



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN ARTES AUDIOVISUALES

**NUESTRO COLOR. DOCUMENTAL SOBRE LAS ELECCIONES
PRESIDENCIALES DE VENEZUELA EN 2006**

Autores:

Bernal D. Carlos L.
C.I: 13.952.461

Meza M. Jorge E.
C.I: 14.755.071

Tutor:

Carrasquero, José V.

Caracas, Septiembre del 2007



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN ARTES AUDIOVISUALES

**NUESTRO COLOR. DOCUMENTAL SOBRE LAS ELECCIONES
PRESIDENCIALES DE VENEZUELA EN 2006**

Trabajo de grado para optar al Título de Licenciado en Comunicación Social,
mención Artes Audiovisuales

Autores:

Bernal D. Carlos L.
C.I: 13.952.461

Meza M. Jorge E.
C.I: 14.755.071

Tutor:

Carrasquero, José V.

Caracas, Septiembre del 2007

DEDICATORIA

A ese ser que llamamos Dios y que continuamente nos pone prueba. Espero haber superado esta... Gracias por mantenerte allí y no dejarme caer.

A ese pedazo de mi que partió hace poco tiempo: Hermano sé que en el lugar que estás me puedes orientar y guiar en este largo camino de retorno a casa. La evolución que haz tenido te permite, ahora, verme desde arriba y ayudarme a completar nuestra misión. Encantado estaré de verte pronto y poderte abrazar con una gran sonrisa en mi rostro, acompañado de nuestro cachorro, de nuestro monstruo. No me dejes solo, cuento contigo. Solo tu sabes que te llevo en mi pensamiento a diario.

A esa madre que día a día por más de 28 años me ha cargado y orientado hasta llevarme a culminar esta etapa. Gracias por estar siempre allí y hasta colaborar con calarse mis amarguras en plenos momentos de tensión. Sigamos adelante.

A mi bella María José por estar a mi lado en los momentos duros. A ti por creer en lo que soy. Gracias por creer en lo que podemos lograr juntos.

Al idealista de mi compañero de tesis, tocayo de mi hermano, por ser un moralista empedernido y esforzarse por construir cosas concretas por su país, por su generación.

Al profesor José Vicente Carrasquero por apoyarnos y orientarnos en el camino de esta dura polarización política que vivimos.

A mi familia, mis tíos maternos, abuela y abuelo por apoyarme y siempre colaborar de una u de otra forma en mi formación.

A mi casa de estudio por formarme como un fiel creyente de la libertad y la democracia.

Al profesor Carlos Eduardo Ramírez por ser un modelo de esfuerzo, honestidad y profesionalismo

A mi generación y a los retos que debemos asumir prontamente...

Carlos

DEDICATORIA

En este largo recorrido de polarización política y de divisiones entre los venezolanos, quisiera dedicar todo este esfuerzo a mi familia, la cual es un fiel reflejo de la situación del país y de esta tesis.

A mi madre, Xiomara Morey, por todo su esfuerzo, paciencia y apoyo en todos los momentos de mi carrera y en la realización de esta tesis.

A mi padre, Jorge Meza, por enseñarme a defender lo que pienso y a ser auténtico con las personas que me rodean.

A mi abuela Dilia, por cuidar de mi en todo momento y mantener siempre ese buen humor que se necesitan en los momentos más difíciles.

A mi abuela Ángela, por todas sus bendiciones y oraciones que día a día hace por su familia.

A Maria Antonieta Luna Guerra y su familia, por su paciencia y ayuda incondicional en todo momento

A todos mis amigos que compartieron cinco años de su vida conmigo y me enseñaron que cada persona, a pesar de lo extraña que parezca, tiene algo bueno que ofrecer a los demás.

A Superatec, por darme la oportunidad de trabajar en su gran equipo y ayudarme a entender otras realidades de nuestro país.

A mi Universidad Católica Andrés Bello, por darme la oportunidad de crecer, aprender y madurar en su colmena de conocimiento y vida.

Jorge

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iii	
INTRODUCCIÓN	1	
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA		
1.1	Contextualización y Delimitación del Problema	3
1.2	Interrogantes de la Investigación	4
1.3	Objetivos de la Investigación	5
	1.3.1 Objetivo General	5
	1.3.2 Objetivos Específicos	5
1.4	Justificación	5
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL		
2.1	Conceptos de Opinión Pública	7
2.2	Formación de la Opinión Pública	9
2.3	Sistema político y comunicación	12
2.4	Sistemas Electorales	13
2.5	Teoría de los Usos y Gratificaciones	15
2.6	Líderes de opinión	17
2.7	Los grupos de opinión	21
2.8	Teoría de la brecha en el conocimiento	25
2.9	La hipótesis de la espiral del silencio	30
2.10	La teoría de la agenda-setting	33
2.11	Las encuestas de la opinión pública	35
2.12	Documental	38
2.13	Fundamentación Legal	41
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO		
3.1	Modelo de la Investigación	43
3.2	Tipo y Diseño de Investigación	43
3.3	Procedimiento	44
3.4	Propuesta Documental	45
3.5	Desglose de Necesidades	49
3.6	Plan de rodaje	49

3.7	Preguión	53
3.8	Edición	54
3.9	Presupuesto	55
3.10	Análisis De Costo	57
3.11	Guión Técnico	58

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS 109

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones	115
5.2	Recomendaciones	116

FUENTES DE INFORMACIÓN 118

INTRODUCCIÓN

En el contexto de los procesos de cambio que suceden en la sociedad venezolana, uno de los más destacados es el sociopolítico, en el cual juega un papel preponderante la escogencia de la persona que dirija los destinos del país, es por ello que la presencia de los medios de comunicación son de indiscutible importancia, como instituciones que llevan la información a grandes conglomerados.

Los medios de comunicación social, especialmente la televisión, se encuentran más cerca de los usuarios, permitiendo al televidente facilidad individual y clima comunicativo para recibir la información que desea, intercambiándola entre los integrantes de los grupos, ya sean estos familiares o laborales, lo que favorece el procesamiento y decodificación de dicha información, infiriendo mediante la confrontación de ideas elementos de coincidencia o de convergencia ante una situación que le puede afectar de manera positiva o negativa.

De igual manera, el televidente, al contrastar las opiniones e informaciones, puede deducir alternativas y alcanzar consensos, para luego tomar decisiones oportunas.

En virtud de lo cual, se observa la necesidad de opinión e información para el crecimiento del individuo, de manera que pueda ir al ritmo de la actual sociedad de la información y sea capaz de aprehenderla para evolucionar hacia las exigencia de los nuevos tiempos.

Se entiende que en las campañas electorales se sensibiliza al elector hacia una determinada posición, por lo que el papel de los medios de

comunicación, como generadores de información, son elementos principales para difundir las ideas provenientes de los grupos de opinión.

El estudio se realiza a través de una investigación bibliográfica y estructurado en cinco partes. Capítulo I, planteamiento del problema objeto de estudio; los objetivos del trabajo: General y específicos, así como la justificación de la investigación. En el Capítulo II, se aborda lo concerniente al marco referencial, conceptos y aspectos relacionados con el problema que sirven de fundamento teórico al estudio. En el Capítulo III se describe la metodología utilizada, la cual abarca el modelo, tipo, diseño de la investigación, y la propuesta documental. En el Capítulo IV se presenta el análisis de resultados como descripción del fenómeno recolectado. En el Capítulo V se exponen las conclusiones y recomendaciones. Finalmente se presenta la bibliografía que sirve de base a la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Contextualización y Delimitación del Problema

El comprender la concepción de “opinión pública”, por ser una manifestación de la condición humana, es de suma importancia para entender el comportamiento de las personas, en los diversos procesos sociales que se desarrollan en el mundo actual, signado por guerras, enfermedades, accidentes, enemigos, abusos, altos costos de la vida, corrupción, necesidades insatisfechas y numerosos cambios inesperados e indeseables. Todo esto, dependiendo de la manera de interpretar cada situación, puede romper con la armonía individual y colectiva propiciando frustraciones y quejas como recurso catártico de desahogo. Además, programa a los individuos para funcionar de manera predispuesta, restando el sentido de la objetividad ante situaciones que debe ponderar.

Así, condiciona la percepción; vincularse con tendencias pesimistas y negativas o por el contrario, actuar con optimismo y visión creativa. También puede reforzar actitudes infantiles, en vez de promover la madurez emocional. Con todo esto se reduce la eficacia en la toma de decisiones, muchas de las cuales pueden desagradar a quienes le rodean, por lo que se hace necesario aceptar las opiniones de otros, estando o no de acuerdo, se tiene la opción de pensar, sentir y actuar por si mismo.

