



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social

El lado fosco de la propaganda

Análisis comparativo de la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler y la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez basado en los 11 principios de Joseph Goebbels

Trabajo de Grado para optar al título de Licenciada en Comunicación Social

Fantin Ragusa, Oriana Gabriela

Tutora: Dra. Martínez Oliveros, Xiomara

Caracas, junio 2016

La libertad altera todos los patrones, Robert Nozick

Agradecimientos

A la Luz. El universo es siempre sabio y mágico.

A mis nonnos, quienes siempre han guiado mis pasos.

A mi mamá, Giovanna Ragusa, por su amor incondicional.

A Ney, Isa, Jhori, Gaby y Anma, gracias por siempre creer en mí e inspirarme a ser una mejor persona cada día.

Resumen

El presente trabajo de grado será un análisis comparativo entre la propaganda del Nacionalsocialismo de Adolfo Hitler y la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez. Esta analogía se apoyará en los 11 principios de Joseph Goebbels y en los distintos momentos históricos en los que se desarrollaron. Se examinarán, delimitarán y describirán algunos elementos de la política, la doctrina y la historia de estos dos personajes, considerados pertinentes para los objetivos que la autora propone. La propaganda tiene su origen en la palabra “propagare” del latín, se encarga de propagar, reproducir o implantar. Hemos visto cómo su papel ha transformado a las sociedades político, social y culturalmente. En momentos históricos, se ha convertido en el escudo de consolidación de los regímenes, y ha tenido un tono del todo ideológico.

Se analizará la propaganda de la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez (1999-2008) y la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler (1938-1945) bajo tres rasgos totalitarios del populismo. Se enfocará en definir conceptos políticos tales como: propaganda política, liderazgo carismático, carisma y populismo. Principalmente, buscará confirmar la veracidad de la existencia de semejanzas entre la propaganda nazi y la chavista. El trabajo de grado se logrará a partir de técnicas de recolección de datos como lo es la investigación bibliográfica.

Palabras clave: propaganda política, nazismo, chavismo, retórica, liderazgo carismático, ideología, nacionalismo, Nacionalsocialismo, Revolución Bolivariana, Hugo Chávez, Joseph Goebbels, Adolfo Hitler.

Título: El lado fosco de la propaganda

Análisis comparativo de la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler y la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez basado en los 11 principios de Joseph Goebbels

Summary

In this dissertation, a comparative analysis will be made between the propaganda of Adolf Hitler's National Socialism and Hugo Chávez's Bolivarian Revolution. This analogy will be based on Joseph Goebbels's 11 principles and the historic moments that both characters endured. There will be an examination, delimitation and a description of both the doctrine and the history of these two leaders considered right for the objects that the author exposed. Propaganda has its roots in the word "propagare" which comes from Latin. Propaganda is responsible of spreading, reproducing and even establishing. We have been witnesses of how propaganda can transform societies in the political, social and cultural fields. When historic moments arise, it has become a shield on which regimens consolidate themselves, and it has always had an ideological tint.

Some of the propaganda of both the Hugo Chavez's Bolivarian Revolution (1999-2008) and Adolf Hitler's National Socialism (1938-1945) chosen by three totalitarian features of populism will be analyzed. The main focus will be on defining political concepts like: political propaganda, charismatic leadership, charisma and populism. The main point will be to confirm the veracity of the similarities between the nazi and the chavista propaganda. This dissertation will be achieved through data collection techniques like bibliographic research.

Key words: political propaganda, Nazism, chavismo, rhetoric, charismatic leadership, ideology, nationalism, Bolivarian Revolution, Hugo Chávez, Joseph Goebbels, Adolf Hitler.

Title: The dim side of the propaganda

A comparative analysis between Adolf Hitler's National socialist propaganda and Hugo Chavez's Bolivarian Revolution's, based on Joseph Goebbel's 11 principles

ÍNDICE

Introducción	9
Planteamiento	11
Justificación	15
Objetivos	18
CAPÍTULO I	19
<i>Marco teórico</i>	19
<i>Identificación de los elementos de la propaganda</i>	20
Definición y concepto de propaganda	20
Tipos de propaganda	22
Joseph Goebbels, Ministro de propaganda nazi	24
<i>El Nacionalsocialismo</i>	25
¿Qué es el nazismo?	25
Propaganda nazi	28
<i>La Revolución Bolivariana</i>	29
¿Qué es el chavismo?	29
Socialismo del Siglo XXI (La Revolución Bolivariana)	32
La “hegemonía popular”	35
<i>Marco metodológico</i>	38
Fases de investigación:	41
Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	41
CAPITULO II	43
<i>Conceptos políticos</i>	43
Ideología	43
Regímenes totalitarios	44
Nacionalismo	45
Socialismo mesiánico	47
Liderazgo carismático	48
Identificación con el líder	49
Populismo	51
La propaganda como proceso comunicativo	58
Propaganda política	59
<i>In Group y Out Group</i>	61

CAPÍTULO III	63
<i>Marco histórico</i>	63
<i>Alemania y Adolf Hitler Pözl (1919 - 1924)</i>	63
El antiguo imperio se derrumba...	64
Tan solo un pintor	65
¿Un soldado más?	67
Hitler el propagandista	69
El <i>Putsch</i> de la cervecería	72
<i>Mi Lucha</i>	73
<i>Venezuela y Hugo Rafael Chávez Frías (1989-1994)</i>	74
El Pacto de Punto Fijo	74
Chávez y la Academia Militar	77
El árbol de las tres raíces	79
“Por fin, sí hay condiciones”	81
4F	82
Era apenas el comienzo...	84
<i>Cómo salir del laberinto</i>	86
¿ <i>Cómo llegaron al poder?</i>	87
El éxito del Nacionalsocialismo (1933)	87
<i>Arbeit and Brot</i> (Trabajo y Pan)	89
El Nacionalsocialismo llega al poder	90
El fin de la Cuarta República (1998)	91
Llega la Revolución	93
CAPÍTULO IV	95
<i>Análisis comparativo de la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler y la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez basado en los 11 principios de Joseph Goebbels</i>	95
1. Principio de simplificación y del enemigo único	101
2. Principio del método de contagio	104
4. Principio de la exageración y desfiguración	112
5. Principio de la vulgarización	116
6. Principio de orquestación	120
7. Principio de renovación	126
8. Principio de la verosimilitud	131
9. Principio de la silenciación	134
10. Principio de la transfusión	139
11. Principio de la unanimidad	143
Conclusiones	147
FUENTES DE INFORMACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA	150
<i>Fuentes bibliográficas</i>	150
<i>Fuentes electrónicas</i>	159

ANEXOS	164
<i>Anexo A</i>	164
Campaña por la Reforma Constitucional (2 de diciembre de 2007).	164
<i>Anexo B</i>	165
“La conspiración judía” (“Das Jüdische Komplott”). <i>Parole der Woche</i> . (10 de diciembre de 1941). Junta Directiva de Propaganda del Reich del Partido Nazi.	165
<i>Anexo C</i>	166
Eslogan de los nazis “Trabaho y Pan” (<i>Arbeit and Brot</i>) para las elecciones de 1932.	166

Introducción

En esta investigación monográfica, trataremos de constatar si existen bases para la comparación del político alemán Adolfo Hitler (1889-1945) con el presidente de Venezuela, Hugo Chávez (1954-2013) en cuanto a la naturaleza de su liderazgo, el contenido de sus discursos, las circunstancias históricas en las cuales se desarrollaron, y la propaganda utilizada durante sus respectivos mandatos. Nuestra intención es aproximarnos al establecimiento de posibles rasgos comunes entre liderazgos y procesos históricos tan disímiles, con base en elementos teóricos de la caracterización del populismo. Por ello, el presente trabajo de grado tiene como objetivo la precisión de algunos elementos que pueden ser susceptibles de comparación.

Por lo tanto, la autora reitera que no se está buscando igualar a ambos personajes, sino evaluar la posibilidad de concurrir en aquellos aspectos que puedan ser comparados, en cuanto a los contenidos populistas de los discursos, la propaganda y la naturaleza del liderazgo de Hitler y Chávez. Para ello, organizamos la investigación en cuatro capítulos esenciales; el primero, se dividirá en dos, una se dedicará al marco teórico, en el cual se definirán temas como: identificación y elementos de la propaganda, definición y concepto de la propaganda, tipos de propaganda, el nazismo, propaganda nazi, el chavismo, Socialismo del Siglo XXI y la hegemonía popular. Consideramos pertinente la delimitación de estos términos para guiar al lector en los conceptos medulares de esta investigación. La segunda parte, será la del marco metodológico. Se buscará definir las bases de la investigación monográfica, este aspecto es fundamental ya que será la técnica que utilizará la autora para realizar la analogía. Se consideró que se debían definir conceptos políticos para facilitar aún más la comprensión del lector en cuanto al tema, por lo que se decidió que en el segundo capítulo se expondrán conceptos políticos fundamentales para entender las bases de la

naturaleza del liderazgo, la propaganda y la retórica de Adolfo Hitler y Hugo Chávez. Los conceptos a saber serán los siguientes: ideología, regímenes totalitarios, nacionalismo, socialismo mesiánico, liderazgo carismático, identificación con el líder, populismo, la propaganda como proceso comunicativo, propaganda política y los *in group* y *out group*. Con respecto al tercer capítulo, denominado marco histórico, nuestra intención no es enfatizar en las semejanzas y diferencias históricas de ambos líderes, sino caracterizar, en su singularidad, a los dos personajes y a los dos momentos históricos en los cuales se desarrollaron. Fueron personajes que hablaron en idiomas distintos, nacieron en países y épocas diferentes, sin embargo, este trabajo se interroga si es posible hallar semejanzas históricas como el golpe de Estado que perpetraron ambos, con las especificidades de sus respectivos momentos históricos. En el último y cuarto capítulo, se realizará el análisis comparativo basado en los 11 principios que inventó el Ministro de Propaganda durante la época nazi, Joseph Goebbels (1897-1945). En este capítulo, nuestro interés se centró en organizar la información documental obedeciendo a la lógica de los tres rasgos totalitarios fundamentales del populismo, estos son: criminalización del enemigo, imposición del liderazgo y absolutización de lo nacional-popular.

En tal sentido, el presente trabajo reviste la importancia de establecer de forma sistematizada mediante una investigación bibliográfica-documental y monográfica, el impacto que personajes tan distantes históricamente, como lo fueron Adolfo Hitler y Hugo Chávez, han tenido sobre sus habitantes. Su retórica, carisma y personalidad, se ven reflejados en la propaganda que cada uno utilizó para cambiar el rumbo de dos naciones, Alemania y Venezuela.

Planteamiento

La propaganda proviene de la palabra en latín “propagare”, y como lo indica la palabra, significa propagar, expandir, esparcimiento. Desde el punto de vista gramatical, se encarga de diseminar una idea. González Llaca (1981) señala que el origen de la propaganda se remonta al principio de las civilizaciones, tan antiguo como la aparición de las primeras civilizaciones. Aparece con el desarrollo de los modos de producción que permiten la distinción entre gobernantes y gobernados: “(...) es decir, cuando la sociedad se divide en privilegiados y postergados, los que mandan y los que obedecen, con la necesidad consiguiente de los primeros de obtener la conducta de los segundos, no por obligación, sino por propio consentimiento” (p. 29).

Desde este planteamiento, la propaganda a lo largo de la historia se ha convertido en una de las formas más comunes de obtener poder y de mantenerse en él. Desde la Roma Imperial (27 a. C.) hasta ahora. El papel que ha adquirido la propaganda ha sido distinto a lo largo de la historia, pero en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) adquirió el rol de poder total sobre los alemanes, quienes lograron construir un imperio propagandístico envidiable. Joseph Goebbels como Ministro de Propaganda iniciaría una campaña antisemita sin precedentes.

La República de Weimar (1918-1933) en Alemania fue un período que, a pesar de ser considerado democrático, se caracterizó por una gran inestabilidad política y social, en la que se produjeron golpes de Estado militares, fuertes crisis económicas y hostilidad tanto de la derecha como de la izquierda. Era una República que se encontraba sumida en el caos. La promesa de cambiar el rumbo de Alemania provocó el ascenso de Adolfo Hitler y el partido Nazi en el país.

El 30 de enero de 1933, Paul von Hindenburg nombra a Hitler canciller. Según Allan Bullock (1984) el panorama estaba hecho. La ley de plenos poderes se

aplicó de forma despiadada y autoritaria, no le daba a Hitler el rol de Canciller, sino la capacidad de ejercer constitucionalmente a partir de ese momento un poder dictatorial y sin objeciones legales, sin el consentimiento de otros partidos. Queda liquidada la República de Weimar quedando ahora la Alemania nazi. Hitler comenzaría una campaña política, pero sobre todo antisemita, que duraría los 12 años de su gobierno.

Bullock (1984) en su texto *Hitler. Estudio de una Tiranía*, lo describe como un hombre de naturaleza carismática, temperamental, un político, cínico y astuto, aunque con notorios defectos como orador: “El timbre de su voz era estridente, muy diferente del bello tono de la voz de Goebbels. Hablaba por períodos demasiado largos; con frecuencia se repetía y degeneraba en verborrea; carecía de lucidez y habitualmente se perdía en frases oscuras” (p. 330). Sin embargo, esto no le impidió generar pasión y devoción en las masas.

El manejo propagandístico del régimen alemán se impuso a lo largo del país y del resto de territorios conquistados. Goebbels, cada año daba un discurso en las concentraciones de Núremberg, las famosas congregaciones anuales realizadas por miembros del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán. Solía enfocarse en el tema de la propaganda nacionalsocialista como un modelo para el resto del mundo, de eso se trataba, de esparcir el nacionalsocialismo.

Dentro de la maquinaria nazi Goebbels prevaleció sobre el resto de sus compatriotas por 11 Principios de Propaganda que aplicó a cabalidad. Formuló y desplegó orgullosamente once principios que sirvieron para consolidar el sistema nazi en Alemania y en naciones conquistadas durante la Segunda Guerra Mundial. La antigua Checoslovaquia, los Países Bajos, Noruega y Polonia.

Los famosos 11 Principios de la Propaganda de Goebbels son: 1. Principio de simplificación y del enemigo único. 2. Principio del método de contagio. 3. Principio de la transposición. 4. Principio de la exageración y desfiguración. 5. Principio de la vulgarización. 6. Principio de orquestación. 7. Principio de renovación. 8.

Principio de la verosimilitud. 9. Principio de la silenciación. 10. Principio de la transfusión. 11. Principio de la unanimidad. Estos son principios simples que incluso hoy día continúan vigentes.

Adelantándonos 5 décadas en el tiempo, y ubicándonos en otro continente. El 4 de febrero del año 1992, en Venezuela, un grupo de paracaidistas comandados por el teniente coronel -en aquel entonces- Hugo Rafael Chávez Frías, político y militar, había intentado tomar el Palacio de Miraflores y La Casona. El primer intento violento de Hugo Chávez a la Palestra Pública, falló; sin embargo, su popularidad aumentaba a pasos agigantados. Era el comienzo del chavismo y su propaganda bolivariana. A pesar de ser electo democráticamente por un pueblo en 1999 y luego reelegido, no deja de ser ilegítima la intentona de golpe de Estado del 4 de febrero (Caballero, 2003).

En los meses siguientes, los golpistas alcanzaron gran popularidad en la extrema izquierda. Se podían ver imágenes del difunto Ché Guevara –escritor y político cubano- y Fidel Castro -presidente de Cuba- al lado de fotografías de Hugo Chávez.

El padre intelectual de Chávez desde sus inicios como político en la cárcel de Yare, fue Luis Miquilena, político, empresario y editor venezolano. En una entrevista realizada por el periodista argentino Andrés Oppenheimer a Miquilena, este dijo: “(...) porque es temperamental, emotivo, errático. Y porque como no es un hombre amueblado mentalmente, ni un hombre con una ideología definida. Está hecho estructuralmente para la confrontación” (Oppenheimer, 2005, p. 320).

Hoy día, la imagen y firma de Chávez es vista en todos los costados de los edificios Gran Misión Vivienda Venezuela (GMVV), en franelas, letreros oficiales de Petróleos de Venezuela (PDVSA), autobuses y hasta supermercados. Su programa Aló Presidente duró 13 años transmitiendo en vivo sus discursos que tenían gran impacto. La propaganda revolucionaria solo ha ido en expansión

desde la muerte del ex presidente de Venezuela el 5 de marzo del año 2013, incluso con una crisis económica sin precedentes.

El impacto psicológico que personajes tan distantes históricamente como Hugo Chávez y Adolfo Hitler, han tenido sobre sus habitantes es objeto de estudio. Su retórica, carisma y personalidad se ve reflejado en la propaganda que cada uno llevó a cabo. Ambos son descritos por biógrafos -como Allan Bullock, Cristina Marcano y Alberto Barrera Tyszka- y críticos -como Luis Miquilena, antiguo asesor de Chávez- como hombres increíblemente narcisistas y victimarios, caracterizados por su desprecio por los intelectuales, las clases medias y racismo.

El uso de la propaganda a veces tiene el poder de cambiar el rumbo de naciones, en este caso de Alemania y Venezuela, tan disímiles entre sí. Por esto nace el interés de realizar una investigación de este tipo, se busca llegar a una comprensión teórica y compleja de los hechos, que nos permita puntualizar algunas de las aristas presentes en los acontecimientos. Por lo demás, cabe destacar, como expone Emma Roderó (2000), ningún proceso comunicativo está aislado de la propaganda, asimismo está unificada a ideologías y políticas que son llevadas a cabo.

Justificación

El presente trabajo de grado se sustenta en la preocupación por el impacto que la propaganda ha tenido en las sociedades. Por otro lado, el énfasis que en nuestros estudios de pregrado se coloca sobre el tema de la propaganda hace que también nazca el interés de querer profundizarlo. Luego de haber cursado las asignaturas Teoría de la Comunicación, Historia de la Comunicación, Sociopolítica de la Comunicación y Publicidad, aparece y aumenta la voluntad por estudiar a fondo las perspectivas teóricas y políticas de la propaganda.

Obras como *Mi Lucha* escrita por Adolfo Hitler en 1925 y *Cómo Salir del Laberinto* escrita por Hugo Chávez en 1992, funden una visión política y social cuya ética y única moralidad es la que debe ser aceptada por la consciencia de las masas. En este contexto no hay espacio para la persona como ente individual. En la propaganda moderna, tampoco la hay, porque el contenido se halla en lo ideológico.

Uno de los aspectos fundamentales de esta investigación es documentar el fenómeno psicológico que la propaganda de Hitler y Chávez, tuvo respectivamente en Alemania y Venezuela, no solo en las acciones políticas, también las pasiones que desencadenaron. Ellul explica que esta propaganda aún se halla “marcada por un carácter masivo. No se intenta llegar solo hasta ciertos individuos particularmente influyentes, importantes, situados en lugares claves, a la élite del gobierno en suma, sino que desea modificar una opinión pública en su conjunto y obtener comportamientos de masa” (1969, p. 182).

Para lograr tal fin, se pretende elaborar una investigación documental, basada en las técnicas de investigación bibliográfica. Al respecto Alfonso (1988) encontró que:

La investigación bibliográfica es el proceso de búsqueda que se realiza en las fuentes impresas con el objeto de recoger la información en ellas contenida,

organizarla sistemáticamente, describirla e interpretarla de acuerdo con procedimientos que garanticen la objetividad y la confiabilidad de sus resultados, con el fin de responder a una determinada interrogante (p. 27).

La autora se encargará de recabar los textos necesarios para realizar este trabajo de grado. Asimismo, la recolección de discursos de ambos líderes será necesaria para respaldar la investigación.

Lo que impulsa el interés de realizar esta investigación es la importancia que la propaganda tiene en la colectividad, además de su impacto en la misma. Por otro lado, personajes tan trascendentales en la historia como lo han sido Adolfo Hitler y Hugo Chávez serán el referente para el análisis. Entre los resultados de Hitler, está la propaganda nazi, la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto. Chávez logró un cambio de actitud de gobiernos como los de Argentina (Cristina Fernández de Kirchner), Brasil (Lula da Silva), Ecuador (Rafael Correa) y Bolivia (Evo Morales) hacia rasgos populistas.

Al leer distintos escritos de Cristina Marcano junto con Alberto Barrera Tyzka (2004)¹, Allan Bullock (1984), Luis Miquilena (2005) y Andrés Oppenheimer (2005), entre otros, se evidenciaron semejanzas en la descripción de la naturaleza de sus liderazgos como extraordinariamente ególatras.

Lo que se pretende, utilizando los 11 Principios de la Propaganda de Goebbels, es plasmar los hechos con la evidencia bibliográfica. La autora con esta

¹Alberto Garrido (1949-2007) autor de múltiples obras sobre Chávez, demandó por plagio a Cristina Marcano y a Alberto Barrera Tyzka por su libro *Hugo Chávez sin uniforme*. En el informe realizado por la experta María Griselda Navas Díaz señala que la obra realizada por ambos se señalan fragmentos que fueron narrados sin citar ni referenciar a Alberto Garrido, quien habría sido la fuente original de dicha información. Es importante destacar que no hubo sentencia contra esta demanda (*'Hugo Chávez sin Uniforme' irá a Tribunales*. (2007, 10 de agosto). Recuperado el 10 de octubre de 2016 de: <http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/7232/hugo-chavez-sin-uniforme-ira-a-tribunales/>). A pesar de esto, la autora decidió usar como una de sus fuentes principales a Cristina Marcano junto a Alberto Barrera Tyszka porque los autores logran plasmar una visión de Chávez que considera de suma importancia para la realización del trabajo de grado, además de valorar los datos que ofrecen. Para la realización del proyecto es ineludible el uso de la obra *Hugo Chávez sin uniforme* porque brinda datos históricos, que presentan elementos que van desde la infancia de Chávez hasta el año 2004, los cuales permiten conocer el contexto social, político y cultural en el cual se narra una mirada biográfica exhaustiva del personaje.

investigación, pretende hallar algunas semejanzas entre la política, el contenido de los discursos y la naturaleza del liderazgo en la propaganda que utilizaron Adolfo Hitler y Hugo Chávez, basándose en tres categorías: 1. Liderazgo impuesto de forma vertical. 2. Absolutización de lo nacional-popular. 3. Criminalización del enemigo. Estos tres rasgos totalitarios del populismo fueron elegidos para lograr la analogía de una forma que no se igualen ambos personajes, sino que se ilustren las semejanzas respaldadas con hechos.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un análisis comparativo de la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler y la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez, partiendo de los 11 Principios de la Propaganda Nazi de Joseph Goebbels.

Objetivos específicos

- Comparar las dos situaciones históricas en las que se desarrollaron los dos individuos a estudiar.
- Buscar las similitudes históricas, ideológicas, políticas y de la naturaleza del liderazgo de Adolfo Hitler y Hugo Chávez.
- Hallar las semejanzas de la propaganda de Adolfo Hitler y Hugo Chávez, teniendo como base los '11 Principios de la Propaganda' de Joseph Goebbels.

CAPÍTULO I

Marco teórico

Dado que el presente estudio tendrá como fuente principal de información documentos y bibliografía alusiva a aspectos teóricos, tales como los 11 Principios de la Propaganda de Joseph Goebbels, los tres rasgos totalitarios del populismo (el liderazgo impuesto de forma vertical, la absolutización de los nacional-popular y la criminalización del enemigo), el Nacionalsocialismo, la Revolución Bolivariana y, escritos que brindarán información sobre historia de la propaganda; se acepta que esta investigación se tipifique como una de tipo documental.

En cuanto al esbozo de la investigación, se enmarca dentro de una descripción de conocimiento empírico, pero no experimental. Mediante una investigación de tipo cualitativo, a través de la revisión del material bibliográfico que utilizaremos para el presente trabajo de manera sistemática, rigurosa y exhaustiva, se buscará alcanzar el análisis de la relación entre las variables antes descritas.

Por otro lado, en la investigación realizada, se considera necesaria la comparación porque, ¿cómo podemos constatar el carácter extraordinario de las conjeturas de los dos fenómenos a analizar si no es a través de la comparación? Entre los distintos métodos científicos, se encuentra el método comparativo. Siguiendo a Grosser (1973) este tiene una larga tradición en la metodología de las Ciencias Sociales pero también dentro de la disciplina de las Ciencias Políticas. El método comparativo, se emplea en muchos casos para realizar análisis comparativos e investigaciones comparativas, como lo es ésta.

Teorías como las que Katz (1983) expone, también se tratarán en esta tesis. "(...) la inducción analítica, a la que él llama investigación analítica, como un método

cualitativo riguroso para arribar a un ajuste perfecto entre los datos y las explicaciones de los fenómenos sociales” (cp. Taylor y Bogdan, 1992, p. 156). Hablamos de un fenómeno social cuando ocurre cualquier cambio consciente en el hombre ante factores internos o externos que lo puedan oprimir o limitar, de manera tal que esto lo lleva a un cambio social. Por lo tanto, la investigación analítica será aplicada porque la hipótesis plantea un fenómeno social. A través del análisis temático se ilustrarán los rasgos comunes en ambos personajes con base en tres categorías: naturaleza del liderazgo, dicotomía amigo-enemigo, y lo nacional-popular.

Asimismo, Taylor y Bogdan (1992) explican que: “La investigación cualitativa proporcionaría una descripción íntima de la vida social. (...) Las descripciones íntimas presentan detalladamente el contexto y los significados de los acontecimientos y escenas importantes para los involucrados” (p. 153). Taylor y Bogdan ultiman que los estudios descriptivos y teóricos permiten que el lector extraiga sus propias conclusiones. Entre las cosas que se pretende con esta investigación, es que a medida que avance, la información vaya calando y el lector reflexione acerca de lo planteado y forme un criterio propio.

Según Márquez (2000) el marco teórico de una investigación deberá contener “antecedentes del problema, bases teóricas que sustentan el estudio e identificación de variables” (p.33). En ese sentido la investigación estará enmarcada en los siguientes elementos:

Identificación de los elementos de la propaganda

Definición y concepto de propaganda

Es menester resaltar que no es lo mismo cuando hablamos de publicidad que cuando hablamos de propaganda. No son iguales y tampoco persiguen el mismo fin. Dicho esto, podemos mencionar que tanto la propaganda política como la publicidad, tienen la intención de vender un “producto”, ya sea una persona o una

doctrina, y para ello las técnicas de la publicidad pueden aplicarse indiferentemente de lo que sea. La propaganda puede compararse con la publicidad:

En cuanto tiende a crear, transformar o confirmar opiniones y usa algunos de los medios propios de ésta; pero se distingue de ella porque persigue un fin político y no comercial. Las necesidades o las preferencias que suscita la publicidad están enderezadas a un producto particular, mientras que la propaganda sugiere o impone creencias o reflejos que a menudo modifican el comportamiento, el psiquismo y aun las convicciones religiosas o filosóficas. La propaganda por consiguiente, influye en la actitud fundamental del ser humano. En este sentido puede comparársela con la educación; pero las técnicas que emplea habitualmente y, sobre todo, su designio de convencer y subyugar, sin formar, la hacen su antítesis (Domenach, 1950, p. 5).

Herbert Koeneke (1999) explica que la diferencia entre publicidad y propaganda radica en que mientras la primera busca promover la adquisición de algún producto, la segunda pretende promover la afición a una causa. Es decir, la publicidad es comercial, mientras que la propaganda es predicadora; propagadora de doctrinas, pensamientos e ideales.

Russell Bertrand (1988) define a la propaganda como “(...) la tentativa, por medio de la persuasión, de alistar a los seres humanos en el servicio de un bando en cualquier disputa. (...) No es la difusión de conocimiento, sino la generación de una especie de sentimiento partidario” (p. 230).

Asimismo, podemos mencionar lo que James Alexander Brown (1978) entiende por propaganda:

La propaganda es el uso sistemático más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas, valores y, en última instancia, cambiar acciones públicas con arreglo a unas líneas predeterminadas. Se mueve en una estructura determinada sin la cual no pueden comprenderse sus aspectos psicológicos y culturales (p. 19).

Finalmente, Edmundo González Llaca entiende que la propaganda:

Es un conjunto de métodos basados principalmente en las materias de la comunicación: la psicología, la sociología y la antropología cultural, que tiene por objeto influir a un grupo humano, con la intención de que adopte la opinión política de una clase social, adopción que se refleje en una determinada conducta (1981, pp. 34-35; cp. Sandoval, 2009).

Tipos de propaganda

González Llaca (1981), como se citó en la tesis de grado *Reflexión crítica de la propaganda nazi de Joseph Goebbles vs George Bush*, expone una clasificación de tipos de propaganda para entender el cómo y de qué forma se llevan a cabo cada uno de las tipologías que el autor propone. Se realizará el recuento de ellas:

1. Propaganda de integración

Su función es buscar la legitimación del poder público a través de diversos factores. Entre ellos están los valores, las creencias, las instituciones, los hombres del sistema político, entre otros.

Esta propaganda es la que usa un gobierno de turno que tiene el fin de conseguir y mantener el poder. Siempre procurará no distraerse, estar atento a cualquier detalle para protegerse de su pueblo. Principalmente suele recurrir a un “sentimiento general de fuerza”.

2. Propaganda de agitación

Esta propaganda tiene como propósito promover e incentivar la acción violenta de las masas a través de mensajes subversivos, revolucionarios, agitadores, entre otros. Es utilizada por la oposición frente a los sistemas establecidos. González Llaca citado por Sandoval (2009) señala que sus métodos suelen ser de breve duración pero explosivos, pasionales y de tensión.

3. Propaganda negra o acción psicológica

Debido a la desconfianza la función principal del emisor es ocultarse frente al receptor. Utiliza frases a la ligera, es decir, sin fundamento. Va de la mano con el rumor con la intención de preparar terreno con las masas y luego actuar sobre los objetivos que se persiguen que no son evidentes en principio. Cuando la fuente de emisión oculta su identidad, a sus mensajes se les llama de propaganda negra.

La razón para mantenerse incógnita, según González Llaca, se debe en la mayoría de las ocasiones, al desprestigio que pueda tener el emisor o la propaganda en sí, que inmediatamente puede que sea mal vista por los receptores. El difusor recurre a otro tipo de artimañas, tales como las frases sueltas, los rumores, las tesis que comunican los columnistas en los periódicos, los programas de televisión o noticias relacionadas con el tema.

4. Propaganda electoral

Una de sus metas fundamentales es crear adeptos a un determinado grupo o institución. Este tipo de propaganda se basa en el voto de los ciudadanos. Difundiendo promesas de interés público, comienza a accionar. Su tiempo de ejecución es muy corto, pero con gran influencia en las masas.

Se toma la imagen de algún líder que cumpla con las expectativas que los receptores tengan en un momento dado, así de manera directa interfieren su perfil, su personalidad, su reputación y su moral.

5. Propaganda de guerra

Para González Llaca, esta propaganda trata de convencer a los destinatarios que la guerra es justa. Se hace a favor de las masas, con el fin de influir en las opiniones de las sociedades; en los sentimientos y la conducta de sus enemigos y sus "aliados".

Sus objetivos son fortalecer la legitimidad de la causa y aumentar su espíritu de lucha. Provocar desconfianza frente a los países enemigos y buscar la simpatía de los espectadores -ya sea de su pueblo o de países no involucrados, externos-.

6. Contrapropaganda

Es aquella información que tiende a desmentir el mensaje de un actor político con miras a denigrar, atacar, ridiculizar, y arremeter contra el adversario. Cuando el mensaje es identificable como una respuesta a la propaganda electoral del adversario o a cualquier acción del enemigo.

Además, como Sandoval (2009) explica en *Comunicación política y propaganda electoral*, se trata de impugnar los proyectos de los otros candidatos, personas, partidos, y acciones de gobierno; poniendo en duda o combatiendo su doctrina propuesta. Señalar la fragilidad, ideología o reputación del adversario. Cualquier elemento de cuestionamiento y desligamiento que le sirva para denigrarlo. Fundamentalmente está constituida por su constante desacreditación e ironización. Intenta crear un clima de fuerza y superioridad para convencer a los indecisos a tomar partido.

Joseph Goebbels, Ministro de propaganda nazi

La propaganda como tal, no es buena ni mala idea, su valor moral está determinado por las metas que busca. (...) No solo se trata de hacer lo correcto, con ella, podemos hacer entender a todos que lo correcto, es lo correcto. Joseph Goebbels (1934)

Joseph Paul Goebbels se unió al partido Nacionalsocialista alemán en 1922, en 1928 se convirtió en diputado del Reichstag y en 1933 fue nombrado por Hitler el Jefe del Ministerio de Educación Popular y Propaganda. Además de ser ideólogo antisemita, desempeñó un papel fundamental en la historia nazi por ser el principal propagandista e incitador del odio antisemita del partido.

Goebbels tenía un doctorado en Literatura Alemana de la Universidad de Heidelberg. Durante la República de Weimar logró gran notoriedad entre su círculo al convertirse en el editor de la publicación semanal nazi *Der Angriff* (El Ataque). Cuando Hitler decide nombrarlo Director del Ministerio de Propaganda, se convirtió

en la principal cara pública de la propaganda nazi. Estaba a cargo de 1.300 personas, que para aquel entonces, en 1939, trabajaban para los distintos departamentos que tenía el ministerio de propaganda. La prensa nacional, la prensa extranjera, la prensa de publicaciones periódicas, la radio, el cine, los escritores, el teatro, las bellas artes, la música y la cultura popular, todas circunscripciones del ministerio (Reuth, 1994, p.37).

El poder y la posición de Goebbels reflejaban el claro cruce que existía entre el partido y el Estado en la Alemania nazi, no existía una división de poderes. Era el *gauleiter*² de Berlín, el ministro del RMVP (*Reichministerium für Volksaufklärung und Propaganda*) y el director de la Junta Directiva de Propaganda del Reich del partido nazi, varios cargos y todos apuntando a un mismo objetivo. Goebbels era una pieza esencial de las campañas antisemitas y el autor de 11 principios claves en una ofensiva propagandística que el mundo no tenía idea de lo que podía ocasionar. Son numerosos los estudios porque son bastantes las repercusiones. Comenzando por una guerra racial, religiosa y terminando en una Guerra Mundial (Gallego, 2007).

El Nacionalsocialismo

¿Qué es el nazismo?

El nazismo fue una doctrina política nacionalista, racista y totalitaria que defendía el poder absoluto del Estado, la superioridad y la supremacía del pueblo germano frente a los demás pueblos de Europa. Este sistema fue impulsado en Alemania después de la Primera Guerra Mundial por Adolfo Hitler. El nazismo fue posible por el dominio que se logró ejercer sobre las masas a través del mito que se logró crear alrededor de una persona (Hitler). Adolfo Hitler fue un político y militar alemán. Se le reconoció como un dictador desde que obtuvo el poder en 1933, hasta su muerte el 30 de abril de 1945.

Tchakhotine, (1985) escribe que:

²El líder o jefe oficial de un distrito político bajo el control nazi.

La masa (...) debía sentirse siempre cercada por los signos del poderío de Hitler y por el aparato coercitivo del Estado, y cada símbolo, cada cruz gamada, se convierte entonces en un «memento» de la amenaza, que provoca el razonamiento siguiente: «Hitler es la fuerza, la única fuerza real, y puesto que todo el mundo está con Hitler, es necesario que yo, hombre de la calle, haga lo mismo, si no quiero ser aplastado» (p. 164).

Hitler creó un Estado paternalista en el cual a través de expresiones de manipulación y “arte de manipulación” fue estableciendo el rechazo al logos y una aceptación a la retórica, es decir, lo importante ya no era apelar a la razón de las masas, sino a sus pasiones y deseos. Se debe destacar el conocido saludo hitleriano: brazo extendido y levantado en dirección al Führer (líder). La forma particular de ese saludo aunado a las circunstancias en las cuales se exigía ese saludo, tenía como objetivo la identificación de las masas y la respuesta de ellas al *Heil* que lo acompañaba. Poizat (2001) define el significado literal de esta simbología de la Alemania nazi: “El *Heil* del saludo nazi, sobre el cual no se ha dicho con suficiente insistencia que no es otra cosa que la raíz del *heiling* (santo) o de *heiland* (salvador, mesías). Con él, Hitler pretendía reactivar el saludo vocal ritual que sacralizaba a los reyes germánicos durante su investidura” (p.172).

El nazismo no podía existir sin Hitler porque su papel era el del Padre de la Patria, padre de Alemania. La “deificación” religiosa del personaje era el sustento del partido nazi y sus seguidores. La idealización del líder y la naturaleza de los lazos que lo unen con las masas era el esqueleto del aparato nazi. El psicoanalista Bernart Pénot explica el significado de la figura de Hitler:

¿Y la figura misma de su Führer no pretendió también imponerse, a través de la ideología nazi, en la reivindicación feroz de una especie de omnipotencia virginal inmaculada? Se ha escrito mucho sobre el resorte fundamentalmente antipaterno del antisemitismo nazi: exterminar la religión del padre, a través de sus defensores más declarados. Pero es posible ir más lejos si seguimos el análisis hecho por Freud en su *Psicología de masas* (1921) sobre el fenómeno de influjo ejercido por la figura superyoica dictatorial. En él encontramos lo esencial de lo que señala en la problemática de posesión demoníaca: en efecto, se trata una vez más de una falsa figura paterna que llega a ocupar, para sus fieles, un lugar común de proyección imaginaria de su yo (ideal), vinculando a todos en un más allá de la imagen del otro (1995; cp. Poizat, 2003, p. 156).

La obra de Freud, publicada en Alemania en 1921, *Massenpsychologie*, despliega cómo la sobrestimación amorosa conduce a la inhibición de la conciencia moral del ser humano: “En la ceguera del amor uno se vuelve criminal sin remordimientos. Toda la situación se puede resumir íntegramente en una fórmula: el objeto (de amor) se ha puesto en el lugar ideal del yo” (p. 178).

Cuando una sociedad es gobernada por lazos semejantes, sucede lo que señala el historiador y político alemán, Peter Reichel, sobre la transformación de la política, en religión política: surge un fenómeno de naturaleza religiosa, y eso era el nazismo. La posición religiosa era totalmente asumida por Hitler y su influencia ante las masas la solía ejercer con largas secuencias discursivas entusiastas, y a veces en tono de sermón (1993; cp. Poizat, 2003, p.120).

