

LOS MEDIOS DE DIFUSION Y LA VISITA DE JUAN PABLO II A VENEZUELA

La Conferencia Episcopal esperaba que la visita fuera un momento privilegiado de nuestra historia para la renovación personal, social y espiritual, ya que ésta es "requisito ineludible, además, para la superación de las graves crisis del momento actual". La consigna "Despierta y reacciona, es el momento" resume la razón de ser de esta gira, cuya preparación se inicia con la acción misionera en las diversas Diócesis y Vicariatos.

Antes de la hora cero la Comisión Coordinadora, la Dirección General Nacional, la Comisión Enlace del Gobierno, los Asesores Eclesiásticos y los Coordinadores de los diversos Encuentros ponen en marcha un operativo, apoyado con una gran campaña de medios, mientras el ejército traza el plan Nueva Huta.

EL PUEBLO IRRITADO Y LA CONSPIRACION DE LOS MEDIOS

Durante este período preparatorio los medios de comunicación —especialmente la prensa nacional— apenas resaltan el proceso preparatorio, y solamente se hacen eco de las polémicas en torno a la terminación del templo mariano, desatadas por la destitución del Arquitecto Erasmo Calvani, y de algún incidente colateral con la Dirección de Cultos, relativo a la disponibilidad de recursos. A decir verdad, los temas estaban catalizados por la agenda económica y los conflictos cotidianos, que afectaban a la gente. Si consideramos valederos los resultados de la empresa encuestadora Datos, obtenidos entre el 20 de noviembre y el 20 de diciembre de 1995, sobre una base de 2 mil personas de todos los estratos sociales, los problemas que más afectan al país en el período previo a la visita son: el costo de la vida e inflación —41%—; corrupción —26%—; delincuencia —18%—; desempleo —10%—. Y respecto a la acción del gobierno solamente el 6% considera que es positiva, mientras el 30% la considera negativa, el 25% más negativa que positiva, el 33% ni positiva, ni negativa. Es decir, que la percepción subjetiva del país no era mejor que la del momento en que el actual mandatario exclamó en 1989 que "el pueblo está bravo".

El analista político Diego Bautista Urbaneja describe certeramente esta situación de irritación apenas reprimida y de expectativas frustradas: "la principal válvula de escape es la violencia cotidiana, conforme a la cual en cierta forma vivimos un 27 de febrero diseminado en todo el año" (El Globo, 10-02-1996). La decisión del aumento del salario mínimo

mensual en la víspera de la llegada del Papa logró aplacar, sin duda, momentáneamente los amagos de explosión social.

DESARROLLO DE LA CAMPAÑA OFICIAL Y OFICIOSA

Partiendo de la experiencia de la visita anterior, se pretendía movilizar a unos 2 millones de personas para los diversos eventos de Guanare y Caracas —uno menos que en 1985, pues se trataba de una estadía más breve— y alcanzar por los medios a toda la población accesible —unos 18 millones sobre los veinte de la población total—. El señor José Domínguez, director general nacional de la comisión de información y medios de comunicación, se responsabilizó de todo lo concerniente a la información, al lanzamiento de la campaña de publicidad y propaganda, manejo de los medios de comunicación, atención de prensa, relaciones públicas inherentes a los actos, y las gestiones de apoyo y recaudación de fondos para la promoción. La agencia elegida para la publicidad de la visita en septiembre de 1995 fue Target Publicidad, que está asociada con una de las empresas norteamericanas más grandes del ramo DDB Needham Worldwide. Su escogencia por parte de la Comisión obedeció a que tenía la experiencia de la primera visita, aunque entonces se llamaba V.A. Asociados. En esta agencia, bajo la supervisión episcopal, se hizo la escogencia del eslogan: "Despierta y reacciona, es el momento". La producción de las cuñas de televisión se debió a la empresa Provisión, que contó también con los archivos de algunas productoras de cine y pudo disponer gratuitamente de la voz de Tomás Henríquez. En esta fase sólo se facturó al Consejo Episcopal el material para las copias. Los textos e imágenes del Papa que usaron independientemente otras entidades —por ejemplo, el Banco Provincial— fueron aprobados por el Consejo Episcopal. La Comisión puso gratuitamente a disposición de los canales de televisión nacionales —incluyendo los 16 regionales— y de las emisoras de radio las cuñas producidas. Los avi-

Jesús María Aguirre

sos de prensa, elaborados gratuitamente por el Estudio Osvaldo Bronstein y Cámara Gráfica, se entregaron a través de Teleprensa a todos los periódicos capitalinos y regionales. Gracias a la Asociación de Publicistas Industriales se expusieron cerca de cien vallas en puntos estratégicos de la visita.