A lo anteriormente planteado, se adiciona la situación sociopolítica del país, donde el ciudadano tendrá la oportunidad de contrastar las diferentes opiniones, que tienen que ver con la visión que los líderes presenten, para

gestionar la solución de los grandes problemas que confronta la sociedad venezolana, y tomar la gran decisión mediante un proceso de participación que le permita elegir libre y democráticamente a la persona capaz de dirigir los destinos de Venezuela en un ambiente de marcada polarización.

En virtud de lo cual, se considera de gran relevancia evidenciar el fenómeno electoral por medio de la disertación de algunos grupos de “opinión pública”, para la realización del presente documental, y así, estructurar de la manera más eficiente el conocimiento en la búsqueda por comprender el desarrollo de la contienda electoral presidencial de 2006, la cual, estuvo signada por diversas realidades y particularidades propias de la sociedad venezolana. El estudio de algunos grupos de la opinión pública podría aportar indicios sobre el nivel de influencia real que tienen las informaciones y opiniones (emitidas a través de los distintos medios de comunicación) sobre la ciudadanía apta electoralmente.

1.2. Interrogantes de la Investigación.

- ¿Cómo se define la opinión pública dentro del contexto social?
- ¿Quiénes se definen como los líderes para formar la opinión pública?
- ¿Cuál es la definición de sistema político y comunicación?
- ¿Cuáles son las teorías que sustentan la formación de la opinión pública?
- ¿Cuál es la normativa legal que fundamenta el sistema político y la comunicación social?
- ¿Cómo se mostró la contienda electoral a la opinión pública?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un documental que muestre la contienda electoral presidencial venezolana, del año 2006, bajo la perspectiva de las transmisiones de televisión y los líderes de opinión.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Definir la opinión pública dentro del contexto social.
- Identificar los líderes y grupos de opinión más relevantes.
- Definir sistema político y comunicación.
- Describir la normativa legal que fundamenta el sistema político y la comunicación social.
- Escoger las opiniones más relevantes de los líderes de opinión en televisión.
- Jerarquizar y seleccionar los acontecimientos para construir una cronología didáctica en el montaje.
- Discriminar los acontecimientos para aplicarles las teorías estudiadas y plasmarlo en el montaje final.
- Elaborar el Documental

1.4. Justificación

La opinión pública como producto de percepciones sobre asuntos de intereses individuales y colectivos originados por la comunicación humana, representa hoy por hoy una vía para entender el problema de la información en los aspectos sociales y pedagógicos del ciudadano.

Las personas toman las opiniones expresadas por expertos, las indagan, las contrastan o simplemente las asimilan, modificando de alguna manera el pensamiento previo que poseían. Para la formación de la opinión del individuo es de vital importancia la información pertinente que le permita ir al ritmo del mundo actual.

Se entiende que las ideas y puntos de vista formuladas por los líderes y grupos de opinión en los diversos medios de comunicación (especialmente televisivos) son fundamentales en la formación de la opinión pública para llevar al ciudadano, en este caso elector, a una visión global del proceso político, y poder influir, o reforzar, la decisión que ha de tomar.

Por los motivos antes expuestos, se hace necesario mantener la memoria histórica de hechos que trascienden y marcan la dinámica de una sociedad, a través de un registro audiovisual, que permitirá la comprensión de los distintos contenidos presentados.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Conceptos de Opinión Pública

Para entender el significado de “opinión pública” hay que nutrirse de numerosas definiciones, ya que cada autor dicta distintos criterios en su afán por generar un concepto. Elizabeth Noëlle-Neumann, (1995).

La tenacidad con que se retiene, a la par con que se sienten todas las definiciones como insatisfactorias, no puede significar sino que el “termino opinión pública” corresponde a una realidad, para las explicaciones no han acertado todavía a determinar dicha realidad. (p.210).

El historiador alemán, Hermann Onceen, citado por Price (1992) señala que no es viable encontrar una definición, “sino una aceptación formal... Al fin y al cabo, cada uno, cuando es interrogado al respecto, tiene una idea de lo que significa”. (p.121). Tal vez, se podría pensar que esta imprecisión en la definición, de opinión pública, se debe a la fecha en que fueron realizadas dichas afirmaciones, pero en la actualidad se mantienen.

Igualmente Rivadeneira (1995) considera que la opinión pública es un: “Fenómeno psicosocial y político que consiste en la discusión y expresión libre, de un grupo humano, en torno a un objeto de interés común”. (p.63). Con este concepto, Rivadeneira deduce que la opinión pública no es una disciplina científica como tal, pero si que es un fenómeno y por lo tanto es objeto de estudio. También señala que algunos creyeron encontrar “la ciencia de la opinión pública” con la aplicación de encuestas y sondeos, pero ante los fracasos de los resultados se dieron cuenta de que este fenómeno,

cambiante y condicionado por una gran cantidad de factores, requiere de una investigación paciente y cuidadosa.

Rivadeneira (1995) en su libro *La Opinión pública*, divide a la opinión pública en dos niveles de operaciones: formal y concreto o información teórica y investigación práctica. En la “formal” se utilizan otras disciplinas y en las “concreto” se utiliza la que, tal vez, posean mayor peso en las opiniones de los venezolanos: La encuesta. (p.63).

Otra definición del *Diccionario de la Lengua Española, Real Academia de la Lengua Española (1971)* opinión pública es: “Sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados”. Respecto a este concepto Rivadeneira (1995) explica:

La definición es harto ambigua e imprecisa. Anota “sentir”, que nos lleva a considerar un acto psíquico colectivo, lo cual limita los alcances del fenómeno, a la vez que constriñe sus fuentes de origen. Luego, agrega: “o estimación”, que sugiere la idea de valoración colectiva, pero esta palabra provoca graves confusiones si tenemos en cuenta que con ella pueden significarse varias cosas. Con “en que coincide la generalidad de las personas” se da un rasgo más o menos constitutivo del fenómeno, como es el “consenso”; pero otra vez propicia la confusión al hablarnos de “la generalidad” que, si se refiere a la mayoría de los integrantes de un grupo social, desconoce la opinión de minorías respetables y también constitutivas de opinión pública. Reconocer como pública a la opinión mayoritaria significa que la minoritaria no es pública, lo cual entraña una profunda falsedad. Y la última parte de la definición comentada dice: “acerca de asuntos determinados”. Tan amplio es esto, que carece de significación, pues más bien parece que la Real Academia trata de eludir una profundización en la materia o materias que hacen opinión pública y se conforma con una cómoda generalización, dejando el rompecabezas a los especialistas. (p.66).

Como el termino “opinión pública” se utiliza en varios sentidos le agrega otro significado, “número de electores, en un sistema democrático, es decir, el conjunto de votantes cuyo parecer es necesario para el éxito o el fracaso de un candidato” (ibid).

Habermas citado por Abreu S. (2001), señala que “la opinión pública puede significar una “instancia crítica” en relación con la notoriedad pública del ejercicio del poder político y social o una “instancia receptiva” de personas, instituciones, bienes de consumo y programas, y además indica que la opinión pública ha llegado a ser una “ficción institucionalizada”, la cual no puede identificarse en el comportamiento ciudadano con una magnitud real”. Según este autor, la opinión pública se puede definir en dos caminos: 1) “retrotrae a posiciones liberales, que quieren salvar un público racionante dentro de un público meramente aclamativo.” 2) “presenta una opinión pública que prescinde de los criterios de racionalidad o aun de representación del público más informado y se limita a criterios institucionales, como la opinión pública dominante en el Parlamento que se hace obligatoria para el gobierno”. (p. 39 y 40).

2.2 Formación de la Opinión Pública

Tratar de definir como se forma la opinión pública es tan complejo como tratar de realizar un concepto único, pero esto no quiere decir que no se conozcan algunas características importantes de este fenómeno por lo tanto Rivadeneira (1995) expresa que:

La opinión pública es, por su formación, un producto de opiniones individuales sobre asuntos de interés común y que se origina en las formas comunicativas humanas, en procesos individuales, primero, y en procesos colectivos,

después, en diversos grados, según la naturaleza de las informaciones compartidas por los individuos, a la vez influidas por los intereses particulares de los grupos afectados. (p.127).

Rivadeneira (1995) también señala que uno de los problemas de la opinión pública es que esta se conforma de la suma de muchas opiniones individuales. Además insiste en recordar que la opinión pública “en sentido abstracto no existe”, y que con lo que nos encontramos son “opiniones colectivas pertenecientes a grupos de opinión que constituyen núcleos de intereses, de expectativas, de motivaciones más o menos homogéneas entre sus miembros” (p.128)

El *Wörterbuch zur Publizistik* citado por Rivadeneira (1995) señala: “Hay un acuerdo respecto a la cuestión de cómo la opinión pública se realiza: es siempre el producto de opiniones individuales, la formación de las cuales antecede a la cuestión de la opinión pública”. (p.128)

A continuación se señalarán algunas etapas básicas para la formación de la opinión pública, las cuales no son absolutas ni completas planteadas por Rivadeneira (1995)

1. Disposición individual y clima comunicativo.
2. Información a través de medios masivos, e información no tecnificada: personal, recíproca y directa.
3. Intercambio de puntos de vista entre los miembros del grupo social, que equivale a procesamiento de la información, *input* energético importado.
4. Problematización del hecho. ¿Qué es lo que nos afecta y por qué; cuál es su importancia?