Alemania pudo haber estado esperando por su máximo líder. Freud en *Psicología de masas* explica que los individuos aislados al tener una carga afectiva se desenvuelven en conjunto hacia el mismo amor del conductor, que en este caso, sería Hitler:

Desde el principio hubo dos clases de psicología, la de los individuos en la muchedumbre y la del padre, el jefe, el conductor. (...) En el umbral de la historia de la humanidad estaba el superhombre que Nietzsche solo esperaba del porvenir. Aún hoy los individuos en la multitud necesitan la ilusión de ser amados de manera equitativa y justa por el conductor; éste, por su parte, no necesita amar a nadie más, tiene derecho a ser de la naturaleza de los amos absolutamente narcisista, pero seguro de sí y únicamente dependiente de sí mismo (1921; cp. Poizat, 2003, p. 94).

“Marcho con una seguridad plena de alegría por el camino que me ha trazado la providencia”, Hitler en un discurso dado el 14 de marzo de 1936. Hablar de un destino que estaba trazado especialmente para él, evidencia los rasgos de endiosamiento que el mismo Hitler se atribuía. El peso de dicha responsabilidad debía ejercerlo.

Propaganda nazi

El partido es Hitler, Hitler es Alemania, así como Alemania es Hitler, Rudolf Hess.³

Leonard Doob (1989) logró recolectar un manuscrito con extractos del Diario de Joseph Goebbels, en el cual se logra apreciar cómo este resumió algunos de sus principios para que la propaganda sea exitosa:

- Deben suscitar las respuestas deseadas que la audiencia posee previamente.
- Deben poder ser aprendidas con facilidad. Este principio de simplificación lo aplicaba a todos los medios, con el fin de facilitar el aprendizaje. Las masas eran lo importante, no los intelectuales. La propaganda podía ser apoyada por una voluntad de aprendizaje.
- Deben ser utilizadas una y otra vez, pero solo en las situaciones apropiadas.
- La propaganda debe facilitar el desplazamiento de la agresión, específicamente los objetivos para el odio (pp. 145-150).

En general, parece ser que la técnica principal consistía en desplazar la agresividad alemana hacia algún grupo marginal. Se asumió la idea de que los fundamentos de la hostilidad entre las naciones o dentro de una nación existían ya por razones históricas, o como resultado de reveses de la guerra. Su tarea consistía en dirigir la agresión por canales conflictivos (Doob, 1989).

Por otro lado, Trombetta (2000) extrae un pedazo de *Mi Lucha* en el cual Hitler explica cómo debe funcionar la propaganda:

Toda propaganda debe ser popular, adoptando su nivel intelectual a la capacidad respectiva del menos inteligente de los individuos a quienes se desee vaya dirigida. De esta manera es menester que la elevación mental sea tanto menor cuanto más grande la muchedumbre que deba conquistar. Si se tratara como acontece con la propaganda destinada a llevar adelante una guerra, de reunir a toda una nación en

³Político y militar alemán.

torno a determinado círculo de influencia, jamás se podrá tener suficiente cuidado en evitar un nivel excesivamente alto de intelectualidad.

La capacidad receptiva de las multitudes es sumamente limitada y su comprensión escasa; por otra parte, tienen ellas una gran capacidad para el olvido. Así las cosas fuerza será que toda propaganda, para que sea eficaz, se limita a muy pocos asuntos, presentándolos en forma de gritos de combate hasta que el último hombre haya interpretado el significado de cada uno. Si se sacrificara este principio al deseo de presentar la propaganda bajo múltiples aspectos, ésta perdería su efecto, ya que la muchedumbre resulta impotente para dirigir y asumir el material que se le ofrezca. Además se debilitaría y acabará perdiendo eficacia.

La mayoría de la gente es tan femenina en lo concerniente a su naturaleza y opiniones, que su pensamiento y acción se hallan gobernados por sensaciones y sentimientos más bien que por consideraciones razonadas.

Ian Kershaw (1998) sostenía que: “Para Hitler la política se confundía –y en el fondo, seguiría confundiéndose- con la propaganda: la movilización incesante de las masas a favor de una causa que debían seguir ciegamente, y no ‘el arte de lo posible’” (p. 261).

Sergei Tchakhotine (1985) en su artículo *El Secreto del Éxito de Hitler: La violencia psíquica*, explica cómo Hitler concebía la táctica propagandística: “La misión de la propaganda no es la educación científica de cada uno, sino la indicación a la masa de los hechos, acontecimientos, necesidades, etc., cuyo significado y cuyas enseñanzas entran en su radio de interés” (p. 168).

Para Hitler, según el capítulo dedicado a la propaganda guerrera de *Mi Lucha*, la propaganda política “es el arte esencial de guiar políticamente a las grandes masas” (cp. Tchakhotine, 1985, p. 168).

La Revolución Bolivariana

¿Qué es el chavismo?

¿Comunista yo? Siempre lo niega. Pero su retórica navega en el idioma de una izquierda poco compleja, bastante básica y rudimentaria. ¿Por qué no habría de admitirlo en un mundo donde los gobiernos de izquierda son moneda corriente?

Precisamente él que huye de los eufemismos y se precia de llamar al pan, pan y al vino, vino. (Marcano y Barrera, 2004, p. 54)

Hugo Chávez fue un político y militar venezolano. Ganó la presidencia democráticamente de la pasada República de Venezuela en 1998; antiguamente conocido como el protagonista del fallido golpe de Estado en 1992, comienza a darse a conocer como el autor de la Revolución Bolivariana. Su presidencia ha sido reconocida entre otras cosas por haber sido la que más ha estado involucrada con los medios de comunicación del país. Ejerció el mando hasta diciembre del año 2012, y se conoce como su fecha de muerte el 5 de marzo de 2013.

Andrés Cañizález, destacado comunicador y activista de los derechos humanos, acuña la categoría de “presidencia mediática” para distinguir uno de los componentes fundamentales de lo que considera es el chavismo. Además de exponerlo como un “modelo político autoritario, centralista, militarista y de culto a la personalidad que algunos hemos venido denominando neoautoritarismo o autoritarismo del siglo XXI” (2012, p. 10).

Cuando se le preguntaba a Chávez sobre su ideología política “el flamante presidente esquivo con nebulosas contradicciones los intentos de sus adversarios políticos y los analistas por etiquetarlo. La ambigüedad, a la hora de definir hacia dónde apunta su péndulo político, es una constante” (Marcano y Barrera, 2004, p. 53).

Chávez solía ubicar su pensamiento siglos atrás. No podemos dejar de un lado, la importancia que tiene Simón Bolívar en el modelo del chavismo. Eric Hobsbawm en su libro *Historia del siglo XX*, explica que “el pasado legitima”, por eso la importancia de una mirada histórica forma parte esencial de los regímenes de corte nacionalista. El presente no es parte del paisaje, el pasado es el verdadero paraíso y el futuro es en dónde verdaderamente los espera un cielo. El personaje

histórico está cargado de emotividad. El pasado es heroico, glorioso, digno de admirar.

El mito y la invención resultan fundamentales. En un mundo de incertidumbre e inestabilidad, se logra que un colectivo social se asuma diferente y mejor que los demás; sus ciudadanos imbuidos por alguna gracia divina. Y si el pasado no resulta tan glorioso, los próceres nacionales tan heroicos, finalmente no tiene importancia. Como dice este estudioso europeo, después de todo las ideologías que apelan al nacionalismo y el fundamentalismo “tienen el poder de decidir lo que se incluye o no en los libros de texto” (Hobsbawm, 1998, pp. 208-209).

De igual forma, el historiador Manuel Caballero, tiene una concepción de Chávez y su bolivarianismo que considera exacerbado. Según el escritor, en la devoción de la figura de Bolívar que Chávez sentía se denotaba un fuerte infantilismo de ideas, primitivismo de su discurso y un obsesivo culto a las estatuas. Bolívar representa un pasado glorioso y guerrero, el hombre que nació hombre para luego convertirse en una especie de santo, en un semi Dios. Por tal motivo, a Caballero no le sorprende que El Libertador sea uno de los líderes que represente el ideal político de Chávez (1989, p. 37).

Si algo causaba Hugo Chávez era reacción en las personas, cualquiera que fuere, pero siempre existía alguna respuesta ante su presencia. Sin embargo, en las marchas⁴ podía particularmente observarse la de sus prosélitos, y esa respuesta en específico era de amor y devoción ante las palabras de su líder.

Freud nos presenta a las masas como un conjunto de individuos unidos en el mismo amor del conductor o la idea que lo sustituye, y en los dos sentidos de la preposición “de”: cada uno se siente amado por el líder con un amor igual (...). La patria nos ama como nosotros la amamos: “Amor sagrado de la patria...” cantan Masaniello y Pietro⁵ (Poizat, 2003, p. 98).

Por otro lado, tomando en cuenta las constantes acusaciones de la oposición venezolana en cuanto a la retórica incendiaria y divisoria del chavismo, al igual

⁴Congregaciones o caminatas venezolanas en donde son convocadas personas –en este caso seguidores de Chávez- para apoyar a su líder. También ocurren cuando cierta cantidad de personas deciden protestar por algo en específico.

⁵Ópera francesa que se basa en el alzamiento histórico de Masaniello, líder del movimiento revolucionario que se alza contra el gobierno español de Nápoles en 1647.

que el oficialismo los acusaría a ellos de dividir a la sociedad. Se considera importante citar a Poizat para destacar este punto: “con Jacques Rancière sale a la luz un punto de vista un poco diferente: la aparición de esas divisiones estaría en el origen de la política. Por lo tanto, esta sería consustancial al surgimiento de la división; solo habría política en la medida en que aparece la diferencia social” (2001, pp. 89-90).

Entre las distintas críticas que recibió Chávez con su fenómeno del chavismo, resalta el señalamiento de haber dividido a la sociedad venezolana. Constantemente se le adjudicó y aún se le adjudica haber sembrado el “odio” y la segmentación en Venezuela. Sin embargo, esto no sería un fenómeno exclusivamente adjudicable al chavismo por cuanto, según Rancière, las sociedades están más obsesionadas por ese odio a la división que por el amor a la unión. Incluso pudiera argumentarse que estos señalamientos son infundados, pues es importante mencionar que el bipartidismo en Venezuela existe desde los años 60 con los partidos AD y COPEI. Lo cual también se traduciría en una división de la sociedad, todo dependía del partido con el cual se comulgara, militara o simpatizara una parte de la población venezolana.

Esa obsesión o ese odio por la división (...) El psicoanálisis nos ha enseñado cuán ligados están odio y amor; quizá podría esclarecernos y ayudarnos a comprender ese extraño “lazo de división que consolida la comunidad de los ciudadanos (Poizat, 2001, p. 93).

Entonces, ¿Qué es lo singular en el chavismo? ¿Un culto al pasado, a la personalidad, un fenómeno de masas, un ejemplo de populismo? A lo largo de esta tesis de grado se irán mostrando algunos elementos para caracterizar a su actor político principal, y al momento histórico que lo enmarca.

Socialismo del Siglo XXI (La Revolución Bolivariana)

El principal recurso de comunicación de los gobiernos es el presidente. Y el mejor recurso de comunicación del presidente es acudir directamente al público. Roberto Izurieta (2005)

Hobsbawm (1998) menciona el protagonismo fundamental que tienen los nacionalismos: “La historia es la materia prima de la que se nutren las ideologías nacionalistas, étnicas y fundamentalistas, del mismo modo que las adormideras son el elemento que sirve de base a la adicción a la heroína. El pasado es un factor esencial –quizás el factor más esencial- de dichas ideologías” (p. 207). Explica que una de las claves de los nacionalismos es hacer una referencia constante al pasado.

Algunos historiadores señalan el abuso de la perspectiva político-ideológica que se le da a la historia de Venezuela. Cañizález en su libro *Hugo Chávez: la presidencia mediática* manifiesta que el modelo del socialismo del siglo XXI se erige sobre un círculo del culto a la personalidad y exacerbada invocación al pasado. En 1999, Hugo Chávez le cambia el nombre al país de República de Venezuela a República Bolivariana de Venezuela, lo cual puede tomarse como ejemplo de culto a la personalidad e invocación al pasado. Con el ascenso de Chávez al poder, el tema histórico se inserta en la “lucha” política-simbólica. No podemos subestimar -ni sobreestimar- el peso de la historia en una sociedad. Cañizález (2012) explica que la historia de Venezuela se confunde con la historia y vida de Bolívar, por ser el principal héroe de la patria, y a lo largo de las décadas, esto ha tenido un peso considerable en los venezolanos. El supuesto parricidio cometido fue que Venezuela (madre) tiene a su padre Bolívar que muere sacrificado (mártir) por el desprecio o ingratitud de sus hijos.

Jesús María Aguirre y Berta Brito (1983) también sustentan que:

La figura de Bolívar es arquetípica en un doble sentido: se propone su imagen como tipo supremo de humanidad, prototipo ideal de venezolanidad, y también es símbolo primordial de Padre de la Patria, ya depositado en el psiquismo venezolano, funda nuestro ser e indica a nuestra vida imaginaria como sus hijos sus caminos particulares (p. 8;cp. Cañizález, 2012, p. 66).

Un rasgo elemental de la Revolución Bolivariana es: “el uso político de la historia, con su carga simbólica y emotiva, está presente no solo en el discurso presidencial, sino que forma parte de estrategias claras. Se podría decir que se

busca un empoderamiento histórico-simbólico” (Cañizález, 2012, p. 76). A través de este discurso bolivariano que fue parte fundamental del proyecto de Chávez, se alimentó el culto al Padre de la Patria (Bolívar) y su hijo (Chávez). Se logró crear una conexión patológica con las masas y el Padre de la Patria; esto es mencionado por el historiador Elías Pino Iturrieta en su libro *El Divino Bolívar* (2003) y por Andrés Cañizález en *Hugo Chávez: La presidencia mediática*.

Marcano y Barrera (2004) sostienen que una parte del hechizo que la palabra revolución produce, tiene que ver con la idea de la perdurabilidad en el poder. “En este punto también vuelve a resurgir la combinación del populismo, o neopopulismo, con el ingrediente militar, parte de una saga fundamental dentro de la historia de Venezuela, de una mitología donde se piensa que los hombres de acción son quienes construyen la historia” (p. 97). Los cascos militares han dejado huella en la historia del país, solo fueron 40 años los que Venezuela experimentó de democracias (1958-1998). Manuel Caballero (2000), en su libro *La gestación de Hugo Chávez*, reconoce que las botas militares han tenido mucha atracción en la sociedad, todavía esperando la llegada de un mesías con uniforme militar que pueda poner orden; y no una república de ciudadanos cívicos que puedan representarse.

Cañizález (2012) evidencia cómo en Venezuela Hugo Chávez trazaba un paralelismo entre el heroísmo independentista y su accionar gubernamental, así no tuvieran relación alguna, cada vez que se presentaba la oportunidad, lo hacía. En este caso lo hace al incluir como referencia actual sus gestiones con los países miembros de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). Hugo Chávez en el *Aló Presidente* número 45 del año 2000 hablaría sobre cómo Venezuela liberó otros pueblos sin pedir nada a cambio:

Yo que conozco y conocemos y el pueblo venezolano ha dado demostraciones históricas de su solidaridad, tanto así que ustedes, o sea nuestro pueblo, esta sangre que corre por nuestras venas corrió en Ayacucho y corrió en Pichincha y corrió en Junín y corrió en Boyacá; nos fuimos los venezolanos a liberar otros pueblos sin pedir nada a cambio, la gloria de ser útil, como diría Bolívar; bueno igual

pasa ahora, en esta situación o en la que hemos recuperado los precios justos de nuestro petróleo (Chávez, 2000; cp. Cañizález, 2012, pp. 131-132).

Asimismo, Chávez utilizaría el árbol de las tres raíces como fundamento ideológico. El pensamiento y la praxis de Simón Bolívar El Libertador (1783-1830), Simón Rodríguez (1769-1854) quien fue su mentor y profesor, y uno de los líderes del federalismo venezolano, Ezequiel Zamora (1817-1860). Estos tres personajes serían los que sentarían las bases ideológicas de la vida política de Hugo Chávez y su mandato.

No me iré hasta el año 2021. Así que vayan acostumbrándose. Reiteró enumeradas veces el presidente de la República.

La “hegemonía popular”

“El proceso es muy complejo. Chávez todavía mantiene un fuerte y sólido vínculo emocional con la Venezuela más humilde, basado en el eco de un discurso redentor que en estos sectores no resuena como una demagogia”. Teodoro Petkoff en Hugo Chávez sin uniforme.

Se considera menester para este segmento mencionar el tema del populismo. Término que tiene una vasta cantidad de definiciones e interpretaciones, por lo que se cree pertinente citar la del sociólogo italiano Gino Germani:

El populismo por sí mismo tiende a negar cualquier identificación con, o clasificación dentro de, la dicotomía de izquierda/derecha. Es un movimiento multclasista, aunque no todos los movimientos multclasistas pueden considerarse populistas. (...) el populismo generalmente incluye componentes opuestos, como ser el reclamo por la igualdad de derechos políticos y la participación universal de la gente común, pero unido a cierta forma de autoritarismo a menudo bajo un liderazgo carismático. También incluye demandas socialistas (o al menos la demanda de justicia social), una defensa vigorosa de la pequeña propiedad, fuertes componentes nacionalistas, y la negación de la importancia de la clase. Esto va acompañado de la afirmación de los derechos de la gente común como enfrentados a los grupos de interés privilegiados, generalmente considerados contrarios al pueblo y a la nación (1978, p. 88; cp. Laclau, 2003, pp. 15-16).

En el programa *Aló Presidente* (programa dominical que comenzó en el año 1999) se observaba cómo el presidente estando al aire tomaba decisiones a la ligera, predominan la urgencia y el efectismo. Si lograbas establecer contacto con el presidente, podías ser ganador de apartamentos, carros, lavadoras, entre otros. Como relata Cañizález en *Hugo Chávez: La presidencia mediática*, de forma instantánea podías ser “merecedor” de alguna recompensa. Chávez fue entablando un círculo de “repartición igualitaria de la riqueza nacional”, lo que para él, era lo mismo que su fortuna. Creó Misiones que atendían distintos problemas (2012, p. 128).

En tal sentido, podemos enumerar las siguientes: La Misión Ribas (educación); Misión Barrio Adentro (atención primaria en salud); Mercal (alimentos); Gran Misión Vivienda Venezuela (hogares); Misión Madres del Barrio (madres en situación de pobreza extrema); Gran Misión Saber y Trabajo (creación de puestos de trabajo); Gran Misión Hijos de Venezuela (asistencia a los familiares y madres menores de edad); Gran Misión Amor Mayor Venezuela (pensiones para adultos mayores). También está la Gran Misión Árbol (recuperación de espacios verdes) y la Gran Misión Identidad (trámite de documentos).

Luego de todos los operativos sociales ofrecidos por Chávez, el 24 de diciembre de 2003 dijo que lanzaría la Misión Cristo, la cual contendría a todas las misiones y tendría como finalidad acabar con la pobreza para el año 2021. Acuñó un término grandilocuente para englobarlos a todos: “Queremos acabar la pobreza y hay que darle poder a los pobres. Estamos en el nacimiento del nuevo poder. Es un poder que deja atrás el concepto de la oligarquía y de la plutocracia. Solo así habrá vida” (Venpres⁶, 2003; cp. Marcano y Barrera, 2004, p. 376).

Poizat en *Vox populi, Vox dei* habla de la efectividad que tiene la distribución - cuidadosa- del amor del líder:

⁶Ahora conocida como Agencia Venezolana de Noticias.

El reparto igualitario del amor del jefe es primordial. Cuando un componente se siente menos objeto de ese amor que los otros, se excluye enseguida del conjunto. Considerablemente debilitado, es víctima del rechazo inmediato, porque todos temen perder a su vez dicho amor si siguen relacionados con quien ha caído en desgracia. Pero a la inversa, si el líder manifiesta con demasiada claridad su preferencia por tal o cual elemento de la multitud, la claridad también corre el riesgo de destruirse (Poizat, 2001, p. 98).

Adriana Bolívar ha sostenido que en el imaginario populista lo que predomina para la población, es su rol de receptor de los 'beneficios especiales' que son aquellos "que le permite al pueblo sentir que ha sido tomado en cuenta y que el líder se ocupa de su gente" (2009, p. 234; cp. Cañizález, 2012, p. 128). Se va creando una relación patológica entre el presidente, que sería el único dador de amor y bienes y servicios y, el pueblo, que deben compartir su amor.

Marco metodológico

El presente trabajo de grado tiene como objetivo la precisión de algunos elementos teóricos y descriptivos que pueden ser susceptibles de comparación histórica, política, propagandística y discursiva entre el presidente de Venezuela Hugo Chávez y el político alemán Adolfo Hitler. A través de una analogía entre la propaganda moderna de dos periodos históricos diferentes y con dos personajes prominentes, la investigación bibliográfica será descriptiva y cualitativa. La redacción será un ensayo histórico-documental que, realizando un análisis también de tipo documental, buscará plasmar épocas pasadas. Cabe destacar que la intención de la autora con esta investigación no es igualar a ambos personajes o momentos históricos, sino en concurrir en aquellos aspectos susceptibles de comparación; en cuanto al uso de la propaganda, la naturaleza del liderazgo, los contenidos populistas presentes en sus discursos y el uso de los medios de comunicación.

Es importante acotar que lo previamente mencionado se analizará dentro de los siguientes períodos históricos: Adolfo Hitler desde el año 1938 hasta el año 1945, en virtud de que en este periodo se estaba llevando a cabo la II Guerra Mundial con el protagonismo de la Alemania Nazi en dicho evento mundial, además de la exacerbación del uso de la propaganda antisemita durante el mismo periodo. De Hugo Chávez Frías, desde el año 1999 hasta el año 2009, periodo de inicio de la Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela y consolidación del proyecto político bolivariano.

Siguiendo a Grosser (1973) dentro del método comparativo podemos hacer comprensibles las cosas desconocidas, o a partir de cosas conocidas, pero siempre a través de la analogía, la similitud, o el contraste. Siendo esta una comparación entre la propaganda nazi y la propaganda chavista basada en los 11

Principios de Goebbels, este método es considerado el indicado para llevar a cabo la tesis de grado.

Esta investigación también se encargará de narrar hechos, por lo cual la autora considera que el significado de un estudio descriptivo debe ser mencionado. Para Hernández (1991) en *Investigación y Educación*, los estudios descriptivos:

(...) buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así- y valga la redundancia- describir lo que se investiga (p. 3).

Como mencionamos anteriormente, se utilizará la metodología cualitativa como método de análisis, al respecto Taylor y Bogdan (1992) plantean que: “Todos los estudios cualitativos contienen datos descriptivos ricos: las propias palabras pronunciadas o escritas de la gente y las actividades observables” (p.152).

Agregan que: “El propósito de los estudios teóricos consiste en comprender o explicar rasgos de la vida social que van más allá de las personas y escenarios estudiados en particular (...). Utilizan los datos descriptivos para ilustrar sus teorías y conceptos” (p.154).

Para confirmar la veracidad de si en realidad existen bases para comparar a Adolfo Hitler y Hugo Chávez en cuanto a la forma en la que lidiaban con las diferencias que tenía con sus opositores, la relación que tuvieron con los medios de comunicación en Alemania y en Venezuela, la naturaleza de su liderazgo, y el contenido populista de su discurso, la autora plantea el análisis temático para elaborar categorías cualitativas que permiten el análisis de la información recabada, que no solamente se centra en la comunicación verbal, sino también está dirigida, a la información visual y a la sonora, como por ejemplo: fotografías, videos, discursos y propaganda.

La comparación histórica y de propagandas requiere el uso de una investigación bibliográfica exhaustiva. El trabajo de grado se redactará conforme al modelo ensayo histórico-documental. Se trabajará con base en el análisis documental con una metodología cualitativa de análisis temático bajo la construcción de tres categorías:

- Dicotomía amigo-enemigo (criminalización del enemigo).
- Absolutización de lo nacional-popular.
- Liderazgo impuesto de forma vertical (“desde arriba”).

Para agrupar el análisis temático en estas tres categorías, la autora se basará en lo planteado por Rodríguez, Gil y García (1996) en el texto Metodología de la Investigación Cualitativa, quienes plantean que para segmentar la información deben considerarse los siguientes aspectos, a saber:

- Encontrar en las distintas conversaciones, sucesos, discursos, propaganda, entre otros, que ocurren en la situación estudiada, segmentos que hablan de un mismo tema (p. 63).
- Síntesis y agrupamiento de la información bibliográfica recabada esto es, elaborar listas de temas, conceptos, interpretaciones, tipologías y proposiciones identificadas o producidas durante la actividad de análisis inicial (p. 206).
- Identificación de los elementos significativos (p. 63).

De igual forma, se apoyará en la propuesta teórica de Taylor y Bogdan que plantean que “los investigadores analizan y codifican sus propios datos”. Por tal motivo la autora precederá a: 1.- Buscar en las palabras o frases del propio vocabulario de los informantes que capten el sentido de lo que ellos dicen o hacen, 2.- al descubrir un tema en los datos, se comparan los enunciados y acciones entre sí para ver si existe un concepto que los unifique, 3.- en la medida

que se identifican temas diferentes, se deben buscar las semejanzas subyacentes que puedan existir entre ellos. Se buscan palabras o frases que transmitan lo que tienen de similar (1992, pp. 162-163).

El análisis temático supone comparar episodios aplicables a cada categoría. Las categorías pueden ser nombres de cosas, procesos; los episodios, son los sucesos observados, respuestas obtenidas, notas de campo, párrafos de documentos. Categorías elaboradas en este caso por la investigadora. A lo largo del análisis de los 11 principios de Goebbels se procederá a una constante comparación entre los episodios codificados y colocados bajo una misma categoría (Taylor y Bogdan, 1992, pp.159-170).

Un trabajo de este tipo no podría suponer que la autora disponga de un conocimiento exhaustivo sobre el tema, por eso se vio en la necesidad de abordar y recurrir a fuentes bibliográficas consideradas oportunas y pertinentes para la investigación y el respectivo análisis.

Fases de investigación:

La investigación estará regida por tres procedimientos fundamentales a saber:

- I. Investigación previa de la documentación.
- II. Estructuración de toda la información seleccionada.
- III. Redacción de la investigación documental.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para esta investigación, es necesario establecer la metodología a través de la cual se va a abordar el caso de estudio. Para ello es esencial el uso de la técnica de investigación bibliográfica de Alfonzo (1988), además de los instrumentos y técnicas implementados para la recolección de información y procesamiento de datos cualitativos, la definición y descripción de los métodos a implementar en la investigación.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) la investigación bibliográfica consiste en “la pesquisa realizada en los libros, para obtener y aprehender sistemáticamente los conocimientos en ellos contenidos”. Agregan que “es una cuidadosa y ordenada descripción del conocimiento publicado impreso, seguido de una interpretación” (p. 8). Lo que se pretende con esta investigación es interpretar la información bibliográfica recabada.

Tal como se mencionó anteriormente, con respecto a las técnicas de investigación bibliográfica, se plantea la de Alfonzo para el correcto resultado del estudio y de sus objetivos:

(...) el investigador se concentrará en el estudio de los documentos impresos seleccionados cuya información deberá recolectar, clasificar, describir, analizar, comparar e interpretar para extraer los datos comunes y diferenciales a fin de derivar las consecuencias lógicas que le permitan sintetizar los datos manejados con el objeto de generalizarlos (1988, p.34).

De tal manera que la revisión documental y audiovisual, será sobre propaganda de la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez y la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler. Se analizarán recortes de periódicos, los diarios murales de los nazis *Word of the Week* (1937-1943), el estatus de la libertad de expresión, los Derechos Humanos, entre otros, para los periodos mencionados anteriormente.

Actualmente existen millones de investigaciones sobre propaganda moderna, nacionalsocialismo y chavismo, que previamente fueron registradas y publicadas, y que están al alcance de todos. Siendo vasta la información sobre el tema, ya sea impresa, visual, auditiva o digital, la autora delimitará cuáles serán objeto de análisis para luego estructurarla con base en los tres rasgos totalitarios fundamentales del populismo –liderazgo impuesto de manera vertical, la absolutización de lo nacional popular, y la criminalización del enemigo- y los 11 principios de la propaganda de Goebbels.

CAPITULO II

Conceptos políticos

Los conceptos políticos y procesos elegidos por la autora para este capítulo fueron hechos con base en la contribución que significan para la investigación. En el capítulo I, en el marco teórico se presentaron elementos de mucha importancia para este trabajo de grado. Sobre el Nacionalsocialismo de Adolfo Hitler, se precisaron los siguientes temas: se definió la propaganda y los tipos de propaganda, se habló del papel de Joseph Goebbels como el ministro de propaganda nazi y, asimismo se detalló qué fue el nazismo y la propaganda nazi. A su vez, de Hugo Chávez, se delimitaron los siguientes puntos: ¿Qué es el chavismo?, qué significa Revolución Bolivariana, y a qué apunta la “hegemonía popular”. Sin embargo, por la autora no considerar suficiente los conceptos desarrollados en el capítulo anterior y, por entender la importancia de los que se explicarán a continuación, se buscará continuar con los temas tratados en el primer capítulo y una aproximación a los nuevos. Los conceptos elegidos nos darán luces y elementos para el análisis que se llevará a cabo en el último capítulo. Los siguientes conceptos permitirán que el lector entienda un poco más el tema: ideología, nacionalismo, socialismo mesiánico, liderazgo carismático, identificación con el líder, populismo, la propaganda como proceso comunicativo y la propaganda política, y por último la teoría *in group* y *out group*. El objetivo de este capítulo es que lector tenga una mejor comprensión del tema a estudiar.

Ideología

Para la Real Academia Española, el concepto de ideología es un “conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político, etc.”.

Hannah Arendt (1958) en *Los orígenes del totalitarismo*, exponía que “una ideología difiere de una opinión que afirma poseer la clave de la historia o la solución a todos los ‘enigmas del universo’”. (Aponte, 2010, *Amor y socialismo: análisis de la propaganda oficialista durante tres campañas electorales*. Recuperado el 13-04-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS0590.pdf>)

Por otro lado, Bernard Crick (2001) en su libro *Defensa de la Política*, asevera que el pensamiento ideológico debe diferenciarse del pensamiento político, dado que “la política no puede proporcionarnos una ideología; la ideología significa la destrucción de la política”. Y agrega que lo ideal es que “las distintas ideologías puedan enfrentarse dentro de un sistema político siempre y cuando sean débiles y el sistema sea fuerte” (p.62).

Regímenes totalitarios

Crick (2001) desarrolla que en los sistemas totalitarios las ideologías se convierten en la forma de hacer gobierno: “La ideología hace una crítica de la sociedad existente y una profecía, basándose en una única ‘clave histórica’, sobre una etapa final de la evolución social perfectamente justa y perfectamente estable” (p.37).

Los regímenes totalitarios “dependen del apoyo de las masas y han encontrado la manera de dirigir a la sociedad como si fuera, o estuviera a punto de ser una masa” (p.38). Y el líder totalitario visto como el salvador (el mesías), “aspira a remodelar por completo esta penosa situación (cuando irrumpen en el ámbito público) y su pensamiento abarca épocas enteras” (p.39).

El partido político funge como “el inagotable cuerpo sacerdotal de la ideología” (p.48). Crick (2001) expone que si se nos exige que debemos amar al país o a un partido político más que nuestra familia o amigos, es decir, que en caso necesario tenemos que sacrificar la vida no por los demás sino por la causa, “deberíamos

ser conscientes de que se nos pide que sacrifiquemos la vida por la ideología” (p.45).

Friedrich y Brzezinski (1975) en *Dictadura autoritaria y autocracia*, exponen sobre los rasgos que se encuentran en las dictaduras autoritarias. En lo que respecta a procedimientos y organización en sus instituciones, en su estructura, y procesos de gobierno. Presentan que en toda dictadura totalitaria hay:

- Un ideario minucioso, que consta de un cuerpo oficial de doctrina sobre todos los aspectos vitales de la existencia del hombre, debe ser acatado, por lo menos pasivamente, por cuantos viven en la sociedad; esta ideología está siempre proyectada polarizada hacia un estado final perfecto de la humanidad, o sea, encierra inspiraciones milenaristas basadas en el repudio radical de la sociedad existente y en la conquista del mundo para otra nueva.
- Un partido único de masas, acaudillado siempre por un hombre –el ‘dictador’- y formado por una parte relativamente pequeña de la población total (hasta el 10%), cuya médula está consagrada apasionadamente y sin discutir el ideario del programa, y dispuesta a ayudar de la manera que sea a fomentar su aceptación general; este partido está organizado jerárquica y oligárquicamente y, o es superior a la burocracia gubernamental, o está completamente combinado con ella.
- Un sistema de terror, físico o psicológico, a través del control del partido y de su policía secreta que apoya, pero también supervisa al partido en nombre de sus líderes, y del cual no solo son objeto los enemigos manifiestos del régimen, sino sectores de la población más o menos caprichosamente seleccionados, este terror, ya sea ejercido por la policía secreta del partido o por presiones sociales organizadas por él, explota sistemáticamente los progresos de la ciencia moderna, y principalmente los de la psicología científica.
- Un monopolio, también técnicamente organizado y casi completo, del uso de todas las armas bélicas.
- Control central y dirección de toda la economía a través de la coordinación burocrática de organismos corporativos antes independientes, entre los cuales se incluyen en la mayor parte las asociaciones y actividades de grupo (pp. 40-44).

Nacionalismo

Cuando se habla de nacionalismo, Crick sostiene que es aquel individuo que “considera que la única patria que debe amarse es la nación” (2001, p.37). Pero se considera una amenaza para el sistema político porque “predispone al pensamiento ideológico porque menosprecia y socava la actividad política al abolir

la distinción entre el ámbito privado y el ámbito público: toda acción debe ser un acto nacional” (p.64).

De acuerdo con Bernard Crick, ese aspecto señala que el nacionalismo “se viste de cuatro ropajes distintos (...). El racismo, el nacionalismo de los Estados con una larga historia, el nacionalismo democrático y la opresión y explotación extranjera” (2001, p. 91).

En cuanto al racismo, se considera importante mencionar el “mito racial” creado por Hitler. Este explicaba el papel de la raza aria o nórdica en la historia de la civilización occidental. Esta surgió de ideas difundidas para fomentar el orgullo nacional de los alemanes y su raza como la mejor. La palabra raza fue utilizada por Hitler para fomentar el orgullo nacional, pero tiene sus causas en el siglo XIX producto de teorías creadas por el francés Joseph Arthur de Gobineau y de un inglés luego nacionalizado como alemán, Houston Stuart Chamberlain, esta literatura racista sirvió para curar las heridas de la humillación nacional luego de la primera Guerra Mundial. La teoría racial también fue utilizada por estadounidenses y franceses. En Alemania, fue convertida en una filosofía de la historia por Alfred Rosenberg⁷ en 1930, *Jahrhunderts*, fue la principal expresión de la teoría nacionalsocialista. (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio* Recuperado el 23-04-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>).

En *Mein Kampf*, se formularon los postulados básicos de la teoría racial. Adriana Trombetta (2000) los resume como: todo progreso social que surge de una lucha por la supervivencia en la que los más aptos son seleccionados para dicha lucha. Si el “producto” híbrido se mezcla entre dos razas, el resultado supone la degradación de la raza superior. Las razas pueden dividirse en tres tipos: la raza aria: creadora de la cultura; las razas portadoras de la cultura: aquellas que pueden tomar y adoptar la cultura pero no pueden crearla; y la raza destructora de la cultura: los judíos.

⁷Político, ideólogo y colaborador del nazismo.

El nacionalsocialismo democrático, radica en “el mito de la soberanía del pueblo (...). Aprovecha la confusión entre gobierno nacional y gobierno del pueblo y utiliza los dos extremos del palo para reunir el rebaño y unificarlo” (Crick, 2001, p. 91).

Para finalizar, cuando Crick habla de opresión y explotación extranjera se refiere a cuando se permite al conglomerado de individuos pertenecientes a una determinada región unirse en torno al objetivo común de “enfrentar la fuerza extranjera”. Compartir esa opresión puede que cree lazos de unión de gran intensidad pasional: “la lucha contra el imperialismo debe continuar, mucho después de que los imperialistas se hayan marchado, porque el enemigo era el único factor de unidad que el partido en el gobierno tiene para perpetuarse en el poder” (2001, p.92).

Socialismo mesiánico

Russell, desarrolló una definición de socialismo que se separa en dos partes: una económica y una política; la primera, se refiere a la producción y distribución de los bienes generados y la segunda a la distribución de poder:

Con respecto a la producción, toda la tierra y el capital tienen que ser propiedad del Estado; aunque quizás el Estado puede a veces delegar la posesión en alguna importante corporación. (...) Con respecto a la distribución, lo que se paga por cada clase de trabajo debe ser fijado por una autoridad pública. (...) Lo esencial es que el hombre no debe poder extraer beneficios mediante su posesión de los medios de producción (1988, p. 268).

Por otro lado, Crick aborda el término “santo” que adoptó la retórica socialista en Inglaterra. Era el hombre que abunda en las filas del movimiento laborista británico. Pero destaca que estas características pueden ser observadas en muchos de los líderes socialistas.

El “santo” es alguien que desea encontrar principios por los cuales merezca la pena sacrificarse. Puede creer que ya los posee, pero es más frecuente que admita que aún está buscando una luz nueva y resplandeciente (...) vive con la esperanza de futuras iluminaciones en las que todas las cosas (...) queden aclaradas (2001, p. 148).

Dichos “santos”, “piensan con una perspectiva de claros contrastes entre el bien y el mal, y moralizan cualquier conflicto político (...) la creación de un futuro mejor sobre la base de una (...) comprensión de los elementos del pasado. Creen (...) en grandes gestos y manifestaciones morales” (Crick, 2001, pp. 149-150).

Liderazgo carismático

Para Max Weber (1864-1920) la autoridad o dominación legítima de una persona, reside en la capacidad de ser reconocido y aceptado como tal por los dominados. Weber divide a la autoridad en tres tipos:

- Legal racional o burocrática: los subordinados aceptan las órdenes de los superiores como justificadas porque están de acuerdo con un conjunto de normas o medidas burocrático-legales que consideran legítimas. De este acuerdo derivaría el poder de mando.
- Tradicional: los subordinados consideran que las órdenes de los superiores están argumentadas porque esta ha sido siempre la manera en que las cosas se han llevado. El poder tradicional puede pasarse por herencia, en virtud de estatus de heredero o sucesor.
- Carismática: en este caso, como en los anteriores, los subordinados también están justificadas las órdenes de los superiores; pero a diferencia de la autoridad legal y la autoridad tradicional, en la carismática es como consecuencia de la influencia de la personalidad y el de liderazgo superior. El poder carismático no tiene base racional, es inestable y adquiere características revolucionarias. No puede ser delegado, ni recibido en herencia, es por identificación de sus seguidores.