La cobertura televisiva de los cuatro eventos principales tuvo como planta matriz a Venezolana de Televisión del Estado y su narrador fue Antonio Jota. A diferencia de 1985 hubo una coordinación exitosa, a pesar de alguna falla circunstancial, y el público pudo seguir las emisiones desde el Retén de Catia —Canal 2—, certeramente comentadas por Marietta Santana; desde el templo de Guanare y de la catedral virtual del aeropuerto de La Carlota —Canal 8—; desde el Teresa Carreño —Canal 10— y, por fin, del Paseo Los Próceres —Canal 4—, acompañadas por el omnipresente Nelson Bocaranda. El resultado final evidenció las potencialidades escondidas de la televisión venezolana, cuando decide operar concertadamente. Ahora bien, independientemente de la campaña central que, al decir de los publicistas, era fácilmente vendible, y de la cobertura coordinada, los mismos medios desataron en cadena y competitivamente el tratamiento informativo e interpretativo de la visita, al que añadieron programación documental y de entretenimiento de connotación religiosa, especialmente en televisión (serie en tres capítulos de Dimensión: “Cada hombre, el Papa Wojtyla”; reportajes, “Juan Pablo II: Papa del Tercer Milenio”, o viejos unitarios como “La Virgen de Coromoto”, “La elegida de Dios”, “La Chinita”, “José Gregorio Hernández” etc.). De ahí que vivimos un paréntesis existencial, que, reforzado con algunas ordenanzas de ley seca, los públicos asociaron a un fin de semana de retiro espiritual —lejos del mundanal ruido económico y político cotidiano— o a una Semana Santa anticipada, en que las manifestaciones de protesta y los encapuchados se transforman en procesiones y nazarenos. Los dos millones de

participantes activos de los encuentros fueron, así, acompañados por unos dieciocho millones de observadores curiosos con muy diverso grado de implicación.

LOS MOTIVOS IMPREVISTOS EN LOS MEDIOS Y EN LA OPINION PUBLICA

Mucho antes de la venida del Papa, comienzan a larvarse ciertos tópicos críticos sobre el uso político de la visita, el dispendio económico y las diferencias entre el Gobierno y la Iglesia. Los medios dieron una gran resonancia a estos motivos que salían de la propaganda orquestada y permitían estimular la noticiabilidad y el debate público a lo largo de tres meses.

a. El uso político de la visita papal

Carlos Blanco advertía un mes antes de la visita: “obviamente el uso político de esta visita podría ser sutil. Jamás veríamos al Papa saludando las bondades de la política económica del gobierno del Presidente Caldera. Pero sí podríamos

verlo empujando contra los que el gobierno ha construido como sus enemigos, o con los temas que el gobierno ha escogido para batírseles en la cara a sus críticos”(El Globo 12-01-1996).