5. Confrontación de puntos de vista con miras a integrar elementos básicos de coincidencia.
6. Proposición de vías de solución o alternativas a los aspectos y variantes que ofrece el problema.
7. Debate en torno a las preposiciones.
8. Acuerdo más o menos compartido sobre el modo que es o parece ser la vía de solución. Éste puede ser controvertido por minorías, pues un acuerdo total es imposible.
9. Estimulación del consenso para pasar a la acción y completar el proceso, retroalimentando la información.
10. Difusión del criterio finalmente admitido por la “mente colectiva”; hecho que rebota en el mismo grupo y en cada uno de los miembros por efecto de los mismos medios empleados para la información originaria y la retroalimentación.(p.134)

Luego de señalar estas 10 etapas, Rivadeneira (1995) indica que:

El proceso, cumplidas las 10 etapas básicas, arroja un resultado, al que hemos denominado producto; “cualidad emergente” que puede ser una idea inteligentemente adoptada o una tontería. Quizá se trate de una opinión con alto valor político y capacidad de influencia sobre los actos de la fuente, o de algo que no merezca tomarse en cuenta.
(p.134)

El proceso de formación de la opinión pública también está influido por dos niveles: el de la comunicación privada y el de la comunicación colectiva.

Rivadeneira (1995) indica que en el primer nivel “la información se da *vis a vis*”, es decir, entre los grupos de pertenencia (familia, trabajo, círculos

de amigos, etc.), de un modo horizontal. Luego señala que el segundo nivel es cuando la línea de opinión es influida por los medios masivos, en línea vertical, por vías unidireccionales. (p.134)

Melvin L. De Fleur (1997) en su libro "*Teorías de la Comunicación Masiva*", señala tres formas de cómo los medios afectan las decisiones de las personas:

Primero, el contenido de la comunicación masiva puede *reforzar las pautas existentes* y conducir a la gente a creer que determinadas formas sociales son apoyadas por la sociedad. Segundo, los medios pueden crear *nuevas convicciones compartidas* con respecto a tópicos en los cuales el público ha tenido poca experiencia previa. Tercero, pueden *cambiar normas preexistentes* y, por tanto, llevar a la gente de una forma de comportamiento a otra. (p.193)

Con esto, De Fleur quiere indicar que los medios de comunicación no necesariamente son los que dictan las pautas en la toma de decisiones de las personas o de grupos de personas, sino que se encargan de consolidar o fortificar las decisiones previamente tomadas. Sin embargo, también afirma que los medios pueden generar opiniones pero en materias donde las personas hayan tenido poca experiencia, desencovando esto en que las personas puedan cambiar la forma de comportamiento.

2.3 Sistema político y comunicación

La comunicación forma parte fundamental de la política, ya que, según Combellas (1985) "la política implica comunidad y la comunidad implica comunicación" (p.15)

De igual manera, considera que: “en la antigua Grecia dedicarse a la política o simplemente vivir en una *polis*, significaba que todo se decía por medio de palabras y de persuasión y no con la fuerza y la violencia”. (ibid)

Continúa señalando que lamentablemente ha perdido, casi por completo, el sentido de los conceptos, ya que ahora se asocia a la comunicación “cualquier tipo de actividad”, formándose así, un concepto vacío de contenido.(ibid)

2.4 Sistemas Electorales

En un país democrático, la elección de un sistema electoral es de gran importancia, sin embargo, en muchas ocasiones esto no ocurre con gran deliberación, ni a conciencia, sino que por lo general “la selección se realiza accidentalmente y resulta de una inusual combinación de circunstancias, de una tendencia pasajera o de una situación históricamente peculiar”.(ACE Electoral Knowledge Network (1998), sistemas electorales <http://aceproject.org/main/espanol/es/es10.htm>, 11 de febrero de 2006)

El sistema electoral es el conjunto de medios a través de los cuales la voluntad de los ciudadanos se transforma en órganos de gobierno o de representación política. Las múltiples voluntades que en un momento determinado se expresan mediante la simple marca de cada elector en una boleta forman parte de un complejo proceso político regulado jurídicamente y que tiene como función establecer con claridad el o los triunfadores de la contienda, para conformar los poderes políticos de una nación. (*Los sistemas electorales*, <http://www.bibliojuridica.org/libros/2/502/3.pdf>, 11 de febrero de 2006)

Bibliojurídica también señala que los sistemas electorales son estructuras, ya que éste recibe votos y genera órganos de gobierno legítimos. Además señala que “con la generalización del sufragio en el mundo se puso en marcha la costumbre social según la cual los gobernados intervienen en la selección de sus gobernantes. Así, la democracia adquirió su actual adjetivo funcional: democracia representativa”. (*Los sistemas electorales*, <http://www.bibliojuridica.org/libros/2/502/3.pdf>, 11 de febrero de 2006)

La forma de cómo se estructura la política en un país viene dada por la elección de su sistema electoral. Luego de ser elegido, el sistema electoral tiende a perdurar, es decir, su elección es muy importante.

Por lo general, la selección de un sistema trae consigo consecuencias políticas en el futuro del país. Aunque en la mayoría de los casos los sistemas se mantienen, los intereses políticos que lo originaron se mantienen congelados. (*ACE Electoral Knowledge Network (1998)*)

La página web ACE señala que en toda democracia se debe elegir (o heredar) “un sistema electoral para elegir su parlamento, pero esa decisión es a menudo condicionada por una de las dos circunstancias siguientes:”

- Los actores políticos carecen del conocimiento e información básica, de tal manera que la selección de entre los distintos sistemas electorales y sus consecuencias respectivas no son reconocidas plenamente.
- Los actores políticos usan su conocimiento de los sistemas electorales para promover aquellos diseños que consideran que les pueden reportar mayores ventajas partidarias.

ACE señala que cualquiera de los casos puede ocurrir que las opciones tomadas no sean las mejores para el bienestar político del país, hasta llegar al punto de provocar “consecuencias desastrosas para sus expectativas democráticas”.

Elegir opciones políticas para satisfacer necesidades a corto plazo, pueden hacer olvidar las consecuencias a políticas a largo plazo que trae un sistema electoral en particular. “El diseño del sistema electoral es ahora reconocido como de capital importancia para cuestiones más amplias de la gobernabilidad y, probablemente, como la institución más influyente del sistema político”. (*ACE Electoral Knowledge Network*, 11 de febrero de 2006)

2.5 Teoría de los Usos y Gratificaciones

¿Qué hace a las personas prestarle atención a unos mensajes y a otros no, y qué usos le dan a esos mensajes? ¿Por qué la gente escoge entre unos medios y otros? ¿Qué gratificaciones han sentido por leer, ver o sólo escuchar algún contenido? José Dader (1990), indica que de estas preguntas parten muchos investigadores para indagar sobre la teoría de usos y gratificaciones. (p.274)

Igualmente establece que un mismo mensaje puede producir diversas reacciones en los receptores, ya que va a depender de los “usos” que cada individuo le aplique al momento de recibir el mensaje. Luego señala que “...la influencia de unos mensajes depende tanto o más de los objetivos o finalidades con que el espectador se ha aproximado a ellos, que de las características intrínsecas del propio mensaje”. (ibid)

En las elecciones británicas de 1996, Blumer y McQuail, realizaron un estudio a los telespectadores, el cual comprobó que las razones por las que los individuos veían la presentación electoral de cada partido eran muy diversas. En algunos casos las razones eran porque militaban o sentían simpatía hacia algún partido, otros porque se identificaban con la fuerza política opuesta y buscaban los puntos débiles del contrincante, en algunos casos sólo era por ver algo en la televisión y no les importaba mucho el contenido. Eliu Katz, citado por Dader (1990) precursor de esta teoría, indicó que hay que prestar “menos atención a lo que los medios hacen a la gente y más a lo que la gente hace con los medios”. (p.274)

Dader (1990) indica que Katz, Blumler, Gurevitch, realizaron un resumen sobre los puntos que estudia esta teoría:

Según ellos este tipo de análisis se ocuparía de: 1) los orígenes sociales y psicológicos de 2) aquellas necesidades que generan 3) expectativas respecto a 4) los medios de masas y otras fuentes; lo que desemboca en 5) esquemas diferenciados de exposición a los medios, o a otras actividades, resultando 6) gratificaciones diversas respecto a una necesidad y 7) otras consecuencias, tal vez en su mayoría involuntarias. (p.123)

Luego, Dader (1990) explica que la perspectiva con la que los investigadores mencionados trabajan, están expuestas en los siguientes cinco presupuestos principales:

- 1) El público es activo y se acerca a los medios para lograr ciertos objetivos.
- 2) Cada miembro de la audiencia tiene la iniciativa de vincular la gratificación de una necesidad con la elección de un medio. Ello

supone una fuerte limitación a la posibilidad de efectos directos en línea de presentaciones exactas de los emisores.

