

Ideología, propaganda y polarización en los medios: el caso Venezuela

Giannina Olivieri Pacheco
CELAUP, UNIMET, UCAB

Resumen:

Desde la llegada de Hugo Chávez al poder, el manejo de los medios de comunicación en Venezuela pasó a tener un matiz muy distinto al que tradicionalmente poseía. La aparición de periódicos en manos del gobierno, el cierre de RCTV, la confiscación de las repetidoras de Globovisión, la promulgación de la llamada Ley Resorte, el Aló Presidente y las continuas cadenas de radio y TV marcaron hitos en lo que se ha llamado la hegemonía comunicacional del gobierno. Todo ello se ha agudizado con el afianzamiento de las radios comunitarias y de periódicos en manos de grupos cercanos al gobierno que muestran una tendencia ideologizante ligada a la propaganda política al estilo goebbeliano. La información ha dejado de ser objetiva y constantemente se encuentran dos versiones de la realidad. A ello se debe sumar el uso de lo que se ha llamado la “neolengua”, distorsionadora de la realidad y creadora de una distinta. En este trabajo se presentarán algunos casos para mostrar de qué manera el poder gubernamental se ha instalado en la esfera informativa ocultando la realidad, distorsionándola y transformándola a favor de los intereses del régimen. Los medios han ayudado a construir la polarización en Venezuela y los gubernamentales o pro gobierno han contribuido con ello.

Palabras clave: Medios, ideología, propaganda, neolengua, polarización.