búsqueda de audiencia. De manera reactiva, contra la tendencia a desestimar los estudios de audiencia o de impacto de sus emisiones –predominante entre televisoras públicas y comunitarias– en Ávila TV el tema de la *popularidad* del discurso (como asunto político) se mezcló con el imperativo de la búsqueda de audiencia entre los sectores populares de la ciudad de Caracas. Esta estrategia, que probablemente haya tenido éxito en términos de atracción de públicos, tuvo unos efectos políticos y éticos importantes que no fueron considerados.

De esta manera, Ávila TV dejó no solo de abrir espacios para la emergencia de nuevas subjetividades juveniles reificando las figuras que contribuyó a construir/visibilizar –obturando así el campo de lo juvenil popular–, sino que también comenzó a servir como una caja de resonancia de la cultura popular-comercial de amplia circulación en toda Latinoamérica.

\*\*\*

Quiero cerrar este acercamiento a las estrategias discursivas de los medios públicos venezolanos, durante el periodo analizado, esbozando lo que considero son sus principales límites.

Primeramente, en el caso de Venezolana de Televisión, predomina un conjunto de discursos con un fuerte componente divulgativo y propagandístico (centrados en la gestión del gobierno) que parecen poco eficaces en cuanto a su capacidad de *convocar sujetos*, pero que se entrelazan con el discurso producido por el presidente Chávez (y reproducido por otros voceros) caracterizado justamente por su potencia y habilidad para potenciar procesos de interpelación/identificación en amplios sectores de la población, especialmente en las clases bajas.<sup>33</sup>

En segundo lugar, en las televisoras comunitarias analizadas, nos topamos con la construcción reificada de la idea de comunidad. En lugar de una ampliación de esta figura se produce una reducción del abanico de las *identidades legítimas* en el campo popular. Por otro lado, se utilizan estrategias que desaprovechan (e incluso rechazan) muchas de las herramientas del discurso audiovisual, perdiendo alcance y capacidad de interpelación.

<sup>31</sup> Para una diferenciación entre las telenovelas tradicionales y las telenovelas experimentales, véase Martín-Barbero/Rey (1999).

<sup>32</sup> El texto más emblemático al respecto es el que recoge el encuentro de CLACSO sobre el tema, AA. VV. (1987). Hay análisis más recientes en Zubieta/Blanco (2000), Alabarces/Rodríguez (2008), Semán (2006) y Ameigeriras/Alem (2011).

<sup>33</sup> Si bien entendemos que estudiar el discurso de los medios públicos venezolanos sin analizar propiamente el discurso del presidente Chávez puede resultar riesgoso, hay que aclarar que no podemos aquí detenernos en ello porque excedería los objetivos de este trabajo.

Por último, el caso de la televisora Ávila TV, si bien resulta interesante por las búsquedas formales y creativas que emprende (sobre todo en sus primeros años), resulta ambivalente desde el punto de vista de sus *políticas de subjetivación*. Esta televisora participa en la construcción de subjetividades juveniles subalternas. Interpela y produce tipos de sujeto que pueden ser disruptivos desde el punto de vista estético y expresivo, como los jóvenes *hip-hoperos*, raperos o jóvenes de la movida *tuki*.<sup>34</sup> Apela a figuras escandalosas dentro de los cánones del “buen gusto”, que suelen generar el desprecio social (clasista y racista) de las clases medias, lo cual permite entender dicha operación como una operación de inclusión simbólica de sujetos subalternizados. Pero a su vez tiende a reificarlas y a convertirlas en norma, desconociendo que no se trata de subjetividades liberadoras o trasgresoras de las dinámicas y dispositivos del capitalismo o la sociedad de control. Sino que, por el contrario, son en gran medida, subjetividades reproductoras de relaciones de poder, que se insertan funcionalmente en las dinámicas de subjetivación del capitalismo tardío (centradas en el consumo y la imagen), que reproducen y refuerzan un orden heteropatriarcal (a través de modelos hipermasculinos,<sup>35</sup> sexistas y homófobos), o que crean/refuerzan micropoderes locales fuertemente violentos (como las bandas de malandros o de los llamados coloquialmente “azotes de barrio”). En suma, Ávila TV crea/interpela sujetos aparentemente transgresores pero absolutamente funcionales dentro del llamado capitalismo *gore*, del capitalismo necropolítico de la periferia del mundo globalizado actual (Valencia 2010).

## Bibliografía

- AA. VV. (1987): *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México: Gustavo Gili/FELAFACS.
- AA. VV. (1998): “Manifiesto Inaugural. Grupo Latinoamericano de Estudios Subalternos”. En: Castro-Gómez, Santiago/Mendieta, Eduardo (eds.): *Teorías sin disciplina. Latinoamericanismo, poscolonialidad y globalización en debate*. México: Miguel Ángel Porrúa, pp. 70-82.
- AA. VV. (2010): *Malandros, identidad, poder y seguridad*. Caracas: Fundación Tiuna El Fuerte.
- Alabarces, Pablo/Rodríguez, María (eds.) (2008): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.
- Ameigeriras, Aldo/Alem, Beatriz (2011): *Culturas populares y culturas masivas. Los desafíos actuales a la comunicación*. Buenos Aires: Universidad Nacional General Sarmiento.
- Antillano, Pablo (2002): “El periodismo venezolano sucumbe a la política”. En: *Comunicación*, 119, pp. 22-25.
- Ávila TV (2006): *Manifiesto de Ávila TV*. Caracas, mimeografiado.