- 3) Hay una competencia entre los “mass media” y otras fuentes a la hora de procurar unas gratificaciones a la gente.
- 4) Los individuos poseen la suficiente capacidad para reconocer sus motivos de uso o sus necesidades, lo que metodológicamente hace viable la técnica de la encuesta a los receptores o usuarios, siempre que el cuestionario empleado resulte adecuado.
- 5) Los juicios de valor acerca de la calidad cultural e influencia nociva o no de los contenidos de los medios resultan inválidos y presuntuosos si se renunciara a conocer lo que declaran al respecto los miembros del público.

La diversidad de medios, contenidos, públicos y situaciones, no ha permitido tener una clasificación válida de la tipología de los “usos” y “gratificaciones”. Esto ha causado que esta corriente reciba varias críticas. Por ejemplo: Blumler (1991) indica que no existe homogeneidad de planteamientos ni resultados en la línea tradicional de investigación sobre los efectos. Afirmaciones como esta no se utilizaron como argumento de prueba de “debilidad teórica”, pero sí para invalidar el beneficio de esta teoría. (p.276)

2.6 Líderes de opinión

El liderazgo forma parte de la vida social cotidiana y es producto de la relación de los individuos entre sí: en el trabajo, en la familia, en la escuela, en la universidad, en la iglesia, en el gobierno, en la política. Rivadeneira (1995) en su libro *La Opinión pública*, señala que el liderazgo está rodeado del atributo de *poder*, facultad que el líder utiliza para dar órdenes, tomar

decisiones, es decir, actuar en nombre de los demás, de sus seguidores y adeptos. (p.196)

Para realizar un registro audiovisual del proceso electoral en Venezuela, podría ser importante conocer qué es un líder de opinión y la influencia que éste tiene en las decisiones y preferencia de las personas. ¿Quiénes son más influyentes, los líderes de opinión o los medios masivos?

Iván Abreu (2001) señala que la creación del mensaje posee protagonistas importantes en el espacio público, “bien por trabajar y destacar en un medio, bien por estar constantemente en la palestra”. Abreu agrega que los líderes de opinión fuertes reconocen la gran influencia de los personajes que salen en los medios de comunicación, pero la influencia de los “no líderes” se genera en lo cotidiano y cercano. Los líderes de opinión tienen una gran influencia en las comunidades y los grupos, pero primero reciben “... una influencia de los líderes de opinión de los medios de comunicación, de los personajes públicos que asumen ese rol”. (p.145)

Rivadeneira (1995) cita a Alain Viroux ya que lo considera como la persona a la cual le debemos el diseño del líder, en los siguientes términos:

El líder es un jefe natural, el individuo que toma la dirección de un grupo tanto por su valor personal como en razón de la aceptación voluntaria de los demás. Es un arrastrador, el que es capaz de influir sobre el comportamiento colectivo del grupo y de orientar su conducta social. (p.196)

El verdadero líder es aquél que es aceptado por los demás de forma espontánea, no es una imposición, ya que eso no sería liderazgo auténtico,

sino autoritarismo; pero que igualmente produce efectos en la conducta de los demás o influye en la formación de opinión.

En conversación directa con José Vicente Carrasquero, el 11 de noviembre de 2006, señaló que existe una división entre líderes de opinión y sus seguidores, y que a menudo, los papeles pueden intercambiarse. A veces, el líder de opinión puede pasar a ser el receptor de las ideas de otros y un nuevo individuo puede pasar a ser el guía de las opiniones de los relacionados. Además, entre el líder de opinión y los seguidores, se encuentra otro tipo de individuo, el cual no presta atención a las informaciones de los medios, ni se relaciona con aquellos individuos que sirven como interpretes de los medios. Carrasquero indica que estas personas pueden ser “más vulnerables a una influencia persuasora directa, en campañas electorales”.

Continuando bajo la tutela de las palabras de Rivadeneira, existen diversos tipos de líderes: Hay líderes naturales por sus atributos físicos, intelectuales, artísticos y de conducta ejemplar. Los líderes también se pueden clasificar como: formales e informales. Los primeros pertenecen a grupos concretos, por ejemplo, el jefe de un sindicato; los segundos, a grupos de pertenencias no organizados. Rivadeneira señala que esta división no es radical, pues el líder informal puede pasar a ser formal.

podemos distinguir también entre líderes visibles y líderes invisibles, vale decir, los que ejercen influencia de una manera directa y aquellos cuyos actos producen efectos, sin que podamos percatarnos de su existencia. Un ejemplo para esto último, el secretario o consejero privado de un dirigente político, cuya influencia se produce a través de éste. (ibid)

En cuanto a la función de los líderes en sus interacciones con las masas, Rivadeneira menciona algunos rasgos de caracterización: (ibid)

- a) Pueden ser los primeros en plantear o definir una cuestión.
- b) Tienen especial importancia porque verbalizan y cristalizan los sentimientos vagos, pero no por ellos menos intensos, de las masas.
- c) Pueden manipular, y a menudo lo hacen, los anhelos de las masas a favor de sus propios fines.

Rivadeneira (1995) sostiene que:

Al analizar el liderazgo en relación con la opinión pública, es preciso considerar a la élite superior y a la de la estructura de clases. Una importante función del estudio de la opinión pública es determinar cuáles son las élites, o los elementos que influyen en la opinión pública, es decir, quienes desempeñan un papel principal en la adopción de decisiones. (p.198)

Es importante conocer cuáles son los individuos más atentos, interesados y los más informados, es decir, ¿Quiénes son la élite? Del mismo modo Rivadeneira indica que es importante saber quiénes son los que no están informados, los que no tienen influencia, no prestan atención o no están comprometidos. No todos los temas públicos atraen la atención de las masas. Las encuestas han demostrado que los individuos pueden ser muy indiferentes a los problemas particulares, es decir, no todos los temas que los políticos le otorgan carácter público, atraen la atención de las masas.

Muchas decisiones son influenciadas por los líderes de opinión, así lo afirma Rivadeneira (1995) apoyándose en un estudio realizado por Lazarsfeld el cual señaló que la influencia de los líderes, sobre las opiniones individuales, es mayor que la de los medios. (p.198)

Estos estudios realizados por Lazarsfeld, son muy importantes para observar el desarrollo de los comicios electorales, ya que siempre existe la discusión de cómo la influencia mediática altera el normal funcionamiento de la campaña electoral, así que se podría presumir que el discurso contra los medios de comunicación venezolanos no tienen suficientes fundamentos.

Lazarsfeld (1975), en su libro, *Medios de Comunicación Colectiva e Influencia Personal*, apunta lo siguiente:

Los estudios de casos detallados nos ayudaron a comprender las ventajas peculiares de las comunicaciones personales sobre y contra los medios de masas, para alcanzar a las personas que aún no se han decidido. La influencia personal acerca de un asunto, con frecuencia se ejerce inesperadamente como tema marginal o lateral en una conversación fortuita. Es, en consecuencia, más probable que llegue a su objetivo con los no decididos o los opuestos. Los mensajes de los medios de masas, por contraste, se inician con frecuencia con pleno conocimiento de sus objetivos. El contacto personal también es más flexible y permite la respuesta inmediata y la retroalimentación instantánea. Un individuo a diferencia de un medio masivo, es capaz de presentar razonamientos y argumentos de pertinencia personal inmediata al que escucha. Y finalmente, cuando alguien cede a la influencia personal de otro para tomar una decisión, la recompensa en aprobación es inmediata y personal. (89)

2.7 Los grupos de opinión

Rivadeneira (1995) considera que “Para la ciencia de la comunicación, la importancia de los grupos radica en las interacciones e interrelaciones que equivalen a nexos comunicativos con efectos y acciones recíprocos” (p.182)

Según Rivadeneira, toda conducta brotada de interacciones grupales tiene significado de forma comunicativa, por eso es importante saber cómo actúan los grupos en sus relaciones con otros y como ejercen funciones en el complejo de instituciones sociales. (ibid)

No basta con decir que un grupo es la unión de dos o más personas, así que citaremos a tres autores que poseen una definición de grupo y que Rivadeneira agrupa en su libro:

Theodore Newcomb señala: “Consiste en dos o más personas que comparten normas con respecto a ciertas cosas y cuyos papeles sociales están estrechamente intervenculados” (ibid)

Bottomore, ha propuesto la siguiente definición: “Un grupo social puede ser definido como un agregado de individuos en el que existen relaciones definidas entre los individuos que lo componen y cada uno de ellos es consciente del grupo y de sus símbolos”. (ibid)

Lindaren indica que cuando dos o más personas tienen alguna clase de relación entre sí, automáticamente pasan a ser un grupo, luego agrega que “...los grupos informales y efímeros crean algunos elementos estructurales en sentido de que sus miembros detentan rango, forman relaciones de acuerdo con suposición y desempeñan papeles recíprocos”. (ibid)

Rivadeneira señala las dos clasificaciones de grupos que realiza Bottomore: (ibid)

- a) Los grupos sociales como la familia, el pueblo, la nación: “En otras palabras, un grupo social, tiene por lo menos una estructura y una

organización rudimentaria (incluyendo reglas, ritos, etc.) y una base psicológica constituida por la conciencia de sus miembros”.