Esta última es la que se considera pertinente explicar detenidamente por su relación con los objetivos de nuestra investigación. La autoridad carismática se basa en el reconocimiento por sus partidarios, del poder personal del líder. La base del carisma es el reconocimiento de los seguidores hacia el jefe/líder, no al revés, los seguidores saben que deben seguirlo solo a él y aceptar todo de él (sin ninguna

base racional). Esta particularidad es lo que la hace distinguirse del consenso democrático ordinario por el hecho de no expresar la voluntad de los individuos, sino su sumisión. Las relaciones del jefe con sus fieles no son relaciones de compromiso, sino de reconocimiento absoluto de la legitimidad de su poder. Se trata de discípulos personales que actúan por entusiasmo, por su causa o por fidelidad al jefe. (1964; cp. Cot y Mounier, 1978, p. 223).

Identificación con el líder

Hay un efecto que debe considerarse: cómo se logra la identificación con el líder. Poizat en su libro *Vox populi vox dei* hace referencia a Freud, el cual explica que hay tres formas en las que un individuo puede identificarse. “El psicoanálisis conoce la identificación como expresión primera del lazo afectivo con otra persona. Es la forma más precoz y originaria del lazo afectivo” (1921; cp. Poizat, 2003, p. 100).

- Identificación por incorporación. La mejor forma de apropiarse del objeto de amor y no tener un riesgo de perderlo, consiste en incorporarlo a ti. Es decir, literalmente devorarlo. El objeto anhelado y apreciado se incorpora y se aniquila.
- Identificación regresiva. Aquí sucede la imitación de un síntoma de la persona amada; Freud cita el ejemplo de Dora imitando la tos del padre y destaca que en la identificación en este caso, puede tomar más de un rasgo de la persona amada u odiada.
- Identificación resulta. Se realiza en comunidades afectivas y une entre sí a los miembros de un colectivo. Está regida por el lazo afectivo que existe entre cada individuo de ese colectivo y el líder de la masa. Esa unión existe porque el colectivo instaló al conductor en esa posición. (1921; cp. Poizat, 2003, pp. 100-101).

La identificación regresiva y la identificación resulta fueron claves para el liderazgo carismático de Adolfo Hitler y el de Hugo Chávez. Para poder lograr su “misión

divina”, ambos necesitaban la aprobación de su pueblo para obtener el poder y la imitación –de sus ya convertidos en discípulos- para immortalizarse en la historia. La idealización del líder no puede lograrse si no se entabla un lazo afectivo y duradero con las masas. Poizat manifiesta sobre la identificación resulta que:

La naturaleza del lazo social en juego dentro de un grupo es la de un lazo de amor por identificación, estructurado de acuerdo con dos ejes: al identificarse con la misma figura de soberanía, cada sujeto se identifica también con cada uno de los otros, para constituir así entre todo un pueblo o un grupo social caracterizado como tal. Se plantea entonces la cuestión de las propiedades de la figura en la cual va a cristalizar el proceso de identificación (2003, p.101).

Unificado el pueblo junto a su líder, ocurre algo que Jacques Lacan⁸ explica como una relación de total sujeción del sujeto a una autoridad absoluta y totalitaria, quedando dependiente de él para socorrer a sus necesidades. Creándose esta relación patológica de “vida o muerte” con el líder, cuya voz asume la función de carnada que atrae al sujeto hacia un lugar de un supuesto goce absoluto. Cayendo en las redes del líder, el sujeto queda sin el derecho a la palabra y sin poder actuar en su función civilizadora de sus leyes. Renunciando o amputándose de su identidad como sujeto libre, pero ahora pudiendo obtener el goce pleno de su líder; es total pero mortífero, quedando detrás de las “palabras privadas de sentido”. “La ley se reduce en su totalidad a algo que ni siquiera se puede expresar, como el ‘debes’, que es una palabra privada de todos sus sentidos” (1975; cp. Poizat, 2003, pp. 135-137).

Asimismo, Poizat explica el modelo freudiano que ilustra los movimientos de las masas:

¿Hace falta insistir en el mecanismo de idealización del conductor, la naturaleza de los lazos de amor entre los súbditos y su señor, la ‘inhibición de pensamiento’, el sentimiento de omnipotencia que se apodera de los individuos atrapados en la multitud, el desencadenamiento de la pulsión de muerte, visto que estas descripciones, en lugar de anticiparlos unos diez años, parecen literalmente

⁸Psiquiatra y psicoanalista francés que se basó en las teorías de Freud para en 1964 fundar la École Freudienne de Paris. Sin embargo, desarrolló un pensamiento personal denominado el “lacanismo”.

extraídas del examen de acontecimientos que estremecieron a Alemania (y a Italia) en la década del treinta? (2003, p. 149).

A pesar de que Freud escribiera *Massenpsychologie* en 1921, es decir, 12 años antes que Hitler llegara al poder, se evidencia el parecido que hay entre los lazos que se construyen alrededor del líder. Vistas estas descripciones, retrocediendo 7 décadas en Alemania y adelantándonos 9 en Venezuela, se ha evidenciado y no puede dejarse a un lado el parecido que existe con el fenómeno de masas que generó el nazismo y el chavismo.

Populismo

El desarrollo histórico del concepto de populismo siempre ha sido muy ambiguo. No parece existir un consenso frente a qué es exactamente el populismo. ¿Una ideología, un movimiento social, un régimen político o un tipo de liderazgo? Tiene cierta relación con el vocablo en latín *populus*, el cual era ocupado en la tradición política de la antigua Roma para la enunciación de la totalidad de la población de un Estado constituido. Pero cuando se analiza en la actualidad, no se describe la incorporación de todos los miembros de una comunidad en una totalidad, todo lo contrario, se señala la emergencia de una línea de separación al interior de la sociedad a partir de la cual se constituyen dos grupos antagónicos (Laclau, 2005, pp. 31-33).

También podemos entender el populismo a partir de la suposición de que el concepto deriva de la palabra latina *plebs*, que en la antigua Roma era utilizada para designar a los no patricios. Es decir, se trata de una categoría que diferencia al pueblo de los nobles pero también de los esclavos; a pesar de su carácter peyorativo le da un relativo reconocimiento de derechos. La palabra *plebs* asoma en el concepto de plebiscito, que significa decisión del pueblo. (Frei y Kaltwasser, 2008, pp.118-119. Recuperado el 02-05-2016 de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>).

Como Di Tella (1993), Ramos (1988), Worsley (1969), Germani (1965) y Gratius (2007) exponen, se evidencia también una ambivalencia en la posición del populismo en el sistema político, ya que se le ha caracterizado como un régimen autoritario o uno democrático, e incluso en algunos casos se le ha asociado con el fascismo. Se le emparenta con el militarismo pero también se le ha definido como compatible con la democracia en la medida que asegure el derecho de las mayorías –el problema está en que excluir a las minorías es muy fácil-. Por tal motivo, algunos han señalado su carácter híbrido, ya que consideran se sitúa en una zona gris entre un régimen autoritario y uno democrático (cp. Frei y Kaltwasser, 2008, p.119. Recuperado el 26-05-2016 de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>).

El concepto de populismo es indispensable para esta investigación, considerando que utilizaremos como base para comparar a Adolfo Hitler y Hugo Chávez tres rasgos populistas (dicotomía amigo-enemigo, líder único, y lo nacional-popular). A continuación vamos a introducir el enfoque de Margaret Canovan (1981), citada por Laclau:

Dada la vaguedad del concepto de populismo y la multiplicidad de fenómenos que han sido subsumidos bajo este rótulo, una primera estrategia intelectual posible sería no intentar ir más allá de la propia multiplicidad, es decir, permanecer dentro de ella, analizar la gama de casos empíricos que abarca, y sacar cualesquiera conclusiones que sean posibles de una comparación limitada y descriptiva entre ellos. Esto es lo que intenta hacer Canovan.

Es importante que nos concentremos por un momento en la manera como Canovan se ocupa de esta diversidad (es decir, cómo intenta abarcarla a través de una tipología) y en las conclusiones que saca de ella. La autora es perfectamente consciente de las verdaderas dimensiones de la diversidad, que se puede observar, para empezar, en la pluralidad de definiciones de populismo que se encuentran en la literatura existente. A continuación, la lista que nos brinda Canovan:

- El socialismo que surge en países campesinos atrasados que enfrentan los problemas de la modernización.
- Básicamente, la ideología de pequeños pobladores rurales amenazan por el abuso del capital industrial y financiero.
- Básicamente (...) un movimiento rural que busca realizar los valores tradicionales en una sociedad cambiante.
- La creencia de que la opinión mayoritaria de la gente es controlada por una minoría elitista.

- Cualquier credo o movimiento basado en la siguiente premisa principal: la virtud reside en la gente simple, que constituyen la aplastante mayoría, y en sus tradicionales colectivas.
- El populismo proclama que la voluntad de la gente como tal es suprema por sobre cualquier otro criterio
- Un movimiento político que cuenta con el apoyo de la masa de la clase trabajadora urbana y/o del campesinado, pero que no es resultado del poder organizativo autónomo de ninguno de estos dos sectores (1981; cp. Laclau, 2005, pp. 17-18).

En el trabajo que realizó Canovan (1981) *Populismo*, el cual cita Laclau en *La razón populista*, incluye fenómenos tan dispares como el populismo estadounidense, los *narodniki* rusos, los movimientos agrarios europeos surgidos luego de la Primera Guerra Mundial, el *Social Credit* en Alberta y el peronismo en Argentina. Lo cual nos demuestra que si es posible comparar dos fenómenos completamente diferentes y aún así conseguir similitudes en cuanto a rasgos populistas.

Dicho esto, Canovan considera que deben distinguirse dos realidades: el populismo agrario y otro que no es rural si no esencialmente político que se basa en la relación con el pueblo y las élites. Los populismos agrarios tienen las siguientes distinciones: 1. El radicalismo agrario. Crear un partido que sea especialmente para el pueblo (pequeños productores rurales, campesinos, etc). 2. Los movimientos campesinos. Incitar a los campesinos a rebelarse contra las élites plutócratas. La convocatoria al pueblo y el antielitismo. 3. El socialismo intelectual agrario. Por otro lado, los populismos políticos: 4. Las dictaduras populistas (el peronismo argentino previamente mencionado es un ejemplo) 5. Las democracias populistas. Las convocatorias a referéndums y a la participación del pueblo. 6. Los populismos reaccionarios. 7. El populismo de los políticos. La construcción general de coaliciones no ideológicas que se benefician con la convocatoria unificadora al pueblo (1981; cp. Laclau, 2005, p. 18).

El populismo tiene muchas aristas, sin embargo, al final, estos 7 rasgos universales, concurren en un mismo tema. El populismo toma varias formas pero abarca un todo. Tenemos el ejemplo de Donald MacRae (1969) que escribe que:

Sin duda, vamos a utilizar automática y correctamente el término populista cuando, bajo la amenaza de algún tipo de modernización, industrialización, o como quiera que lo llamemos, un segmento predominantemente agrícola de la sociedad afirma como su estatuto de acción política, su creencia en una comunidad y (generalmente) un *VolK*⁹ como pasado místico para regenerar el presente y confunde usurpación con conspiración extranjera, se niega a aceptar ninguna doctrina de inevitabilidad social, política o histórica y, en consecuencia, se vuelca a la creencia en un apocalipsis inmediato, inminente, mediado por el carisma de líderes y legisladores heroicos. Si con todo esto hallamos (...) fines políticos a ser alcanzados por la intervención estatal y, no un partido político serio, real, entonces estamos en un populismo en su forma más típica (cp. Laclau, 2005, p. 21).

A través de operaciones retóricas los líderes, en este caso Chávez y Hitler, tratan de construir identidades populares. Laclau (2005) expone:

La ideología solo puede considerarse como diferente de la retórica involucrada en la acción política si la retórica es entendida como un puro adorno del lenguaje, que no afecta en modo alguno a los contenidos transmitidos por éste. Ésta es la concepción más clásica de la retórica, basada en su diferenciación de la lógica. (...) Lejos de ser un parásito de la ideología, la retórica sería de hecho la anatomía del mundo ideológico (pp. 26-27).

Laclau (2005) agrega que en tal sentido podemos hablar de los discursos como totalidades estructuradas que articulan elementos tanto lingüísticos como no lingüísticos. Pero lo que realmente importa es la determinación de las secuencias discursivas a través de las cuales una fuerza o un movimiento social que lleva su acción política (p. 21).

Para Le Bon (1995) la clave de la influencia que ejercen las palabras en la formación de las masas, son las imágenes que evocan esas palabras con total independencia de su significado:

El poder de las palabras está unido a las imágenes que evocan, y es totalmente independiente de su significado real. Las palabras cuyo sentido está menos definido son en algunos casos las que ejercen mayor influencia. Tal es el caso, por ejemplo, de los términos democracia, socialismo, igualdad, libertad, etc., cuyo significado es tan vago que ni siquiera grandes volúmenes son suficientes para definirlos con precisión. Sin embargo, es cierto que un verdadero poder mágico está unido a estas breves sílabas, como si ellas contuvieran la solución de todos los problemas. Ellas

⁹La traducción literal del alemán al español es "personas simples". Sin embargo, este era un término utilizado por la Alemania nazi para referirse al pueblo.

sintetizan las más diversas aspiraciones inconscientes y la esperanza de su realización (cp. Laclau, 2005, pp. 37-38).

Le Bon (1995) agrega que existe una clara conexión entre la dialéctica de las palabras y las imágenes, pero todo esto tiene repercusiones en las masas. La interpretación que éstas tengan de esas imágenes y palabras brinda una diversidad de significados. Plantea que las palabras tienen un significado verdadero que ya está previamente diseñado para impactar en las masas de una manera que no puedan responder si no es con lealtad máxima al líder, dejando a un lado la racionalidad de la persona. Lo que lo hace en realidad incompatible con una “pluralidad de significados”, porque precisamente existe una frontera entre las palabras, las imágenes y su interpretación.

La razón y los argumentos son incapaces de combatir ciertas palabras y fórmulas. Se las pronuncia con solemnidad en presencia de las multitudes y tan pronto se las pronuncia se observa una expresión de respeto en todos los semblantes, y las cabezas se inclinan. Muchos las consideran fuerzas naturales, poderes sobrenaturales. Ellas evocan imágenes vagas y grandiosas en las mentes de las personas, pero esta misma vaguedad que las envuelve en la oscuridad, aumenta su poder misterioso (...). No todas las palabras y fórmulas poseen el poder de evocar imágenes, mientras que hay algunas que han tenido ese poder, pero lo han perdido en el curso de su uso, hasta que dejaron de despertar cualquier reacción en la mente. Se han convertido en sonidos vanos, cuya principal utilidad es revelar a la persona que las usa de la obligación de pensar (Le Bon, 1995, pp. 124.125; cp. Laclau, 2005, pp. 38-39).

El poder de las palabras puede llegar a ser tan fuerte que bautizar el uso de palabras populares o designar términos bien elegidos, puede llegar a convertir las cuestiones más peligrosas en aceptables para las masas. Según el autor Le Bon existe una clara conexión entre la dialéctica de estas palabras e imágenes y el surgimiento de ilusiones donde se propicia y constituye el discurso de la multitud:

Como ellas (las masas) deben tener a toda costa sus ilusiones, se vuelcan instintivamente .como los insectos que buscan la luz- a los retóricos que les conceden lo que ellos quieren. No ha sido la verdad, sino el error, el factor principal en la evolución de las naciones, y la razón de que en la actualidad el socialismo sea tan poderoso es que constituye la última ilusión aún vital (...). Las masas nunca han tenido sed de verdad. Se alejan de los indicios que no les agradan, prefiriendo deificar el error si éste las seduce (1995, p.132; cp. Laclau, 2005, p. 40).

Gustave Le Bon añade:

Las ideas, sentimientos, emociones y creencias poseen en las masas un poder contagioso tan intenso como el de los microbios. Este fenómeno es muy natural, ya que se observa incluso en los animales cuando están juntos en cantidad. (...) En el caso de los hombres reunidos en una multitud, todas las emociones se contagian rápidamente (1995, p.148; cp. Laclau, 2005, p. 41).

Para concluir, dada la amplia exposición conceptual, es importante mencionar tres periodos históricos que fueron cambiando el populismo y su accionar. Frei y Kaltwasser (2008) en *El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia*, lo ubican en tres fases históricas:

- El populismo como movimiento político. Primera fase: entre finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Un ejemplo sería el movimiento revolucionario de la Rusia zarista (1721-1917), los *Narodniki* (1870), y el movimiento agrario de George Wallace a finales del siglo XIX en los Estados Unidos, *People's Party* (Partido del Pueblo). Como respuesta a la fuerte industrialización que favorecía a los grandes monopolios, el populismo en esta primera fase es un movimiento social que se apoya en ideologías agrarias y propone una participación del pueblo sin ningún tipo de instancias intermediarias.
- El populismo como una etapa de la modernización en Latinoamérica. Segunda fase: entre la Gran Depresión de 1929 y la penetración del neoliberalismo a comienzos de 1980. En gobiernos latinoamericanos como el de Juan Domingo Perón en Argentina (1946-1955) el populismo es una fase de transición desde una economía agraria a una industrial, en la cual aparecen líderes carismáticos que actúan en nombre del pueblo y, “favorecen una política estatal de sustitución de importaciones”.
- El populismo como una lógica de acción política. Tercera fase: entre finales de la Guerra Fría (1990) y el creciente escepticismo frente a una consolidación global de la democracia. En esta fase, algunos regímenes híbridos de América Latina como es el caso de Alberto Fujimori en los años

90 en Perú, el populismo es un tipo de lógica de acción política que se establece en los regímenes democráticos. “Se caracteriza por la búsqueda de coaliciones heterogéneas y la irrupción de un liderazgo carismático que utiliza métodos de conducción social que escapan de los mecanismos de control institucional” (p. 119. Recuperado el 26-05-2016 de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>)

Donald MacRae (1969) manifiesta que:

El populismo de fines del siglo XX no ha sido transmitido desde Rusia ni los Estados Unidos de un modo significativo. Más bien, ciertos puntos del pensamiento europeo han sido difundidos y recombinados para formar diversos populismos nativos. En ellos, algunas de las ambigüedades de los antiguos populismos se han complicado con elementos tanto primitivos como progresistas. La raza (négritude) y la religión (...) se han agregado a la combinación de la virtud arcaica y la personalidad ejemplar. El primitivismo agrario constituye una fuerza disminuida (...). La conspiración y la usurpación se combinan en las diversas teorías sobre el neocolonialismo y las acciones de la CIA (*Central Intelligent Agency*). La “asimetría de principios cívicos” se ha convertido en la norma de la ‘acción directa’ populista. La espontaneidad y la integridad son apreciadas, pero ahora son especialmente identificadas con los jóvenes de manera que la juventud ideal (una figura familiar en el mito) ha remplazado en gran medida al pequeño propietario y al campesinado sin instrucción como personalidad de culto. (...) El populismo existe en los asuntos consensuales y el apoliticismo difuso de “Nueva Izquierda” (p. 164; cp. Laclau, 2005, pp. 21-22).

Una vez dicho esto, se debe destacar que en los años noventa y a comienzos de siglo XXI, el populismo empieza a ser considerado como una lógica de acción política aplicable a diversos modelos ideológicos y, se caracterizará por tres rasgos fundamentales: El primero: un estilo político basado en el vínculo entre los seguidores y los líderes políticos. El Segundo: se crea una utopía a soluciones instantáneas a problemas de larga data. El tercero y último: la obtención y ejercicio del poder de un líder carismático sin contra-balance de las instituciones propias del Estado de derecho. Podemos entonces definir al populismo como una lógica que tiende a formar coaliciones heterogéneas a través de un liderazgo carismático que recurre a métodos redistributivos de la riqueza del país (haciéndola propia) para mantener un vínculo con el electorado. Asimismo, Frei y Kaltwasser (2008)

explican que tiende a presentar rasgos autoritarios que se desmiembran de los sistemas de control institucionales de un país (pp. 126-127. Recuperado el 26-05-2016 de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>).

La propaganda como proceso comunicativo

De acuerdo con Pietro Castillo (1979), citado en la tesis de grado de Janet Hernández (2007) *Reflexión crítica de la propaganda nazi*, todo proceso de comunicación, además de ser un fenómeno que ocurre entre personas y no entre objetos, debe tener siempre los siguientes elementos: emisor, perceptor, código, mensaje, medios y recursos y, referente y marco de referencia. A continuación los elementos:

Emisor: todo ser o máquina que elabora, fabrica o procesa un mensaje.

Perceptor: ser que se centra en relación con un mensaje, puede ser el punto terminal de la comunicación o bien implicar un esfuerzo de decodificación e interpretación.

Código: reglas que establecen una forma de estructurar un signo o un símbolo, para luego fijar una manera de combinarlo con otros; dentro de un determinado lenguaje que deberá fundamentarse en un código establecido.

Mensaje: elemento objetivo del proceso comunicativo, se produce solo y si existe un código para que exista correspondencia entre emisor y perceptor. Hay diferentes tipos de mensaje; el mensaje individual solo puede abarcar a un pequeño grupo mientras que, el mensaje social engloba una gran cantidad de personas que lo compartirán así no se conozcan. Además del alcance del mensaje, están los mensajes orales, los escritos y los audiovisuales (imágenes, sonido, gestos, movimiento, postura).

Medios y recursos: vehículo, medio o canal por el cual se propaga un mensaje. La relación será siempre entre el emisor y el perceptor. En este proceso, se habla de

recursos en cuanto a los recursos materiales y humanos que utilizarán para comunicarse.

Referente y marco de referencia: todo mensaje indica la realidad que el mismo mensaje trata de manifestar; es decir, la comprensión de lo que el mensaje nos está comunicando, implica un entendimiento previo de la realidad, el cual solo puede ser “social”. Por otro lado, el marco de referencia, es la comprensión general e inmediata de una realidad, un mensaje solo puede ser referencial, solamente si aparece en un marco de referencia previamente conocido y evaluado.

El emisor debe conocer el marco de referencia del perceptor para elaborar su mensaje a partir del mismo. Es decir, el emisor se acomoda al nivel del perceptor para que este pueda formular el mensaje con lo que se quiere decir, siempre con el propósito de alcanzar al perceptor. Las condiciones para que la propaganda sea efectiva están dadas en el tratamiento del punto tratado; en función propagandística, es ineludible que con estas herramientas no se trate de buscar la persuasión del perceptor como única tarea. Para que la propaganda sea efectiva, debe llevarse a cabo este proceso. (Hernández, 2007, *Reflexión crítica de la propaganda nazi de Joseph Goebbels vs. George Bush*. Recuperado el 23-04-2016

de:

<http://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icshu/licenciatura/documentos/Reflexion%20critica%20de%20la%20propaganda%20Nazi.pdf>).

Propaganda política

Jean Marie Domenach (1950) en su libro *La propaganda política*, expresa que uno de los fines esenciales de la propaganda, es manifestar la omnipresencia de los adeptos y la superioridad que existe frente al adversario, asimismo, buscando reducirlos y minimizarlos:

Toda la habilidad de la propaganda consiste en hacernos creer que ese hombre de Estado, ese jefe de partido, ese gobierno “nos representa” no solo al defender

nuestros intereses, sino al asumir nuestras pasiones, nuestras preocupaciones, nuestras esperanzas (p 41).

Por otro lado, Arantxa Capdevila (1997) en *El diseño del spot de propaganda política: convergencia de estrategias comunicativas*, afirma que la fidelidad básica de cualquier mensaje propagandístico es persuadir a un público determinado (perceptor) para realizar una acción concreta. A continuación la serie de características que son mencionadas:

- Es explícitamente propagandística. La propaganda es persuasiva porque tiene como propósito llegarle a la mayor cantidad de personas con un mismo mensaje. Es decir, su función principal no es estética ni meramente comunicativa, sino persuasiva.
- Es intencionalmente persuasiva porque persigue aglutinar a las masas.
- Se conoce claramente quienes son los responsables de las ideas expuestas. El autor (en este caso Chávez o Hitler) de la misma debe aparecer de alguna manera en el enunciado del texto.
- Es estrictamente política porque a pesar de ser publicada por los medios de comunicación, no fue mediado por los periodistas ni por el mismo medio.

La propaganda aparece de una forma distinta a partir del siglo XX, por lo tanto con un campo evolucionado a la masa moderna. Los medios de acción comienzan teniendo nuevas técnicas para la comunicación y la información. La propaganda está organizada para dirigir e influir en la opinión pública pero ya no se encuentra limitada al espacio demográfico en el que están, ahora puede ser universal, extenderse y llegar a dónde quieran. Aun cuando la intención del propagandista y algunos de sus procedimientos siguen siendo, en general, los mismos desde el origen de las sociedades políticas, el alcance de su influencia aumentó a tal punto que es preciso hablar de un salto cualitativo. La invención de nuevas técnicas en el escrito, la palabra y la imagen, hacen que la propaganda llegue a todos los lugares que se desee (Recuperado el 19-04-2016 de: <http://tdd.elisava.net/coleccion/14/capdevila-i-gomez-es>)

In Group y Out Group

Aquel que durante una estasis¹⁰ en la ciudad no haya tomado las armas con uno de los dos partidos, será privado de sus derechos y ya no formará parte de la ciudad. Solón de Atenas

Para Light, Keller y Calhoun (1991) en su libro *Sociología*: "el prejuicio es una predisposición categórica para aceptar o rechazar a las personas por sus características sociales reales o imaginarias" (p. 356). La discriminación de ciertos sectores de la sociedad por diferencias raciales, religiosas, de clase o políticas y el ejercicio de incurrir a la división de una población en bandos que se enfrentan, van creando un panorama de identificación *in group* y *out group*.

In group: es aquel en el que la persona se identifica, con el cual él o ella se siente muy a gusto, como en casa.

Out group: es aquel con el que una persona no se identifica y hacia el cual él o ella se siente un extraño.

La distinción entre grupos *in* y *out* también habla sobre un límite entre las fronteras, las líneas comprendidas implícitamente que señalan quién está adentro y quién está afuera. Las personas deben tratar de hacer de esas fronteras de grupos algo tácito, y a su vez, deben hacerlas claras a los demás, ya sea mediante el uso de símbolos o a través de conflictos con el *out group*. Convirtiendo entre todos a un enemigo en común, se mantendrán unidos los *in group*, mientras que se mantendrán en un conflicto constante con los *out group*. Los *in group* desarrollarán el sentido de ellos mismos como el de "nosotros" (Light, Keller, y Calhoun, 1991, p. 200).

Algunos autores mencionados a lo largo de la investigación, caracterizan a ambos regímenes como autoritarios y populistas, de tal manera que nuestra intención al presentar las definiciones y conceptos presentes en este capítulo, fueron

¹⁰Término que designa la guerra civil. Insurrección.

retomados en el análisis a los fines de evidenciar si estos rasgos se encuentran presentes en la propaganda nazi y en la chavista. Cada uno de los conceptos aquí definidos, serán elementos necesarios para elaborar las tres categorías de análisis temáticos previamente mencionadas.

CAPÍTULO III

Marco histórico

Comprendiendo la relevancia de los conceptos políticos y procesos vistos en el capítulo anterior, en esta sección, se analizará: el periodo en el cual Adolfo Hitler pasó de ser un pintor a un soldado que luchó en la Primera Guerra Mundial. Luego surgiría entre las masas, ganando popularidad con el NSDAP (Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán). Ejecutaría un golpe de Estado el 8 de noviembre de 1923 que, tiempo después, lo ayudaría a ganarse el afecto de miles de alemanes, y en 1933, hacerse del poder. Por otro lado, Hugo Chávez soñaba con ser un jugador de béisbol, pero en lugar de eso se inscribió en la Academia Militar y planificó durante años un golpe militar que finalmente realizaría el 4 de febrero de 1992. Gracias a la popularidad que ganó luego del protagonismo que obtuvo por aquella insurrección, fue abriendo camino para su campaña política en el año 1998, con la cual obtendría la presidencia de forma democrática y *arrasaría con el pasado*.

Alemania y Adolf Hitler Pölzl (1919 - 1924)

¿Quién es este hombre? ¡Semiplebeyo, semidiós! ¿Verdaderamente, Cristo o solo Juan (Bautista)? (...) Este hombre tiene todo para ser rey. El tribuno del pueblo nato. El futuro dictador. (...) Cuánto lo amo. Escrito por Joseph Goebbels en su diario cuando conoció a Hitler en 1925¹¹

¹¹cp. Poizat, 2003, p. 152

El antiguo imperio se derrumba...

Finaliza la Primera Guerra Mundial, conocida como 'La Gran Guerra', en 1918, Alemania queda sumida en una grave crisis económica y el 31 de julio de 1919, se aprueba en la ciudad de Weimar una nueva constitución, el país sería legislado por un nuevo parlamento; una coalición surgía entre el partido liberal, el partido centro católico, y una mayoría socialdemócrata. El 19 de noviembre de 1919, el emperador Kaiser Guillermo II dimite ante el enorme descontento que reinaba en Alemania (Weitz, 2009, p. 12).

En 1919, las cabezas de las naciones aliadas se reúnen para firmar el Tratado de Versalles, un documento que garantizaba la paz y la repartición de los Estados vencidos. Firmando así que eran "los responsables de la guerra y de los daños y pérdidas resultantes de ellas". Alemania perdió sus colonias, tuvo que ceder los territorios de Alsacia y Lorena y, a su vez, en Ruhr, para asegurar que los alemanes cumplirían con el tratado, contarían con la presencia de tropas aliadas durante 15 años. Austria, quedaba a merced del imperio de Habsburgo, Viena pasaba a convertirse en la capital del antiguo imperio, y los deseos de Alemania de integración con el país, quedaban destruidos. El antiguo imperio de Otto von Bismarck (1815-1898) quedaba en ruinas, y luego de perder a Austria, quedaba sola. Alemania se convirtió en el blanco del odio de los países vencedores, y además de considerar que tenían que pagar por todos los millones perdidos en la guerra, debían pagar por todos los muertos. Los aliados europeos creyeron que una manera de corregir la situación e impedir que Alemania recuperara su grandeza y pudiese llegar a causar otra guerra, era pedir una suma incluso mayor que toda la riqueza del país en ese entonces (Abel, 1999, pp. 74-76).

El Tratado de Versalles se condenó en Alemania tanto por los comunistas como por los nacionalsocialistas. El repudio se veía en cada calle de Alemania y surgió el llamado *Schemachfrieden*, la vergonzosa paz de Versalles (Frieztsche, 1998, p. 153).

En 1921, la comisión que estaba encargada de llegar a un acuerdo sobre los pagos, decidió que el monto a pagar sería por la cifra de 132.000.000.000 de marcos en oro (35.000.000.000 de dólares). El gobierno de Weimar decidió buscar apoyo en Rusia, la razón de peso era que había sido un país que no había firmado el Tratado. (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio?* Recuperado el 20-04-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>)

No había trabajo, el país había perdido estados, la hiperinflación agobiaba al pueblo. La nueva República debía afrontar los resultados de la Primera Guerra Mundial y mantener a la población ociosa. Se derrumbó el viejo gobierno y solo dejó una tierra devastada por el hambre. La pérdida del valor del dinero, los paros y las protestas, aunado al descenso acelerado de la producción, dejaba a Alemania en un panorama en el cual las condiciones estaban dadas para generarse una tormenta. No había confianza en las instituciones, la pobreza solo aumentaba, así como la pérdida del valor adquisitivo y la creciente miseria obrera. (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio?* Recuperado el 20-04-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>)

Tan solo un pintor

Hitler nació el 20 de abril de 1889, fue el último de 4 hermanos. Alois Hitler, su padre, era funcionario de aduanas, un hombre bien acomodado y con un mal carácter que lo acompañaba. Se casó tres veces, su última esposa fue la madre de Adolfo, prima segunda y sirvienta de Alois, Klara Hitler. Adolfo y su hermana Paula fueron los únicos que sobrevivieron a la infancia.

Hitler amó profundamente a su madre, a diferencia de la relación distante que mantuvo siempre con su padre. “Es muy posible que su madre haya sido la única persona a la que verdaderamente amó en toda su vida” (Kershaw, 1998, p.37).

La hermana de Hitler, Paula, decía que una manera de compensar el comportamiento de su padre, que consideraban severo, era con el carácter tierno y dulce de su madre:

Si había alguna vez discusiones o diferencias de opinión entre mis padres era siempre por los niños. Era especialmente mi hermano Adolf quien empujaba con su obstinación a mi padre a la severidad extrema y recibía cada día una buena zurra... ¡Cuántas veces, por otra parte, le acarició a mi madre e intentó obtener con su cariño lo que el padre no podía conseguir con severidad! (Kershaw, 1998, p. 37).

Kershaw (1998) considera que quizás por todos los conflictos con su padre, no quiso ser funcionario como él; rechazaba rotundamente este deseo. Hitler viajó a Viena en octubre de 1907 con la intención de convertirse en un artista profesional, pero la Academia de Bellas Artes de Viena lo rechazó dos veces. Le sugirieron optar por la arquitectura como carrera porque parecía inclinar sus talentos más hacia esa carrera, pero por no tener título de bachiller, optó por ser un artista y continuar pintando (p. 37).

Sus pinturas solo sirvieron para mantenerlo ocupado durante los años previos a la guerra. Un estimado de dos mil a tres mil dibujos, oleos, acuarelas y esbozos demuestran el lado artístico que Hitler tenía. Fue un artista profesional sin estudios, sin promoción de algún externo, sin exposiciones. Sin embargo, no tenía interés alguno por ser un artista de renombre, más allá de un hobby o una vocación, Hitler pintaba para subsistir. (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio?* Recuperado el 20-04-2016 de:

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>).

Hitler dibujaba y pintaba de día poniéndose un traje usado. Luego se dedicaba a leer, sobre todo libros de historia y textos que justificaban el antisemitismo. Fue en esa época cuando llenó su corazón de odio contra los judíos, contra los marxistas, contra la socialdemocracia, contra los sindicatos, contra Austria, contra el parlamento, contra la democracia.

(...) Viena es una ciudad de apariencias, zalamera con los poderosos y cruel con los fracasados o con los que cree inferiores. El orgulloso y susceptible Adolfo debió de tragar muchos sapos en su trago con los vieneses. Por ello, el deseo de poder, la necesidad de representación, el odio y el afán vindicativo excitaban sus delirios

de grandeza. Quería hacer algo grande que le permitiera devolver el golpe al menosprecio vienés. (...) 'Me marché de Viena convertido en un auténtico antisemita, en un enemigo mortal de la concepción marxista del mundo y pangermanista absoluto' (Bonnin, 1999, p. 25).

¿Un soldado más?

Dominado por un violento entusiasmo, caí de rodillas y di gracias al cielo con el corazón desbordado por otorgarme la buena suerte de que se me permitiera vivir en esta época. Escrito de Hitler en Mi Lucha

Con 24 años de edad Hitler se marchó a Múnich en donde el sastre Josef Popp le alquiló una habitación. Cuando Hitler vivió en la casa de Popp en Múnich, le gustaba mucho hablar de política y todas las noches iniciaba debates con Josef, lo hacían con tanta intensidad que el compañero con el que Hitler compartía su habitación decidió marcharse. Josef y Elisabeth Popp describieron al Hitler de 25 años como “un muchacho austriaco encantador”, de carácter amable y muy generoso, dispuesto en todo momento a echarles una mano, aunque casi siempre se mostraba distante” (Bonnin, 1999, p. 26).

Hitler era joven y continuaba con la misma actitud, molesto con el mundo, pero cuando comenzó la Primera Guerra Mundial, consiguió un empleo, una causa, una disciplina y finalmente hallaba un sentido de pertenencia. Fue un soldado admirado y con estima. Tuvo compañeros pero lo acompañaba siempre su malhumor y carácter irritable.

El 9 de noviembre lo asignaron al estado mayor del regimiento como ordenanza. Su tarea consistía en llevar correos desde el puesto de mando del regimiento a los jefes del batallón y de compañía de frente. A pesar de poder creer que es un trabajo fácil, tenía que caminar tres kilómetros para llegar al batallón, en el camino podían pasar muchas cosas, estaban en guerra. Se solían enviar a dos personas o más con un mismo mensaje, por si alguna sufría algún percance (Kershaw, 1998, pp.107-116).

El 4 de agosto de 1918, Hitler recibió la Cruz de hierro de primera clase por el valor demostrado en la entrega de un despacho importante. Luego de un corte de las comunicaciones telefónicas, tuvo que desplazarse bajo fuego para realizar su labor. A Hitler lo hirieron dos veces, la primera en el muslo izquierdo cuando estalló una granada y la segunda al quedar ciego parcialmente durante un ataque de gas:

Durante el episodio crucial al que una vez más se empeña en dar una colaboración resueltamente mística: su ceguera temporaria a raíz de una herida causada por los gases en Wervick, el 13 de octubre de 1918. Enviado al hospital de Pasewalk, en Pomerania, su vista mejoraba lentamente cuando, según su expresión, 'sucedió la horrible cosa', es decir, la tentativa revolucionaria en el seno del ejército alemán y la firma del armisticio el 11 de noviembre. Hitler cuenta entonces que un pastor llevó la noticia a los heridos internados en el hospital:

Pero cuando el anciano (...) comenzó a decir que ahora estábamos obligados a poner fin a la guerra (...) no pude contenerme. Me fue imposible seguir escuchando. De improviso, la noche cayó sobre mis ojos y a tientas y tropezando volví al dormitorio, donde me arrojé sobre la cama y enterré la cabeza ardiente bajo la funda de la almohada (...); la voz de la conciencia me golpeó entonces como un rayo: "¡Miserable lloró, vas a ponerte a gemir cuando millares son cien veces más desdichados que tú!", e insensible y callado soporté mi suerte. Solo entonces advertí cómo desaparecía todo sufrimiento personal ante la infelicidad de la patria (Poizat, 2001, pp. 177-178).

Sobre este episodio se dice que fue simplemente una conjuntivitis aguda y una hinchazón en los párpados que tienen como consecuencia la ceguera temporal. Es común que los pacientes sufran de una "ceguera secundaria" si se frotan los ojos. "Es lo que pudo haber pasado si la noticia de la revolución arrancó lágrimas, efectivamente lágrimas a Hitler" (Kershaw, 1998, p. 174).