Mientras el Gobierno, ya desde septiembre, trataba de despejar las dudas sobre las manipulaciones de la visita, y la Jerarquía católica mantenía una distancia levemente crítica frente a las acciones gubernamentales, los opositores comenzaron a cuestionar la oportunidad de la visita abierta o solapadamente. Así los ex-ministros de Cordiplan, Fomento y el FIV del anterior gobierno aprovecharon la ocasión del seminario organizado por la Cámara Venezolano-Americana, a finales de noviembre, para atacar el gradualismo de la actual implementación, “cara mortuoria de la política económica”, y el segundo de ellos, Moisés Naim hizo votos para que “el Papa ilumine a Caldera”. En esta contienda de ataques internos y externos el Presidente estalló con una frase retórica, dando a entender que deberían ir al paredón del fusilamiento las personas que hablen mal de Venezuela. Este “lapsus linguae” recibió inmediatamente su réplica por parte del otrora asesor del gobierno, Steve Hanke, a través de una nota enviada en la que le observaba que esas palabras eran inapropiadas para un Presidente, más aún cristiano, y le recomendaba hacer una buena confesión cuando llegara el Papa. Entre quienes le han exigido también confesarse al mandatario podemos destacar al P. Arturo Sosa, director de la revista “SIC”, quien en el programa de José Vicente le conminó a decir toda la verdad al pueblo; y Diego Bautista Urbaneja, ex-director de “El Diario de Caracas”, que le plantea, en plena visita papal, confesarse ante el Pontífice, reconociendo “que ha empobrecido a la gente haciéndose creer y creyendo él mismo que defendía sus intereses”. En este vuelo rasante de políticos y economistas Emeterio Gómez lanza un ataque final acusando a Caldera de manipular la visita y “cruzar el umbral de la hiperinflación”. La Jerarquía mantenía cierta distancia frente a estas polé-



micas, marcando el sentido pastoral y religioso de la gira. Ya el Presidente de la Conferencia Episcopal, Mons. Ovidio Pérez Morales había escrito con su vuelo habitual que “Juan Pablo II viene para ayudar al pueblo católico venezolano a tomar más viva conciencia de su fe cristiana y de su pertenencia a la Iglesia, así como las consecuencias que de ésta se derivan para la vida personal y comunitaria”. En este sentido el Informe de la Conferencia Episcopal sobre la situación del país afrontaba con decisión las críticas sobre el actual estado de cosas, sin concesiones al actual gobierno, a la vez que los Monseñores Baltazar Porras y Jorge Urosa advertían que no se pueden esperar milagros de la visita y que los problemas de Venezuela debemos resolverlos nosotros mismos. Estas disputas de élites tuvieron a su vez su paralelo en las múltiples declaraciones de políticos, intelectuales y artistas, entre los cuales había quienes veían la estrategia más abierta de moralización o la táctica maquiavélica de narcotización. Aunque las autoridades siempre estuvieron presentes en los actos y la imagen del Papa y el Presidente aparecieron frecuentemente asociadas, los comentarios de los narradores casi siempre fueron discretos. Probablemente, dada la complejidad de las interacciones sociales en las que cada uno de los agentes sociales ha tratado de intervenir con objetivos distintos, no se hayan dado exactamente las consecuencias esperadas ni por unos, ni por otros. Porque, como demuestra todo este contrapunteo democrático, los medios han realimentado la controversia y el gobierno no ha podido reprimir los cuestionamientos.

b. Los costos de la visita y de la campaña

La crítica que ya Jesús E. Brando inició desde su “Paredón de papel” en octubre de 1995 pasó a la primera plana de el diario El Nacional el 27 de enero con una composición gráfica que establecía el contraste entre la foto del Papa con el eslogan “Despierta y reacciona”, y el ti-



tular: “Más de 48 millones de dólares costará la visita del Papa”. En un alarde de transparencia Mons. Baltazar Porras, Coordinador de la Comisión, en una rueda de prensa exponía las inversiones y gastos de todo orden, vinculados directa o indirectamente con el evento, muchos de los cuales eran de data muy anterior, como el caso de la construcción del templo votivo. Así explicó las diversas partidas manejadas, unas por la Comisión Coordinadora de la visita —200 millones de bs.—, otras por los publicistas y medios, que pusieron su aporte en producción y difusión —unos 10 mil millones— y, en fin las correspondientes a diversos Ministerios, MTC, INAVI, Defensa, etc., que realizaron obras de mejoramiento de infraestructuras. La economía de esfuerzo de titulación cometía la torpeza de endilgar todos los cargos contables a la visita de dos días, siendo así que la inversión más cuantiosa provenía de los mismos medios de difusión, sobre todo privados, que se volcaron generosamente a cubrir la visita y cuyos gastos eran hipotéticos para la Comisión. Al poco tiempo, Mons. Baltazar Porras tuvo que corregir al diario en un órgano de la competencia. Lo hizo elegantemente sin mencionarlo, y señaló que la visita costaba menos de un millón de dólares y no entre 40 o 50 millones. También su colega en el Episcopado, Mons. Moronta, salió a explicar en un artículo sobre “Los gastos del Papa” el rosario de costos que los diarios comenzaron a resaltar: la construcción del papa-móvil, la refacción de