- b) Los cuasigrupos. “Un cuasigrupo, en cambio, es un agregado sin estructura u organización y cuyos miembros pueden ser inconscientes o débilmente conscientes de la existencia del grupo”.

Con respecto a esta clasificación, Rivadeneira (1995) señala, “No existe una radical diferencia, empero, entre los grupos sociales y los cuasigrupos, pues es imposible trazar una línea separatoria entre ambos”. Ninguna persona individual pertenece a un solo grupo, sino a muchos. Y además indica que los cuasigrupos pueden servir para el inicio de instituciones sociales, por ejemplo: “La clase social X da lugar a la formación y estructuración del partido político Z”.

Existen diversas clasificaciones de grupos de opinión y una extensa descripción de cada uno, pero en función a esta tesis, sólo se explicará una clasificación realizada por Clay Lindgren y la cual es citada por Rivadeneira (1995): grupos reales y grupos imaginarios.

Lindgren explica que los grupos reales son “aquellos de los que somos miembros” y los grupos imaginarios son “grupos de referencia”. Es decir, los primeros son las congregaciones a las que los individuos pertenecen físicamente, la influencia que ejercen estos grupos se reciben de manera consciente y directa, por ejemplo: las personas que se inscriben en algún partido político y asisten a sus reuniones. En los segundos, el sentido de pertenencia no se realiza de forma directa, ni sus miembros se conocen personalmente, pero comparten las mismas inquietudes a través del medio que usan, por ejemplo: Hay personas que compran el periódico *El Nacional* y

otras comprarán el diario *Vea*. Algunos buscan información en el canal de noticias *Globovisión* y otras lo harán en *Venezolana de Televisión (VTV)*. Rivadeneira (1995) agrega que indudablemente cuando un individuo es consumidor permanente de un mismo periódico, termina formando parte de un grupo imaginario cuya influencia “por el efecto de la referencia, es otra realidad”. “Referencia se entiende como proceso de virtud del cual se producen efectos normativos en nuestro comportamiento”. Es decir, la conducta de los individuos está “referida” a las presiones y persuasiones a los cuales pertenecen (grupos reales) y a los cuales las personas creen pertenecer (grupos imaginarios).

Es pública y notoria la gran movilidad que tienen estos grupos en unos comicios electorales, por ello su escogencia. Durante el proceso electoral cada partido político y cada medio emite un mensaje en particular, además cada persona se unirá al grupo de su preferencia, ya sea de forma directa o indirecta. Sin embargo Rivadeneira (1995) señala que los factores que se mezclan para la formación de la opinión pública son muy complejos y variados, por ejemplo: es importante que los individuos pertenezcan a diversos grupos. También la forma en que se desarrollan los hechos motivará a que se genere una opinión compartida. Otro elemento para la formación de la opinión son los medios de comunicación. Estos no son los únicos factores, ni son excluyentes de otros, pero el autor los menciona cómo los básicos.

Cuando los individuos se relacionan con diferentes grupos, los sistemas y subsistemas de interrelación se hacen más complejos. Rivadeneira (1995) agrega que “en todo esto la pantalla de fondo viene a ser el conocimiento a nivel de información individual y el intercambio de informaciones, relaciones, acciones:”

- De dos miembros de un mismo grupo, entre sí.
- De un miembro con otros miembros.
- Del individuo con la totalidad del grupo.
- De algunos miembros con otros miembros.
- Del grupo al individuo.
- Del miembro de un grupo con miembros de otros grupos.
- De los grupos entre sí.
- De un individuo con la totalidad de un grupo distinto.
- De dos o más grupos con otros grupos.
- De los miembros de varios grupos entre sí.

Al final, según Rivadeneira (1995), lo que le preocupa a los investigadores es saber si las decisiones que toman los grupos (resultado del proceso de la formación de opinión) están en concordancia con la de los individuos que lo componen.

Roger Brown (1972), en su libro *Psicología Social, siglo XXI*, explica el problema: “Las decisiones pueden variar en muchas dimensiones conforme a las cuales aquellas del grupo podrían de las decisiones individuales”. (p.677)

2.8 Teoría de la brecha en el conocimiento

Citando a Cándido Mozón, Iván Abreu (2001) explica que existe la idea de que al haber mayor cantidad de medios de comunicación, todos los sectores de la población estarán mejor informados, y a la vez, se generaría una igualación entre los diferentes grupos sociales. Pero al parecer esto no es lo que ocurre.

Sin embargo, según el comunicólogo Marcelino Bisbal, el gobierno de Venezuela ha tomado a los medios de comunicación como el terreno propicio para guiar sus diferencias políticas, ya que se han dedicado a la creación de más medios de comunicación que refuercen su ideología. El resultado de esto, indica Bisbal, es la conformación de una estructura mediática sin precedentes en Venezuela y América Latina. (26 de Noviembre de 2006, El Nacional, D/6)

El danés Svalastoga citado por Abreu (2001) quien diseñó lo que se conoce ahora como *distanciamiento social* o de la *brecha en el conocimiento*, explica que las dimensiones del status socioeconómico abarcan: status social (recursos de respeto y prestigio), el status político (recursos de poder), el status económico (recurso de riqueza) y el status de grado de información (recursos de habilidades y conocimientos). Luego indica que la forma en que se distribuyen desigualmente estos recursos sociales va continuamente en crecimiento por acción de un *principio de multiplicación*, el cual “consiste en un círculo vicioso, en el cual los ricos se vuelven cada vez más informados e instruidos y los pobres se vuelven cada vez más ignorantes.” (p.102)

Tichenor, Donohue y Olin citado por Abreu (2001) resumen el problema así:

Cuando la difusión de información de los “mass media” aumentan en un marco social, los segmentos de población con mayor estatus socioeconómico tienden a adquirir esta información en una escala más rápida que los de estatus inferior, por lo que el desnivel de conocimiento entre ellos... tiende a aumentar en lugar de a decrecer. (p.103)

Abreu (2001) añade que efectivamente existe gran abundancia de información, pero que en lugar de generarse una aproximación entre las clases sociales, los medios de comunicación aumentan la brecha entre los grupos.

A pesar de esto, señala Bisbal (2006), el gobierno venezolano continúa aumentando la cantidad de medios de comunicación. Este crecimiento de medios se produce a partir del año 2002, luego de diversos acontecimientos, el gobierno sintió la necesidad de dotarse de una gran plataforma comunicacional que apoyara su proyecto político, ya que la gran mayoría de medios que existían para ese momento eran de oposición.

Podemos afirmar, ya no como hipótesis, sino como certeza, que si los medios son constitutivos de la nueva manera de ver al país y al mundo en su plenitud, en la realidad del presente venezolano actúan como mediaciones entre los distintos procesos que vivimos día a día, y esto es tan cierto para un lado como para el otro. (Bisbal, 26 de Noviembre de 2006, El Nacional, D/6)

La estructura social, agrega Abreu (2001), condiciona a los sectores menos favorecidos, además las costumbres e intereses distintos a los de las clases favorecidas, lleva a un uso distinto de la información y a su vez al distanciamiento entre los grupos.

Los factores más importantes que originan la brecha, según lo mencionado por Abreu (2001), son cuatro:

- El status Socioeconómico.
- El nivel educativo.
- La motivación o interés social.
- La sucesión temporal.

Abreu muestra como Tichenor (2001) junto con otros colaboradores, señalaban al status socioeconómico como el inicio del distanciamiento, además afirmaban que “las clases más bajas manifestaban un nivel más reducido en la adquisición de conocimiento” (p.103). Luego los mismos autores objetarían esta hipótesis, ya que la supuesta adquisición de información no se puede explicar a través del status y la educación. Sin embargo, en asuntos de importancia local para los individuos, el distanciamiento se produce por el interés y no por otras variables.

Luego, la motivación y el interés social pasarán a ser un factor primordial para el estudio de la formación del distanciamiento. Abreu explica:

Si se hace una diferenciación entre conocimientos de situaciones concretas o actuales y conocimientos que relacionan elementos puntuales o estructurales, Genova y Greenberg concluyen que la motivación juega un papel más relevante que el nivel educativo en el conocimiento estructural, mientras que en conocimientos concretos influyen ambos factores por igual. (ibid)

Citando a Genova, Greenberg y McQuail, Abreu resalta que es sumamente importante la permanencia de las noticias en los medios de comunicación, ya que así se reduciría la brecha entre los sectores que están muy o nada interesados en un tema.