Hitler continuó como soldado en la milicia, y a través de su rol de soldado fue creando un vínculo con las personas que pensaban como él con respecto a los socialdemócratas. Comenzó dando discursos para conseguir seguidores y así fue ganando fama:

Era por sobre todas las cosas un actor consumado (...). Al principio la observancia de un tiempo de pausa hacía crecer la tensión; un inicio discreto e incluso vacilante; ondulaciones y variaciones de dicción, por cierto no melodiosa pero viva y

eminentemente expresiva; explosiones casi en stacatto, (...) el uso teatral de las manos en pleno crescendo (Kershaw, 1998, p. 408; cp. Poizat, 2003, p. 159).

Hitler el propagandista

“La caída del imperio alemán con el consecuente cambio de República, no nació de descontentos, acciones profundamente revolucionarias o un cambio originado por los mismos alemanes. La República de Weimar surgió porque los enemigos lo exigieron” Declaración de un alemán que participó en el asalto de Hitler en una zona provincial de Alemania. Citado por Trombetta (2000)

El 5 de enero de 1919 se fundó el Partido de los Trabajadores Alemanes. Para el 17 de mayo comenzaron teniendo una audiencia de tan solo 10 personas, en agosto cuando habló Dietrich Eckart¹² eran 38 y el 12 de septiembre cuando finalmente asiste Hitler, asistieron 41 personas. Durante las reuniones del partido se trataban temas racistas, nacionalistas y antisemitas. Contaron con el apoyo de autoridades militares dispuestas a apoyar actividades nacionalistas (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio?* Recuperado el 10-05-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>).

El movimiento destinado a enseñar el camino hacia la resurrección nacional tendría que brotar de un grupo pequeño, como éste, y que aquella resurrección no podría esperarse jamás de los partidos políticos del Parlamento, excesivamente aferrados a conceptos anacrónicos o directamente interesados en apoyar el nuevo régimen. Porque lo que debía proclamar aquí no era un nuevo grito electoral, sino una nueva teoría del mundo.

Al cabo de dos días de angustiosas reflexiones y dudas, determiné, por fin, a dar el paso. Fue aquel el momento culminante de mi vida.

Y así fue como me afilié al Partido Alemán, obteniendo una tarjeta provisional de adherente que llevaba el número siete (Hitler, 1984, p.115).

El partido surgió con la idea de influenciar a la clase obrera alemana y sus miembros eran anticapitalistas y nacionalistas. No tenían local permanente ni

¹²Político alemán. Uno de los fundadores del Partido Nacionalsocialista Alemán.

militantes, pero cuando Hitler se unió, comenzó a crecer considerablemente. Aun así, Hitler deseaba ser el líder de su propio partido.

Con ínfulas de profeta, Hitler dio un discurso en mayo de 1923 arremetiendo contra el sistema parlamentario y afirmando que él iba a ser el “hombre fuerte que salvaría a Alemania” (Kershaw, 1998, p. 196).

Lo que puede salvar a Alemania es la dictadura de la voluntad nacional y de la decisión nacional. Se plantea esta cuestión: ¿Tenemos a mano a la persona adecuada? Nuestra tarea no es buscar a esa persona. Si no aparece como un regalo del cielo, no debemos buscarla. Nuestra tarea es crear la espada que necesitará esa persona cuando llegue. Nuestra tarea es darle al dictador, cuando aparezca, un pueblo preparado para él (1998, p. 196).

En 1921 Hitler ya había reclutado miles de miembros al Partido Obrero Alemán, que una vez adentro, se convertirían en militantes devotos. Un instrumento clave que usó como propaganda en estos tiempos fue el periódico *Völkische Beobachter*. Al comprar este periódico, Hitler comenzó a informar a la población sobre las reuniones y concepciones nacionalsocialistas:

Hitler tenía un carácter contradictorio. Era impulsivo y retraído. Se mostraba impertérrito, obstinado, hipersensible, malhumorado, porfiado, torpe y reservado tanto ante sus amigos como ante sus enemigos. No toleraba confianzas. El deseo de notoriedad y el afán de poder eran en él desmesurados. Sus interlocutores quedaban sorprendidos por el orgullo, los planes cautivadores y la seguridad que mostraba al exponerlos, aunque los consideraban fantasiosos (Bonnin, 1999, p.26).

Los discursos de Hitler comenzaron a aumentar el tono agresivo, apuntaban a la emociones y no le importaba hablar sobre hechos concretos y verdaderos que apelaran a la lógica de las masas. En una época en donde la pobreza, la derrota y el infortunio eran los protagonistas, estos discursos calaban a la perfección.

Era el momento en que el orador, con la voz ronca y su acento austriaco, ya no sentía el suelo bajo sus pies.

¡Sangre alemana! ¡Sangre alemana! ¡Sangre alemana!, gritaba (...) De la boca le salía un torrente de palabras. Eso lo sumergía, nos sumergía, y ya no éramos quienes habíamos sido antes. Si yo hubiera estado solo con él (...), acaso habría podido ser un frío testigo presencial, o tal vez no. Pero aquí no. El efecto se propagaba de un oyente a otro y las tres mil personas se convertirían en un alma.

De arriba abajo, de un extremo al otro de la sala. Irresistiblemente, con la velocidad del relámpago, una enorme catarata, los elementos desatados. (...) estaba cerca de nosotros, en nosotros, hurgaba en lo más oculto que teníamos y nos aplastaba con su voluptuosidad de esclavo, obedecer, disolverse, no ser más nada. (...) ¿El amor no es entonces sino esclavitud, delicias de esclavitud? Él permanecía allá arriba, sollozaba, gritaba y con un gorgoteo le salía algo inexplicable, primitivo, desnudo, sanguíneo, no podía contenerlo, ya no eran frases sólidamente construidas, palabras articuladas, (...) “¡Alemania! ¡Alemania! ¡Alemania!” (...)

Todos recobraron el aliento. Los aplausos estremecieron las paredes y los himnos de su guardia se ahogaron en el tumulto frenético. (...) Yo era un hombre; él, era un Dios (Weiss, 1988, pp. 240-241; cp. Poizat, 2001, pp. 161-162).

Los fondos para la propaganda, entre ellos la compra del periódico, fueron obtenidos a través de colectas públicas, y contribuciones de amigos adinerados que simpatizaban con el nacionalsocialismo. Además de los anteriormente mencionados, los *Reichswehr*,¹³ estaban particularmente interesados en el surgimiento y desarrollo de partidos nacionalsocialistas. A través de ellos se pudieron establecer relaciones con el gobierno bávaro, gracias a ello se creó un vínculo con la policía y se negoció que en caso de alguna sublevación tendrían una actitud favorable.

Comenzaron a ocurrir sublevaciones en Sajonia y Turingia. La inflación carcomía a los ciudadanos y la situación se estaba saliendo de control cuando izquierdistas - inicialmente partidarios del gobierno- salieron a manifestar. En Sajonia hubo 23 muertos y 32 heridos, mientras que en Hamburgo se produjo un levantamiento que dejó un saldo de 17 policías y 24 comunistas muertos (Abel, 1999, pp. 61-63).

A raíz de estas acciones, se proclamó un estado de emergencia y Gustav Ritter von Kahr quedó como comisario general del Estado. Uno de los primeros actos de Kahr fue prohibir los mítines del NSDAP del mes de septiembre. Hitler al observar las acciones de Kahr veía su destino cada vez más lejos de ser cumplido.

En 1923, Hitler fue nombrado el líder político de la lucha para derrocar al gobierno, la organización se llamó el *kampfund*. El slogan fue: “*El destino de Alemania*

¹³Fue una organización militar alemana que prevaleció desde 1919 hasta 1935.

pronto será decidido por los puños bávaros en Berlín". Otto von Hermann Lossow era el comandante de la división del *Reichswehr* de Baviera y le recomendó a Hitler esperar por el derrocamiento porque necesitaban más apoyo del que en realidad creían tener. Las preparaciones duraron meses y aún necesitaba más apoyo de los otros comandantes de la zona.

El *Putsch* de la cervecería

Era algo común de las cervecerías de Baviera que se reunieran centenares de personas a celebrar mítines políticos. Un año y un mes después de los planes de Hitler, el 8 de noviembre de 1923, mientras Kahr pronunciaba su discurso en la cervecería *Bürgerbräukeller* de Múnich, Hitler y unos 600 hombres de las SA tomaron la cervecería al grito de "*La Revolución Nacional ha comenzado*".

La noche del 7 de noviembre Hitler analizó los planes con los dirigentes del SA. (...) Hitler les dijo que 'el momento de actuar había llegado', les hizo jurar que guardarían el secreto y les ordenó que llevaran pistolas.

Kahr había estado leyendo el discurso que tenía preparado para las tres mil personas aproximadamente que llenaban la *Bürgerbräukeller* durante una media hora, cuando hacia las ocho y media, se produjo un altercado a la entrada. Kahr interrumpió su discurso. Apareció un grupo de hombres con cascos de acero. Habían llegado los guardias de asalto de Hitler. La gente se había puesto de pie sobre los asientos para ver qué era lo que pasaba cuando Hitler avanzó por el local, acompañado de dos guardaespaldas armados. Se subió en una silla pero, como el tumulto impedía que le oyesen, sacó su pistola *Browning* y disparó apuntando al techo. Luego comunicó que había estallado la Revolución Nacional y que el local estaba rodeado de setecientos hombres armados. El gobierno bávaro quedaba depuesto; se formaría un gobierno provisional del Reich. Fue por entonces, hacia las 8:45, cuando Hitler pidió a Kahr, Lossow y Seisser que le acompañaran a la habitación contigua. Les garantizó su seguridad. (...)

Hitler en la habitación contigua anunció la formación de un nuevo gobierno del Reich, dirigido por él. Ludendorff se haría cargo del ejército nacional, Lossow sería ministro del Reichswehr, Seisser ministro de policía, el propio Kahr sería el jefe del estado y Poner ministro presidente con poderes dictatoriales en Baviera.

(...) Hitler regresó al local al cabo de diez minutos. Repitió las garantías que había dado Goring de que aquel golpe no iba dirigido contra la policía ni contra el *Reichswehr*, sino 'contra el gobierno judío de Berlín y los criminales de noviembre de 1918'. (...) Hitler proclamó en términos emotivos: "Puedo deciros esto: ¡O la Revolución alemana comienza esta noche o estaremos todos muertos al amanecer!" Cuando acabó su discurso todo el ambiente en el local se había inclinado completamente a su favor (Kershaw, 1998, pp. 219-220).

Pero las cosas comenzaron a ir mal y en Múnich y en otras partes de Baviera el golpe se desmoronó con la misma rapidez con la que había comenzado. Una buena parte de la población simpatizaba con los golpistas y hubo manifestaciones en distintos lugares contra la traición de Gustav von Kahr. Pero la aventura ya había acabado, algunos golpistas lograron escapar esa madrugada, pero a Hitler lo detuvieron el 11 de noviembre.

Después del *Putsch* se pensó que todo había terminado para el movimiento, pero no fue así. La prensa había ignorado lo que había ocurrido ese día, y anteriormente también había ignorado al movimiento. Pero los hechos del 8 de noviembre de 1923 no pudieron ignorarlos. La publicidad del fallido golpe apenas estaba comenzando. Columnas enteras estaban siendo dedicadas a los discursos de Hitler en la corte y por supuesto, al golpe frustrado. Adolfo Hitler se convirtió en una figura nacional. La sala de juicio se convirtió en un escenario para la propaganda. Aceptó y glorificó el golpe que había perpetuado (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio?* Recuperado el 10-05-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>).

Mi Lucha

Hitler fue ganando popularidad y seguidores gracias al seguimiento que se le hizo a su juicio y al contacto que tuvo con el movimiento por primera vez a través de la cobertura periodística que se le hizo después del fallido golpe. Lo que más le impresionaba a los alemanes era la actitud que había tomado luego de los acontecimientos, no solo se responsabilizó por ellos, sino que se sentía orgulloso.

Hitler fue encarcelado en el Fuerte de Landsberg. El 1 de abril de 1924 lo sentenciaron a 5 años de cárcel y el Partido Nacional Socialista fue prohibido. Pero este no era el fin para él, no admitió la derrota y tampoco pensó que su causa estuviese errada. Estaba completamente convencido de que él era el verdadero “hombre del destino”. La lucha continuaba (Domenach, 1950, p. 25).

A pesar de que la Constitución de ese momento estipulaba cadena perpetua contra crímenes de este tipo. Hitler recibió un trato privilegiado de los guardias y recibió cartas y visitas de todos sus admiradores. Solo cumplió 9 meses de su condena, el 20 de diciembre de 1924, fue liberado como parte de una amnistía masiva hacia prisioneros políticos. (Recuperado el 30-04-2016 de: <http://ve.tuhistory.com/hoy-en-la-historia/adolf-hitler-es-condenado-cinco-anos-de-carcel-por-alta-traicion-al-intentar>)

Pero apenas comenzaba uno de los principales elementos propagandísticos que el régimen nazi utilizaría, la sagrada escritura de El Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP). Durante sus 9 meses en la cárcel, Hitler organizó sus pensamientos en un libro, reflexionó sobre el pasado, y estableció estrategias y tácticas que lo obligaban a tener objetivos. Ya no era un agitador de cervecerías, era un hombre con un claro pensamiento. *Mein Kampf*, publicado por primera vez en 1925, se convertiría en un manual para los líderes del partido y una inspiración para las masas.

Venezuela y Hugo Rafael Chávez Frías (1989-1994)

Después de esperar bastante tiempo llegó el nuevo Presidente. Cuando lo veo, quisiera que algún día me tocara llevar la responsabilidad de toda una Patria, la Patria del Gran Bolívar. Escrito por Chávez el 13 de marzo de 1974 en su diario personal (cp. Marcano y Barrera, 2004, p. 32)

El Pacto de Punto Fijo

El 23 de enero de 1958, el presidente Marcos Pérez Jiménez es derrocado. Era el fin de la “bota militar” en Venezuela. Con el derrocamiento del general, comienza el período democrático más largo en la historia de Venezuela. Se presentaban tres

opciones, los partidos más grandes con un proyecto propio, Copei, Acción Democrática y la Unión Republicana Democrática (URD). Se discute tener un gobierno de coalición independientemente del resultado que se obtenga en las elecciones. El Pacto de Punto Fijo debía redactar una Constitución y establecer las reglas políticas.

En el mismo continente, estaba ocurriendo una revolución. En la Habana, se abrían las puertas al radicalismo con el guerrillero Fidel Castro y el Che Guevara. Todos los revolucionarios comenzaron a decir *“Si ellos pudieron, ¿por qué no nosotros?”*

El mito de los doce muchachos atrincherados en la Sierra Maestra que al final logran no solo vencer a un ejército profesional sino desafiar en sus propias narices al Imperio, inflamó las juventudes de América. Tal vez en ninguna parte se dio eso como en Venezuela, porque aquí la reflexión no tenía forma interrogativa, sino asertiva: ‘Nosotros hubiéramos podido, el 23 de enero de 1958’.

Más por supuesto que en apoyo explícito del gobierno cubano, deseoso, como toda revolución, de exportar sus métodos, sus técnicas y sus soluciones; más que en unas ‘condiciones objetivas’ que en verdad nunca se dieron, es en esta ‘condición subjetiva’ donde reside la explicación de la aventura insurreccional de los años sesenta (Caballero, 2003, p. 143).

Venezuela después de la insurrección del 23 de enero de 1958, tenía una retórica pacifista y unitaria. Arturo Uslar Pietri en el artículo que escribió después de aquel día comenta: “No fue éste un movimiento de un partido, ni de un grupo, ni de una clase, no tuvo ni siquiera un comando central reconocido. Fue más bien un movimiento de combustión espontánea, como la reacción de un organismo sano contra un veneno para expelerlo, lo que creó esta maravillosa, inesperada y súbita unidad” (cp. Caballero, 2003, p. 143).

Las tendencias electorales en Caracas apuntaban hacia Rómulo Betancourt (Presidente de Venezuela entre 1959 y 1964), venciendo a Wolfgang Larrazábal, el candidato por la Unión Republicana Democrática (URD) y el partido comunista, y a Rafael Caldera (Presidente de Venezuela entre 1969 y 1974 y luego entre 1994 y 1999), candidato de Copei. Pero no era esto lo que comenzaba, no era un

candidato, no era la presidencia de Betancourt, era la democratización del sistema político venezolano.

No se trata sola de cambios políticos, ni económicos, ni sociales, ni culturales tomados cada uno por separado, sino que se trata de todos ellos, en cierta forma emulsionados; la incorporación de cuyos elementos se dará al correr de los años sesenta y el todo tendrá como resultado un país muy diferente no solo al que le precedió en lo inmediato, sino a cualquier otro de los que han existido en el curso de su historia (Caballero, 2003, p. 147).

El Pacto de Punto Fijo si bien delinea los horizontes de un régimen político que avanza en la institucionalidad del Estado democrático en Venezuela, excluye a las dinámicas, las posturas políticas de izquierda y los partidos políticos del mismo. La izquierda venezolana se venía desarrollando con fuerza desde el año 1936 en el seno de todo el movimiento popular y fundamentalmente en la clase obrera. También es importante destacar que este período dejó centenares de muertos y hubo represión, fundamentalmente en los gobiernos de Betancourt y Raúl Leoni (1964-1969).

Sin embargo, Venezuela pasó de los caudillos a los partidos políticos. La consecuencia más inmediata es la que comúnmente se señala: la instauración de un régimen democrático caracterizado por la libertad de expresión, el libre juego de los partidos políticos (aunque fue el especial dominio de los más grandes), un mayor equilibrio entre los poderes públicos y la preocupación por los Derechos Humanos (cabe destacar, no siempre fueran respetados). Después de 1958, el bipartidismo y la polarización al momento de las elecciones, prevalecían en el ambiente, pero la presencia y actuación de Acción Democrática y Copei fue debilitando, deteriorando y desprestigiando a los partidos políticos de Venezuela.

El predominio del Estado a partir de 1973 en la economía venezolana y la creación de la empresa de petróleo nacional, PDVSA, acentuó el carácter estatista en Venezuela. El Estado no solo estaba presente como empresario, sino también regulaba la economía, siempre respaldado por los ingresos petroleros. La principal

industria del país, la petrolera, de la cual dependía todo el resto, fue estatizada en los años setenta (Caballero, 2003, p. 149).

A partir de 1989, durante la segunda presidencia de Carlos Andrés Pérez (1989-1993), se propone un nuevo modelo económico que fue catalogado como “neoliberal”. Trató de desmontar el aparato Estado-empresario que rigió a Venezuela durante tantos años. Pero los efectos de esta nueva política iban a ser a largo plazo. Al comienzo, la inflación -que ya venía incrementándose- iba a dar la batalla, y así fue. La crisis social que llevaba tiempo gestándose, finalmente había estallado; el 27 de febrero de 1989 una serie de protestas y saqueos se apoderaron de las calles como respuesta a la coyuntura económica que vivía Venezuela. Ese día fue conocido como “El Caracazo”. El viejo modelo estaba desgastado, pasaron cuatro décadas en las cuales los dos partidos políticos tradicionales se turnaban la presidencia. Venezuela estaba cansada y buscaba el cambio que no le podían ofrecer ni los adecos (Acción Democrática) ni los copeyanos (Copei).

Finalmente, una ola de escepticismo pareció haber ganado en el país. La inflación trajo la ruina de las clases medias:

Y como lo señalará Alan Bullock en su análisis de la situación alemana en los años treinta, es un fenómeno que produce efectos psicológicos asimilables a un terremoto: la gente siente que el piso se le mueve por una fuerza que no puede controlar, y tiende entonces a buscar soluciones mágicas. Es el momento soñado por los milagrosos, por los embaucadores sociales (Caballero, 2003, p. 178).

Chávez y la Academia Militar

Hugo Chávez nace el 28 de julio de 1954. Es el segundo de seis hermanos, todos varones. Su madre, Elena Frías de Chávez, reconoce que en aquel momento lo único que hacía era “puro tener familia”, consideraba que ese era su trabajo. La situación de la familia era precaria y los hijos solo aumentaban. Rosa Inés Chávez, la madre del papá de Chávez, aparece en el plano para ayudar a cuidar a sus

nietos. La abuela cocinaba dulces de lechosa (papaya) y Hugo, un niño para entonces, salía a venderlos. La casa de sus padres y su Abuela Rosa Chávez se encontraba en la urbanización Juan Antonio Rodríguez Domínguez, estado Barinas. Fueron las primeras familias que poblaron el lugar de humildes casas de aquel pueblo de 60 mil habitantes (Marcano y Barrera, 2004, pp. 36-37).

Los cinco años que dura el bachillerato en Venezuela, Vladimir, Federico, Jesús y Chávez, el cuarteto -los mejores amigos de Hugo de la infancia-, como los llamaban, se encargaron siempre de organizar partidas de béisbol en la plaza del pueblo. Por la influencia de su padre, Hugo de los Reyes Chávez, el deporte aficionó a Chávez desde pequeño, era un lanzador zurdo que soñaba con ser un gran pelotero como su ídolo el jugador de las grandes ligas Isaías Látigo Chávez.

Durante toda su niñez y adolescencia, Chávez, estuvo muy influenciado por José Esteban Ruiz Guevara, un vecino que poseía una enorme biblioteca llena de libros como *El capital* de Marx y obras de Lenin. En el Liceo O'Leary, comienza a relacionarse con Rafael Simón, un joven que organizaba grupos de la Juventud Comunista en los que Chávez comienza a participar. También leía todo lo que le caía en las manos, pero no era cualquier cosa, era aquello que Ruiz Guevara le recomendara. Fue su primer faro político. Le insinuaba que leyera a Carlos Marx, al barinés Napoleón Sebastián Arteaga, uno de los ideólogos de la Revolución Federal (1840-1850) y por supuesto, a Ezequiel Zamora, el máximo líder del federalismo venezolano (y el que se convertiría en uno de los íconos de Chávez). Marcano y Barrera exponen que la biblioteca de Ruiz Guevara fue una fuente de alimento para Hugo Chávez y el pensamiento bolivariano. El pensamiento de Bolívar y su interés por la política lo encontró en aquella casa. Pasaron horas debatiendo sobre Bolívar y Marx (Marcano y Barrera, 2004, pp. 59-60).

José Esteban Ruiz Guevara en *Hugo Chávez sin uniforme* asegura que “él no entró al ejército catequizado, el Partido Comunista no influyó nada en eso. Indudablemente, ya llevaba una formación política, no hay duda, y llevaba metido

en la cabeza la función constructiva del Ejército Rojo” (Marcano y Barrera, 2004, p. 60).

El 8 de agosto de 1971 ingresa un grupo de casi ochenta muchachos a la Academia Militar. Uno es particularmente flaco, el aspirante a cadete Hugo Rafael Chávez Frías. Soñó toda su vida con convertirse en un jugador profesional de béisbol, pero esas ilusiones ya estaban desvaneciéndose. Tiene 17 años y se convertirá junto a sus compañeros en la primera promoción con un nuevo programa académico que los convertiría en Licenciados en Ciencias y Artes Militares, serían los primeros en la historia de las Fuerzas Armadas.

Chávez en su camino por la Academia Militar fue una persona que se ganó el respeto y el aprecio de sus superiores. Siempre contó con grandes condiciones de liderazgo. Durante los primeros días, en esta nueva etapa, lo acompañó una lectura, el ejemplar de *El diario del Che Guevara* (Marcano y Barrera, 2004, p. 63).

El árbol de las tres raíces

Ezequiel Zamora, unos consideran que fue uno de los personajes más interesantes de su tiempo, ya que vieron en él al precursor del socialismo en Venezuela. Zamora se propuso una revolución que consistía en repartir las tierras del país que él consideraba que dos clases sociales las acaparaban cuando eran tierras cultivables. La Guerra Federal fue una respuesta a lo que creyeron como una “injusticia social”, pero antes de cumplir su revolución, fue asesinado.

Trombetta (2000) expone que fue posible que el guerrero tuviera acceso a bibliografía que tratase sobre temas de socialismo, pero no existen huellas de esa ideología en sus proclamas o discursos de la época:

Zamora fue en realidad un líder popular, con intenciones fulgurantes y pensamiento pobre, que supo transformar una insurrección política en una guerra social. Gracias a Zamora, la Federación cambió de significado y se convirtió en una bandera de reivindicación popular. Es sin embargo difícil, para la Venezuela que está por entrar en el siglo XXI, obtener respuestas válidas en el pensamiento de Zamora. Pero es

posible que la vida y la forma de ser del 'Valiente Ciudadano' hayan entusiasmado al Comandante Chávez. (...) Lo describe Laureano Vallenilla de la siguiente manera: Era un fanático y como tal probo y desinteresado. Propúsose consustanciarse con el pueblo en sus costumbres, manera y modo de hablar: por eso los goo, los colorá'os, y soltaba a cada paso, expresiones vulgares que la tropa oía con gusto. Comía con los soldados y los quería, los amaba y era amado por ellos (Tarre, 1994, p. 182; cp. Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio?*).

Jesús Urdaneta, Felipe Acosta, Raúl Baduel -compañeros de la Academia Militar- y Hugo Chávez consideraban que debía haber un cambio en el país, y ese cambio solo llegaría con ellos, junto a su líder (Hugo Chávez). El 17 de diciembre de 1983 se reúnen a la 1 de la tarde en el cuartel de La Placera en Maracay, los cuatro amigos oficiales -en aquel entonces- que solían verse para hablar como de costumbre sobre el pensamiento de Bolívar y la justicia social que debía existir en Venezuela.

Chávez comienza citando a José Martí¹⁴ (1853-1895) “¿Cómo vería Bolívar, si viviera la forma como se está conduciendo el país?, ¿nos reclamaría que no hayamos alcanzado aún su sueño?” Acosta sugirió una carrera. Los cuatro llaneros comenzaron a correr sin detenerse hasta el Samán de Güere, un árbol célebre porque Bolívar solía descansar bajo su sombra. Comenzó un ritual simbólico, tomaron unas hojas y “promovidos por el presidente parafraseamos el juramento del Monte Sacro y manifestamos que no íbamos a ser cómplices por omisión o comisión de todo ese estado de cosas que veíamos en el país” (Harnecker, 2003, p. 194; cp. Marcano y Barrera, 2004, pp. 89-91).

Juro por el Dios de mis padres, juro por mi patria, juro por mi honor, que no daré tranquilidad a mi alma ni descanso a mi brazo hasta no ver rotas las cadenas que nos oprimen y oprimen al pueblo por voluntad de los poderosos. Elección popular, tierras y hombres libres, horror a la oligarquía.

Repitieron en coro estas palabras. Basado en el pensamiento y la praxis de Simón Bolívar el Libertador, Simón Rodríguez quien fue su mentor, y Ezequiel Zamora el federalista.

¹⁴ Político y escritor cubano.

Marcano y Barrera, exponen cómo el ritual de 1983 en el Samán de Güere evidencia el esfuerzo de Chávez por coincidir los hitos de su vida con fechas históricas. Ese día juran rescatar los valores de la patria y dignificar la carrera militar.

Arenas y Calcaño (2004) explican en su artículo *Los Círculos Bolivarianos. El mito de la unidad del pueblo*, que no por casualidad la promesa de cambio que ofrecieron nació en el emblemático año 1983. Este fue un año en el cual la crisis económica comienza a mostrarse. Asimismo, también fue el año en el cual el país celebró el bicentenario del nacimiento de El Libertador. El juramento del culto Bolivariano del samán de Güere “será el altar donde se celebre el juramento que disparará la aventura golpista”. (Recuperado el 28-09-2016 de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/24859/2/articulo1.pdf>).

El nacionalismo de Hugo Chávez buscó sus raíces en tres hombres y tres modelos filosóficos: Simón Bolívar, el líder por el cual nace el bolivarianismo, Simón Rodríguez, el maestro, que parte de un modelo Robinsoniano y Ezequiel Zamora, el guerrero y el Zamoranismo.

“Por fin, sí hay condiciones”

El 27 de febrero del año 1989, el aumento de los pasajes de transporte público origina algunos disturbios en Guarenas.¹⁵ Luego se esparcen a los sectores populares que comenzaron a atacar los comercios en las calles. En cuestión de horas la capital es una ciudad devastada por los saqueos. Los sectores populares arrasaron con todo a su paso. El presidente CAP -como lo conocen en Venezuela- decide enviar al ejército para controlar los disturbios e impone un toque de queda. “Las muertes, conservadoramente calculadas en casi cuatrocientas, fueron en su gran mayoría de gente pobre, vecina de la capital”. (Recuperado el 28-09-2016 de: http://www.cs.usb.ve/sites/default/.../m_l%c3%b3pez_maya_del_viernes_negro_al_rr.doc).

¹⁵Zona ubicada a media hora de Caracas, la capital.

Margarita López Maya (2006) en su libro *Del Viernes Negro al Referendo Revocatorio*, explica que *El Caracazo* “fue una protesta masiva y violenta ejercida por una sociedad que no contaba con canales idóneos para hacerse escuchar y ser atendida por las instancias de poder”. (Recuperado el 28-09-2016 de: http://www.cs.usb.ve/sites/default/.../m_l%c3%b3pez_maya_del_viernes_negro_al_rr.doc).

Chávez quedó convencido que *El Caracazo* sensibilizó a muchos militares, especialmente a los más jóvenes, porque fueron los que vivieron el terror de cerca. Luego de estos hechos, oficiales de la guardia de Carlos Andrés Pérez, se le acercaron para unirse a la conspiración. La espera que Chávez tanto aguardó, estaba llegando a su fin, las circunstancias para su golpe se estaban dando. “Por fin, sí hay condiciones, habría podido escribir en su diario” (Marcano y Barrera, 2004, p.100).

Diciembre fue un mes turbado, muchos capitanes querían dar el golpe por esas fechas; amenazaban con alzarse respaldados por el partido de izquierda Bandera Roja si no fijaban una fecha lo más pronto posible. Primero surgió que podrían aprovechar el 10 de diciembre con el desfile del día de la Fuerza Aérea, luego lo corrieron para el 16 y por último lo alargaron para Navidad. Para febrero de 1992, Hugo Chávez apenas puede dormir. Fuma como loco y no deja de imaginarse con su uniforme de campaña y su boina roja de paracaidista ladeada. “El domingo 2 de febrero, cerca de la media noche recibe una llamada desde palacio. Un contacto le informa, en clave, la fecha y hora de la llegada al país del presidente Carlos Andrés Pérez, quien se encontraba en Europa. El comandante mira su reloj. Comienza entonces la cuenta regresiva (Marcano y Barrera, 2004, p. 110).

4F

En la madrugada del 4 de febrero de 1992 en Venezuela estalla una asonada militar. Un grupo de paracaidistas, comandados por el teniente coronel Hugo Chávez, intentaron tomar La Casona y el Palacio de Miraflores, pero el presidente de la República estaba regresando del Foro Económico de Davos en Suiza.

Estando en el aeropuerto internacional Simón Bolívar de Maiquetía se le informa de la situación y escapa por un túnel trasero, llegando a la estación de televisión en la cual podía resguardarse y al mismo tiempo dirigirse al país (Caballero, 2003, p. 181).

Son las 10:10 de la noche. Lunes 3 de febrero de 1992. Pérez pisa tierra y, en medio de su somnolencia, le sorprende ver al general Fernando Ochoa esperándolo.

(...) A esa hora, en Maracay, Hugo Chávez está más despierto que nunca. Y fuma como no ha fumado nunca. Con el cabo de un cigarrillo enciende el próximo. Le toca activar la "Operación Zamora". Él mismo lo ha decidido ese lunes en la madrugada. (...) Ha dado ya la orden para que unos 460 efectivos, del batallón de paracaidistas que comanda, aborden una docena de autobuses alquilados que los conducirán al estado llanero Cojedes, donde tienen previsto un entrenamiento. Al menos, eso creen los conductores y los 440 alistados. (...) Salen pues, conspiradores y acarreados, de la base aérea Libertador aproximadamente a las 11 de la noche. Han rodado apenas unos minutos cuando el comandante Chávez, que va en un vehículo delante de los autobuses, sorprende al conductor al ordenarle que se desvíe hacia Caracas. El chofer le reclama, en el tono altanero de los venezolanos, que ese no es el destino acordado y Chávez firme y sin pestañar, le dice que hay disturbios en la capital y que se trata de una orden. Deben ir para allá. Su coartada no resulta improbable. En los tres primeros años de gobierno se han registrado 120 marchas y 46 huelgas en todo el país, según un balance del diario El Universal. Y hace apenas tres días que la policía ha amenazado con intervenir en la Universidad Central de Venezuela (UCV) ante los sostenidos disturbios estudiantiles. El presidente Pérez navega aguas encrespadas: 81% de la población le ha perdido confianza y, aunque todavía la mitad de los venezolanos dice sentir respeto hacia su figura, 57 por ciento desea un nuevo gobierno. Para entonces, hay ruido de sables. La mitad de la población rechazaría un golpe, pero un significativo tercio lo apoyaría. Había pues un cierto conjuro. La posibilidad de un golpe de Estado fue incluso sondeada por la firma Mercanálisis en un estudio, divulgado el 27 de enero. ¿Usted diría que los militares se prestarían o no para un golpe? 31 por ciento acertaba, 59 por ciento se equivocaba con un no rotundo, y 10 por ciento no sabía. En esta última franja estaba, probablemente, el propio Carlos Andrés Pérez. Arrullado por el familiar sonido de las ranas y los grillos que pueblan los jardines tropicales de Caracas, el Presidente ronca en su habitación de La Casona. Faltarán unos 10 minutos para que el calendario de su despertador marque 4 de febrero. (...) Mientras tanto, Hugo Chávez está a punto de llegar a su destino: el Museo Histórico Militar en La Planicie —a menos de 2 kilómetros de Miraflores, a menos de 2 kilómetros del Presidente—. (...) Pérez sabe que debe salir lo más pronto posible. ¿Pero, adónde? Y se dice: "yo debo hablar por televisión para dominar esto". Comienza a evaluar entonces con sus colaboradores cuál de los tres canales comerciales será más seguro y terminan decidiéndose por Venevisión, propiedad del magnate Gustavo Cisneros.

(...) Chávez, quien todavía no destapa su juego, espera verse a sí mismo en pantalla haciendo un llamado a los venezolanos para que se unan a la sublevación. Es parte del plan. Una docena de efectivos tenía la misión de tomar el canal estatal y transmitir su proclama grabada en video VHS. (...) De pronto en lugar de su propio rostro aparece un Carlos Andrés Pérez despeinado y desencajado, anunciando al país que hay una asonada, que unos “facinerosos” pretenden acabar con la democracia, y que la acción está destinada al fracaso.

Todas las miradas se clavan entonces en el comandante. “Sí, este es un golpe de Estado y ustedes están rodeados”, Chávez reacciona, alzando la voz reciamente para intimidar a los oficiales destacados en el museo. “Entreguen las armas, porque si no, comenzará la matazón entre nosotros mismos”. (...) Una rara sensación de fracaso flota sobre la noche (Marcano y Barrera, 2004, pp.111-119).

A la mañana siguiente Venezuela amanece conmocionada ante los hechos. El asalto a Miraflores fue un fracaso y los conductores de los tanques caminaban entre heridos y muertos, rumbo a su destino, la cárcel. Entre la confusión y el caos, no sabían a ciencia cierta lo que había sucedido. Thays Peñalver en su libro *La conspiración de los 12 golpes* narra que Chávez negoció su rendición y los términos, y se le permitió dirigirse a la nación. No sabían que una frase quedaría en la memoria de los venezolanos para siempre, y que los medios de comunicación titularían en cuatro ediciones extraordinarias en primera página: “Se rindió el jefe de los golpistas” (2015, pp. 240-242).

Era apenas el comienzo...

Hugo Chávez estaba a punto de convertir un golpe de Estado en el mejor spot publicitario de la época. Horas antes creyó que todo estaba perdido, expresó incluso que la rendición era peor que la muerte. Tantos años de conspiración se habían reducido a la pérdida de aquella promesa del año 1983, cuando Chávez es informado que debe transmitir un mensaje para Venezuela. Explica que no quiere que sea en directo e incluso les advierte: “Le pueden grabar en un salón y editarle una versión”. Sin embargo, deciden hacerlo sin edición previa (Marcano y Barrera, 2004, pp. 124-125).

Llaman a los periodistas de las televisoras para que comiencen a grabar el mensaje. El comandante Hugo Chávez aparece frente a las luces con su traje de paracaidista y su boina roja, y suelta 169 palabras en un minuto y un poco más:

Primero que nada quiero dar buenos días a todo el pueblo de Venezuela, y este mensaje bolivariano va dirigido a los valientes soldados que se encuentran en el Regimiento de Paracaidistas de Aragua y en la Brigada Blindada de Valencia. Compañeros: lamentablemente, **por ahora**, los objetivos que nos planteamos no fueron logrados en la ciudad capital. Es decir, nosotros, acá en Caracas, no logramos controlar el poder. Ustedes lo hicieron muy bien por allá, pero ya es tiempo de reflexionar y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse definitivamente hacia un destino mejor. Así que oigan mi palabra. Oigan al comandante Chávez, quien les lanza este mensaje para que, por favor, reflexionen y depongan las armas, porque ya, en verdad los objetivos que nos hemos trazado a nivel nacional es imposible que los logremos. Compañeros: Oigan este mensaje solidario. Les agradezco su lealtad, les agradezco su valentía, su desprendimiento, y yo, ante el país y ante ustedes, asumo la responsabilidad de este movimiento militar bolivariano. Muchas gracias (Marcano y Barrera, 2004, pp. 125-126).

El mensaje es transmitido sin edición. La frase “*por ahora*” sería repetida una y otra vez hasta quedar en la consciencia de los venezolanos. “De esta forma el célebre ‘por ahora’ permitió una duda sobre el futuro y con ello la posibilidad de ejecutar un próximo golpe” (Peñalver, 2015, p. 242). El anonimato de Hugo Chávez sería cosa del pasado. Su historia y la de Venezuela acababan de cambiar para siempre.

El saldo de la rebelión fue de 20 muertos (1 capitán, 2 subtenientes, 2 cabos, 9 soldados, 4 policías, 1 sargento y 1 un civil) y decenas de heridos. Cifras del registro de la periodista venezolana Ángela Zago (cp. Marcano y Barrera, 2004, p. 127). En 1998, Chávez daría un discurso refiriéndose a las bajas militares:

El 4F hubo 14 muertos. Menos muertos que cualquier fin de semana en Caracas, menos muertos que los niños que se mueren de hambre en Venezuela en un mes. De manera que yo cargo mi violencia, los demás que respondan por su propia violencia. Yo nunca la he evadido (...) ¿Tienes las manos manchadas de sangre?, me dijo alguien. Sí, las manos y todo yo soy sangre, de aquí hasta allá abajo... (Blanco Muñoz, 1998, p. 550; cp. Marcano y Barrera, 2004, pp. 127-128).