la Nunciatura, los vuelos aéreos, etc. Cada aclaración era contestada por nuevos datos puntuales, y todavía el mismo 11 de febrero en el “Paredón de papel” con el subtítulo “Presupuesto celestial”, acusa la rapiña sobre los dineros públicos y la doble moral que se ejercita a diario en materia pública. Esta vez menciona los gastos de autobuses —24 millones de bs.—, el acto del Teresa Carreño —100 millones de bs.—, la alcaldía de Chacao —200 millones—, las orquestas infantiles y juveniles —80 millones—, y remata con los contratos supermillonarios de por 6 y 7 millardos del MTC y Mindur respectivamente. Naturalmente, según esta lógica, cualquier gasto realizado con motivo de tal coyuntura era atribuible a la visita. Las razones humanísticas que esgrime Juan Liscano, las morales que despliega Ramón Estévez, las religiosas y ciudadanas, que tan bien han expuesto los Padres Jenaro Aguirre y Luis Ugalde, han chocado con un paredón que considera superfluos los valores del fortalecimiento moral y religioso, menos importantes que los presupuestos anuales de los Ateneos u otros intereses que conciernen al diario El Nacional. Como bien razona Antonio Cova, en un artículo irónico de “El Universal”: “la argumentación sobre los costos, sobre los beneficios, sobre lo que se quedará, está fuera de lugar y fuera de estilo. Se trata, más bien, de lo que la Iglesia —Luz que debe ponerse sobre los montes, no bajo el celemín, como ordena el Evangelio— debe hacer o dejar de hacer con esta venida” (6-02-1996). Responder con transparencia sobre las cuentas era loable, pero pretender medir con el rasero de la productividad un perdón, la suma de gestos de gratuidad, la dignificación del indígena y del preso, o el sentido de humanidad de los venezolanos desde que se gesta la vida, era vano.

c. Entre la corrupción judicial y los derechos humanos

Cabe prever que todos los gobiernos son ultrasensibles a la tematización de los derechos humanos, sobre todo, cuando hay supervisores internacionales o visi-

tantes extranjeros. Nada más ingrato para el Gobierno del Presidente Caldera que la propuesta de la Conferencia Episcopal de bendecir a los presos del Retén de Catria, cuando internamente se había puesto en entredicho la situación de los penales venezolanos y la visita nos exponía a las miradas de todo el mundo. Es presumible que en la determinación de la agenda última sobre la trayectoria papal hubiera forcejeos entre el Gobierno y la Conferencia Episcopal, y dentro de ésta entre Obispos favorables o críticos del Gobierno. El caso es que Mons. Mario Moronta, Secretario de la Conferencia Episcopal, en rueda de prensa, anunció el plan de la visita papal al Retén de Catria, y trascendió que habría una solicitud de indultos por parte de la Iglesia (29-11-1995). El tema pasó a los medios y comenzaron las especulaciones sobre el modo en que se iba a realizar la visita a la cárcel más peligrosa de Venezuela y el número de posibles indultados de todas las cárceles. Había desavenencias entre los criterios un tanto generosos de la Comisión de Justicia y Paz de los Religiosos —SECORVE—, y los más estrictos de la Comisión del Ministerio de Justicia, que era la responsable última de la selección, que se propondría a consideración del Presidente. En medio del forcejeo natural de estas negociaciones el diario "El Nacional" puso la espoleta a un proyectil noticioso que lanzó en primera plana: "Jesuita denuncia venta de indultos que serán concedidos por visita papal" (17-01-1996). Las declaraciones del P. Roberto Martialay, que consideraba una corruptela tanto los retardos procesales, que se movilizan con plata, como las matracas habituales para el otorgamiento de cualquier beneficio, provocaron obvia indignación en el Ministerio de Justicia, y, sobre todo, en la Comisión encargada de la selección, quienes a través de la Policía Técnica Judicial, le exigieron al jesuita dar nombres concretos. (¿Recuerdan si alguna vez Piñerúa Ordaz fue obligado a dar los nombres de su lista de corruptos? Irónicamente esos mismos días se dieron a la fuga dos narco-