Por su parte Denis McQuail, comunicólogo británico, señala otros dos aspectos de la teoría:

- La distribución general de la información global de la sociedad entre las clases sociales.
- Temas o asuntos específicos acerca de los cuales unos están mejor informados que otros.

La primera, indica Abreu (2001), pueda que se refiera a las desigualdades sociales que proponía Svalastoga, y es algo que los medios de comunicación no pueden transformar por sí solos. En cuanto a la segunda, se pueden aumentar y aminorar las brechas, “siendo posible que los medios abran algunas y cierren otras”.

La forma del mensaje, la presentación y la forma como se maneja el empeño en cerrar la brecha, no es lo que debe tener mayor atención, sino que hay que enfatizar en la clase de información que se trate. Ya que no todas las informaciones tienen el mismo beneficio para todos los grupos.

A manera de conclusión, Abreu, en un trabajo realizado por Monzón, agrupa unas observaciones realizadas por McQuail, Windhal y Saperas, en ellas se relaciona la hipótesis de la brecha del conocimiento con la influencia de los medios de comunicación:

- a) Cuando un asunto suscita preocupación general en una comunidad, lo más probable es que los conocimientos se repartan por igual entre las partes.
- b) La igualación es más probable cuando el asunto surge en el contexto de un conflicto social.
- c) Probablemente la igualación será mayor en las comunidades pequeñas, a consecuencia de la proximidad, la participación activa y la información local, mientras que la brecha aumenta cuando la información es nacional o internacional.
- d) Los semanarios son los más eficaces en comunidades pequeñas, con su información directa y local.

- e) Los periódicos son más adecuados para transmitir información en comunidades grandes, complejas y diversificadas, así como para los temas nacionales e internacionales.
- f) La televisión parece apta para difundir cualquier tipo de información y conocimiento, sobre todo internacional, dadas sus condiciones de dramatización y visualización.
- g) Se esboza la hipótesis de que las nuevas tecnologías, dada su especialización, contribuirán al distanciamiento entre los grupos.

2.9 La hipótesis de la espiral del silencio

La periodista alemana, Noelle Neumann citada por Abreu (2001) es la autora de *la espiral del silencio*, teoría que ha alcanzado gran aceptación entre los investigadores. Noëlle explica: “el clima de opinión alude a algo exterior a la persona que fatalmente la rodea de manera completa y que, por naturaleza y variabilidad, influye al máximo en su interioridad, a pesar de esa condición externa”. (p.106)

Citando a Noëlle, Abreu explica que tanto los medios de comunicación, como la relación del individuo con su entorno generan la espiral del silencio, ya que los individuos, antes de expresar sus propios puntos de vista, evalúan su entorno social y “miden” cual es la opinión que tiene mayor aceptación, luego para no sentirse aislados, renuncian a su propio juicio y se pliegan a la opinión mayoritaria. “Dicho temor al aislamiento –temor de ser apartado pero también duda sobre su propia capacidad de juicio- forma parte, para la autora, de todos los procesos de opinión pública”. (p.107)

Abreu, citando a la periodista, explica que los medios, a través de sus contenidos, establecen el espacio en el que se desarrolla la opinión pública. Además indica que el programa de *efectos limitados* (teoría estudiada por sociólogos norteamericanos) olvidó aspectos fundamentales:

Como el de la consonancia o coincidencia de los diferentes medios de comunicación en la presentación de sus mensajes; la acumulación, una consecuencia de la publicación periódica de los medios y la omnipresencia, resonancia o conciencia de lo público, ya que los medios forman parte y contribuyen a la creación del espacio público. (ibid)

Es decir, los efectos de los medios son, a juicio de Noëlle, acumulativos, de modo que su incidencia en la opinión no es inmediata, sino que va generando a medida que más medios hablen de un mismo tema y con una misma postura. Abreu (2001) añade que cuando se realizó el programa de *efectos limitados*, no se ocupó casi de la televisión, la cual creó una nueva situación en el proceso comunicativo. Por ello Noëlle realiza ciertas diferencias en el tema de percepción selectiva, de las cuales Abreu hace un resumen de las que pueden tener vigencia:

- a) Ante la abundancia de periódicos el lector puede seleccionar la información a través de aquellos que sintonizan mejor con sus puntos de vista, mientras que en la televisión, por número de estaciones y por semejanza en el tratamiento, hay una reducción en la capacidad selectiva.
- b) La lectura individual del periódico exige una conducta selectiva mayor que la producida cuando los individuos ven televisión.

- c) La lectura de periódicos y otros medios impresos implica una mayor motivación y esfuerzo que la exigida por la televisión a través del sonido y la imagen.

Sin embargo, esta teoría, reconoce Abreu (2001), tiene inseguridades, ya que puede haber una buena cantidad de individuos (líderes de opinión, por ejemplo) que se enfrenten a la opinión dominante.

Para otros investigadores como McQuail y Windhal (2001) “la espiral del silencio reside en el juego recíproco entre la comunicación social, la interpersonal y la percepción que una persona tiene de su propia opinión frente a otras opiniones del entorno social”. (p.109)

Esta teoría se apoya en:

- a) El reconocimiento de la importancia de los medios de comunicación social, especialmente la televisión, en el funcionamiento de la actual sociedad y en la creación del espacio público.
- b) Dándose ciertas condiciones, tales como la consonancia, la acumulación y la omnipresencia, la percepción selectiva de la gente disminuye y los efectos producidos son muchos más relevantes que el refuerzo. Los medios producirán efectos acumulativos y a largo plazo.
- c) Ciertos mecanismos psicológicos explicarían la tendencia generalizada a evitar el aislamiento, para sumarse a la corriente mayoritaria de simpatía, popularidad, aprecio y respeto.
- d) En la teoría no sólo se destaca la importancia de los medios en la creación del espacio público y el clima de opinión, sino la percepción que hacen los individuos de ese ambiente. Abreu señala que según Noelle, la observación sobre el avance de opiniones en temas públicos se obtiene de dos fuentes: una de la observación directa del

entorno; la otra, de la observación indirecta del ambiente a través de los medios de comunicación social.

- e) Cuando los medios de comunicación social presionan en la misma dirección (consonancia) sobre una idea, persona o acontecimiento, y las personas tienen miedo a marginarse de la corriente dominante, aquellos que sintonizan con el clima de opinión pueden expresar más fácilmente su opinión.
- f) Las personas que mantienen una posición distinta a la que se cree dominante, sentirán el peso del aislamiento y la falta de apoyo del espacio público informativo y se refugiarán en el silencio.

2.10 La teoría de la agenda-setting

Abreu basándose en varios autores, señala que los medios le suministran a los individuos una lista de los temas acerca de los cuales deben pensar, discutir o conversar, considerándose a los medios de comunicación como creadores de la realidad externa. En palabras de Shaw citado por Abreu (2001): “la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los media”. (p.127)

La Agenda-setting, teoría que se ha traducido como “fijación de la agenda” o “establecimiento de la agenda”, ha tenido gran aceptación en los últimos tiempos. José Dader citado por Abreu la denomina “canalización periodística de la realidad” o “efecto de canalización”, y explica:

(...) la orientación, conducción o canalización que las mentes de los ciudadanos sufren hacia unos repertorios de temas de preocupación pública, en detrimento de otros que no son mencionados o destacados, como consecuencia de la selección de asuntos que realizan los mass media” (ibid)

Abreu (2001) señala la existencia de tres tipos de agenda, Según investigaciones realizadas por Mcleod, Becker y Byrnes:

- a) *Agenda intrapersonal*: correspondiente a los que el individuo considera que son los temas más importantes.
- b) *Agenda interpersonal*: Se refiere a los temas sobre los cuales la persona habla y discute con otras personas, siendo una relevancia intersubjetiva, es decir, la cantidad actual de importancia asignada a un tema en una red de relaciones y comunicaciones interpersonales.
- c) El tercer tipo se refiere a la percepción que tiene el individuo del estado de la opinión pública, siendo la relevancia percibida, es decir, la importancia que la persona cree que los demás le atribuyen al tema.

Citando a Dader, Abreu (2001) agrega dos agendas más a las mencionadas, la *agenda de los medios periodísticos*, los cuales son los diversos temas que más destacan los medios; y la segunda, las *agendas institucionales*, éstas consisten en los diversos temas que son prioritarios para cada institución pública o privada.

Según Abreu (2001), existen autores que consideran más decisivo al tipo de medio, que a la credibilidad que le muestren a cada receptor. La televisión posee la mayor fuerza de canalización debido a la apelatividad de las imágenes, lo cual ha sido denominado por algún autor como “efecto aerosol” de la televisión, ya que “impregna” la mente de las personas.