Cómo salir del laberinto

El destino de los golpistas fue la prisión Cuartel San Carlos en Caracas, ubicado casi en frente del Panteón Nacional, lugar donde reposan los restos de Simón Bolívar. Chávez en la cárcel era un hombre solitario, pero en aquella soledad, como expone Peñalver (2015) se fue construyendo el “Movimiento Bolivariano”. Su fama crecía, cientos de hombres y mujeres –buena parte de la extrema izquierda– hacían colas para verlo. Visitaban a “un héroe que en los periódicos era enaltecido ante las masas que comenzaban a idolatrar a una simple ilusión” (pp. 261-262).

Desde los primeros días en la cárcel, Chávez continuó con la devoción y el culto absoluto a Bolívar. Para Hugo Chávez este personaje era el camino, la salvación y la fuente verdadera de la venezolanidad. En una entrevista para el periódico *La Nación* de Argentina, Chávez explica: “Lo que nosotros planteamos es retomar la idea originaria, bajo cuya égida naciera nuestra República. La idea de Simón Bolívar. No necesitamos estar copiando modelos de otras latitudes (...) Bolívar tenía una visión pluripolar del mundo” (Marcano y Barrera, 2004, p. 149).

Activó todo el sentido de rescate del héroe a quien los venezolanos, con estos gobiernos corruptos, supuestamente habían traicionado. Chávez repotencia el mito, revitaliza la función de juez y de censor que tiene el símbolo y se apropia de su función esperanzadora, de gesta emancipadora. Puso de nuevo un paraíso en el futuro (Marcano y Barrera, 2004, p.148).

En aquel entonces, Chávez junto a los sublevados en la cárcel, escriben un documento que pasaría a convertirse en manifiesto: *Cómo salir del laberinto*. Se basaron en el libro favorito de Chávez *El General en su laberinto*. Obra escrita por Gabriel García Márquez (1989) cimentada en Simón Bolívar. El documento planteaba propuestas y soluciones para Venezuela y la crisis en la muchos consideraban se encontraba en aquel momento. La figura del Libertador se fortalecía, renacía a medida que el proyecto de Chávez avanzaba. El bolivarianismo progresaba: Chávez es liberado de prisión el 26 de marzo de 1994.

¿Cómo llegaron al poder?

El éxito del Nacionalsocialismo (1933)

La intensa campaña electoral de 1928 para las elecciones del Reichstag, dio escasos resultados en toda Alemania. En Berlín apenas pasaron del 1 por ciento de los votos. Sin embargo, “el parlamento no había sido el objetivo principal. El objetivo había sido la visibilidad política, la fe de vida que se ha dado en la propaganda en todas las direcciones, en el escándalo, en la lucha, en la injuria, en las promesas” (Gallego, 2007, pp. 196-197).

Para Frietsche (1998) existía una clara relación entre la Gran Depresión estadounidense y el crecimiento del nacionalsocialismo. Sin la crisis agraria en Alemania, consecuencia de la crisis mundial que generó la Gran Depresión, millones de alemanes no hubiesen estado desempleados por períodos tan largos –entre dos y más años-. El autor expone que sin el deterioro de la economía, imaginarse al nazismo y a Hitler en el terreno político era difícil, y aún más difícil, verlos atacando con la fuerza y velocidad con la que lo hicieron a partir de 1929 (p. 154).

El gobierno intentó detener la inflación y el desempleo decretando medidas de emergencia, pero ya los ciudadanos no creían en ellos. Se había perdido la confianza en los líderes y las instituciones. Los alemanes estaban a la espera de nuevos jefes que guiaran la nación. En 1930 ya se había perdido la credibilidad en los partidos políticos y los alemanes acusaban al gobierno de corrupción y malversación de fondos (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio*

Recuperado el 23-04-2016 de:
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>).

En 1930, el triunfo del Nacionalsocialismo era un hecho para sorpresa de muchos. El partido nazi había obtenido más de 6.400.000 votos, y fue así como pasó a ser la segunda fuerza política en el parlamento, con un total de 18.3 por ciento del total de votos. Superando en popularidad al Partido Demócrata Alemán, el Partido Nacional del Pueblo Alemán y el Partido del Pueblo Alemán, que entre todos, apenas lograron un 15.3 por ciento de los votos de las elecciones parlamentarias (Abel, 1999, p. 92).

El triunfo del Nacionalsocialismo se debió en gran medida a las palabras que escucharon los alemanes de ellos, fueron las correctas en el momento indicado y los nazis lo sabían. Sabían lo que querían escuchar en un momento de crisis para el país. El NSDAP fue un vehículo para escuchar las frustraciones y las afinidades de la población.

Los nacionalsocialistas aceptaban a alemanes de cualquier clase social, si había obreros entre sus filas era mucho mejor. Estaban entre el pueblo, con el pueblo y para el pueblo. Lo que no podían aceptar bajo ninguna circunstancia era el ingreso de un judío. Movilizarse junto al pueblo hacía creíble el hecho de que cuando Hitler hablara ante sus seguidores -y los próximos a serlo- sobre lo que padecían los alemanes comunes, él decía que entendía sus angustias (Frieztsche, 1998, pp. 189-194).

Para aquel entonces el mensaje de la propaganda estaba dedicado a mejorar la calidad de vida. La propaganda nazi hacía ver a Hitler como el mesías, el salvador que la nación necesitaba con premura, y que el NSDAP reconstruiría un país destruido y “avergonzado” luego de la paz de Versalles. Pero resolver la crisis no era menester, ganar el apoyo de los obreros, sí. Cada alemán, mientras no fuese judío, iba a tener su lugar junto al Nacionalsocialismo. Era un populismo que prometía una identidad social, sin embargo, los “grandes capitalistas judíos” no lograrían formar parte de ella (Frieztsche, 1998, p. 201).

***Arbeit and Brot* (Trabajo y Pan)**

En 1932, se acercaban las elecciones de julio, el eslogan de los nazis era “*Arbeit and Brot*”. El pueblo exigía un cambio, y el cambio era en contra del gobierno de ese momento. Los nazis hicieron eco de esto y decían también que la lucha era en contra del capitalismo y del Estado. Prometieron comida para todos y Hitler dejó a un lado sus ideales para hacer caso al deseo de la población de “romper con las clases sociales”.

Para el pueblo alemán, los nazis estaban del lado de “*la justicia social*”. Era la sensación que les producían los nacionalsocialistas y su respuesta no era desde la razón, si no que era completamente emocional. Sentían que el país cambiaría, que habría una completa renovación de Alemania. El Nacionalsocialismo tuvo éxito porque combinó sentimientos nacionalistas con la justicia social que merecía el pueblo (Frieztsche, 1998, p. 203).

Ian Kershaw, citado por Adriana Trombetta (2000), expone que a pesar de muchos no haber estado de acuerdo con el pensamiento de Hitler y no haber votado por él, entre la opinión pública se hacía evidente “una profunda hostilidad hacia el sistema democrático fallido y una creencia de que hacía falta un liderazgo fuerte y autoritario para recuperar al país, aunado a un sentimiento generalizado de que Alemania fue tratada injustamente en Versalles”.

Para Frieztsche la mayoría de la población que votó por Hitler en 1933, no entendía el marcado antisemitismo de Hitler. Los prejuicios hacia los judíos estaban marcados en Alemania y en Europa, pero los alemanes no sufragaron a favor de la intolerancia racial que el autor cuenta existía previamente en ellos, sino hacia la promesa de un futuro próspero y grandioso en el cual el desempleo y las clases sociales no existieran, ese fue el motivo principal que los impulsó a votar por el Nacionalsocialismo (1998, pp. 208-209).

El Nacionalsocialismo llega al poder

En 1932, el poder de la República de Weimar estaba en manos de Franz von Pappen, Paul Hindenburg y Kurt von Schleicher. El periodo de 1930 hasta 1932 se caracterizó por la violencia perenne en las calles. El número de seguidores del nazismo aumentaba, pero también los del marxismo, y si persistían los problemas podría llegar a convertirse en una guerra civil. La lucha era entre los comunistas y los nazis, era literalmente una batalla. Existían comandos armados que estaban bien entrenados. Matar al enemigo era la prioridad, en el caso de los nazis aniquilar a los comunistas y, en el caso del Frente de Hierro, aniquilar a los nazis. La única forma de no llegar a una guerra civil, era dándole la cancillería a Hitler. Los nacionalsocialistas no se rendirían hasta ganar la batalla (Abel, 1999, pp. 99-105).

Hitler deseaba ser canciller con poderes presidenciales. Los nazis se habían convertido en el partido más fuerte del *Reichstag*. No hubo elecciones, el parlamento no votó por Hitler, y eventualmente el Reichstag dominado por él adoptó la Ley Habilitante.

El 30 de enero de 1933 Paul von Hindenburg nombró a Hitler canciller. Si la ley de plenos poderes, se llegase a aplicar de forma despiadada y autoritaria, no le daba a Hitler el rol de Canciller, tendría la capacidad de ejercer constitucionalmente a partir de ese momento un poder dictatorial y sin objeciones legales, sin el consentimiento de otros partidos, y así fue. Lo primero que hizo Hitler fue culpar a los comunistas por el incendio del Reichstag. Ejecutó un decreto que suspendió varias libertades civiles, legalizó el modelo nazi expandiendo la autoridad de su gabinete, eliminó la libertad de prensa, y ordenó el arresto de varios comunistas y socialdemócratas. (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio* Recuperado el 23-04-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>).

Sin adversarios en su camino, la Ley Habilitante se facilitaría. Hitler necesitaba las dos terceras partes del parlamento de su lado, por eso disolvió el congreso y

realizó una nueva elección. Hitler obtuvo la Ley Habilitante. Comenzó por ilegalizar a los otros partidos, estableció sus propias leyes antisemitas y construyó los campos de concentración. (Trombetta, 2000, *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio* Recuperado el 23-04-2016 de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>).

Finalmente, la elección del lugar en el cual Hitler daría su discurso luego de ganar las elecciones, fue sumamente importante y significativo. Se eligió la iglesia de la guarnición *Postdam* el 31 de marzo de 1933, con motivo de la ceremonia de inauguración de los trabajos del nuevo Reichstag, o sea 3 meses después de su nombramiento como canciller del Reich y 1 después del incendio del Parlamento (3-1). Para Poizat Hitler era una persona supersticiosa y creía que tenía un destino escrito (2003, pp. 172-173).

Hitler utilizaría los mítines de Núremberg para reiterar y explayarse en puntos de la ideología nazi, y para anunciar todas las políticas de su partido. El 15 de septiembre de 1935, Hitler estableció la base para las leyes raciales de Núremberg, dijo que “eran exclusivamente elementos judíos los que agitaban conflictos entre los pueblos y su desintegración interna” (Herf, 2008, p. 61).

El fin de la Cuarta República (1998)

Los adecos, como se le conoce a los socialdemócratas de Acción Democrática, gobernaron durante cinco períodos; y los copeyanos, como se les conoce a los socialcristianos de COPEI, los cuales gobernaron en tres oportunidades desde el año 1958. Para 1998, este modelo bipartidista confronta una crisis extrema. La cárcel fue la etapa de consolidación del Movimiento Quinta República (MVR) y el lanzamiento público de Hugo Chávez. La nueva estrella le ofrecía al país acabar con “cuarenta años de democracia corrupta”. Ese fue el gran tema de su campaña política: *arrasar con el pasado*. El puntofijismo había muerto.

La popularidad que ganó durante su tiempo en la cárcel le dio condiciones para postularse a las elecciones presidenciales del año 1998. El general retirado Alberto Müller Rojas sería su jefe de campaña -aunque luego cambiarían al dominicano Rafael Céspedes-. Los partidos políticos que apoyaban la candidatura de Hugo Chávez para aquel entonces, y que también conformaban el Polo Patriótico, eran el Movimiento Quinta República (MVR), organización que fue fundada por Chávez, el Movimiento al Socialismo (MAS), Patria para Todos (PPT), Partido Comunista de Venezuela (PCV) y, el Movimiento Electoral del Pueblo (MEP). Todos eran partidos de izquierda pequeños que se unieron a partir de la figura del candidato. Marcano y Barrera cuentan que con la popularidad y el talento comunicativo de Chávez, se logró capitalizar las ansias de la población de un cambio: “Generó a su alrededor la idea de que su elección, en sí misma, ya era una fractura de la historia, una transformación” (2004, pp. 47-48).

Marcano y Barrera, en *Hugo Chávez sin uniforme* evidencian que:

No puede haber duda sobre la forma en que, tan rápidamente, en apenas 40 años, el proyecto civil y democrático del país se pervirtió, se corrompió y dejó al desnudo una crisis trépidamente en todos los espacios y las instituciones de la sociedad: la economía, la representatividad política, la impartición de justicia (2004, pp. 43-44).

Hasta el 23 de enero de 1998, Chávez no había aparecido en los medios de comunicación. Los demás partidos políticos se dedicaron a sacar actos de corrupción, perjudicándose los unos a los otros. Peñalver considera que en realidad no hacía falta una campaña política por parte de Chávez, ya los demás partidos se estaban hundiendo solos: “De hecho viéndolo en retrospectiva, parecía el más serio de todos los candidatos” (2015, p. 302). Durante los primeros 22 días de enero, se ventilaron 51 denuncias de corrupción entre los militantes y líderes de los partidos políticos. Para Peñalver, Chávez no necesitaba de una campaña para ganar las elecciones de 1998 (2003, p. 302).

Por otro lado, Juan Barreto, periodista y sociólogo venezolano muy unido a Chávez durante todo su mandato, sostiene que: “El país tenía expectativas hacia

Chávez porque era quien se había enfrentado de manera frontal a las formas simbólicas del poder político: el gobierno central y Carlos Andrés Pérez, quien para ese momento encarnaba la imagen de la corrupción”. Aunque considera que Chávez a veces resultaba muy belicoso en sus discursos, su propensión era utilizar palabras guerreras y fúnebres, constantemente utilizaba la palabra muerte. Su discurso era una constante crítica hacia lo que se había hecho en el pasado. Sabían que necesitaban un cambio y empezaron a “suavizar” su imagen (cp. Marcano y Barrera, 2004, pp. 46-47).

El 24 de julio, la fecha en que se celebra el natalicio de Simón Bolívar, inscribió su candidatura ante el Consejo Nacional Electoral: “Que todo el mundo se entere de que en Venezuela ya está en marcha una verdadera revolución social” (El Nacional, 24 de julio de 1998; cp. Marcano y Barrera, 2004, p. 47).

Llega la Revolución

Se habían escrutado el 64 por ciento de los votos la noche del 6 de diciembre de 1998, la tendencia era irreversible. Hugo Chávez había ganado con el 56 por ciento del electorado, mientras que el otro candidato, Henrique Salas Römer –que aglutinaba a todos los partidos políticos tradicionales- apenas alcanzaba un 39 por ciento. El hombre que seis años atrás había querido llegar al poder con un golpe de Estado, era ahora elegido presidente de manera democrática.

Chávez tenía 44 años y era el nuevo presidente de Venezuela. Invoca la insurrección del Libertador Simón Bolívar, promete acabar con la corrupción, democratizar el petróleo y promueve el sueño de un país sin pobres. La revolución de Hugo Chávez había comenzado (Marcano y Barrera, 2004, p. 31).

El país despertaba la mañana del domingo 7 de diciembre esperanzado, ese era el sentimiento mayoritario:

Súbitamente, una buena parte del país que se vestía tradicionalmente de verde o de blanco, los colores de los partidos tradicionales, cambió de color para disfrazarse masivamente de rojo (...) Y la gente comenzó a copiar todo lo que podía, desde el

“Patria, socialismo o muerte, venceremos” hasta los grafitis y gigantografías de la Cuba de Fidel. Castro llegó a Caracas a darle la bendición a la nueva constitución y luego del discurso propio de celebración partió hacia La Casona, la residencia privada del Presidente (Peñalver, 2015, p. 320).

Hubo mucho voto castigo, el mensaje era claro: la democracia entendida como la entendían las élites del país, ya no era una promesa confiable. Incluso aquellos que no votaron por Chávez, deseaban un cambio. Otros, simplemente dejaron de votar porque no se identificaban con ningún mensaje.

Hugo Rafael Chávez Frías era el nuevo presidente de Venezuela durante el periodo 1999-2004, pero lo sería hasta su muerte el 5 de marzo del año 2013. Desde 1999, Chávez pasaría a convertirse en el presidente de su propio partido político, el Movimiento Quinta República. Lo primero que haría como gobernante sería convocar a una sesión para dictar la primera medida: un decreto convocando a la realización de un referéndum consultivo que instauraría su idea de realizar una Asamblea Constituyente para sepultar la antigua Carta Magna de Venezuela. También, el país dejaría de llamarse República de Venezuela y pasaría a ser la República Bolivariana de Venezuela; la oposición llamaría a un referéndum revocatorio en el año 2004 en el cual los venezolanos deberían elegir si (SÍ) se convoca o no (NO) a unas elecciones para destituir al presidente; y en el año 2007 no renovarían la concesión del canal de televisión con más audiencia en Venezuela, RCTV.

Lo descrito en este capítulo evidencia cómo ambos líderes terminan llegando al poder. Eran la promesa de un mejor futuro y a cambio ellos lograrían la redención y el bienestar de sus pueblos. Sintieron que estaban destinados a llevar a cabo una misión sin precedentes.

CAPÍTULO IV

Análisis comparativo de la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler y la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez basado en los 11 principios de Joseph Goebbels

En el primer capítulo se realizó el marco teórico y el marco metodológico de este trabajo de grado. Por considerar que había conceptos que debían estudiarse a profundidad, la autora decidió hacer un capítulo para señalar conceptos políticos y procesos que no se habían tratado en el marco teórico. La teoría *in group* y *out group*, la propaganda política, la propaganda como proceso comunicativo, regímenes totalitarios, ideología, socialismo, populismo, identificación con el líder y, el liderazgo carismático. En el tercer capítulo se realizó el marco histórico con los momentos que se consideraron más distinguidos para este proyecto: el golpe de Estado de Adolfo Hitler y el de Hugo Chávez, cómo lograron conseguir su popularidad y cómo se hicieron de poder. El cuarto capítulo, tendrá como base los 11 principios de propaganda establecidos por Joseph Goebbels durante la época nazi, para así poder elaborar una comparación entre la propaganda de Hugo Chávez (1999-2009) y su Revolución Bolivariana y la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler (1938-1945). Se buscará hallar algunas semejanzas entre la propaganda de ambos líderes con base en los tres rasgos totalitarios del populismo, los cuales expondremos más adelante.

Enemy propaganda is exceedingly aggressive. The Jews, too, are talking again. Emil Ludwig Cohn, in an interview in the American press, demands the complete destruction of the German economy and the German war potential. The Jewish campaign against us is growing in volume. What won't the Jews do to discredit the

*Reich! They are working arrogantly and on a large scale. But they won't reach their goal after all, just as they haven't attained it in the Reich.*¹⁶ Escrito por Goebbels en su diario el 20 de diciembre de 1942

El 7 de noviembre de 1926 (...) Ligeramente de equipaje, Joseph Goebbels se dirigía a la capital del Reich necesitado de hacerse con una reputación. Identificado por la historia como el genial manipulador de un régimen sustentado en las apariencias y ansiosamente engrandecido por el espectáculo, tal intención resultaba de singular relieve. Aun cuando no careciera de ella, había que construir, sobre su simple fama de buen orador y de ideólogo de la izquierda del NSDAP, otra que la desbordase hasta darle una sustancia distinta, en un nivel atmosférico diferenciado de la simple buena comunicación lograda por numerosos cuadros del partido hasta aquel momento. Ese desbordamiento había que darse por dos caminos que implicaban el estilo que había que adoptar, que medían la estatura del pedestal y la colocación del personaje en el escenario. Por un lado, se trataba de modificar el concepto mismo de propagandista, reducido hasta entonces a la labor de desenredar la madeja de las consignas a través del hilo de una buena oratoria. Por otro, tocando el aspecto que realmente establecían las condiciones de la naturaleza del proyecto político vinculándolo con las necesidades personales de Goebbels, se refería a su relación con el Führer, quien encarnaba la unidad del movimiento. (...) Las anotaciones en su diario no dejaban duda sobre sus sentimientos al hacerse cargo de aquella dolorosa responsabilidad: hincar la cuña nazi en la corteza cerebral de un mundo dominado por todo lo que el nazismo había nacido para destruir (Gallego, 2007, pp. 173-174).

Durante el período nazi en Alemania, el Ministerio de Joseph Goebbels, se organizó en departamentos que permitieron el control del cine, el teatro, la radio, la prensa, la literatura, el arte, la música, la cultura popular, la propaganda en el exterior, entre otros. Prohibió la mayoría de las publicaciones y medios de comunicación fuera de su control, y orquestó un sistema de consignas para ser transmitido mediante un poder centralizado. Goebbels también fue el encargado de promocionar o hacer públicos los avisos del gobierno.

¹⁶*La propaganda enemiga es muy agresiva. Los judíos también están hablando de nuevo. Emil Ludwig Cohn, en una entrevista con la prensa americana, demanda la completa destrucción de la economía alemana y del potencial de guerra alemán. La campaña de los judíos en contra de nosotros está creciendo en grandes cantidades. ¡Qué no harían los judíos para desacreditar al Reich! Están trabajando arrogantemente y a gran escala. Pero no van a alcanzar la meta después de todo, al igual que no lo han logrado en el Reich* (Dulles, 1948, p. 291).

Goebbels como propagandista dijo que ese hombre con mala fama popular no es un vendedor que no sabe de una mercancía, sino “quien conoce el corazón de sus clientes, de sus compradores, de aquellas personas distintas a las que se acerca, siendo capaz de conectar una sola idea con todas sus existencias diversas” (cp. Gallego, 2007, p. 214). Joseph Goebbels, estableció 11 principios de la propaganda que lo convertirían en el padre de la propaganda nazi. Estos son:

1.- *Principio de simplificación y del enemigo único. Adoptar una única idea, un único símbolo. Individualizar al adversario en un único enemigo.*

2.- *Principio del método de contagio. Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo. Los adversarios han de constituirse en suma individualizada.*

3.- *Principio de la transposición. Cargar sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque. “Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan”.*

4.- *Principio de la exageración y desfiguración. Convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave.*

5.- *Principio de la vulgarización. “Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa; además, tienen gran facilidad para olvidar”.*

6.- *Principio de orquestación. “La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentadas una y otra vez desde diferentes perspectivas pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin fisuras ni dudas”.*

7.- *Principio de renovación. Hay que emitir constantemente información y argumentos nuevos a un ritmo tal que, cuando el adversario responda, el público*

esté ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones.

8.- Principio de la verosimilitud. Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos sondas o de informaciones fragmentarias.

9.- Principio de la silenciación. Acallar sobre las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen el adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines.

10.- Principio de la transfusión. Por regla general la propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales; se trata de difundir argumentos que puedan arraigar en actitudes primitivas.

*11.- Principio de la unanimidad. Llegar a convencer a mucha gente que se piensa “como todo el mundo”, creando impresión de unanimidad (Hernández, 2015, *La propaganda como arma del yihadismo: cómo utiliza la comunicación el Estado Islámico*. Recuperado el 12-05-2016 de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/14014/1/TFG-N.318.pdf>).*

Expuestos los principios de Goebbels, pasaremos a analizar extractos de discursos, uso de los medios de comunicación, frases relevantes de ambos líderes y artículos de prensa entre el período de 1938-1945 para el caso de Adolfo Hitler y de 1999-2009 para el de Hugo Chávez. Considerando la cantidad de información que puede llegar a abarcarse sobre el tema, la autora realizará la pesquisa de esta información basándose en los tres rasgos básicos de la lógica populista (Laclau) y el uso de su propaganda.

Si bien el populismo se sustenta en la dicotomía amigo-enemigo (nosotros-los otros), el líder único y lo nacional popular, estos pueden ser características de cualquier sistema político. Por tal motivo, la autora decidió organizar la información refiriéndola a esos elementos de la lógica populista, pero tratando de ubicar las

modalidades o rasgos totalitarios presentes en ambos casos. Es importante destacar que estas características pueden verse en cualquier comunidad política, la diferencia está cuando éstos gobiernos los convierten en rasgos totalitarios.

Los rasgos totalitarios de los gobiernos se evidencian cuando no existen libertades individuales e instituciones fuertes, se atenta en contra de la posibilidad de que la sociedad civil se organice y exprese sin la injerencia del Estado. El escenario público se polariza, demarcando así dos espacios antagónicos, dicotómicos e irreconciliables. La lógica totalitaria del populismo responde de la siguiente manera en cada caso mencionado anteriormente:

La forma cómo se entienden y se tramitan las diferencias evidenciará cuándo se trata de un rasgo totalitario. En este caso, el líder es excluyente, criminaliza y no puede coexistir con el otro, quien se convierte en su oponente. Tiene lugar así una exclusión radical del “distinto”, al tiempo en que la parte oficial deja de ser solo una parte y se convierte o toma el lugar del todo. Se divide a la sociedad en dos polos antagónicos (Laclau, 2003, p. 108). Desde una posición democrática, por el contrario, deberían plantearse las diferencias como justamente lo que nos obligaría, como ciudadanos, a buscar incesantemente las posibilidades de llegar a acuerdos de convivencia pacífica e incluyente. Por otro lado, el líder único que se imponga lo hará de forma totalitaria. El liderazgo, que es un fenómeno inherente a lo político, se convierte en un rasgo totalitario cuando se impone “desde arriba”, verticalmente y de manera organicista. El único que podrá tomar decisiones, será él. El poder clausura los espacios que quedan abiertos para el debate, para la democracia.

Finalmente, el tercer rasgo totalitario del populismo que utilizaremos para este trabajo de grado, será la absolutización de lo nacional-popular de manera vertical, (la imposición desde arriba). Como se mencionó en el capítulo de conceptos políticos, el capítulo II, “la virtud reside en la gente simple, que constituye la

aplastante mayoría, y en sus tradiciones colectivas” (Canovan, 1981, cp. Laclau, 2003, p. 18).

En este capítulo se verán extractos de discursos, propaganda y estadísticas; se intentará reflejar la manera en la que los dos personajes lidiaban con las diferencias que tenían con sus opositores, la relación que tuvieron con los medios de comunicación en Alemania, para el caso de Adolfo Hitler, y en Venezuela, para el caso de Hugo Chávez.

La comparación de propaganda, liderazgo, política e historia requiere el uso de una investigación bibliográfica exhaustiva. Por lo tanto, este capítulo será redactado conforme al modelo ensayo histórico-documental y se trabajará con base en el análisis documental con una metodología cualitativa de análisis temático bajo la construcción de tres categorías:

- Dicotomía amigo-enemigo (criminalización del enemigo).
- Absolutización de lo nacional-popular.
- Liderazgo impuesto de forma vertical (“desde arriba”).

Si bien es cierto, en la política siempre va a existir la división de dos polos, pero lo que se busca en esta investigación no es eso, sino encontrar cómo Hitler y Chávez lidiaban con las diferencias que tenían con sus opuestos. Cuando nos encontramos ante ejemplos que evidencian la criminalización del enemigo, estamos hablando de un rasgo totalitario de los populismos. Cuando evidenciamos ejemplos en los cuales el liderazgo se impone de manera vertical y organicista y se absolutiza lo nacional-popular, nos encontramos ante rasgos totalitarios del populismo. En este último capítulo, se organizará toda la información con base en estas tres reglas de análisis que la autora eligió. Los discursos, la propaganda y los datos cuantitativos que se encuentren, estarán establecidos con base en estas

tres categorías de análisis para ilustrar si en realidad existen bases para comparar, nunca igualar, a ambos personajes.

Habiendo explicado estos elementos, la autora podrá proceder a recabar la información que se necesita para estructurar los 11 principios de Joseph Goebbels. Es importante destacar que este capítulo busca conseguir algunas semejanzas entre la propaganda de Hugo Chávez y la de Adolfo Hitler. Teniendo claro que Hitler fue un genocida que al no poder lidiar con sus diferencias ante una cultura distinta a la alemana, criminalizó a sus oponentes y asesinó a todo aquel que iba en contra de su proyecto, especialmente a su mayor enemigo, los judíos. No se busca con esto pretender igualarlo con Chávez, sino encontrar las semejanzas de rasgos populistas-totalitarios en cuanto al uso de ambos líderes de los medios de comunicación, la propaganda y la manera en la que los dos trataban las diferencias de la sociedad alemana para el caso de Hitler, y la venezolana para el caso de Chávez.

1. Principio de simplificación y del enemigo único

Este principio, busca concentrar la ideología en un ícono particular, y de igual forma reducir a todos los posibles contrincantes en una sola imagen enemiga, de eso se trata el principio de simplificación y del enemigo único. Si lo asociamos a la situación propagandística en Venezuela y Alemania, observaremos que el enemigo único que creó el gobierno de Adolfo Hitler y de Hugo Chávez, fueron los Estados Unidos y la oligarquía para ambos casos; y en el caso particular de Hitler, sus adversarios además de los países imperialistas, estaba el bolchevismo, los aliados y los judíos.

La propaganda de la Segunda Guerra Mundial de Hitler era antisemita y antibolchevique, pero además atacaba constantemente a Franklin D. Roosevelt

(presidente de EE.UU. 1933-1945)¹⁷ a Winston Churchill (primer ministro del Reino Unido 1940-1945)¹⁸ y a Joseph Stalin (presidente de la Unión Soviética 1941-1953); entre otras cosas los acusaba de ser judíos y de estar planificando una conspiración judía mundial por supuestamente tener raíces judías y por el poder de “mimetización” que según los nazis, eran capaces los judíos. Se evidencia cómo Hitler criminalizó a los aliados y los acusó de haber iniciado la Segunda Guerra Mundial por su conexión con los judíos.

¿Cómo es posible? ¿Los nuevos aliados no estaban junto a sus enemigos naturales? ¿No era esta una alianza por conveniencia que se desarmaría con alivio ante la primera oportunidad? (...) La riqueza británica y estadounidense, que se suponía que se basaba en la explotación de las colonias (...) para evitar que se desatara una tormenta entre todos los pueblos oprimidos y explotados del mundo; esta tormenta habría arruinado y prescindido de los judíos explotadores en las plutocracias. Ésta es la causa más profunda por la que se produjo la guerra en el Occidente (cp. Herf, 2008, p. 121).

En Venezuela, Edmundo Chirinos (1935-2013) un psiquiatra reconocido en el país -entre otras cosas, por ser acusado de prácticas profesionales indebidas, delitos de asesinato y violación-. Siempre estuvo ligado a la izquierda venezolana, fue rector de la Universidad Central de Venezuela y candidato a la presidencia en 1988. Luego del golpe de Estado de 1992, comenzó a relacionarse con Hugo Chávez hasta convertirse en su consejero psiquiátrico y amigo. Chirinos señaló que Chávez sintió genuino desprecio por la *gente oligarca*, “en el sentido no solamente de la posesión del dinero sino de la afectación a través de gestos, de lenguaje... de modo que en eso hay en él una evidente bipolaridad de acercamiento al humilde y de rechazo a los todopoderosos” (Marcano y Barrera, 2004, pp. 41-42).

Chávez tenía un discurso reactivo que usaba de forma recurrente para justificar cualquier comentario o acción que fuese en su contra. Su gran enemigo los Estados Unidos, el imperio. En el siguiente discurso se podrá evidenciar cómo el

¹⁷Fue elegido en cuatro ocasiones presidente de los EE.UU.

¹⁸Fue elegido primer ministro por segunda vez para el periodo de 1951-1955.

uso de lo nacional-popular es impuesto por Chávez, asimismo combate sus diferencias con un país con un modelo económico y político muy diferente al de Venezuela, criminalizándolo en un discurso lleno de adjetivos calificativos que pudiesen caer en un discurso belicoso.

Ese NO, es el NO de la rebeldía profunda, ese NO es el NO de la revolución, es el NO de la rebeldía profunda de nuestros pueblos al modelo colonial, al modelo hegemónico, al modelo capitalista, al modelo neoliberal, es el NO a la desigualdad, es el NO al hambre, es el NO a la pobreza, es el NO al atropello de los poderosos del mundo contra los pueblos de la tierra, ese es el NO. Y aquí en Venezuela para librar la batalla en pequeño pues hemos dicho, se está debatiendo aquí si Venezuela continúa su camino construyéndose en libertad o si vuelve a ser una colonia norteamericana, eso es lo que exactamente está debatiéndose aquí en Venezuela (Discurso del Cierre de Campaña del Referéndum Revocatorio, 12 de agosto de 2004. Recuperado el 23-04-2016 de: <http://todochavez.gob.ve/todochavez/1299-cierre-de-campana-del-comandante-presidente-hugo-chavez>).

En estos dos ejemplos de discursos, se aprecian similitudes en ambos líderes. Hablar en tercera persona; Hitler habla de él como si no estuviese presente, como si no fuese él el que estuviese hablando de sí mismo. Todo lo que sucedía solía ser responsabilidad de personas externas; predomina el discurso reaccionario hacia países que han vivido una historia de conquista y colonización. Países capitalistas muy desarrollados económicamente; Chávez promovía sus políticas públicas a través de los medios de comunicación, mientras que Hitler hacía un sinnúmero de preguntas retóricas, siempre esperando una respuesta de las masas. Por último, la victimización en los discursos de ambos es una característica que prevalece a lo largo de sus mandatos. Este tipo de discurso ante masas incondicionales y devotas a sus líderes estuvo presente en ambos, en el caso de Hitler solía ser en las concentraciones de Núremberg y, en el caso de Chávez, ante televidentes -algunos incondicionales y otros no tanto-. Asimismo, imponían su liderazgo de forma vertical, lo que ellos decían era exactamente cómo debían ser las cosas.

La realidad se simplificaba y debía verse a través de ellos y nadie más, sus enemigos se convertían en uno porque los culpables de cualquier situación que

fuese en su contra, siempre iba a ser responsabilidad de ellos. Para el caso de Chávez, los países subdesarrollados económicamente, en este caso Venezuela, no podían avanzar ni erradicar la pobreza porque la explotación de los Estados Unidos hacia el resto del mundo, no lo permitía. Para el caso de Hitler, la responsabilidad de haber ido a la Segunda Guerra Mundial, fue de los aliados y los judíos que actuaban en su contra. Sus enemigos fueron los responsables de sus malas acciones. Se le adjudicaba al enemigo los errores propios. Con el *out group* no se lidiaban las diferencias, no había espacio para el debate de ideas. Los *in group* eran víctimas del enemigo y por tal motivo se le criminalizaba.

2. Principio del método de contagio

Este principio busca encasillar bajo una categoría única a todas las posibles vertientes adversas. Todo aquel que piense u opine diferente así sea para dar una información imparcial de situaciones, pasa a ser enemigo. Estados Unidos e Inglaterra estaban en contra de las medidas que tomaba el gobierno de Alemania para segregar a los judíos. Mientras en Venezuela, Chávez sentía un profundo desprecio hacia la existencia de una oligarquía; ellos se convertirían en su enemigo local (su oposición) y serían acusados de ser dominados por los Estados Unidos.

La comunidad judía en Nueva York era grande y, Fiorello LaGuardia, el Alcalde de Nueva York (1934-1945) constantemente realizaba declaraciones en contra de los nazis y sus decisiones, a pesar de que poco se sabía sobre el Holocausto, sí se estaba al tanto sobre los guetos y la prohibición de su presencia en la mayoría de lugares, así como la expulsión de muchos de sus países y la creación de un estado judío, Israel.

El día anterior al que Hitler declaró la guerra a los Estados Unidos, el 10 de diciembre de 1941, el Ministerio de Propaganda envió 125.000 copias del diario

mural *Word of the Week* -como lo hacía habitualmente- para que se las colocara en locaciones concurridas, en las cuales la gente pasara diariamente. La idea era lograr el máximo impacto visual posible. “*Das Jüdische Komplott*”, la conspiración judía, brindaba un diagrama detallado de los nombres y canales de influencia de los judíos que “manejaban los hilos” del orden mundial y de sus “títeres y cómplices” que formaban parte del complot internacional judío (Herf, 2008, p. 153).

Aquí, en negro y amarillo, se describía la inmensa conspiración para que todos vieran. Con su aparente nivel de exactitud sobre los nombres de individuos particulares y sus supuestas conexiones e influencias, el afiche era un caso paradigmático de visión paranoica de la propaganda antisemita radical. El diario mural era amarillo (color que se asociaba con los judíos en la propaganda nazi) sobre fondo negro; combinaba texto e imagen para que el ojo se dirigiera, en primer lugar, a la caricatura antisemita de una cara masculina con orejas, nariz y labios sobredimensionados, cabello ondulado, cejas gruesas y una barba incipiente: éste era el judío que se hallaba en el centro del complot. De las dos estrellas de David salían flechas anchas en amarillo fuerte, que mostraban la dirección de la influencia, con los nombres de las dos figuras clave de la conspiración internacional. Estas figuras eran Bernard Baruch,¹⁹ de los Estados Unidos, y “Mosessohn”,²⁰ una referencia sarcástica al miembro del Politburó soviético, Lazar Kaganovich. Baruch ejerce influencia directa sobre los no judíos Schiff, Warburg, Kahn, Karp, cuyos nombres se graban entre las dos Estrellas de David. Baruch tiene también una conexión directa con “los asesores íntimos e importantes de Roosevelt, que se identifican ¡como judíos!”: Henry Morgenthau,²¹ Felix Frankfurter,²² el gobernador de Nueva York Herbert Lehman, Fiorello La Guardia, Sol Bloom y un Cohen no identificado. Las flechas de influencia que salían de “Mosessohn” Kaganovich se extienden a “Finkelsteing-Wallach”, es decir, el ex ministro soviético de Relaciones Exteriores Maxim Litvinov. “Mosessohn” Kaganovich tiene influencia sobre el no judío Stalin. El círculo de influencias se completa con una línea amarilla que conecta a Roosevelt, Churchill y Stalin (Herf, 2008, pp. 153-154).

Mientras los transeúntes pasaban, podían observar los colores llamativos, las caricaturas, las flechas con las indicaciones y conexiones entre los personajes, y los nombres judíos que resultaban familiares. Al despertarse la curiosidad, la

¹⁹Financista y político estadounidense.

²⁰Así le decían a Lazar Kaganovich, político de la ex Unión Soviética y uno de los principales administradores de la política de Joseph Stalin. Su padre era descendiente de judíos y su nombre era Moisés.