<sup>34</sup> Se denominan *tukis* a ciertos jóvenes de barriadas populares que emplean una manera de vestir “escandalosa” (para los cánones del gusto hegemónico), seguidores de un tipo de música electrónica llamada *reptorhouse* o *changa tuki* (una mezcla de *techno* y *tribal*), que suelen acudir a fiestas o discotecas (los llamados “matinés”) en horarios vespertinos por ser frecuentemente menores de edad, y realizar demostraciones y competencias de baile. Desde el punto de vista de la apariencia, los llamados *tukis* se distinguían hasta hace poco tiempo por usar pantalones muy ajustados, ropa de colores vivos, gomina en el cabello, mechitas, pendientes brillantes, entre otras cosas. El término, que inicialmente fue usado por los mismos jóvenes como categoría de autoadscripción, adquirió una connotación despectiva y marcadamente clasista.

<sup>35</sup> Tomo el concepto elaborado por Urrea/Quintín (2000) en su trabajo sobre identidades de jóvenes populares de Cali.

- Balash, Marcel/Montenegro, Marisela (2003): “Una propuesta metodológica desde la perspectiva de los conocimientos situados: las producciones narrativas”. En: *Encuentros en Psicología Social*, 1, 1, pp. 44-48.
- Bisbal, Marcelino/Nicodemo, Pascual (2010): “Internet avanza pero la TV no cede”. En: *Revista SIC*, LXIII, 725, pp. 43-49.
- Brito García, Luis (2003): “Investigación de unos medios por encima de toda sospecha”. En: <[http://www.analitica.com/bitbliblioteca/britto/investigacion\\_medios.asp](http://www.analitica.com/bitbliblioteca/britto/investigacion_medios.asp)> (03.12.2013).
- Programa de investigación: medios comunitarios y democratización de las comunicaciones en Venezuela (2009): *Segundo informe de avances*. Caracas, mimeografiado.
- D’Amario, Daysi (2011): *Crisis de la comunicación y mediaciones contextuales*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, mimeografiado.
- Decreto n° 1521 (2002): “Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro”. En: *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, CXXIX, 37.359, pp. 1-9.
- Deronne, Thierry (s/f): “Diez propuestas para crear la televisión socialista”. En: <[http://www.larevolucionvive.org.ve/IMG/pdf/tv\\_socialista.pdf](http://www.larevolucionvive.org.ve/IMG/pdf/tv_socialista.pdf)> (14.02.2012).
- Grignon, Claude/Passeron Jean-Claude (1992): *Lo culto y lo popular*. Madrid: La Piqueta.
- Guha, Ranajit (2002 [1983]): “Algunos aspectos de la historiografía de la India colonial”. En: Guha, Ranajit: *Las voces de la historia y otros estudios subalternos*. Barcelona: Crítica, pp. 33-42.
- Guattari, Félix/Rolnik, Suely (2005): *Micropolítica. Cartografías del deseo*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Haraway, Donna (1995): *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid/Valencia: Cátedra/Universidad de Valencia.
- (2004): *Testigo Modesto@Segundo Milenio. HombreHembra©\_Conoce\_Oncorotón®. Feminismo y tecnociencia*. Editorial UOC: Barcelona.
- Kaiser, Patricia (2003): “Estrategias discursivas antichavistas de los medios de comunicación”. En: *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 9, 3, pp. 231-253.
- Lozada, Mireya (comp.) (2011): *Polarización social y política en Venezuela y otros países. Experiencias y desafíos*. Caracas: Centro Gumilla.
- Martín-Barbero, Jesús (1998): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús/Rey, German (1999): *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.
- Montenegro, Marisela/Pujol, Joan (2003): “Conocimiento situado. Un forcejeo entre el relativismo construccionista y la necesidad de fundamentar la acción”. En: *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 37, 2, pp. 295-307.
- Pedrazzini, Yves/Sánchez, Magali (2001): *Malandros, bandas y niños de la calle*. Caracas: Vadell Hermanos Editores.
- Rincón, Omar (2005) (comp.): *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía.
- (2006): *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Rincón, Omar/Estrella, Mauricio (2001): *Televisión: pantalla identidad*. Quito: Editorial El Conejo.
- Semán, Pablo (2006): *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*. Buenos Aires: Gorla.
- Urrea, Fernando/Quintín, Pablo (2000): *Subjetividades masculinas en jóvenes de clases subalternas urbanas*. En: <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/subida/Colombia/cidse-univalle/20121114123409/subjetividades.pdf.ori>> (07.03.2013).

- Valencia, Sayak (2012): “Capitalismo gore y necropolítica en el México contemporáneo”. En: *Relaciones Internacionales*, 19, pp. 83-102.
- Zubieta, Ana María/Blanco, Óscar (2000): *Cultura popular y cultura de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- Zubillaga, Verónica (2010): “Pensar la prevención juvenil en Venezuela: vislumbrar corrientes contrapuestas”. En: *Jóvenes, violencia y seguridad ciudadana. Seminario Internacional*. Caracas: Consejo General de Policía.