Para finalizar este capítulo, se señalarán unas conclusiones, enmarcadas en el ámbito de las campañas electorales, lo cual involucra

directamente al tema de la tesis. Estas deducciones fueron realizadas por Weaver, y Abreu (2001) las cita en su libro: (p.131)

- a) Hay evidencia de que los medios influyen en la lista de temas de preocupación del público.
- b) La influencia está más ajustada a los temas de escaso involucramiento, mientras que en los casos más directos, la experiencia personal es más decisiva que la selección periodística (temas como desempleo, inflación e impuestos).
- c) Las conversaciones moderan el efecto de los medios.
- d) Hay temas fijados al principio de una campaña por la prensa que son retenidos por los lectores a lo largo de ella.
- e) La distinción entre periódicos y televisión se iba diluyendo a medida que se acercaba el final de la campaña.
- f) Al final de la campaña se da un acomodo progresivo e la televisión a la prensa, y del público a la televisión.
- g) La canalización sobre la imagen de candidatos parece más decisiva que la selección de unos temas prioritarios de discusión.

Weaver citado por Abreu (2001) agrega que la intensidad de los medios de comunicación, en algunos temas, terminan por influir la cantidad de personas que se ocupan o prestan atención a tales temas, pero explica: Eso es distinto “que afirmar el establecimiento por los medios de una agenda de temas o asuntos para el ciudadano”. (p.131)

2.11 Las encuestas de la opinión pública

Aunque el avance en la tecnología, como por ejemplo el uso de la computadora, ha permitido resolver muchos problemas de las encuestas de

opinión pública, Rivadeneira (1995) también explica, que todavía no constituye “el medio cien por ciento eficaz en la investigación de opiniones sino en el mejor caso un instrumento de aproximación a resultados más o menos previsibles”(p.204)

Sin embargo, según Rivadeneira, las grandes empresas de Estados Unidos emplean la encuesta casi cotidianamente para los fines más variados: Comerciales, políticos, educativos, etc.

Roger Muchielli citado por Rivadeneira (1995) señala las etapas en el proceso de una encuesta de opinión: (p.205)

- Definición del objetivo de la encuesta y estudios de medios materiales.
- Preparación de los términos generales de la encuesta: la pre-encuesta.
- Determinación del universo de la encuesta.
- Definición de la muestra o muestreo.
- Selección de técnicas por utilizar y elaboración del cuestionario.
- El pre-test o puesta a prueba del cuestionario.
- Elaboración final del cuestionario.
- Tabulación de los resultados y procesamiento.
- Análisis del resultado de la encuesta en relación con el objetivo inicial.
- Elaboración del informe.

En algunos casos, señala Rivadeneira (1995), la encuesta es mal empleada con el fin de manipular los resultados y se encubre con el nombre de “muestra” a un grupo parcial, el cual no es representativo. El resultado de

esas encuestas tiene como finalidad desviar la atención de las personas, confundir y neutralizar actitudes sociales.

Respecto al tema de la manipulación de las encuestas, Rafael Salvatierra (1985), acusa a los medios de comunicación de transmitir encuestas con resultados incompletos: “es un hecho, los medios de comunicación informan resultados de encuestas los cuales son incompletos, cumpliendo un propósito político. La mayoría de estos resultados provienen de encuestas dirigidas” (p.35). señala que los partidos políticos y los líderes políticos sólo les interesa transmitir los resultados que les favorecen.

Rivadeneira (1995) indica que hay que recordar que la opinión está en constante transformación, ya que ésta depende de cómo se vayan suscitando los acontecimientos. Cada encuesta podría modificar las opiniones de los demás. “Tanta mayor resulta la vulnerabilidad de la opinión, cuanto más dependiente es el hombre, de formas comunicativas dentro de cuyo proceso actúa como simple espectador”. (p.210)

Rivadeneira (1995) explica que los resultados de las encuestas pueden cambiar las opiniones de los encuestados, lo que desemboca en un problema que se presta para otras encuestas.

A manera de cierre, Rivadeneira señala que algo puede medirse: “por ejemplo, cuando el sondeo de opinión se produce con mucha antelación a un acto electoral. El resultado conocido por los mismos sujetos investigados produce alteraciones que se detectan en los resultados de los comicios”. (p.210)

2.12 Documental

La definición de documental es muy amplia y diversa, ya que cada autor y cada escuela la percibe de maneras distintas.

David Goldsmith (2003) señala que todavía existen muchos debates sobre lo que es documental y que no, pero a pesar de eso, todos están de acuerdo en que el documental debe atenerse a la realidad. Dicho autor lo define como un género ingenioso que puede captar grandes audiencias en todo el mundo, y agrega que “De todos los formatos televisivos, el documental es el menos claramente definido y el más abierto a interpretaciones”. (p.6)

El Documentalista, José López Clemente citado en la Enciclopedia video (1982), define a este género como “la película carente de ficción, que informa con sentido creador y recreativo sobre la vida del hombre actual en su relación con los otros hombres y con el mundo y las circunstancias que lo rodean”. (p.471)

Por su parte, Michael Rabiger (1989) en su libro, *Dirección de Documentales*, explica que este género muestra un gran respeto por la actualidad, lo cual no hace el cine, ya que el documental “se concentra en la riqueza y ambigüedad de la vida, tal como es realmente”. (p.4)

Rabiger (1989) agrega que el documental no se utiliza para vender productos o servicios, ni tampoco tiene como finalidad medir objetivamente un hecho, sino que “tiene como objetivo la promoción de los valores individuales y humanos”.

Los individuos creen que el documental es siempre objetivo, ya que regularmente presenta puntos de vistas opuesto a lo cotidiano, además existe el pensamiento de que la cámara puede captar todo con objetividad, pero esta última creencia se cae cuando se muestran estas consideraciones prácticas.

¿Cuál es una posición objetiva para la cámara dado que la cámara ha de colocarse en algún sitio? ¿En qué forma decide uno objetivamente cuando ha de iniciarse y cortarse la toma? Y al revisar después el material ¿cómo se hace la evaluación de los fragmentos que mejor representan la “verdad objetiva” y que, por consiguiente, deben ser empleados? (p.5)

Según Robert Hilliard (2000) el documental es lo más artístico en los medios, ya que combina “la información, los eventos especiales, el reportaje, la musicalización y el drama”. (p.2)

El mismo autor señala que es muy importante que todo documental tenga un punto de vista, por ejemplo: “¿Cuál es el propósito del trabajo que usted está preparando? ¿Desea presentar un punto de vista objetivo, desde diferentes perspectivas, sobre las tradiciones y los problemas de los demás? ¿Quiere presentar soluciones?”

Tipos de documentales según enciclopedia Video (1982, p.478)

Por su contenido:

- Contenido Previsible:
 - Geográficos:
 - Paisajes naturales (Montañas, ríos, desiertos).
 - Construcciones del hombre: Monumentos, acueductos, calles.
 - Costumbristas:

- Fiestas Populares: Semana Santa, fiestas conmemorativas.
- Espectáculos folklóricos: Toros. Tablados flamencos.
- Competiciones deportivas: Fútbol, carreras de carros.
- Actividades y tipos populares: Alfarería, relojero, sereno.
- Reconstrucción de documento histórico: Biografías, guerras, períodos históricos.

- Contenido Imprevisible:
 - Aventuras y acciones insólitas: Accidentes, atracos, inundaciones, incendios.

- Científicos:
 - Ecológicos: Fauna, flora, mundo submarino, espeleología, alpinismo.
 - Médicos: Operaciones quirúrgicas, técnicas de microscopio, medicina preventiva.
 - Astronómico: Planetas, viajes espaciales.

Por la utilización del sonido

- Realista:
 - Con narrador:
 - En off.
 - En directo.
 - Con entrevistas.

- Abstracto:
 - Normalmente con imágenes (Ilustrando una partitura musical).

2.13 Fundamentación Legal

En Venezuela diversas leyes, y la propia constitución, garantizan el derecho humano inalienable a la libertad de expresión. El ejercicio del periodismo en cualquiera de sus especializaciones es una profesión que requiere de gran entrega y sensibilidad social por parte de quien la ejerza, por lo que la sustentación jurídica para su eficiente desempeño es de vital importancia para el desenvolvimiento armonioso de la sociedad venezolana.

La carta magna garantiza en su artículo 58 que: “Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como a la réplica y rectificación cuando se vea afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes.”

En tal sentido, las autoridades del gobierno nacional deben ser garantes del fiel cumplimiento de las garantías constitucionales en materia de libertad de expresión, especialmente con los periodistas que ejercen su función de mediadores de mensajes.

A si mismo, en la Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión, establece en las restricciones del artículo 8 que: “No está permitida la propaganda anónima, la propaganda por emplazamiento ni la propaganda por inserción”.