²¹Empresario y diplomático estadounidense. Secretario del Tesoro durante la presidencia de Franklin D. Roosevelt.

²²Hijo de judíos. Sirvió al departamento de justicia de la Corte Suprema de los Estados Unidos desde 1939 hasta 1962.

atención de los observadores iba dirigida hacia el texto del afiche que revelaba los secretos de “la vasta y poderosa conspiración”. Entre los millones de alemanes que pasaban junto a este diario mural en la segunda semana de diciembre de 1941, aquellos que se detuvieron el tiempo suficiente como para leer el texto completo y la información de las personas que aparecían en él, pudieron orientar su opinión sobre si Roosevelt era realmente Masón, si Churchill era el suegro judío “*judenschwiegevater*” o si en realidad Stalin se había casado con la hija de Kagavanovich, cuya descendencia era judía (Herf, 2008, pp. 154-155). Todos, según Hitler y Goebbels, estaban vinculados al judaísmo en sus países, pero en realidad lo hubiesen estado o no, era indiferente para Hitler, de todas maneras, se hubiesen hecho cargo de clasificar y descalificar a los judíos de la sociedad.

Aquellos alemanes que miraron el diario mural durante la semana del 11 de diciembre de 1941, no tendrían una explicación diferente sobre cómo se tomaron las decisiones políticas en Moscú, Inglaterra y Estados Unidos, y el por qué iban a la guerra. Para ellos Alemania sería una víctima de los judíos y la influencia que tenían sobre el resto del mundo. “La conspiración judía” le daba una explicación a los transeúntes alemanes sobre la realidad del mundo, otros “desviaban la mirada del diario mural con disgusto y enojo, consternados frente a semejante distorsión de los delincuentes que estaban en su gobierno” (Herf, 2008, p. 155).

Hugo Chávez desde que comenzó su mandato en 1999, se ha caracterizado por su desprecio hacia la oligarquía, como él mismo clasifica a la clase media y a la clase alta venezolana. A veces calificaba así a cualquiera que no estuviese con su revolución. Marcano y Barrera (2004) exponen que el discurso de Chávez se trata de uno muy empático, que conmueve, que genera confiabilidad y fidelidad.

Pulsa los sentimientos escondidos, los miedos, los resentimientos; acude a las diferencias, a las experiencias de rechazo, a la injusticia, y construye desde ahí una voz, un plural del cual, sin embargo, él es protagonista. Constantemente utilizó frases como: No *nos* quieren, la oligarquía *nos* desprecia. Siempre se han burlado de nosotros, *les damos* asco (p. 372).

El 12 de agosto del año 2006 se convocó a un Referéndum Constitucional en Venezuela. Tenía el objetivo de modificar 69 artículos de la Constitución de 1999. Hugo Chávez inscribió su candidatura para las elecciones presidenciales de 2006, sin embargo, se oficializa el 15 de agosto de 2007 presentando 33 artículos ante la Asamblea Nacional (AN) la cual está encargada de discutirla para que cuando esté sancionada, la remita al Consejo Nacional Electoral (CNE). Para este principio se desea destacar que entre los artículos estaba contenido alargar el periodo presidencial a seis años y la reelección indefinida del presidente. Para la votación, el electorado debía elegir entre dos opciones, dos polos opuestos, el "SÍ" para la aceptación y el "NO" para la negación del electorado ante la solicitud de esta reforma. Las elecciones se realizaron el 2 de diciembre de 2007 y Venezuela decidió rechazar la propuesta por el cambio a la Constitución de la República (Ayala, 2004, pp. 25-26). Esta sería la primera derrota que no aceptaría el oficialismo. Sin embargo, en el 2009 ganarían el Referéndum Constitucional.

Hugo Chávez se encuentra hablando ante sus partidarios que abarrotan la Avenida Bolívar en su cierre de campaña. Comienza recalando que hay una alta presencia de jóvenes en la concentración y también asevera que gobernará hasta el año 2050. Cantó algunas canciones, el himno nacional y luego comenzó su discurso arremetiendo contra el presidente de los Estados Unidos de aquel entonces George W. Bush (2001-2009) y acusando a la "oligarquía criolla" de ser violentos y estar financiados por ellos. Chávez ha amenazado a la "oligarquía" y a los "pitiyanquis" con que si no reconocen el triunfo del SÍ y salen a las calles, "nos encontraremos en las calles". En un tono alterado ha gritado, ante sus enfervorizados partidarios, que "no les tenemos miedo". Habla de los planes golpistas que hay para las elecciones y advierte al respecto: "Si los EE.UU. lanza la *Operación Tenaza* el domingo por la noche y si los "pitiyanquis" de aquí (Venezuela) obedecen al gobierno de los Estados Unidos y salen a las calles, en caso de la victoria del SI, se van a arrepentir". Y agrega, "se lo juro por Dios y mi madre que no se los vamos a permitir", refiriéndose también a los actos de presunta violencia. Asimismo, dice que "aquí hay un pueblo y un gobierno

dispuesto a todo por la independencia nacional y por la dignidad de Venezuela”. Y advierte que “no habrá plan imperial que nos detenga, por más traidores o por más pitiyankis” (*Chávez amenaza a EE.UU con dejarlo sin petróleo*, 1 de diciembre de 2007. Recuperado el 29-05-2016 de: http://www.dailymotion.com/video/x3mry3_chavez-amenaza-a-ee-uu-con-dejarlo_news).

En Venezuela, todo aquel que haya votado por el Sí votó por Chávez, pero quien lo hubiese hecho por el NO, votó en contra de Chávez y a favor de Bush, los “pitiyankis” y la “oligarquía criolla”. En Alemania, las personas que vieron el diario mural sobre “la conspiración judía” crearon sus propias conclusiones basándose en eso. “Los judíos gobernaban el mundo”, y Churchill, Stalin y Roosevelt, no eran más que “títeres de una conspiración internacional”. El enemigo debía encasillarse y los adeptos al gobierno debían verlo de la misma forma, y por supuesto también tenían como objetivo lograr que quien no pensara o creyera esto, también lo hiciera. La soberanía de Alemania y de Venezuela debía defenderse; Hitler y Chávez solían culpar a otros sobre los problemas de sus países. Acusaban a sus enemigos por conspirar en contra de ellos y sus gobiernos. Al hacer esto, criminalizaban a su enemigo.

3. Principio de la transposición

Este principio busca sentenciar y adjudicar los errores propios al enemigo, negando toda responsabilidad ante la población, distrayéndola así del origen de los hechos. En la Alemania de Adolfo Hitler, acusaba a los judíos de haber eliminado la vida cultural e intelectual del país junto al apoyo de influencias extranjeras. Los judíos eran denunciados por los nazis de haber dominado la medicina, la ley y las universidades alemanas. Cualquier problema se le adjudicaba al enemigo. Mientras en Venezuela, Hugo Chávez era una víctima del sector empresarial, de la “oligarquía”, de los medios de comunicación y de

cualquier persona o país que actuara o dijera algo que fuese en contra de la ideología de la Revolución Bolivariana.

En el primer mitin del partido en Núremberg, realizado el 2 de septiembre de 1933, después de que los nazis tomaran el poder. Goebbels repetía temas de la inocencia y la proyección internacional en “la cuestión racial y la propaganda mundial”. El discurso fue transmitido por la radio nacional y describía la política antisemita nazi como un conjunto de medidas defensivas contra un supuesto peligro judío. La comunidad judía que intentaba movilizar al mundo en contra de Alemania con la esperanza secreta de volver a conquistar el terreno que habían perdido. Goebbels continuó diciendo una serie de argumentos sobre cómo los judíos habían aplastado la vida intelectual y cultural junto al apoyo de influencias extranjeras. Los judíos habían dominado la medicina, la ley y las universidades alemanas “que ningún pueblo que se precie podría tolerar mucho tiempo”, dijo (Herf, 2008, p. 60).

Herf (2008) sostiene que había una diferencia entre:

La propaganda nazi que presentaba al Tercer Reich como la víctima inocente de la malicia de otros y la realidad de la política de expansión y agresión que Hitler planeaba hacía mucho tiempo. Esta brecha tentó a los contemporáneos a asumir que la propaganda no era más que un medio de manipulación que usaban los cínicos (p. 18).

Hitler acusó a los judíos de un supuesto dominio de la vida profesional en Alemania, y en 1933, según las estadísticas oficiales alemanas, los judíos apenas constituían el 10,9 por ciento de los médicos en Alemania y 8.6 por ciento de los odontólogos; el 16,3 por ciento de los abogados y el 2,8 por ciento de los jueces y los fiscales; el 2,6 por ciento de los profesores universitarios y el 0,7 por ciento de los ingenieros. Según el antisemitismo nazi, las profesiones culturales e intelectuales estaban dominadas por los judíos. La estadística oficial indica que solo el 2 por ciento de los músicos en Alemania, eran judíos, el 5,1 por ciento eran editores y escritores, el 3 por ciento de los bailarines y actores, el 5,6 por ciento

directores y productores y el 1,6 por ciento eran fotógrafos y operadores de cámara de cine. En cuanto a la representación política, en el Reichstag, los judíos tenían la presencia de 14 miembros contra 608 miembros elegidos el 31 de julio de 1932 (Herf, 2008, p. 55). Esto nos da a entender que era improbable el hecho de que existiese una conspiración judía dentro de Alemania, mucho menos internacional.

La idea de que Hugo Chávez era una víctima ha sido distribuida con éxito al momento de justificar o explicar las deficiencias del gobierno:

O los excesos de su liderazgo. Chávez se presenta como víctima de la oposición, del pasado, de los centros de poder, víctima incluso de los males de su propio gobierno... Dentro de esta perspectiva, la virulencia de su discurso se presenta como una reacción ante el desmedido ataque de sus adversarios. El mandatario sería combativo en defensa propia. Su agresividad sería una forma de protección (Marcano y Barrera, 2004, p. 369).

La confrontación del gobierno de Hugo Chávez y el sector empresarial tuvo varios momentos culminantes durante el golpe de Estado del 11 de abril del año 2002, y el paro nacional y petrolero que hubo entre diciembre de 2002 y enero de 2003 en el cual, empresas tan importantes como Alimentos Polar y PDVSA, dejaron de brindar sus servicios completamente. Después de estos hechos cumbre, se cerró cualquier posibilidad de diálogo con el mundo empresarial local y se mantuvo una política restrictiva hacia las actividades privadas y el 6 de abril de 2002 Chávez gritaba ¡fuera! Mientras despedía a siete altos ejecutivos de la empresa estatal Petróleos de Venezuela. La razón fue el conflicto que mantenían los gerentes ante el nombramiento de una nueva directiva de la corporación, una medida tomada ex profeso por el gobierno. Chávez había sido una “víctima” del sector privado, por tal motivo habría consecuencias. La relación con ellos cambiaría para siempre. El despido de los trabajadores de PDVSA se transmitió en vivo en el *Aló Presidente* número 139, Chávez lo hizo gritando y pitando. (Aló Presidente 139, 16 de febrero de 2003. Recuperado el 30-05-2016 de: <http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/4146-alo-presidente-n-139>).

Con la “oligarquía” tampoco existía un diálogo porque para Chávez:

La oligarquía es el demonio que sepultó en el barro las banderas de Bolívar, que ordenó su asesinato, que asesinó a Sucre, que expulsó a Simón Rodríguez y a Manuela Sáenz, que traicionó el sueño de Bolívar, de Miranda, de Sucre, que luego asesinó a Zamora, que creció en la Venezuela traicionada hasta la década final del siglo XX (González Deluca, 2005, p. 172; cp. Cañizález, 2012, p. 69).

Los oligarcas de ayer, hundieron a Bolívar y acallaron el proyecto bolivariano durante más de un siglo. En 1999, el bolivarianismo revivía y Chávez no podía ser una víctima de los mismos oligarcas; ellos quedarían fuera de su proyecto.

Andrés Cañizález (2012) expone cómo se ha implementado desde el poder Ejecutivo, a partir de 1999, un conjunto de acciones y decisiones oficiales que no le han dado respuesta a los problemas concretos de los ciudadanos. Han tenido como finalidad crear un cerco legal-institucional para restringir la libertad de expresión, afectando el trabajo de los medios y sus periodistas. Estas decisiones no se tomaron dentro de un espacio democrático y plural de discusión, tampoco se realizó una previa consulta ciudadana. El Estado ha asumido sus decisiones de forma vertical y unilateral para sancionar a los medios privados de comunicación (pp. 89-90).

En estos dos ejemplos podemos observar como ambos líderes adjudican errores a sus enemigos, y se victimizan ante sus masas seguidoras. Reforzando así la dicotomía amigo-enemigo cada vez más. En el caso de Hitler, su mayor enemigo, y se evidencia desde que escribió *Mi Lucha*, eran los judíos. Durante la Alemania nazi se le adjudicó cualquier error a los judíos, como por ejemplo: haber aplastado la vida intelectual y cultural junto al apoyo de influencias extranjeras. La quema de libros fue una práctica que se promovió por las autoridades políticas nazis; destruyeron libros y materiales escritos -que no estuviese vinculada a su pensamiento- de forma pública. Los nazis dominaban desde lo que se impartía en las universidades hasta lo que se leería, de manera tal que no era posible que los judíos tuviesen este poder. Las libertades individuales no existieron y tampoco las instituciones fuertes separadas del Estado nazi. En Venezuela, Chávez fue víctima

de cualquiera que estuviese en contra de su proyecto Bolivariano, por lo que se encargó de sembrar el odio hacia sus enemigos, los “oligarcas”. El líder era excluyente e imponía su liderazgo “desde arriba”, así que no entablaría diálogo -a menos que él lo considerara necesario o pertinente- con los medios de comunicación privados, el sector empresarial y los “oligarcas” de hoy, que serían los mismos de ayer, del pasado.

4. Principio de la exageración y desfiguración

Este principio busca desvirtuar los hechos y declaraciones para convertir cualquier situación a favor del régimen de forma grandilocuente y persuasiva ante las masas. Tiene como propósito convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave. Adolfo Hitler atacaba incesantemente a los judíos, pero los alemanes no se imaginaban que cuando hablaba de muerte en sus discursos, no era figurativa ni metafóricamente hablando, era literalmente hablando. Llevaría a cabo un genocidio en Europa. Hitler se proyectaba constantemente diciendo que la guerra la habían comenzado los aliados, cuando estos habían ido a la guerra en respuesta a las acciones de Alemania. En Venezuela, Hugo Chávez arremetía contra los medios de comunicación privados, ellos serían uno de los blancos de ataque de Chávez por la amenaza que representaban. Los periodistas y los medios privados serían sus enemigos a lo largo de su gobierno.

Hay un rol de los eufemismos que la política utiliza, sin embargo, el uso del lenguaje público del régimen nazi en las declaraciones y el de la política que se llevaba a cabo, iban de la mano. La palabra enunciada en público de la Alemania Nazi no se escondía detrás de eufemismos. Hannah Arendt en su libro *Los orígenes del totalitarismo* explica que: “para no subestimar la importancia de la mentira de la propaganda, deben recordarse los ejemplos mucho más numerosos en los cuales Hitler fue completamente sincero y brutalmente directo al definir los

verdaderos objetivos del movimiento; pero un público no preparado para semejante coherencia simplemente no los reconoció” (1958, p. 343).

George Orwell expresa bien que el lenguaje y la propaganda de la dictadura totalitaria son “el eufemismo, la súplica y la vaguedad”. Según Orwell, en un esfuerzo por abstracciones objetivas por sustantivos propios rotundos y verbos viscerales que se refieren directamente a los hechos delictivos violentos que se cometieron (1968, pp. 127-140).

El antisemitismo fue el centro del ataque de Hitler durante la Segunda Guerra Mundial. Su polo enemigo eran los judíos. El 11 de diciembre de 1941, Hitler le declaró la guerra a los Estados Unidos en un discurso en el Reichstag que fue transmitido por la radio alemana y se imprimió completo en la prensa del país. Hitler habló durante aproximadamente noventa minutos y alcanzó un punto de odio en ataque a Roosevelt y a “los judíos que lo rodeaban” al que anteriormente no había llegado. Su punto central fue que “un solo hombre”, Roosevelt y “las fuerzas que lo impulsaban” eran la causa de la Segunda Guerra Mundial.

El grupo de expertos al que nuevo presidente estadounidense debe servir consiste en los miembros del mismo pueblo que nosotros combatimos en Alemania; este pueblo es una aparición parasitaria de la humanidad y comenzamos a echarlo de la vida pública (alemana). (...) El ‘circulo de judíos que lo rodean’ alentó sus iniciativas de política exterior. ‘La codicia del Antiguo Testamento motivó esas iniciativas’ y era un hombre de ‘perfidia totalmente satánica’. Esta táctica de desviación fue una razón clave para que Roosevelt se entrometiera en los asuntos de Europa (Herf, 2008, p. 156).

Hitler y sus propagandistas presentaron a Alemania como una víctima de la agresión de los aliados. Hitler nunca aceptó ninguna responsabilidad sobre la guerra que él mismo había iniciado y expandido. Sus ataques continuaron justificando que “no era una sorpresa que el mundo anglosajón capitalista se encontrara en un frente común con el bolchevismo”. Los nazis debían luchar contra esta coalición (Herf, 2008, p. 157).

Hugo Chávez, debía buscar crear medios de comunicación que enaltecieran sus políticas públicas y su liderazgo. Rápidamente promovió la creación de medios alternativos en los que él fuera el centro de atención y que la información que diera fuese su “versión de la realidad” y la de nadie más. No habría otra opción, él sería el responsable y el protagonista del mensaje. *El Correo del Presidente* fue un proyecto que nació y buscó masificarse, pero no lo logró. Luego hicieron el programa *De Frente con el Presidente* y tampoco lograron cumplir los objetivos. La dinámica consistía en un estudio lleno de gente que preguntaba, otros llamaban por teléfono. Es así como nació *Aló Presidente*, siguiendo el mismo concepto de este programa. El canal Vive TV y el diario *Vea* son medios de comunicación oficialistas que también lograron sostenerse en el tiempo. En el programa *Aló Presidente*, Chávez transmitía en vivo sin hora fija de inicio y sin hora estimada de culminación, pero se puede destacar que la edición más larga entre 1999 y 2009, fue la número 100, la hizo el 17 de marzo de 2002. Tuvo una duración de 7 horas y 35 minutos. En este programa las llamadas solían estar controladas y provenir de aquellos que las realizaban para halagar al presidente y sus políticas. Cuando contaba con invitados especiales, solo podían intervenir cuando él lo permitía o lo exigía y su público usualmente eran personas de su gabinete (Marcano y Barrera, 2004, pp. 269-270).

En septiembre de 1999 en el marco de una cumbre de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) celebrada en Caracas, Chávez acusó a la cadena de noticias *CNN* de mentir y tergiversar la información que transmitían sobre el evento. Tiempo antes, algunos funcionarios del gobierno habían denunciado que estaban en presencia de una “conspiración internacional de medios” y grupos adeptos al gobierno, en forma de protesta, ocuparon las oficinas de *Associated Press*. Llamó “analfabeta” al escritor peruano y ganador de un premio Nobel de literatura, Mario Vargas Llosa, por la entrevista que le concedió al diario *El Nacional* y en el *Aló Presidente* de esa misma semana de septiembre de

1999, llamó a la defensa de la soberanía del pueblo (Marcano y Barrera, 2004, p. 274).

El Nacional y *El Universal*, eran los diarios más influyentes de Venezuela y solían ser los principales blancos de ataque de Chávez. Durante sus alocuciones se dirigía a los dueños de estos medios con insultos y dando lecciones de periodismo con ínfulas de literato. Solo publicaba en *Aló Presidente* aquellas notas de prensa con contenido positivo de su gobierno, y aquellos editoriales críticos que consideraba negativos de su gestión los sentenciaría como parte de una campaña mediática internacional que están usando en contra los grandes capitales, todo sería una gran conspiración del neoliberalismo mundial (Marcano y Barrera, 2004, p. 275).

Las llamadas “cadenas” son otra forma de expresión perturbadora por parte de Hugo Chávez hacia los medios de comunicación. Cada vez que por orden del Ministerio de Comunicación e Información, todas las televisoras y emisoras de radio comerciales del país debían realizar una transmisión conjunta y ceder su espacio a la señal emitida por el Estado. Lo que comúnmente se conoce en Venezuela como “encadenarse”. Esta política de Estado está diseñada y dirigida por el mandatario. En ocasiones se “encadenan” actos públicos, entregas de microcréditos que el mismo presidente da, imposiciones de medallas, giras por provincias, actos culturales, promulgación de leyes, entre otros. “Muchos partidarios del gobierno, aun concediendo que las alocuciones han sido excesivas, las consideran necesarias. Se inscriben dentro de la idea de ‘guerra’, de ‘batalla’ por la información” (Marcano y Barrera, 2004, pp. 277-278). Estos afirman que los medios comerciales producen una información “similar”, sesgada, no objetiva que tiende a atacar al gobierno. Aseveran que ellos solo se defienden de un cerco mediático y que Chávez utilizó las cadenas para informarle la verdad y la realidad al país.

Mientras en Alemania, Hitler y sus propagandistas presentaron al país como una víctima de la agresión de los aliados y de la guerra -que ellos mismos habían iniciado-, sus ataques continuaron justificando que debían defenderse ante la coalición de los judíos -su más grande enemigo- junto a los aliados y el bolchevismo. “Los judíos dominaban a Alemania y al mundo”, ellos lo sabían y por eso el rumbo de la historia había cambiado. En Venezuela, Chávez luchaba por no dejarse vencer por los medios de comunicación privados así que decidió crear su propia hegemonía comunicacional y contar una versión distinta de las cosas. Chávez durante sus alocuciones solía estar a la defensiva y respondía con insultos ante las críticas hacia él y su gobierno. Criminalizó a los medios de comunicación que pasaron a formar parte de los *out group*. En sus programas y cadenas, contó una versión “objetiva”, como sus seguidores y él consideraban. En estos dos casos se evidencia cómo ambos líderes fueron excluyentes y criminalizaron a sus enemigos, además de imponer un liderazgo de forma vertical al crear una hegemonía comunicacional que impartiera información sesgada. Asimismo, no quedó espacio o quedó muy poco espacio para debatir ideas y presentar otra “perspectiva” de la realidad. Entonces: ¿Cuál realidad sería la auténtica?

5. Principio de la vulgarización

Este principio implica llevar tu discurso a las masas pero reduciéndolo en apariencia a su nivel de entendimiento, con el fin de captar la atención de la mayor parte de la población. Aprovechar las limitaciones analíticas de la masa y cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. Su mensaje masivo es adaptado al menos inteligente del grupo, la educación ha sido un blanco para los gobiernos porque un pueblo ignorante siempre es más fácil de convencer. En Alemania, sin importar lo que sucediera, sería responsabilidad de la comunidad judía internacional. Goebbels y la Junta

Directiva de Propaganda del Reich se encargarían de que la sociedad no olvidara quiénes eran los culpables de los males de Alemania. En Venezuela Chávez insultaría al presidente Bush sin parar, pero se basaría en una política para ganar votos, las relaciones diplomáticas eran distintas. Funcionaban a cabalidad.

En Alemania, Goebbels, en su conferencia de ministros el 17 de febrero de 1943, remarcó que la propaganda en Alemania y Europa debía enfocarse en la traición de Gran Bretaña y Estados Unidos, era un tema que debía repetirse hasta el cansancio, ese había sido el mensaje que venía del Ministerio de Propaganda y la Oficina de Prensa del Reich.

Al día siguiente, el 18 de febrero de 1943, Goebbels dio un discurso que duró tres horas y quedó registrado como el más famoso que proporcionó durante la guerra. Fue pronunciado en el *Sportpalast* de Berlín y se transmitió a la nación por la radio alemana. Es importante mencionar que para septiembre de ese mismo año ya se habían distribuido catorce millones de copias del discurso a todas las oficinas *Gau* regionales (Herf, 2008, p. 220).

Otto Dietrich, el jefe de Prensa del Reich desde 1938 hasta 1945, representaba también la vía por la cual Hitler canalizaba su influencia diaria sobre la prensa alemana. El 31 de marzo de 1943, el Führer le dijo a la prensa que debía “enfatar con más fuerza que antes que los judíos eran instigadores culpables de esta guerra”. Informó que la prensa debía volver a mencionarlo a diario. Goebbels había señalado que el antisemitismo era un “medio extraordinariamente efectivo de propaganda que se correspondía con los propósitos políticos y las necesidades de nuestra situación general”. Hitler ordenó a la prensa que debía concentrarse de forma constante en el hecho de que la comunidad judía dominaba completamente a la Unión Soviética, a Inglaterra y a los Estados Unidos (Herf, 2008, p. 227).

Luego el 5 de mayo de 1943, la Junta Directiva de Propaganda del Reich envió una instrucción a través de una red de organización de *Gau* y *Ortsgruppenleiter* que eran los líderes y oradores locales y regionales del partido nazi, que

informaba que “la cuestión judía” no podía desaparecer como arma de la política interna y externa. Aseguraban que era peligroso y falso consentir que la cuestión judía desapareciera de la conciencia pública “porque ésta es una guerra de judíos contra Alemania y sus aliados. De la misma manera que la lucha interna terminó con la revolución antisemita en Alemania, esta guerra debe terminar con una revolución mundial antisemita” (*“Die Judenfrage als innen- und außenpolitisches Kampfmittel”, Redner-Schnellinformation, NSDAP, Reichspropagandaleitung, Hauptamt Propaganda, 5 de mayo de 1943, Documentos Alemanes Secuestrados, registro 683, pp. 4721685-4721686; cp. Herf, 2008, p. 237).*

La cuestión judía debe ser el punto clave permanente de todas las presentaciones que se realicen en las reuniones (que organizará el partido nazi) en un futuro cercano. Es necesario que todos los alemanes sepan que todo lo que deben soportar –los malestares, las restricciones, las horas extras de trabajo, el terror espantoso dirigido a las mujeres y los niños y las pérdidas sangrientas en el campo de batalla- deben atribuirse a los judíos (Herf, 2008, p. 237).

En Alemania la constante emisión de comunicados de este tipo era la realidad cotidiana, los alemanes debían creer que esto era cierto a como diera lugar, no podían existir espacios para otra versión de los acontecimientos. Los editores debían estar encargados de que el mensaje fuese escuchado, leído y comprendido a través de la campaña antisemita.

En el año 2004, Hugo Chávez se encontraba en campaña para un referéndum revocatorio y Washington le pidió que actuara democráticamente de cara al proceso sobre su mandato. Chávez reaccionó ante esta petición con irritación, llamando a Condoleezza Rice, secretaria de Estado de los Estados Unidos para entonces, “analfabeta” porque dijo no saber nada sobre la realidad venezolana. En una concentración oficialista realizada en marzo, Chávez le grita a las masas que Bush es un “pendejo” por haber creído que el 11 de abril del año 2002 fue derrocado y que no contaba con el apoyo popular. Asimismo, acusa a Bush de haber llegado al poder por un fraude y lo reta: “Yo desde aquí, lanzo al señor Bush

una apuesta a ver quién dura más, si él en la Casa Blanca o yo aquí, en Miraflores” (Marcano y Barrera, 2004, p. 292).

El 29 de febrero de 2004 Chávez había amenazado a Bush en un discurso, le indicó que podría interrumpir las ventas de petróleo y agregó que no iba a permitir una intromisión en los asuntos de Venezuela: “¡Bastantes cojones hay aquí para defender la patria, carajo!”. Bush sería el favorito de Chávez durante la campaña del año 2004, el presidente estadounidense se convertiría en el tema característico de la retórica de campaña para ganar la consulta popular, pero el gobierno venezolano pagaría 1.2 millones de dólares a una de las firmas más prestigiosas de Estados Unidos de lobby, Patton Bogs LLC, para mejorar su imagen en Washington (Marcano y Barrera, 2004, p. 293).

No es la primera vez. Ya durante su primer año en el poder, el gobierno bolivariano “alcanzó un record de 15 millones 363 mil 398 dólares” en cabildeo, encabezando el ranking de la revista Latin Trade sobre los gobiernos latinoamericanos que contratan influencias en EEUU. Y ha fundado en Washington su propio lobby bolivariano, la Venezuelan Information Office (VIO), que –entre otros asesores- contrata a la abogada Eva Golinger, quien “denuncia con alarma en *Aló, Presidente* que el National Endowment for Democracy donó a Súmate²³ 53 mil 400 dólares” (El Universal, 9 de mayo de 2004; cp. Marcano y Barrera, 2004, p. 293).

Chávez insultó sin cesar a Washington durante el año 2004 -ya habían pasado 5 de su presidencia- y continuó haciéndolo. Sin embargo, sus acciones eran distintas. Honró sus compromisos y suministró petróleo puntualmente, manteniendo a los Estados Unidos como el cuarto país al que le exportaba en ese entonces, luego de Canadá, Arabia Saudita y México. El supuesto país que se hacía ver como antiimperialista ante las masas devotas, y que insultaba sin tapujos al presidente estadounidense, no lo hacía más que como una medida política. El uso de su retórica incendiaria, el lenguaje rudimentario y los gritos altisonantes en contra del imperialismo lo hacen ver como un héroe ante sus

²³Asociación civil sin fines de lucro que organizó los eventos de recolección de firmas para la consulta sobre la permanencia de Hugo Chávez en la presidencia. Se fundó en el año 2002.

seguidores, pero cuando llega el momento de las negociaciones petroleras no queda espacio para gritos del tipo: “*go yankee go home*”.

En Alemania debieron creer las sórdidas historias de la comunidad judía internacional, los seguidores nazis debían ser antisemitas y de existir aquellos que no lo fuesen –que lo había- no podían expresarlo. Era imposible que los judíos dominaran a tres países como Inglaterra, Estados Unidos y la Unión Soviética, y que además hayan llevado a todo un continente a la guerra. La cantidad de judíos que había entonces, no tenía la capacidad de “tender los hilos” para instar a tres países a ir a la guerra en contra de Alemania y el resto de Europa. Sin embargo, si la propaganda antisemita justificaba que los responsables de cualquier mal que ocurriese en Alemania era responsabilidad de los judíos, todo sería más sencillo. En Venezuela los oficialistas escuchaban los discursos antiimperialistas de Chávez. Lo hacían con fervor. Cualquier agresión que fuese en detrimento de las políticas de Bush y el “imperio” hicieron ver a Chávez como un héroe venezolano, el hijo de Simón Bolívar y el padre de todos los venezolanos. Utilizó los modos nacionalistas y los comentarios incorrectos para ganar votos y seguidores, pero en cuanto a asuntos diplomáticos sabía que no podía mantener esa fachada. Podemos evidenciar cómo Chávez dispondría de la absolutización de lo nacional-popular para ganar aliados. En ambos ejemplos, el líder siempre sería excluyente y criminalizaría a su enemigo. El dirigente que amenaza, atropella, insulta y miente, siempre cala. Cuando actúas de esta forma, tu liderazgo es impuesto.

6. Principio de orquestación

Este principio busca establecer un discurso reiterativo. La propaganda se limita a un número pequeño de ideas que se repiten incansablemente. Son presentadas una y otra vez desde diferentes perspectivas pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. No debe quedar espacio para fisuras o dudas. En Alemania a través los diarios murales de *Word of the Week*, los artículos de prensa o

discursos en el *Reichstag*, se generaría una expansión de la propaganda antisemita nunca antes vista en Europa, la Segunda Guerra Mundial y cualquier cosa en realidad, tendría una explicación a través del antisemitismo. En Venezuela, Chávez buscaría implantar su Revolución Bolivariana a través de discursos ante grupos devotos o televidentes fieles. Asimismo, la resolución 259 es un ejemplo de cómo Chávez intentaría modificar los programas de Ciencias Sociales en un sentido sesgado y a favor de su pensamiento ideológico. El Ministerio de Educación promulgaría la modificación de los programas de cuarto a sexto grado. La resolución 259 incluía una versión de la historia que omitía períodos completos y calificaba hechos, además de exaltar la figura de Chávez y su proceso revolucionario.

Hacia finales de 1941, el diario mural *Word of the Week* se encargó de esparcir ideas antiestadounidenses y antisemitas. Asimismo, Hitler enfatizó estos dos temas en sus discursos y en los artículos de prensa que surgieron de las editoriales nazis.

Johann von Leers, fue un propagandista nazi que escribió una historia antisemita de los Estados Unidos que hablaba sobre el crecimiento de la emigración judía desde 1890 hasta aquel entonces en el país. La historia que tuvo un total de tres ediciones y 28.000 copias publicadas, explicaba cómo gracias a la cantidad de judíos emigrados, Estados Unidos iba a la guerra contra Alemania. Al *diario The New York Times* lo llamaban “el diario judío The New York Times”. Von Leers junto al departamento de propaganda se encargarían de distribuir la tesis de que los judíos tenían acceso a cada rincón de los Estados Unidos y por esa razón habían ido a la guerra. Explicaba que el director del FBI era judío, Fiorello LaGuardia era “medio judío siciliano”, el Departamento de la Tesorería y de Trabajo de los Estados Unidos también estaba bajo la influencia judía, así como el Departamento de Estado. La propaganda nazi se encargaría de crear un ambiente de paranoia en la sociedad. Habría una explicación antisemita para todo (Herf, 2008, pp. 159-160).

El 14 de enero de 1942, el *Word of the Week* atacaba a Roosevelt una vez más: “¡Ellos buscaron la guerra!” habían sido “Roosevelt y sus apóstoles incendiarios judíos”. Es decir, los causantes de la Segunda Guerra Mundial fueron los Estados Unidos, los judíos, Inglaterra, el bolchevismo; todos, menos Alemania. Hitler se encargaría de repetir esto desde el comienzo de la guerra hasta el final. El *Word of the Week* de las siguientes semanas se dedicó a lo que Herf considera que fue un tema clave para la propaganda nazi: “La traición de Churchill a Europa”. (*Churchills Verrat an Europa*, 28 de enero de 1942, *Wandzeitung Parole der Woche*, nro. 1813, serie 5; cp. Herf, 2008, p. 167).

El *Word of the Week* presentó una cita de Churchill de 1920 en la cual expresaba su oposición a aquellos que eran fanáticos revolucionarios del mundo de Rusia. Como Stalin, Churchill y Roosevelt eran una coalición, los propagandistas nazis aprovecharían esto para decir entre otras cosas que esto había sido “la traición del borracho Churchill”, que Churchill había traído a Europa a los políticos de izquierda y que Gran Bretaña había permitido el ingreso del Bolchevismo a Europa. La conspiración en contra de Alemania era el tema favorito de los propagandistas nazis (Herf, 2008, pp. 167-168).

Las apariciones de Hitler fueron disminuyendo desde el momento en el que empezó la Segunda Guerra Mundial, sin embargo continuaron siendo parte de la agenda clave que utilizaría la propaganda nazi. El 30 de enero de 1942, Hitler dio su discurso anual en el *Reichstag* en conmemoración a su toma de poder y enfatizó el tema del odio hacia los ingleses y por supuesto, los judíos:

Está claro que la guerra puede finalizar solamente con el exterminio de los pueblos arios o con la desaparición de los judíos de Europa. El 1° de septiembre de 1939 (en realidad, había sido el 30 de enero de 1939), en el Reichstag alemán, ya afirmé –no me involucro en profecías prematuras- que no se desarrollará como imaginaron los judíos, es decir, con el exterminio de los pueblos europeos-arios. (...) Por primera vez se aplicará la antigua ley judía genuina: ¡ojo por ojo, diente por diente! Y cuanto más se expanda esta lucha, más se propagará el antisemitismo... encontrará apoyo en todos los campos de prisioneros, en todas las familias que finalmente comprendan la causa del sufrimiento. Llegará el momento en que se

liquide al enemigo mundial más malvado de todos los tiempos, al menos de los últimos mil años (Domarus, 1962; cp. Herf, 2008, p. 169)

Hitler justificó y repitió una y otra vez, por cualquier vía, el motivo por el cual Alemania había ido a la guerra. Los nazis presentaron la Segunda Guerra Mundial como “la guerra judía” y tenían la esperanza de que al hacerlo, la opinión pública aumentara sobre este tópico dentro y fuera de Europa. No importaba el caso, la propaganda nazi lo presentó como una coalición en contra de Hitler, pero el tema oculto, el verdadero poder de la propaganda nazi, era el antisemitismo: la comunidad judía internacional.

En Venezuela, Hugo Chávez en cada oportunidad que tenía recordaba su devoción hacia Bolívar y la que todos debían tener también por haber nacido en la tierra del Libertador. Bolívar debía formar parte de la cultura. El glorioso, “Padre de la Patria”, había rechazado la corona que los “oligarcas” le habían sugerido. La relación con Bolívar forma parte de una cultura religiosa, pero lo que es importante resaltar de esto es que la mitificación del héroe nacional no se hizo para todos los venezolanos. Por ejemplo, para los “oligarcas”, no. La forma directa de su amor y admiración se ha trocado en la organización de un culto para el “pueblo”. Cuando hablaba de las “oligarquías de estas tierras” ya insinuaba que para ellos no habría Bolívar. Ellos lo habían traicionado, al igual que “los poderes mundiales”. Entre los planes de Chávez estaba reconstruir Venezuela a partir de su pensamiento Bolivariano, pero no habría espacio para los “oligarcas” dentro de este proyecto.

Chávez dio un discurso el 7 de agosto del 2004 desde el auditorio del Consejo Nacional Electoral (CNE), para el acto de entrega de la totalización de las firmas del referéndum revocatorio:

Bolívar y los hombres y mujeres que lo interpretaron mejor y dieron todo su esfuerzo por el proyecto republicano bolivariano, fueron traicionados, fueron echados, fueron satanizados por la oligarquías de este continente y por los poderes mundiales, los poderes imperialistas del mundo, que para nada querían, que para nada quieren una América Latina unida y libre, eso habrá que repetirlo para siempre

jamás, habrá que repetirlo siempre. (...) “No soy Napoleón, ni quiero serlo”, dijo cuando llegaron a proponerle la corona, las oligarquías de estas tierras le propusieron a Bolívar la corona y como no la quiso, lo enviaron a Santa Marta. No soy Napoleón, ni quiero serlo, el título de Libertador es para mí superior a cualquier cosa, “Libertador o muerto” lo repitió varias veces, “Libertador o muerto”, llegó a decir esta frase que creo que hay que recogerla, relanzarla, sembrarla en el alma de cada venezolano, de cada venezolana, lucharla y sembrar, porque depende en buena medida del éxito en esa siembra, depende el futuro de nuestro país (Aló Presidente 139, 16 de febrero de 2003. Recuperado el 23-04-2016 de: <http://todochavez.gob.ve/todochavez/1531-acto-de-entrega-de-la-totalizacion-del-referendum-revocatorio-electoral-al-comandante-presidente-hugo-chavez>)

Cuando se acercaba el año 2001, Hugo Chávez le pidió a la Asamblea Nacional - que estaba dominada por dóciles partidarios que le concedieron poderes extraordinarios para elaborar un paquete de reformas- entre otras cosas que activaran en el pensum de estudios de bachillerato la “Instrucción Pre Militar” como materia obligatoria y la aprobación de la resolución 259 que permitía al Ministerio de Educación reescribir los textos escolares de historia. Entre la información que tendrían los nuevos contenidos de los libros de estudio estaban la crítica hacia los 40 años anteriores de bipartidismo en el país y las glorificadas historias del 4 de febrero y la Revolución Bolivariana (Marcano y Barrera, 2004, pp. 209-210).