traficantes de La Planta, tras haber desembolsado 75 millones de bolívares en favor de algunas cuentas, y, por supuesto con permiso de los directivos, que suelen ser nombrados por el Ministerio de Justicia). El sacerdote se escudó en la confidencialidad de sus fuentes, que algunos malévolamente interpretaron como secreto de confesión. La polémica volvió a enturbiarse, cuando, pocos días después, el jesuita en un arrebato de cólera por las barreras impuestas a una visita, decidió sumarse a la huelga de hambre de los presos en protesta por el maltrato en el retén y las condiciones inhumanas impuestas en el registro de los visitantes. La huelga terminó intempestivamente por una orden de los superiores del religioso. Entretanto la prensa y los medios audiovisuales hacían eco de la situación carcelaria —especialmente Marietta Santa en su programa televisivo "A puerta cerrada" y Anna Vaccarella en "Alerta"—, destacando los horrores y posibles correcciones. De esta forma la visita del Papa al Retén y los indultos se convirtieron en un motivo polémico de la opinión pública, tanto más cuanto que la inseguridad ciudadana es sufrida por todos los estratos y las razones de los indultos, más allá del procedimiento jurídico, no estaban suficientemente mostradas. Así se explica cómo el movimiento "Luces contra El Hampa" publica una carta abierta al Santo Padre, el 4 de febrero, pidiéndole que "interceda por nosotros los venezolanos indefensos y respetuosos de la ley, para que Dios nos proteja, algo que nuestras autoridades no han podido o no han querido hacer". En vísperas de la visita papal todavía corrieron rumores de que Juan Pablo II seguiría adelante sin detenerse ante el Retén por razones de seguridad. El día 9 Su Santidad, decidió como el Buen Samaritano —en expresión del P. Matías Camuñas— detenerse un momento para curar espiritualmente a esos heridos, que, según reza la entrada del informe de los mismos presos: "somos los últimos de Venezuela ... y los primeros en tu corazón de Padre". Y, así, una vez más se hizo público el escándalo de la prefe-

rencia cristiana por la oveja perdida. Las imágenes del joven indultado y las paredes del Retén han quedado así marcando la memoria de esta visita.

POSTDATA DE LA AGENDA

No hemos pretendido realizar un recorrido del tratamiento de todos los medios, ni de la expuesta en escena de los cuatro eventos centrales. Más bien hemos querido resaltar cómo más allá de los planes previstos por el Gobierno y la Conferencia Episcopal, se han generado nuevos giros insospechados en la producción y recepción de los mensajes. En resumen, la imposición de ciertas agendas por los medios, no significa que controlan todos sus posibles giros, y que las mediaciones de los comunicadores junto con la astucia del pueblo es mayor que la se que imaginan nuestras élites. Ciertos abucheos de los políticos y aun del Presidente en el Teresa Carreño y en la Carlota demostraron que la gente tiene capacidad discriminante para distinguir entre los méritos de Juan Pablo II y los méritos o deméritos de quienes se arriman a él. De todos modos queremos destacar que cuando nuestros medios de comunicación cooperan en un esfuerzo mancomunado, como éste de la visita, superando la mera competitividad mercantil y en aras de los intereses más generales del país, se convierten en un potencial insospechado de movilización hacia metas prosociales. Me pregunto ¿por qué no somos capaces de unir más frecuentemente nuestros recursos y esfuerzos para afrontar los retos actuales de desfondamiento educativo y moral del país, en lugar de esperar una visita papal cada diez años? Si hemos sido capaces de hacer este gesto, que honra nuestro gentilicio por el Papa Juan Pablo, ¿por qué no hacerlo por nuestro pueblo —llamémoslo Juan Bimba o Juan Pueblo— y, en fin, por nosotros mismos, que hemos sido la razón de su visita? Juan Pablo II quedaría más satisfecho y los críticos de la visita también. □

Jesús María Aguirre es miembro del Centro Gu-milla