El profesor Carlos Lanz presentó un nuevo Proyecto Educativo Nacional (PEN). Se hablaba sobre el control a través de supervisores ideologizados y del adoctrinamiento de la educación. Los padres de niños de colegios privados estaban aterrados ante la situación y comenzaron a protestar al no estar de acuerdo con lo que se quería implantar. Sin embargo, Chávez no estaba dispuesto a ceder, este era su proyecto bolivariano y pretendía llevarlo a cabo. Calificó a los representantes de “egoístas e individualistas” y dio un discurso que los opositores a su gobierno calificaron de divisionista (Marcano y Barrera, 2004, p. 210).

Viven muy bien, cómodos, tremenda casa, tremendo apartamento, no tienen ningún problema, los hijos van a buenos colegios, viajan al exterior. Nadie se los critica, pero algunos de ellos no se dan cuenta que aquí ocurrió un 6 de diciembre de 1998 (...) Miran a los demás por encima del hombro, como si los demás fuéramos poca cosa, la chusma. Sí, somos la misma chusma que siguió a Bolívar (...) El decreto se

va a cumplir y yo seré el supervisor número uno (El Nacional, 8 de febrero de 2001; cp. Marcano y Barrera, 2004, pp. 210-211).

Luego se mostró provocador y agregó: ¡Vengan a la calle para que vean!, mientras más plomo me echen, más echo yo. Así soy yo”. La resolución 259 a favor del proyecto educativo no se lograría implantar, pero Chávez continuaría intentando implementar su proyecto bolivariano a lo largo de su presidencia.

En el Aló Presidente del domingo 17 de junio del año 2001, Chávez insta al pueblo a inscribirse en los Círculos Bolivarianos creados por el Movimiento Bolivariano Revolucionario:

Los integrarán los periodistas honestos bolivarianos, los camarógrafos, los campesinos, los conuqueros, los pescadores, verdaderos líderes que se organicen para trabajar; se podrán formar en las universidades, los hospitales, las escuelas bolivarianas, en las empresas (...) Se necesita organización. No podemos andar a la deriva. Para eso se requieren verdaderos líderes en cada cuadra, en cada esquina. (...) El puesto de mando está donde tiene que estar. ¿Dónde? En Miraflores. Allí está el Comando Político de la Revolución (*Aló Presidente*, domingo 17 de junio de 2001; cp. Marcano y Barrera, 2004, pp. 211-212).

En Alemania Hitler unió una solemne dialéctica histórica entre la Europa aria y la comunidad judía internacional. Justificó y repitió a través de diarios murales como *Word of the Week*, discursos y sus más devotos seguidores y propagandistas, el motivo por el cual Alemania había ido a la guerra. Los nazis presentaron la Segunda Guerra Mundial como “la guerra judía”. Hitler impuso su liderazgo y controló que la información que se publicara fuese siempre en pro de la victimización del nazismo y en contra de los aliados y judíos, los culpables de todo mal. Impuso su liderazgo de manera totalitaria. En la Revolución Bolivariana de Venezuela, Chávez se hizo cargo de promover en cada oportunidad que tuvo, a través de su programa televisivo *Aló Presidente*, discursos de campañas políticas e incluso una reforma en el pensum de estudio de niños de primaria -mentes moldeables y muy vulnerables- su pensamiento bolivariano y su desprecio por la “oligarquía”. En la absolutización de lo nacional-popular no había espacio para cualquiera, solo podían formar parte aquellas personas que no fuesen “oligarcas” y

compartieran ese sentimiento, y por supuesto, el amor a Simón Bolívar, “Padre de la Patria”. La resolución 259 es un ejemplo de cómo Chávez impuso su liderazgo de forma vertical y organicista. Hitler y Chávez fueron excluyentes y criminalizaron a su enemigo a lo largo de sus mandatos, los judíos y los “oligarcas” estarían completamente fuera de sus proyectos, se convirtieron en los *out group*.

7. Principio de renovación

Este principio tiene como fin la emisión constante de información y argumentos para distraer al público de los temas que más aquejan a la nación. Se emiten a un ritmo tal que, cuando el adversario responde, el público ya esté interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones. En Alemania, mientras millones de soldados morirían defendiendo el frente, Hitler y sus propagandistas se encargarían de mantener a la población enfocada en el antisemitismo que los había conducido a la guerra. Debían mantenerse unidos y fuertes ante tiempos difíciles. Nunca serían publicadas las cifras oficiales de las muertes alemanas durante la Segunda Guerra Mundial. En Venezuela, Chávez viviría un desencanto ante sus políticas, la oposición expresaría sus molestias y el 11 de abril de 2002, saldrían a marchar en contra de las políticas del mandatario. En un abrir y cerrar de ojos la situación se tornaría violenta dejando 19 muertes y 100 heridos (según cifras oficiales que se conocen). Sin embargo, Chávez intentaría tapar lo que estaba sucediendo con dos cadenas nacionales, una de él y otra de Lucas Rincón Romero, Inspector General de la Fuerza Armada (para aquel entonces). Ambos desmintieron los hechos y dijeron que la situación en Caracas estaba normal.

En la Alemania de 1942, antes de la batalla de Stalingrado, las muertes alemanas en los campos de batalla sumaron aproximadamente treinta y cinco mil por mes, casi cuatrocientos mil soldados murieron entre diciembre de 1942 y marzo de 1943. Entre abril y junio de ese año, la cifra de muertos por mes fue de veinticinco

mil. Desde julio de 1943 hasta mayo de 1944, la muerte de soldados alemanes en los campos de batalla se calculaba entre setenta mil por mes. Las familias estaban al tanto sobre las pérdidas, pero la Oficina de Prensa del Reich, que era lo mismo que decir el Ministerio de Propaganda, eliminó la información sobre la cantidad de muertos que se contaban por miles cada día (Herf, 2009, pp. 261-262).

La Oficina de Prensa del Reich, quiso mantener el apoyo de sus seguidores y del pueblo en general, por medio de la vívida descripción de las consecuencias de la victoria soviética en Alemania. El *Periodical Service* repetía la importancia de la propaganda antibolchevique. El verano de 1944 fue devastador para las tropas Alemanas, desde junio hasta finales de octubre de ese año, diariamente morían 7.200 soldados:

Desde la invasión de Normandía²⁴ hasta fines de octubre de 1944, murieron 1.082.197 soldados alemanes en la batalla. Las cifras correspondientes a la cantidad de muertes por mes son las siguientes: junio, 182.178; julio 215.013; agosto, 348.960; septiembre, 151.956 y octubre, 184.089 (Herf, 2008, p. 283).

Frente a las horrosas pérdidas, el ejército alemán continuó luchando. Pero la censura sobre las pérdidas de guerra era parte de la propaganda nazi. Mientras morían cientos de miles de alemanes en los campos de batalla, Goebbels se enfocaba en distraer a la población con el antisemitismo y con una errónea interpretación de la guerra. El 3 de octubre de 1944 en una reunión del partido en Aache, Goebbels admitió:

Pensamos que los desarrollos militares tomarían un rumbo diferente. Sin embargo, no estamos en peor posición hoy que en septiembre de 1939. Considerando que durante cinco años pudimos derrotar a un mundo de enemigos llenos de odio, sin que pudieran ocupar posiciones importantes del Reich -¿solo posiciones sin valor?- bueno, ¡esto es lo increíble de esta guerra! (Heiber, 1971; cp. Herf, 2008, p. 284).

Mientras Goebbels hablaba que una nación capaz de tales hazañas podía lograr la victoria, en las afueras de la ciudad de Aache, 3.700.000 soldados alemanes habían muerto. Cientos de miles de civiles habían muerto en bombardeos, había

²⁴La operación comenzó el 6 de junio de 1944. Conocido como el Día D, el desembarco de Normandía.

heridos por doquier y ciudades enteras se habían reducido a escombros. Aun así, Goebbels, instaba e unía a los seguidores y a los simpatizantes hasta el fin. Era fundamental que la población no solo fuese “fanática, sino que se fanatizara”. Decía que él sabía que ganarían la guerra por las armas nuevas que provenían de los arsenales alemanes y porque los enemigos estaban “cometiendo los mismos errores que cometimos nosotros anteriormente”, es decir, extender las líneas de suministro mientras invaden otros países. Goebbels sabía que las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial habían sido catastróficas para Alemania, incluso lo escribió en su diario en otoño de 1944. Pero se hacía cargo que la propaganda alemana no publicara las cifras reales de muertos, debían enfocarse en el antisemitismo más que nunca (Herf, 2008, pp. 284-285).

El 21 de enero de 1945, Goebbels publicó su último editorial en *Das Reich*,²⁵ el cual dedicó exclusivamente a los judíos: “La unión de la coalición enemiga: el origen de la desgracia mundial” (*Der kilt der Feindkoalition: Die Urheber des Unglucks der Welt, Das Reich, 21 de enero de 1945; cp. Herf, 2008, p. 285*). Era una explicación de cómo la guerra había llegado hasta ese punto: “la comunidad judía internacional”. La población alemana apoyó al régimen hasta los últimos días, aunque lo hicieron de manera adusta.

En Venezuela, el uso de las cadenas presidenciales de radio y televisión ocuparon un 10% del tiempo del gobierno de Chávez durante el período de 1999 y 2009, una década según la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) entre febrero de 1999 y junio de 2009, los medios de comunicación venezolanos, transmitieron un total de 1.923 cadenas presidenciales, lo que es equivalente a 1.252 horas y 41 minutos, también es igual a 52 días ininterrumpidos de mensajes del gobernante (CIDH, 2009, par. 407; cp. Cañizález, 2012, p. 98). Esto impide otra visión de la realidad, otras opiniones, simplemente implica que una persona

²⁵*Das Reich* fue un semanario nazi que se editó por Goebbels en Berlín desde 1940 hasta 1945.

está obligada a ver u oír a Hugo Chávez, lo quiera o no. Las cadenas coartan la posibilidad de que los venezolanos escojan libremente otros puntos de vista.

El 11 de abril del año 2002 se realizó una gran concentración en Caracas que fue convocada por la dirigencia opositora. Los cálculos optimistas hablaban de un millón de personas mientras los no tan entusiastas hablaban de quinientos mil. Pero esta marcha no tenía el permiso que requerían las concentraciones para poder realizarse, los dirigentes que la coordinaron no los habían solicitado. Sin embargo el fervor de la multitud era tal que el deseo era ir al palacio de Miraflores a exigir la renuncia del presidente Chávez. Freddy Bernal, que para entonces era el alcalde oficialista del Municipio Libertador, comienza a convocar a partidarios del gobierno a las cercanías del Palacio para defender al gobierno. Mientras los oficiales de la Guardia Nacional impedían la llegada de los manifestantes a Miraflores, comienzan a caer al suelo personas heridas que habían sido víctimas de disparos. Las balas llegaban de todas partes y la multitud desconcertada y con miedo solo corría. Una hora después de estos hechos el Inspector General de la Fuerza Armada, Lucas Rincón Romero, aparece en cadena nacional notificando que solo había unos focos de perturbación en el centro de Caracas: “La situación en el país es de normalidad” (Marcano y Barrera, 2004, pp. 243-244).

Todavía hoy ha sido imposible una reconstrucción fiable, que convenza a todos, sobre lo que pasó realmente durante aquellas horas. La oposición acusa al gobierno de utilizar a sus grupos armados, oficiales y para-oficiales, en contra de la manifestación de protesta. El gobierno acusa a la oposición de crear un plan macabro para, con elementos de la Policía Metropolitana (dependiente del alcalde de la oposición Alfredo Peña) y mercenarios, disparar contra la marcha de protesta y producir un caos, propiciando una crisis institucional, un golpe de Estado. Hay suficientes imágenes para respaldar cualquiera de las dos versiones; suficientes investigaciones y testimonios para que cada uno de los bandos se aferre a un argumento conveniente. Hay, incluso, de lado y lado, películas documentales que han recorrido el mundo promocionando una u otra explicación de los hechos. Hay, también y por desgracia, suficientes muertos y heridos en ambos bandos. Gente que ya no es *chavista* o *antichavista* (Marcano y Barrera, 2004, p. 244).

A las 3:45 de la tarde del mismo 11 de abril de 2002, Chávez decide “encadenar” todas las emisoras del país para denunciar las verdaderas intenciones de la

marcha. Dice que la gente que pretendía acercarse al Palacio de Miraflores solo quería sacarlo del poder, pero también sostiene que el país se encuentra en normalidad. Las televisoras en ese momento como si estuvieran combatiendo el relato del presidente y el que había dado el Inspector General de la Fuerza Armada previamente, dividen la pantalla dejando de un lado a Chávez y del otro “las imágenes dolorosas y sangrientas de los enfrentamientos en el centro de Caracas”. Ante el desafío, el gobierno suspende las señales de las televisoras privadas mientras el mandatario continuaba su mensaje, y al finalizar, se restituyen las señales de las televisoras privadas y al instante comienzan a transmitir imágenes de lo que ocurría en el centro de la capital. La cifra oficial registrada de muertos del 11 de abril fue de 19, y hubo más de 100 heridos (El Nacional, 11 de abril de 2015, *13 años después, el 11 de abril sigue en la memoria venezolana*. Recuperado el 8-06-2016 de: <http://archivo.globovision.com/13-anos-despues-el-11-de-abril-sigue-en-la-memoria-venezolana/>).

Chávez utilizó las cadenas cuando quiso y de forma aleatoria, pero esta vez quería cubrir el infortunio que sucedía en el centro de Caracas, y además, negó. Utilizó su poder para desmentir una realidad. Si bien la oposición no podía dividir la pantalla para mostrar lo que ocurría, Hugo Chávez tampoco podía utilizar el poder que tenía sobre los medios de comunicación para manipular a los espectadores y desmentir una realidad, que sin importar quién la haya provocado, estaba ahí. Al cortar la señal de los canales privados cuando la pantalla se dividió, todo aquel que estuviese viendo lo que sucedía en el centro de Caracas en ese momento, lo privarían de seguir haciéndolo.

Es importante destacar que no se quiere igualar ambas situaciones. A diferencia de Chávez, Hitler fue el responsable de las muertes de millones de personas durante la Segunda Mundial. No se trata de igualar las acciones de ambas personas, sino de hallar las semejanzas de cómo trataban aquellas situaciones que iban en detrimento de sus gobiernos. En Alemania la emisión constante de información sobre temas antisemitas fue el pan de cada día, mientras millones de

soldados, civiles e inocentes, morían. En Venezuela los hechos del 11 de abril de 2002, cambiaron el panorama político de los siguientes días. Mientras en el centro de Caracas, supuestos grupos armados oficialistas disparaban a los manifestantes, el presidente decidió desmentir la situación en cadena nacional de radio y televisión, y luego de que los medios de comunicación privados dividieran la pantalla en dos –de un lado estaba Chávez y del otro lo que ocurría en ese momento en Caracas-, Chávez optó por quitarles la señal y continuar dando su verdad sobre los hechos. El liderazgo se impuso “desde arriba” y de manera organicista en ambos casos. Llevaron a cabo acciones que perjudicaron a sus naciones, pero fue más importante para ellos evadir una realidad que menoscabara su liderazgo.

8. Principio de la verosimilitud

Este principio busca construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de informaciones fragmentarias. La información que imparten es muy abstracta y se construye de trozos aislados. En Alemania Hitler continuaría sus discursos reactivos antisemitas mientras se aferraba a críticas que habían hecho sobre Alemania, sin embargo, las pondría fuera de su contexto original. En Venezuela, Chávez tendría alocuciones en las que hablaría sobre el futuro prometedor del país, pero no explicaría las políticas públicas que se llevarían a cabo para lograrlo.

La propaganda nazi usaba con frecuencia la falsedad con lujo de detalles, lo que sucedía en la Segunda Guerra Mundial nunca fue responsabilidad de Hitler y el nazismo, siempre fue de “la comunidad judía internacional” y los aliados.

Hitler pronunció un discurso que dio el 15 de marzo de 1942 en Berlín que duró 15 minutos, era el día en que se rendía tributo a los héroes militares. Atribuyó toda la responsabilidad de los problemas de Alemania luego de la Primera Guerra Mundial a Inglaterra, a Estados Unidos y a Francia. Estos Estados “judíos-

capitalistas” habían demostrado que no habían tenido la capacidad de reducir el desempleo durante la Gran Depresión y en lugar de aprender de la economía y de las políticas sociales nazis, los enemigos de Alemania en la Primera Guerra Mundial, “a los que dirigían esencialmente elementos judíos” habían comenzado a atacar al régimen (Herf, 2008, pp. 172-173).

Hitler dio un discurso el 15 de marzo de 1942 en el cual expuso su argumento sobre la coalición entre las tres democracias -Inglaterra, Estados Unidos y Francia- con el bolchevismo. Para él la explicación a que el marxismo y el capitalismo se unieran, era antisemita:

Hoy sabemos que ya en 1935 y en 1936 en Inglaterra, en Francia y en especial en los Estados Unidos los círculos judíos exclusivamente decididos y los estratos de los líderes políticos que pertenecían a ellos ya habían tomado la decisión de declarar una nueva guerra... Hoy solamente estamos reconociendo el alcance completo de los preparativos de nuestros enemigos. Hoy vemos cómo se dispersa la cooperación entre los judíos que manejan los hilos en todo el mundo. Unen la democracia y el bolchevismo en una comunidad de intereses que se compromete a un ataque compartido por parte de una conspiración que tiene la esperanza de poder aniquilar a toda Europa (Domarus, 1962, Hitler discurso del 15 de marzo de 1942; cp. Herf, 2008, p.173).

En realidad, en los Estados Unidos y Europa, sí habían criticado al régimen pero inmediatamente después que el nazismo tomara el poder. Sabían que la democracia en Alemania había terminado. Se le reprochó porque la libertad de prensa había acabado, se estaba aprisionando a líderes políticos opositores al régimen y comenzó la persecución de los judíos. Las afirmaciones de Hitler eran falsas, Gran Bretaña y Francia habían apaciguado la guerra contra Alemania, Estados Unidos permanecía neutral pero preocupado por el destino del país, y la Unión Soviética, por las democracias occidentales se había profundizado tanto que había firmado un pacto de no agresión con Hitler. Como la autora ha previamente mencionado, los judíos nunca tuvieron el poder de llevar a un gobierno a la guerra y las potencias aliadas -que no lo estaban cuando comenzó la guerra- le dieron una ventaja a Hitler para poder invadir territorios que por la falta

de preparación que tenían, le permitía lograr victorias rápidas sobre sus adversarios militarmente inferiores. Este fue un elemento decisivo.

Sin embargo, el argumento antisemita de Hitler explicaba de manera conveniente porque existía esta coalición paradójica de democracias capitalistas y dictaduras comunistas que “se habían aliado contra Alemania”.

En Venezuela, el futuro se construye del pasado independentista del siglo XIX, es la fuente inagotable del mensaje mediático de Hugo Chávez. El presente es eludido intencionalmente porque el futuro de Venezuela y su pasado glorioso es lo prometedor. En el *Aló Presidente* 44 del año 2000, se puede evidenciar el modo cómo se hacen los anuncios de lo que está por hacerse en materia de políticas públicas:

Pero el Reino de los Cielos tenemos que hacerlo aquí. El Reino de la felicidad. Venezuela debe ser digna de nuevo. Venezuela debe ser un país de una clase media, brillante, digna, feliz, fraterna, solidaria, ejemplo para América y para el mundo, hacia allá vamos nosotros, claro que estamos comenzando. El camino será largo pero lo haremos (Cañizález, 2012, pp. 133-134).

En este ejemplo se manifiesta que quizás lo que se hará en materia de políticas públicas se construye de un futuro inmediato. Hugo Chávez es la promesa de un futuro de grandeza para una nación que tuvo un “pasado glorioso” junto a su Libertador. Todo está dentro de un mensaje populista que no explica cabalmente cuáles serán las políticas públicas que se implementarán para lograr ese futuro tan prometedor del que hablaba el mandatario. La información que brinda es muy abstracta. ¿Qué significa el Reino de los Cielos? y ¿qué políticas públicas se implementarán para que Venezuela sea un país con una clase media que sea ejemplo para América?

Quizás Chávez hablaba de crear incluso más misiones de las que ya existían, pero ¿en este caso serían para la clase media? y no para los sectores populares como solía ser. Constantemente atacaba a la clase media y alta del país. Por otro lado, era un poco difícil descifrar lo que Chávez quería decir con “el camino será

largo pero lo haremos”. ¿Cuántos meses llevaría lograr que la clase media fuese ejemplo para el mundo? La ambigüedad del discurso de Chávez ofrece muchas interpretaciones. Es pertinente mencionar lo que Le Bon apreciaba sobre la facilidad de introducir una idea en las masas cuando reina la ausencia de pruebas:

La afirmación pura y simple, libre de todo razonamiento y de toda prueba, es uno de los medios más seguros de introducir una idea en la mente de las masas. Cuanto más concisa es una afirmación, cuanto más carente de toda apariencia de prueba y demostración, mayor es su influencia. (1995, p.146; cp. Laclau, 2005, p. 40)

En Alemania, Hitler utilizó su poder de manera vertical y a su conveniencia. Tergiversó la información que los aliados habían dado cuando él llegó al poder, la utilizó para manipular al pueblo alemán que estaba en guerra contra ellos. En Venezuela, Hugo Chávez no explicó las medidas económicas o educativas que se tomarían para lograr el “Reino de los Cielos”. Dar información imprecisa también es una manera de utilizar el poder para su beneficio. Mientras el primero esgrimió fragmentos de una información para generar mucha más, el segundo fue muy impreciso en cuanto a cómo lograría que Venezuela fuese digna de nuevo, quizás a su criterio alguna vez dejó de serlo. En el ejemplo de Chávez también se puede ver la absolutización de lo nacional-popular. En el de Hitler se evidencia cómo fue excluyente con el enemigo, criminalizándolo ante seguidores que se encontraban ante la incertidumbre de la guerra, sin información veraz y oportuna.

9. Principio de la silenciación

Este principio tiene como objetivo acallar y eliminar los temas sobre los cuales el régimen no tenga argumentos, y minimizar los aspectos favorecedores del enemigo contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines, imponiendo una presencia silenciadora en todos los medios posibles. En Alemania la radio fue un elemento silenciador que utilizaría el régimen Nacionalsocialista para promover su ideología, también compraría la mayoría de los diarios y crearía

un monopolio controlado. En Venezuela, Chávez no le renovarían la concesión para continuar su señal al aire al canal con más trascendencia en el país (Radio Caracas Televisión). Utilizaría las cadenas para silenciar otros puntos de vista y promovería de manera obligatoria su ideología durante diez minutos diarios.

La voz imperativa, la voz que es ley. El tema de la obediencia a lo largo de los discursos de Hitler: “*Führer befiehl, wir folgen*” (Führer, ordena, nosotros te seguiremos). Hitler usaría su voz para crear un lazo con la ideología nacionalsocialista y movilizar a las masas a su voluntad. El desarrollo de la radio en la Alemania de los años 30 brindaría las condiciones para que se convirtiese en catalizador de identificación e unificación. La radio en Alemania según Peter Reichel, experimentaría una expansión sin equivalente en Europa (Poizat, 2003, pp. 179-180).

La radio se convirtió en un instrumento de poder del cual solo podía hacer uso Hitler y los nacionalsocialistas. Se construían por un consorcio de veintiocho fabricantes bajo el control del Estado y los receptores se vendían a un precio que desafiaba a las competencias. Seis años después, en 1939, Alemania ocupaba el segundo lugar detrás de los Estados Unidos con más de once millones de certificados. La radio fue uno de los grandes instrumentos de la dominación nazi, por su papel en las masas y por su puesta en juego de las investiduras de la voz del Führer y la omnipresencia de ella gracias a los altoparlantes instalados en las calles, establecimientos públicos y fábricas. Mientras muchos caminaban se congelaban al escuchar su voz y el saludo hitleriano (Poizat, 2003, pp. 179-181).

En 1933 ya había, con todo, más de cuatro millones de receptores de radio en Alemania. (...) Esto no impidió al régimen nacionalsocialista presentar con intensa propaganda el nuevo *Volksempfänger*²⁶ (...) en 1933, con la denominación oficial de “Ve 301” (la cifra aludía a la fecha de la “toma del poder”, el 30 de enero) (Reichel, 1993, p. 338; cp. Poizat, 2003, p. 180).

²⁶Receptor del pueblo.

Hitler no solo utilizó la radio como arma elemental de su gobierno, también ganó el control de la prensa por medio de la compra de varios diarios y publicaciones periódicas. Bajo la dirección de Max Amann (1891-1957), el presidente de la Cámara de Prensa del Reich y titular de la Asociación Alemana de Editores de Diarios y Publicaciones, los nazis lograron el dominio sobre la prensa alemana. En 1939 la empresa editorial que estaba controlada por los nazis, Franz Eher, manejaba aproximadamente 200 diarios con una circulación de 13,2 millones, constituía la empresa editorial más grande del mundo. En 1945, la prensa controlada por los nazis monopolizaba el 82,5 por ciento de la circulación total, y aquellos medios privados estaban sujetos a un sistema detallado de órdenes por parte de las autoridades políticas (Herf, 2008, p. 37).

En Venezuela, la relación de Chávez y los medios de comunicación privados solo fueron en picada desde el comienzo de su mandato. En el año 2000, incorporó un elemento perturbador, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. En el artículo 209 dicha ley, le atribuye al Ejecutivo Nacional la potestad de suspender la transmisión de cualquier medio de comunicación para resguardar los intereses de la nación. A finales del 2004 comienza el proceso parlamentario de la ley y ya está a punto de ser aprobada, a pesar de las críticas de algunos gremios y organismos internacionales. El instrumento legal afectaría a la televisión al pretender regular la programación de los canales y establecer normas de prohibición de determinados contenidos en ciertos horarios.

Chávez desde el primer año en el gobierno, utilizó las cadenas de manera inusual y frecuente. No se sabía en qué momento las haría ni cuántas horas durarían; solían ser lapsos considerables. En 1999, el año que inició su gobierno, fueron 62 horas y 27 minutos las que habló durante ese año. Según cifras recogidas por Reporteros sin Fronteras, entre el 2 de febrero de 1999 y el 31 de diciembre de 2008, Chávez habló en cadena nacional de radio y televisión durante 1.179 horas, esto equivale a un total de 49 días ininterrumpidos de “encadenamiento” (Reporteros Sin Fronteras, 2009; cp. Cañizález, 2012, p. 61).

Esta política de Estado estaba diseñada y dirigida por el mandatario, había un equipo detrás de esto que recomendaba los pro y los contra de cada tipo de transmisión, pero quien tomaba las decisiones de las cadenas era Chávez (Marcano y Barrera, 2004, pp. 277-278). Chávez hacía uso excesivo de la propaganda durante las cadenas, lo cual generaba una diferencia entre el volumen de mensajes de los opositores y los oficialistas. Cada vez que se acercaba una elección, el uso de las cadenas para promoverse, aumentaba -cuando por su naturaleza estatal debería haber sido ajeno al duelo político-. Las cadenas anulan cualquier otro mensaje, ergo, se corta la posibilidad que los ciudadanos elijan diferentes puntos de vista, informaciones y opiniones. El mensaje único, es el del presidente, y debe ser seguido por el país de forma obligatoria a través de las cadenas.

A esto se le suma *Aló Presidente*, este espacio es transmitido por el conjunto de medios del Estado y por un número elevado de estaciones privadas de radio y televisión. Entre 1999 y 2008 el presidente habló en esta “semi-cadena”, como la cataloga Cañizález, durante 1.204 horas en el programa dominical, y 1.166 en cadenas nacionales. Esto equivale a un total de 2.370 horas frente a las cámaras y micrófonos, y no están incluidas las transmisiones especiales con el jefe de Estado, equivale a 59 semanas laborales, siendo jornadas de 8 horas por día (2012, p. 99).

Un suceso importante dentro de la historia de los medios de comunicación privados venezolanos, fue el cierre del canal Radio Caracas Televisión (RCTV) en el año 2007. El canal llevaba más de 50 años al aire y tenían el primer lugar de preferencia con el 28 por ciento del *share*. Sin embargo, el gobierno había tomado la decisión de no renovar la concesión del medio como consecuencia de un “castigo” por su línea editorial crítica. El decreto cambió la posición de Venezuela dentro de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa. El anuncio de esta medida fue hecha por el antiguo presidente Chávez en diciembre de 2006 durante

un momento estelar en su gobierno por la cantidad de votos que había obtenido para un nuevo período presidencial de seis años (Cañizález, 2012, pp. 94-95).

En 2008, el Estado contaba con la administración de dos señales de carácter nacional, Televisora Venezolana Social (TVES) y VTV Venezolana de Televisión (VTV), además de otros medios gubernamentales tales como Vive TV, Ávila TV, Asamblea Nacional TV y Telesur (que tiene señal abierta). Dichos medios estatales, cuentan con una excesiva ideologización y una transmisión incesante de las alocuciones del presidente Chávez (Cañizález, 2012, pp. 97-98). Asimismo, impuesto por la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, existe una transmisión de diez minutos diarios para los mensajes gubernamentales (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2009, par. 407).

Teodoro Petkoff en *Hugo Chávez sin uniforme* expone que:

La pura fuerza inercial de la fantástica masa de poder que Chávez acumula crea serios peligros, ahora sí, de una deriva aún más autoritaria y de un ejercicio autocrático del poder, para lo cual cuenta, además, con instrumentos represivos como la Ley sobre la Responsabilidad Social en Radio y Televisión y el Código Penal reformado (amén de otros pendientes) que fueron recientemente aprobados – prácticamente sin protesta ciudadana alguna, en clara demostración de la profundidad del reflujo popular. (...) El miedo y la adulancia se espesan entorno a Yo el Supremo. (...) La naturaleza personalista y caudillesca del poder de Hugo Chávez, apoyada en un desafortunado revival populista, se hace cada vez más desnuda (Marcano y Barrera, 2004, p. 21).

En ambos líderes podemos observar la semejanza en cuanto a la imposición de la absolutización de lo nacional-popular, además de la coacción de las libertades individuales. Ambos quebrantaron de distintas formas la libertad de expresión. Los medios de comunicación están estrechamente relacionados con el significado de un sistema democrático. Implicaría una merma del sistema cuando la libertad de expresión se violenta, entre otras cosas, silenciando a los medios y creando una hegemonía comunicacional. Los medios para informar deben ser plurales, debe existir la posibilidad de presentar de forma independiente los intereses de una comunidad –sin necesidad que el Estado intervenga por ti-; deben ser capaces de

difundir los argumentos de individuos de manera objetiva y han de ser tomados en consideración para la discusión pública. Los medios deben promover políticas que busquen el debate amplio, abierto y plural de las diversas perspectivas de una misma realidad. Cuando estos se parcializan, se silencian, se ideologizan, entre otros; implica una disminución de la libertad de expresión.

En Alemania, Hitler utilizó la radio para promover las políticas nazis, así como también compró diarios para poder utilizarlos para el beneficio de la propaganda del régimen. En Venezuela, Chávez no le renovó la concesión a RCTV, el canal de televisión con la programación más vista y con más trascendencia en el país. Las cadenas presidenciales no solo se les daba uso para dar anuncios sobre la toma de medidas económicas o sociales, también era un espacio para la propaganda oficialista.

10. Principio de la transfusión

Este principio manipula a partir de un fundamento preexistente, ya sea a través de una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales; se trata de difundir argumentos que puedan arraigar en actitudes primitivas. En Alemania, los prejuicios hacia los judíos, ya existían, pero es con el régimen nazi y su propaganda antisemita que se lograría organizar el resentimiento y el odio hacia desmedido hacia ellos. En Venezuela, el bolivarianismo, el culto al héroe, ya estaba, pero con Chávez se crearía una relación patológica de una magnitud sin precedentes, a tal punto que se exhumarían los restos de El Libertador. El sentimiento nacionalista y el bolivarianismo se convertirían en la ideología oficial del movimiento de Hugo Chávez.

En Alemania los mítines de Núremberg, los desfiles con antorchas, películas antisemitas como *Der Ewige Jude* (El Judío Eterno) y *Jud Suss* (El Judío Suss), formaron parte de las acciones de odio de la Alemania Nacionalsocialista. Las

campañas antisemitas del régimen nazi se veían también en los artículos de primera plana del *Der Völkische Beobachter*. El VB se fundó en 1920, fue el diario oficial nacional del régimen nazi, fue un órgano clave para las campañas del régimen. Sus audaces títulos estaban destacados en rojo y negro y sus artículos de primera plana transmitían los temas centrales de la propaganda que emanaban de las conferencias de prensa de Dietrich. Era un diario hecho por y para quienes creían en las ideas nazis y para cualquiera que quisiera saber la política oficial del régimen. Desde septiembre de 1939 hasta abril de 1945, ochenta y cuatro de las más de dos mil cien ediciones diarias, presentaban artículos de primera plana inspiradas en el antisemitismo nazi; el resto, eran denuncias y ataques en contra los enemigos de la Alemania nazi, Estados Unidos, Inglaterra y el bolchevismo. A veces se publicaban los éxitos del régimen (Herf, 2008, pp. 44-45).

Otto Dietrich (1897-1952) fue el jefe de Prensa del Reich desde 1938 hasta 1945. El rol de Dietrich en las campañas antisemitas fue decisivo, ya que Goebbels era el ministro de la propaganda pero no controlaba la prensa, esa era tarea de Dietrich (Herf, 2008, pp. 40-41).

Los titulares antisemitas del VB, venían concentrados en series. Desde septiembre de 1939 hasta abril de 1945, ochenta y cuatro de las más de dos mil cien ediciones diarias, presentaban artículos de primera plana inspiradas en el antisemitismo nazi. Hubo dos titulares antisemitas en 1939; ninguno en 1940; diecisiete en 1941; cuatro en 1942; cincuenta en 1943; diez en 1944 y dos en la primavera de 1945. Hubo cuatro períodos en los que se concentró la mayoría de los artículos de primera plana: en el mes de julio y agosto de 1941 hubo siete; desde abril hasta julio de 1943 veintiséis; entre octubre y noviembre de 1943, trece; y desde mayo hasta junio de 1944 hubo nueve (Herf, 2008, p. 45).

Sin embargo, la contribución más importante la hizo el diario mural *Word of the Week*. La propaganda nazi de *Parole der Woche* era la mezcla del texto, imágenes y fotografías dentro del diario mural. Distribuidos semanalmente por decenas y a

veces cientos de miles de copias eran un aspecto omnipresente e impertinente de la ofensiva visual del nazismo en la nueva era de la reproducción mecánica de ilustraciones en blanco y negro o en color. Los diarios murales alemanes fueron una combinación única de editoriales de periódicos, afiche político y periodismo sensacionalista, que empleaba técnicas modernas de reproducción y se dirigía a una sociedad cuyos ritmos cotidianos se caracterizaban por el traslado a pie y el tránsito público (Herf, 2008, p. 31).

Los alemanes podían decidir no escuchar la radio, no asistir al cine o leer los noticieros semanales, pero no podían dejar de caminar por las calles, ir al mercado, a la oficina, agarrar el autobús o andar a la estación del metro. Todas las semanas desde el año 1937 hasta la primavera de 1943, aproximadamente 125.000 copias de diarios murales se repartían en cafeterías, escuelas, fábricas, restaurantes, correos, salas de espera de hospitales y estaciones de tren. No podías dejar de frecuentarlos, pero sí podías decidir no escuchar la radio o ir al cine. Era un método efectivo para difundir la propaganda política a escala masiva. La presentación visual de los diarios *Word of the Week*, fue la forma más invasiva de hacer propaganda en la época nazi. A través del uso eficaz del color y los gráficos, los *wandzeitungen* (periódicos murales) adornaron las paredes y cualquier lugar público durante 7 años.

A pesar de que los prejuicios contra los judíos en Europa ya existían, la Alemania nazi se encargó de generar una campaña de odio que incrementó el antisemitismo como nunca antes. Describían al pueblo judío en su totalidad como su completo enemigo y en torno a esta dialéctica fanática se justificaba el odio hacia judíos de muchas formas. Además, Hitler fue creando el mito de los alemanes como raza superior. Goebbels se encargó de presentar a los soldados alemanes como los salvadores de la cultura y de la civilización europea, ellos debían luchar contra la mayor amenaza, los judíos. Durante el régimen nazi, los alemanes se sintieron invencibles. Estaban convencidos de ser una raza superior que además había sido una víctima de los judíos y los aliados, la responsabilidad de cualquier hecho

negativo no sería de ellos, se le agregaría a alguien más, preferiblemente a la comunidad judía internacional.

En Venezuela Chávez recrea el pensamiento bolivariano a través del mayor guerrero nacional: Simón Bolívar. El Libertador siempre había sido símbolo importante del país, pero con el gobierno de Chávez este se intensifica y fortalece. El fenómeno es retomado con fuerza; es el regreso del hilo conductor de la vida social nacional, la historia que fue interrumpida en 1830 se reanuda en 1999. El primer cambio fue el nombre del país: “República Bolivariana de Venezuela”, seguido del reforzamiento de un mensaje identificador con carácter ideológico. Aunado a esto, comenzó a instaurarse la creencia de que todo aquel que fuese opositor a Chávez, sería entonces enemigo de Bolívar y de la patria, lo que lo haría un “antibolivariano”, y por ende, también sería “antivenezolano”.

El gobierno se apropia de Bolívar y lo endiosa a un nivel nunca antes visto. La historia de la patria regresa a los hechos que ocurrieron durante el siglo XIX, el presente ya no existe, y bajo este sentimiento nacionalista, el pasado y el bolivarianismo se convierten en ideología:

La redefinición de los hitos en la historia de Venezuela es parte de una reformulación de la política, a través de la cual se plantea la utilización de la memoria cultural del venezolano para producir una resocialización integradora de un sentimiento nacionalista (Romero, 2005, p. 226; Cañizález, 2012, p. 75).

Con el ascenso al poder de Chávez, el tema histórico regresa para hacerse presente de manera cotidiana en el discurso presidencial, pero también para generar una lucha político-simbólica. Chávez en el *Aló Presidente* 40 del año 2000 deja claro cuál su pensamiento y el que debería tener cada venezolano:

Recomiendo a todo ustedes, venezolanas y venezolanos, hombres, mujeres, jóvenes y niños, lean a Bolívar, discútanlo en familia; usted padre de familia, agarre, consiga un libro de Bolívar, los discursos, para que consigamos todos el fondo, la esencia de nuestra revolución; no hay revolución sin ideología revolucionaria y la nuestra no es importada de ninguna parte, la nuestra nació aquí mismo, y no solo de Bolívar, hablamos de Bolívar porque Bolívar es el máximo exponente de una era (Cañizález, 2012, p.132).

Este tipo de discursos creaba una conexión con el pueblo. El proyecto de Chávez se alimentaba del culto a Bolívar y la existencia de una relación con el “Padre de la Patria” que Cañizález (2012) considera patológica, ya que se hacía evidente cuando la retórica nacionalista se exhibía.

Hitler en Alemania no solamente fue excluyente con su enemigo, sino que también lo criminalizó en cada ocasión que pudo. Lidió con las diferencias imponiendo su liderazgo “desde arriba” y no respetó sus libertades individuales. Los sometió al escarnio público y al odio de toda la sociedad Alemana. En Venezuela, Chávez absolutizó lo nacional-popular con la figura de Simón Bolívar. Se apoderó de la misma y todo aquel que estuviese en su contra, serían “antibolivarianos” y por tal, “antivenezolanos”. Lidio con sus enemigos de manera excluyente, el que no estuviese con el proyecto de la revolución, no era venezolano.

11. Principio de la unanimidad

Este principio consiste en convencer a las masas que existe una simpatía unánime por el gobierno y sus líderes. Se crea una falsa impresión de fraternidad, jugando con las fibras más vulnerables de la gente. Antes de iniciar la Segunda Guerra Mundial, Hitler exigió la antigua Checoslovaquia, hoy República Checa, como territorio de Alemania, justificaba que “Europa Central fue dividida en átomos que se crearon arbitrariamente” (*¡Paz o guerra: se me acabó la paciencia!*). Recuperado el 15-05-2016 de: <http://www.oratoriaconsulting.com.ar/discursos/hitler.pdf>). Intentaría mantener la unidad hasta el final de la Segunda Guerra Mundial. Para el interés propio de su liderazgo, y sobre todo porque declarararía la guerra, le exigiría al pueblo alemán permanecer unido; necesitaba a un pueblo de su lado. En Venezuela, Chávez en cada elección que se acercaba, pediría a los venezolanos el apoyo que necesitaba para ganarlas, y eso solo se lograría “si todos unidos votaban”.

Hitler pronunció un discurso el 26 de Septiembre de 1938 en el Palacio de los Deportes de Berlín:

¡Todo el pueblo germano se va a unir conmigo, sentirá que mi voluntad es su voluntad! Del mismo modo que su futuro y su destino, son la fuerza que me lleva a actuar de este modo. Ahora queremos que nuestra voluntad sea tan fuerte como en el momento de nuestra lucha, el momento en que yo, un simple soldado desconocido, conquistó un imperio y nunca dudó del éxito ni de la victoria final. Entonces, se reunieron en torno a mí un grupo de hombres y mujeres valientes que me acompañaron. Así que les pido, mi pueblo alemán, que se sitúen detrás de mí, hombre junto a hombre y mujer junto a mujer. En este momento, todos deseamos formar una voluntad común, y esta voluntad debe ser más fuerte que cualquier dificultad y peligro. Y si esta voluntad es más fuerte que todas las dificultades y todos los peligros, llegará un día en que los hará añicos. ¡Estamos decididos! ("*¡Paz o guerra: se me acabó la paciencia!*"). Recuperado el 15-05-2016 de: <http://www.oratoriaconsulting.com.ar/discursos/hitler.pdf>)

Cuando se dirigían a Chávez públicamente, lo llamaban “mi Comandante” o “mi Comandante en Jefe”, era el líder de los oficialistas, por tal motivo, su interés era el interés nacional:

¡Todos unidos a apoyar esos candidatos para la Asamblea Nacional! Todos unidos, que no haya divisionismo, ni pelea, ni pleito entre los partidos, que si este partido es mejor que aquel, que si yo soy la última pepsi-cola del desierto. Vamos a olvidarnos de todo eso, esas son estupideces, aquí lo que vale es el pueblo y la revolución en primer lugar, el interés de la nación, el interés nacional. (...) Y por otra parte no se les olvide que el próximo año, ya tenemos que ir enfocándonos, porque así son las batallas, los buenos soldados, y aquí todos tenemos que ser buenos soldados, los buenos deportistas, los buenos combatientes debemos prepararnos con tiempo para las batallas, no dejarlo para última hora. El próximo año, y eso ya está cerquita, eso pasa volando, ustedes saben, en diciembre del 2006 habrá elecciones presidenciales (Presentación del balance de la Misión Vuelvan Caras, 22 de septiembre de 2005. Recuperado el 15-06-2016 de: <http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/3055-presentacion-del-balance-de-la-mision-vuelvan-caras>)

Tanto Hitler como Chávez utilizaban palabras como “lucha”, “batalla” y “soldado” en sus discursos, incluso cuando hablaban de la importancia de permanecer unidos. El liderazgo lo imponían de manera vertical, ambos utilizaban sus discursos unificadores y supuestamente pacíficos, con el interés de perpetuarse en el poder y lograr intereses personales. Creaban una falsa idea de que existía

una simpatía unánime por el gobierno y que junto a su líder lograrían el interés de toda una nación. ¿Pero cuál es el interés de una nación? ¿Quizás los intereses propios? ¿Cuál es la voluntad común de un pueblo? La revolución valía porque era la revolución de Chávez, al igual que la voluntad de Hitler era la del pueblo porque, valga la redundancia, era la voluntad de Hitler. El interés del líder prevalece por encima del interés nacional, a pesar de que en sus discursos se refleje todo lo contrario. Una persona no puede tener el poder de decidir cuál es en realidad el verdadero interés de una nación, y tampoco puede prevalecer una revolución por encima de todo. Querer perpetuarse en el poder es en realidad el interés del líder y la voluntad de Hitler de conducir a Alemania a la Segunda Guerra Mundial, es su voluntad, no la de todo un pueblo. La falsa impresión de fraternidad se crea por el interés personal del líder. Si Hugo Chávez y Adolfo Hitler criminalizaron a sus enemigos durante sus mandatos, ¿por qué pedían unidad?

Hitler dio su último discurso el 30 de enero de 1945. Poco importaba saber que había perdido la Segunda Guerra Mundial, igual instaría a su pueblo a permanecer unido por un bien mayor: la grandeza de Alemania y el Führer. Pero el primer mensaje a entender, debía ser que Hitler era la persona que luchaba por su pueblo, y a cambio, esperaba que ellos hicieran lo mismo. Permanecer unidos por el bien mayor: La Patria, la que Hitler les dio.

Mi vida actual igualmente la determinan las obligaciones que incumben a mi cargo. Éstas, en su conjunto, se traducen en una sola obligación, trabajar para mi pueblo y luchar por él. Y solo aquel que me ha llamado a cumplir con ese deber puede absolverme de esta tarea. No importa cuán grave pueda ser la crisis en este momento, al final, la superaremos, a pesar de todo. Gracias a nuestra voluntad inalterable, nuestra disposición al sacrificio, y a nuestras capacidades, sobreviviremos esta miseria (...). Y en primera línea estará la nación que desde hace 1500 años ha representado a Europa (...). Y seguirá representando en el futuro nuestro Gran Reich Alemán, la nación alemana. Y es que una nación no puede hacer más que: todo aquel que pueda luchar, lucha; el que pueda trabajar, trabaja, y todos unidos se sacrifican con una sola idea en mente. Asegurar la libertad, el honor nacional y con ello, el futuro para la vida (...). Por tanto, apelo ahora a todo el pueblo alemán, especialmente a mis viejos camaradas de armas, y a todos los soldados a armarse con un espíritu de resistencia aún mayor y más férrea (...). Y nunca desfallecer, y nunca fatigarnos, y nunca venirnos abajo. Con

nuestro propio esfuerzo, propio coraje, propia determinación, propia osadía, propia perseverancia (Último discurso de Hitler. Recuperado el 9-10-2016 de: http://www.lagazeta.com.ar/hitler_discurso_1945.htm).

Chávez en el aniversario de la muerte de El Libertador, aprovechaba para ratificar su compromiso con la revolución y la patria de Bolívar. Insta a todos unirse -sin ofrecer otra opción- al único camino que garantizará el éxito del proyecto, el de la revolución. El llamado es para que todos se unan a la lucha por una revolución que ya era impostergable, pero el mensaje detrás de esto es que era impostergable para Chávez, su revolución llegó en 1999 y debía seguir creciendo.

Así iremos, conmemorando, en plena batalla liberadora, los 200 años de la gesta bolivariana. Es una lucha que incluye a todos. Nuestra revolución, lo ratifico, es pacífica. Nuestra revolución es democrática, incluye a todos abre los brazos este proyecto aquí contenido, este es el proyecto nacional (...). Así que invito a los venezolanos en este día, a todos, a que sigamos construyendo esta patria, sigamos impulsando este proceso revolucionario de cambios. Eran impostergables, eran necesarios, todo se vino desintegrando hasta que llegó la revolución. Ya Bolívar lo decía: "El único camino que garantizará el éxito de esta jornada o de este proyecto, será el camino de la revolución". Demos gracias a Dios que hemos podido conseguir algo nada fácil, compatriotas, una revolución pacífica, una revolución democrática que garantiza los derechos de todos, que incluye a todos, ¡todos! Ricos, pobres, clase media, yo les hago un llamado, empresarios venezolanos (...) qué maravillosa ocasión para continuar impulsando el desarrollo, el crecimiento sostenido en lo económico, el desarrollo productivo, el desarrollo social primero que nada, el desarrollo moral (Intervención del Comandante Presidente Hugo Chávez por Aniversario y Muerte del Libertador, 17 de diciembre de 2004. Recuperado el 9-10-2016 de: <http://todochavez.gob.ve/todochavez/2101-intervencion-del-comandante-presidente-hugo-chavez-por-aniversario-y-muerte-del-libertador>).

Tanto Hitler como Chávez, utilizaron el liderazgo para su propio beneficio, escondiéndose detrás del supuesto de que todo era por un bien mayor: La Patria. Daban un falso discurso de unidad, invitando a todos a formar parte de una causa de la cual los principales favorecidos iban a ser ellos, no el pueblo. La absolutización de lo nacional-popular la aprovecharon para darle el uso de escudo de sus regímenes, detrás de un discurso lleno de patriotismos se ocultaba también uno lleno de odio hacia el enemigo que no se uniese a la causa. Pedían unidad para lograr los objetivos personales que tenían como líderes.

Conclusiones

Una vez completado el trabajo de investigación documental, podemos decir que existen bases para comparar al político alemán y al ex presidente venezolano, en distintos ámbitos de su desempeño como gobernantes de sus respectivas naciones. En cuanto a sus semejanzas históricas, se les puede comparar en haber organizado y ejecutado un golpe de Estado, antes de acceder al poder por la vía electoral, y haber tenido un ascenso a la popularidad de una forma muy similar, en la silenciación de los medios de comunicación, y en las precarias condiciones en las que se encontraban ambos países cuando ascendieron al poder y cómo continuó de la misma forma mientras estuvieron ellos.

En sus discursos puede observarse un alto contenido emocional que podía incluso llegar a manipular las mentes de sus seguidores. Al momento de las alocuciones, tenían una retórica parecida y el uso de palabras semejantes, además de tener formas reactivas al momento de darlos. El liderazgo de ambos fue mesiánico. El líder carismático y la adoración, casi de vida o muerte, que el pueblo debe tener hacia ellos, es la misma para el alemán y para el venezolano. Ambos lograron un poder que nunca se había visto ni en Alemania, ni en Venezuela, un poder absoluto que fue imponiéndose con el pasar de los años. Ambos tenían la idea de haber nacido con un destino trazado y de ser los salvadores de una nación. Su propaganda siempre buscaba separar a la población en dos grandes polos, y hacían énfasis en que su lado sería siempre el correcto. Así mismo utilizaron la estrategia de la victimización, ante países como los Estados Unidos y la crítica hacia el desarrollo; y lo más importante: desarrollaron discursivamente y en la acción la criminalización de sus enemigos y cómo no podían coexistir con ellos, lograron imponer con sus ejecutorias un estilo de liderazgo vertical, así como los referentes a lo nacional-popular de manera recurrente y dominante.

Desde la creación de los 11 principios de la propaganda, estos han sido utilizados a través del tiempo tanto para la publicidad como para la propaganda. Puede aplicarse a casi cualquier gobierno. Sin embargo, los tres rasgos totalitarios del populismo solo pueden tenerlos aquellos gobiernos tiránicos. Puede parecer una osadía comparar a Hugo Chávez con el político alemán que asesinó a más de 6 millones de judíos -sin contar a gitanos, homosexuales, comunistas, y todo el que él considerara su enemigo-, por eso es importante dejar escrito que Chávez jamás llegó a este extremo, no se busca igualarlos, el objetivo principal de este trabajo de grado fue encontrar aquellas semejanzas entre la propaganda Nacionalsocialista de Adolfo Hitler y la Revolución Bolivariana de Hugo Chávez basado en los 11 principios de Joseph Goebbels.

La pretensión de la autora no fue equiparar, menos concluir que fueron la misma persona, sino como se mencionó a lo largo del presente trabajo de grado, fue concurrir en todos aquellos aspectos susceptibles de comparación, tales como la naturaleza de su liderazgo, lo nacional-popular y la dicotomía amigo-enemigo. Estos tres rasgos populistas cambian su significado cuando el líder se impone, lo nacional-popular se absolutiza y no lidias las diferencias con el enemigo, sino que lo criminalizas. Es ahí cuando los rasgos populistas se convierten en rasgos totalitarios.

Hitler y Chávez impusieron su liderazgo de forma vertical al quebrantar de distintas formas la libertad de expresión. Los medios de comunicación están estrechamente relacionados con el significado de un sistema democrático. Las cadenas, el cierre de RCTV –para el caso de Chávez- y la creación de una hegemonía comunicacional, son un ejemplo de cómo ambos líderes se aprovecharon de su poder para imponer su figura y censurar a aquel que estuviese en contra.

En cuanto a la absolutización de lo nacional-popular podemos concluir que Hitler logró crear un mito de los alemanes como raza superior. Una nación que tenía un

futuro destinado grandioso pero el antisemitismo era parte de las políticas nazis. En la cultura alemana no hubo espacio para los judíos. Chávez se adueñó de la figura de Simón Bolívar, padre de la Patria, para crear su revolución. Aquel que fuese opositor, se convirtió en antibolivariano y por ende, antivenezolano. En el proyecto bolivariano no hubo espacio para todos, solo para aquellos bolivarianos adeptos al gobierno, hijos de Bolívar.

Para finalizar, Hitler y Chávez criminalizaron a sus enemigos durante todo sus mandatos. Las diferencias eran dirimidas agrediendo verbalmente a sus opositores. No negociaron y lidiaron con sus enemigos de manera excluyente, el que no estuviese con Hitler quedaría execrado, y aquel que no estuviese de acuerdo con el proyecto de la revolución, no era venezolano.

Es importante ultimar también que los medios de comunicación son el agente que lleva de manera eficaz y más rápidamente la información política a los hogares. Lo que difundan y el modo en el cual lo hagan, influirá en las creencias de todo aquel que esté a su alcance. Cuando los medios son utilizados para propagar principalmente una doctrina política, el fin de ellos cambia. Cuando estos son utilizados para una propaganda que se repite incesantemente, pasan de ser medios informativos, a adoctrinadores de masas de gran escala, es decir, el fin cambia.

El trabajo presentado no pudo suponer que la autora dispusiera de un conocimiento exhaustivo sobre el tema, por tal motivo, para poder lograr los objetivos planteados, se vio en la necesidad de recurrir a fuentes bibliográficas y documentales especializadas en el área. Con esta investigación se aspiró a sentar las bases para seguir profundizando posteriormente en el tema. Habrá trabajos que podrán refutar o aceptar las conclusiones mencionadas, como habrá otros que podrán inquirir sobre el tema y encontrar incluso más semejanzas.

FUENTES DE INFORMACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA

Fuentes bibliográficas

- Abel, T. (1999). *Why Hitler came into power*. EE.UU: Harvard University Press.
- Aguirre, J. y Brito, B. (1983). *El mito de Bolívar y su función política. Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas: Fundación Centro Gumilla. En Cañizález, A. (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Caracas: Editorial Melvin, C.A.
- Alfonzo, I. (1988). *Técnicas de Investigación Bibliográfica*. Caracas: Contexto Editores.
- Álvarez, F. (2010). *La Información Contemporánea*. Caracas: Agencia Venezolana de Noticias.
- Arendt, H. (1958). *The Origins of Totalitarims*. Nueva York: Meridian Books.
- Ayala, C. (2004). *El Referendo Revocatorio. Una herramienta ciudadana de la democracia*. Caracas: Editorial CEC, S.A.
- Bertrand, R. (1988). *Diccionario del hombre contemporáneo*. Uruguay: Rosgal, S.A.
- Blanco Muñoz, A. (1998). *Habla el comandante*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Blanco Muñoz, A. (1998). *Habla el comandante*. Caracas: Universidad Central de Venezuela. En Marcano, C. y Barrera, A. (2007). *Hugo Chávez sin Uniforme*. Venezuela: Debate.

- Bolívar, A. (2009). *¿Por qué no te callas?: los alcances de una frase en el (des)encuentro de dos mundos*. Discurso y sociedad. Vol. 3 (2). Cañizález, A. (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Caracas: Editorial Melvin, C.A.
- Bonnin, P. (1999). *Eva Braun y Adolf Hitler (Parejas que hicieron historia)*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Brown, J.A. (1978). *Técnicas de persuasión. De la propaganda al lavado de cerebro*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bullock, A. (1984). *Hitler. Estudio de una Tiranía*. Barcelona: Editorial Bruguera.
- Caballero, M. (1989). *Contra el Golpe, la Dictadura y la Guerra Civil*. Caracas: Editorial Centauro. 22.
- Caballero, M. (2000). *La gestación de Hugo Chávez. 40 años de luces y sombras en la democracia venezolana*. Madrid: Catarata Ediciones.
- Caballero, M. (2003). *La Crisis de la Venezuela Contemporánea (1903-1992)*. Caracas: Editorial Alfa.
- Canovan, M. (1981). *Populism*. Londres: Junction Books. En Laclau, E. (2005). *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económico.
- Cañizález, A. (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Caracas: Editorial Melvin, C.A.
- Casanova, A., Herrera, L., y Graterol, G. (2013). *Individuos o Masa. ¿En qué Tipo de Sociedad Quieres Vivir?* Venezuela: Editorial Galipán, S.A.
- Cot, J.P. y Mounier, J.P. (1978). *Sociología política*. Barcelona: Editorial Blume.
- Crick, B. (2001). *En defensa de la política*. Barcelona: Tusquets editores.

- Domarus, M. (1962). *Hitler: Speeches and Proclamations, 1932-1945*. Bolchazy-Carducci.
- Domenach, J.M. (1950). *La propaganda política*. Buenos Aires: Eudeba. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Doob, L. (1989). *Goebbels y sus principios propagandísticos. Sociología de la comunicación de masas: Vol. 3. Propaganda Política y opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Dulles, A. (1948). *The Goebbels Diaries*. New York: Eagle Books.
- Ellul, J. (1969). *Historia de la Propaganda*. Venezuela: Monte Ávila Editores C.A.
- Freud, S. (1921). *Psychologie des foules et analyse du moi*. Paris: Payot. En Poizat, M. (2003). *Vox Populi, Vox Dei. Voz y Poder*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Friedrich, C. y Brzezinski, Z.K. (1975). *Dictadura autoritaria y autocracia*. Buenos Aires: Editorial Libera.
- Frietzsche, P. (1998). *Germans into Nazis*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gallego, F. (2007). *Todos los hombres del Führer. La élite del Nacionalsocialismo (1919-1945)*. Caracas: Debate.
- García Márquez, G. (1989). *El general en su laberinto*. Bogotá: Editorial Oveja Negra. En Marcano, C. y Barrera, A. (2007). *Hugo Chávez sin Uniforme*. Venezuela: Debate.
- Garriga, R. (1983). *Berlín; Años Cuarenta. La Alemania Hitleriana con sus Triunfos y Catástrofes*. Barcelona: Editorial Planeta.

- Germani, G. (1978). *Authoritarianism, facism and national populism*. Nueva Jersey: Transaction Books. En Laclau, E. (2005). *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económico.
- González Deluca, M. (2005). *Historia, usos, mitos, demonios y magia revolucionaria*. Revista Venezolana Economía y Ciencias Sociales. Vol. 11, N.2. Caracas: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela. En Cañizález, A. (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Caracas: Editorial Melvin, C.A.
- Goode, J. y Hatt, P. (1975). *Métodos de Investigación Social*. México: Editorial.
- Grosser, A. (1973). *Explicar la política*. Múnich: Hans. Hartmann, J.
- Harnecker, M. (2003). *Venezuela, militares junto al pueblo*. España: El Viejo Topo. En Marcano, C. y Barrera, A. (2007). *Hugo Chávez sin Uniforme*. Venezuela: Debate.
- Heiber, H. (1971). *Goebbels Reden 1932-1939*. Düsseldorf: Droste. En Herf, J. (2008). *El Enemigo Judío. La Propaganda Nazi Durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Herf, J. (2008). *El Enemigo Judío. La Propaganda Nazi Durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Hernández, R. (1991). *Investigación y Educación*. México: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México, D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Hitler, A. (1984). *Mi Lucha*. Barcelona: Editorial Antalbe.
- Hobsbawm, E. (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Editorial Crítica.

- Johnson, E. (2002). *El Terror Nazi. La Gestapo, los judíos y el Pueblo Alemán*. España: Editorial Paidós.
- Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. México: FCE.
- Katz, J. (1983). A theory of qualitative methodology: The social science system of analytic fieldwork. En Taylor, S. y Bogdan, R. (1992). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Kershaw, I. (1998). *Hitler 1889-1936*. Barcelona: Atalaya.
- Koeneke, H. (1999) *Gobernabilidad democrática y medios de comunicación social en la Venezuela de los últimos años*. Ciencias de gobierno, N.6. Maracaibo: Instituto Zuliano de Estudios Políticos, Económicos y Sociales.
- Lacan, J. (1975). Le séminaire, livre I, les écrits techniques de Freud. París: Le Seuil. En Poizat, M. (2003). *Vox Populi, Vox Dei. Voz y Poder*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Laclau, E. (2005). *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económico.
- Le Bon, G. (1995). *Psicología de las masas*. Madrid: Ediciones Morata. En Laclau, E. (2005). *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económico.
- Light, D. Keller S. y Calhoun C. (1991). *Sociología*. México D.F.: McGraw Hill.
- MacRae, D. (1969). *Populism as an ideology*. Londres: Weidenfeld and Nicolson. En Laclau, E. (2005). *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económico.
- Marcano, C. y Barrera, A. (2007). *Hugo Chávez sin Uniforme*. Venezuela: Debate.

- Márquez, O. (2000). *El Proceso de la Investigación en las Ciencias Sociales*. Barinas: Colección Docencia Universitaria.
- Oppenheimer, A. (2005). *Cuentos Chinos*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.
- Oppenheimer, A. (2010). *Basta de Historias. La Obsesión de América Latina con el Pasado y las 12 Claves del Futuro*. México, D.F.: Editorial Debate.
- Orwell, G. (1968). *The Collected Essays, Journalism and Letters of George Orwell. Vol. 4. In Front of your nose. 1945-1950*. Inglaterra: Penguin.
- Palmer, R. y Colton, J. (1990). *Historia Contemporánea*. Madrid: AKAL.
- Pénot, B. (1995) *L'instance du surmoi dans les "Écrits" de Jacques Lacan*. En Poizat, M. (2003). *Vox Populi, Vox Dei. Voz y Poder*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Peñalver, T. (2015). *La conspiración de los 12 golpes*. Venezuela: La hoja del norte.
- Poizat, M. (2003). *Vox Populi, Vox Dei. Voz y Poder*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Reichel, P. (1993). *La fascination du nazisme*. Wisconsin: O. Jacob. Poizat, M. (2003). *Vox Populi, Vox Dei. Voz y Poder*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Reuth, R. (1994). *Goebbels*. Harcourt, Inc.
- Rodríguez de las Heras, A. (1987). *Trabajos sobre Teoría y Método en Historia Contemporánea*. Universidad de Extremadura: Edición Electrónica ISBN-84-404-0687-8

- Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Romero, J. (2005). *Usos e interpretaciones de la historia de Venezuela en el pensamiento de Hugo Chávez*. Universidad Central de Venezuela: Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales. Volumen 11, N.2. En Cañizález, A. (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Caracas: Editorial Melvin, C.A.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1992). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Tchakhotine, S. (1985). *El secreto del éxito de Hitler: La violencia psíquica, en M. de Moragas. Sociología de la comunicación de masas III. Propaganda política y opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Weber, M. (1964). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica. En Cot, J.P. y Mounier, J.P. (1978). *Sociología política*. Barcelona: Editorial Blume.
- Weiss, E. (1988). *Le Tension oculaire*. París: Gallimard. En Poizat, M. (2003). *Vox Populi, Vox Dei. Voz y Poder*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Weitz, E. (2009). *La Alemania de Weimar, presagio y tragedia*. Madrid: Editorial Turner.

Documentos especiales

- “Chávez: ¿le quitamos el subsidio a los colegios privados?”. (8 de febrero de 2001). El Nacional. En Marcano, C. y Barrera, A. (2007). *Hugo Chávez sin Uniforme*. Venezuela: Debate.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2009). Uso de cadenas presidenciales del gobierno de Hugo Chávez durante el período de 1999 y 2009. En Cañizález, A. (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Caracas: Editorial Melvin, C.A.

Documentos Alemanes Secuestrados. *Churchills Verrat an Europa*, 28 de enero de 1942, *Wandzeitung Parole der Woche*, N. 1813, serie 5. En Herf, J. (2008). *El Enemigo Judío. La Propaganda Nazi Durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Documentos Alemanes Secuestrados. *Der kilt der Feindkoalition: Die Urheber des Unglucks der Welt, Das Reich*, 21 de enero de 1945. En Herf, J. (2008). *El Enemigo Judío. La Propaganda Nazi Durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Documentos Alemanes Secuestrados. *Die Judenfrage als innen- und außenpolitisches Kampfmittel*”, *Redner-Schnellinformation, NSDAP, Reichspropagandaleitung, Hauptampt Propaganda*, 5 de mayo de 1943, registro 683. En Herf, J. (2008). *El Enemigo Judío. La Propaganda Nazi Durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos. Recuperado de: <http://www.conatel.gob.ve/ley-de-responsabilidad-social-en-radio-television-y-medios-electronicos/>

Ochoa, O. “Influencias aniquiladas”. (9 de mayo de 2004). *El Universal*. En Marcano, C. y Barrera, A. (2007). *Hugo Chávez sin Uniforme*. Venezuela: Debate.

Reporteros Sin Fronteras. (2009). Clasificación Mundial. Recuperado de: <http://www.rsf-es.org/>. En Cañizález, A. (2012). *Hugo Chávez: La Presidencia Mediática*. Caracas: Editorial Melvin, C.A.

Tesis consultadas

Aponte, K. (2010). *Amor y socialismo: Análisis de la propaganda oficialista durante tres campañas electorales*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Andrés Bello). Recuperado de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS0590.pdf>

Arendt, H. (1958). *The Origins of Totalitarims*. Nueva York: Meridian Books. En Aponte, K. (2010). *Amor y socialismo: Análisis de la propaganda oficialista durante tres campañas electorales*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Andrés Bello). Recuperado de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS0590.pdf>

González, E. (1981). *Teoría y Práctica de la Propaganda*. México: Editorial Grijalbo. En Sandoval, L. (2009). *Comunicación política y propaganda electoral*. (Tesis de pregrado, Universidad de Sonora). Recuperado de: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19476/Capitulo1.pdf>

Hernández, J. (2007). *Reflexión crítica de la propaganda nazi de Joseph Goebbles vs George Bush*. (Tesis de grado, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo). Recuperado de: <http://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icshu/licenciatura/documentos/Reflexion%20critica%20de%20la%20propaganda%20Nazi.pdf>

Kershaw, I. (1998). *Hitler 1889-1936*. Barcelona: Atalaya. En Trombetta, A. (2000). *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio? Comparación histórica, ideológica, discursiva y liderazgo entre Hugo Chávez y Adolfo Hitler*. (Tesis de

pregrado, Universidad Católica Andrés Bello). Recuperado de:
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>

Pietro Castillo, D. (1979). *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México D.F.: Editorial Premia Editora S.A. En Hernández, J. (2007). *Reflexión crítica de la propaganda nazi de Joseph Goebbles vs George Bush*. (Tesis de grado, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo). Recuperado de:
<http://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icshu/licenciatura/documentos/Reflexion%20critica%20de%20la%20propaganda%20Nazi.pdf>

Sandoval, L. (2009). *Comunicación política y propaganda electoral*. (Tesis de pregrado, Universidad de Sonora). Recuperado de:
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19476/Capitulo1.pdf>

Tarre, G. (1994). *El espejo roto*. 4F 1992. Caracas: Editorial Panapo. En Trombetta, A. (2000). *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio? Comparación histórica, ideológica, discursiva y liderazgo entre Hugo Chávez y Adolfo Hitler*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Andrés Bello). Recuperado de:
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>

Trombetta, A. (2000). *Hugo Chávez: ¿Dios o demonio? Comparación histórica, ideológica, discursiva y liderazgo entre Hugo Chávez y Adolfo Hitler*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Andrés Bello). Recuperado de:
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN7858.pdf>

Fuentes electrónicas

“¡Paz o guerra: se me acabó la paciencia!” (s.f). Oratoria Consulting. Recuperado de: <http://www.oratoriaconsulting.com.ar/discursos/hitler.pdf>

Adolf Hitler es condenado a cinco años de cárcel por alta traición, al intentar deponer por la fuerza al Gobierno bávaro. (s.f). History. Recuperado de: <http://ve.tuhistory.com/hoy-en-la-historia/adolf-hitler-es-condenado-cinco-anos-de-carcel-por-alta-traicion-al-intentar>

Agencia Venezolana de Noticias, <http://www.avn.info.ve/>

American Psychology Association (APA). (2016). Recuperado de: <http://www.apastyle.org/manual/index.aspx>

Arenas, N. y Calcaño, L. (2004). *Los Círculos Bolivarianos. El mito de la unidad del pueblo.* Revista venezolana de ciencia política / N.25. Recuperado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/24859/2/articulo1.pdf>

Capdevila, A. (1997). *El diseño del spot de propaganda política: convergencia de estrategias comunicativas.* Recuperado de: <http://tdd.elisava.net/coleccion/14/capdevila-i-gomez-es>

Daily Motion. (2007). *Chávez amenaza a EE.UU con dejarlo sin petróleo,* 1 de diciembre de 2007. Recuperado de: http://www.dailymotion.com/video/x3mry3_chavez-amenaza-a-ee-uu-con-dejarlo_news

De la Torre, C. (2013). *El populismo latinoamericano, entre la democratización y el autoritarismo.* Recuperado de: <http://library.fes.de/pdf-files/nuso/10083.pdf>

Di Tella, T. (1965). *Populismo y Reforma en América Latina.* Desarrollo Económico. Vol. 4, N.16. En Frei, R. y Kaltwasser, C. (2008). *El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia.* Universidad de Chile. Revista de Sociología / N.22. Recuperado de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>

Discursos y Alocuciones. (2015). Todo Chávez en la Web. Recuperado de:
<http://www.todochavez.gob.ve/todochavez/#categoria=2>

Editorial Streicher. (2014). *Joseph Goebbels, discurso de 1934 en Núremberg*. Recuperado de: <http://editorial-streicher.blogspot.com/2014/07/joseph-goebbels-discurso-de-1934-en.html>

El último discurso de A. Hitler. (30 de enero 1945) (Segunda guerra mundial). (s.f). La Gazeta Federal. Recuperado de:
http://www.lagazeta.com.ar/hitler_discurso_1945.htm

Frei, R. y Kaltwasser, C. (2008). *El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia*. Universidad de Chile. Revista de Sociología / N.22. Recuperado de:
<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>

Germani, G. (1965). *Democracia representativa y clases populares*. En Frei, R. y Kaltwasser, C. (2008). *El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia*. Universidad de Chile. Revista de Sociología / N.22. Recuperado de:
<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>

González, Z. *13 años después, el 11 de abril sigue en la memoria venezolana*. (11 de abril de 2015). Archivo Globovisión. Recuperado de:
<http://archivo.globovision.com/13-anos-despues-el-11-de-abril-sigue-en-la-memoria-venezolana/>

Gratius, S. (2007). La “tercera ola populista” de América Latina. En Frei, R. y Kaltwasser, C. (2008). *El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia*. Universidad de Chile. Revista de

Sociología / N.22. Recuperado de:
<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>

Hernández, A. (2015). *La propaganda como arma del yihadismo: cómo utiliza la comunicación el Estado Islámico*. Recuperado de:
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/14014/1/TFG-N.318.pdf>

Hugo Chávez sin Uniforme irá a Tribunales. (10 de agosto de 2007). Noticias 24. Recuperado de: <http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/7232/hugo-chavez-sin-uniforme-ira-a-tribunales/>).

López, M. (2006). *Del Viernes Negro al Referendo Revocatorio*. Recuperado de:
http://www.cs.usb.ve/sites/default/.../m_l%c3%b3pez_maya_del_viernes_negro_al_rr.doc

Nohlen, D. (s.f). *Método comparativo*. Recuperado de: https://www.rzuser.uni-heidelberg.de/~k95/es/doc/diccionario_metodo-comparativo.pdf

Ramos, A. (1988). *Hacia una definición política del populismo latinoamericano*. Revista Venezolana de Ciencia Política. N°3. En Frei, R. y Kaltwasser, C. (2008). *El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia*. Universidad de Chile. Revista de Sociología / N.22. Recuperado de:
<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>

Rodero, E. (2000). *Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo*. Recuperado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo.pdf>

Uribe, J. (2008). *De cómo los principios de propaganda de Goebbels infiltran la vida cotidiana.* Recuperado de: <http://www.urologiacolombiana.com/revistas/abril-2008/001.pdf>

Worsley, P. (1969). *El concepto de populismo.* En Frei, R. y Kaltwasser, C. (2008). *El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia.* Universidad de Chile. Revista de Sociología / N.22. Recuperado de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/22/2206-FreiyRovira.pdf>

ANEXOS

Anexo A

Campaña por la Reforma Constitucional (2 de diciembre de 2007).



Aponte, K. (2010). *Amor y socialismo: Análisis de la propaganda oficialista durante tres campañas electorales*. Recuperado de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS0590.pdf>

Anexo B

“La conspiración judía” (“Das Jüdische Komplott”). *Parole der Woche*. (10 de diciembre de 1941). Junta Directiva de Propaganda del Reich del Partido Nazi.

Der Präsident des Zionistischen Aktionskomitees, der Jude Schernik, sprach kürzlich:

„In der britisch-sowjetischen Allianz ist erstmalig ein großer Erfolg des Weltjudentums errungen worden, denn seit Monaten haben maßgebliche jüdische Kreise in Großbritannien, USA, und der Sowjetunion ein Zustandekommen dieser Allianz gegebildet.“

Diese „maßgeblichen Kreise“ sind auf dem nebenstehenden Schaubild aufzuzählen.

I. Die jüdischen Drahtzieher:

- Jud Bernard Minschewitsch, einer der größten Betrüger und Kriegsgewinnler des Weltkrieges, Erfinder der Versäuer Tributzinsen, engster Freund und Berater des freimaurerischen Judenstüßlings Roosevelt, persönlich befreundet mit Churchill, heute von den Amerikanern als der „höflichste Präsident der USA“ bezeichnet.
- die übrigen Vertrauten und Mitarbeiter Roosevelt: die Laguarda, Morgenthau, Bloem, Frankfurter, Lehmann, Cohen, Kaufman usw.
- Luizars Mosesowitsch Kaganowitsch, einseitiger Vertreter, intimer Berater, Stellvertreter und Schwiegervater Stalins. Darn: 450 Juden als Mitglieder der sogenannten Sowjetregierung und die sowjetischen Verbindungsleute Maslows in London, Fluschkowitsch Wallach in Washington Ferner: die Frau Molotow, genannt Schenckmachana geb. Karp, sie hält die Verbindung mit den amerikanischen Börsenjuden Karp, Kahn, Schiff und Warburg anrecht, die bereits 1916 die Sowjetrevolte finanzierten und heute zu den Vertrauten Bärnicks zählen.
- die Voll- und Halbjuden im britischen Unterhaus, Kriegsminister D. Hare Bolsha, die „Lord“ Melchett (Alan Month), Cassel, Rothchild usw.

II. Die Handlanger:

- Der Judenstümmling und Hochgrad-Freimaurer Roosevelt;
- der Judenfreund und Judenschwieger-vater Churchill, Seine Tochter Sarah verheiratet mit dem Filmjuden Vic Oliver; sein Bruder: Compagnon eines Londoner Börsenjuden;
- Der Judenschwiegersohn Stalin, ver-heiratet mit Mosesowitschs Tochter Rosa.

Den Bolschewismus vernichten heißt: die jüdische Verschwörung gegen das Leben des deutschen Volkes endgültig zerschanden machen. Deutschland kennt nur **SIEG!!**

Landeshauptarchiv Koblenz, nro. 1709; cp, Herf, 2008. *El Enemigo Judío. La Propaganda Nazi Durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S.A.

Anexo C

Eslogan de los nazis “Trabaho y Pan” (*Arbeit and Brot*) para las elecciones de 1932.



Palomino, M. (2007). *Third Reich: Propaganda 1933-1945*. Recuperado de: http://www.dhr.history.vt.edu/modules/eu/mod04_depression/evidence_detail_23.html