De igual manera, el artículo 5 de la Ley del ejercicio al periodismo sostiene que el periodista: es custodio y defensor del derecho del pueblo a ser y estar informado veraz e íntegramente y, al mismo tiempo del derecho del periodista al libre acceso a las fuentes informativas.

De todo lo anteriormente expresado, se infiere que todos los funcionarios, desde los rangos más altos a los más bajos, deben cumplir la normativa legal vigente durante la campaña electoral y no valerse de su condición de poder para emitir claros mensajes de proselitismo político por ningún medio.

Lo que fue detectado, en casos bien concretos en las declaraciones del Director de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) al dar apoyo público, notorio y comunicacional al candidato Chávez durante su inicio de campaña en la Plaza O'leary en la localidad del Silencio.

Como se pudo observar son fáciles los extravíos en el cumplimiento de las leyes. Para mantener el equilibrio se hace necesaria la ayuda y participación activa de las comunidades, medios y grupos de opinión; en este sentido debe hacerse evidente la responsabilidad para evitar esas desviaciones de los actores comprometidos, exigiendo la propuesta y cumplimiento de normas claras.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modelo de la Investigación

La investigación se ubica dentro de las ciencias sociales y fácticas, ya que la misma se fundamenta en los hechos que suceden dentro de la sociedad y que implican al ser humano: Sus opiniones y percepciones sobre el ambiente en el que está inserto, en este caso el proceso electoral.

Para Bisquerra (1996), la ciencia es “Un conjunto de conocimientos racionales, ciertos o probables, que obtenidos en forma metódica y verificados en su contrastación con la realidad se sistematizan orgánicamente haciendo referencia a objetos de una misma naturaleza, cuyos contenidos son susceptibles de ser transmitidos.”(p.33)

3.2 Tipo y Diseño de Investigación

El estudio está ubicado dentro de una investigación de campo con carácter descriptivo, que consiste en elaborar un documental que muestre la contienda electoral presidencial venezolana del año 2006, bajo la perspectiva de las transmisiones de televisión y los líderes de opinión. Para Tamayo (1998), la investigación descriptiva, “Comprende la descripción, y registro de la naturaleza actual y la composición de los fenómenos...”

Se trata de la descripción y registro de las incidencias del proceso electoral 2006. Por lo que se entiende que esta investigación contiene elementos cualitativos, como aspectos que conforman toda investigación.

También Hurtado (1998), considera la investigación holística, porque permite presentarla “como un proceso global, colectivo, integrada, concatenado y organizado, lo cual le permite trascender la polémica entre los paradigmas” (p.204).

Entendiendo la investigación como un proyecto capaz de reseñar la realidad concreta de un organismo. El trabajo está basado en una investigación de campo de tipo descriptiva, ya que los datos son tomados de la realidad en estudio de forma directa.

La Universidad Santa María (2000), define la investigación de campo como: “Aquella que se caracteriza porque los problemas que estudia surgen de la realidad y la información requerida debe obtenerse directamente de ella” (p.22).

El planteamiento anterior es corroborado por Arias (1999); quien afirma que: “en el trabajo de campo los datos son recogidos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna” (p.48). En este tipo de investigación se estudian fenómenos sociales en su ambiente natural, en la realidad misma donde se producen

3.3 Procedimiento

La redacción de los aspectos metodológicos de la presente investigación se realiza en primera persona, en plural y en dos tiempos: pretérito y futuro, con la intención expofesa de resaltar dos aspectos claves y fundamentales: El trabajo en equipo para cualquier grabación profesional y las implicaciones logísticas del registro secuencial de los acontecimientos en la fecha en que sucedieron, ya que para las entrevistas y opiniones de los

actores involucrados era preciso seleccionar sus criterios en el contexto del momento en que vivían, además de que, por cronología elemental primero se produjeron las grabaciones y la producción del documental, para luego generar el aspecto metodológico y toda la postproducción y montaje que llevarían a decantar las casi 50 horas de grabaciones recopiladas durante los meses que precedieron el acto electoral.

Nos referiremos en pretérito a los hechos que ya sucedieron (lo que se grabó) y en futuro a las necesidades y técnicas que imprimiremos en la postproducción y el montaje.

3.4 Propuesta Documental

Público meta

Ciudadanos venezolanos interesados en la historia reciente de su país. Profesores y estudiantes universitarios sensibilizados en los temas sociopolíticos. Investigadores y comunicadores nacionales y extranjeros que deseen obtener información pertinente sobre el reciente acontecer venezolano.

Duración y formato

Documental grabado en formato 4:3 para ser transmitido en televisión convencional. Su duración será de 55 minutos. Para ser difundido sin interrupciones en medios como cine foros, aulas de clases y usos como el consumo particular para la investigación.

Sinopsis

La campaña presidencial de 2006 en Venezuela estuvo signada por temas muy polarizantes y delicados para diversos grupos de opinión. Sin embargo, uno de los más curiosos fue la continua alusión que se hacían a distintos colores, con los cuales, cada bando en pugna, se identificaba. Desde un rojo rojito, hasta un azul azulito, pasando por el negro, fueron varios de los matices que parecía identificar a cada sector. De allí el título del trabajo de investigación: Esta se inicia con la elección de una nueva directiva de la Asamblea Nacional y recorre todo el camino preelectoral... Intensos e inmensurables acontecimientos marcaron la pauta y la agenda nacional durante varios meses. El día 3 de Diciembre de 2006, el país se enteró de quién continuaría rigiendo sus destinos, luego de una dura batalla electoral. Esta investigación intenta indagar sobre el verdadero color del venezolano, intenta esclarecer ¿Cuál es nuestro color?

Estilo Visual y Sonoro

El grueso de las grabaciones recopiladas para esta investigación provienen de varios canales de televisión nacional, principalmente de Venezolana de Televisión (VTV) y Globovisión. Recolectados digitalmente a través de la salida de video de un decodificador de televisión por cable hacia una cámara MiniDV, y luego vaciados en la computadora por puerto firewire, manteniendo, todo el proceso digital, para así garantizar la mayor calidad posible del video final.

Muchas de las grabaciones eran de señales en vivo, otras de resúmenes de los noticieros nocturnos, los cuales, por logística, hacen una mejor semblanza de los acontecimientos del día. De aquí se nutre la mayor

parte de la investigación, ya que la finalidad era recopilar como dos de los grandes canales noticiosos del país, con claras tendencias divergentes en su línea editorial, reseñaban el camino preelectoral.

A su vez, se recolectaron entrevistas personales con líderes de opinión de ambas tendencias políticas, seleccionados, en primer lugar por su disposición y disponibilidad a la entrevista y en segundo lugar por su cargo relevante en la toma de decisiones e influencia durante la campaña electoral. Con lo que se pretendía hacer una escogencia predeterminada y que abarcara las dos grandes tendencias en pugna: la de apoyo a la Revolución Bolivariana y la de oposición a la Revolución Bolivariana.

Pese a gestionar diversas entrevistas personales, no se pudieron materializar varias de ellas, que hubiesen sido muy importantes para la investigación. La mayor limitación para entrevistarlos se fundamentaba en que sus respectivas logísticas diarias no les permitía adaptar su agenda para entrevistas académicas, por un lado, y en otros casos se debía a que no deseaban revelar estrategias o tácticas claves durante el desarrollo de la campaña.

Los grafismos serán un apoyo fundamental en la elaboración del montaje del documental, ya que queremos imprimir la mayor carga didáctica a los hechos suscitados para su fácil comprensión.

Cada imagen seleccionada, así como cada entrevista personal llevara un banner que fungirá de insert a la vez, es decir, será un grafismo que servirá tanto para identificar el nombre, cargo y fecha la imagen, así como para aportar informaciones relevantes que ayuden al espectador a digerir el contexto de las declaraciones que se emiten.

El montaje resaltaré fundamentalmente dos aspectos: Los líderes de opinión y los mensajes. Informaciones y noticias que transmitían los canales de televisión esos días, con la finalidad de establecer el nivel de importancia que ambos elementos ejercen en la opinión del elector. Por lo cual los líderes se identificarán a través del banner/insert y los mensajes de las televisiones con otro gráfico animado que mostrará una pantalla de televisión dentro del televisor, con la intención de simular y emitir el código de que “así se veía en la televisión”: Este será un recurso que se usará oportunamente para simbolizar el hecho de que de esa manera se veían dichos acontecimientos en vivo en las pantallas de nuestros televisores en Venezuela.

Existirá un gráfico animado tipo calendario, que ubicará al espectador en la fecha de inicio “oficial” del comienzo de la campaña electoral, ya que será de vital importancia resaltar los distintos saltos cronológicos que tendrá el montaje.

El montaje no será una simple línea continua en el tiempo, ya que pretendemos aplicar varios tópicos claves del marco teórico en el montaje del documental. Es decir, el montaje recurrirá constantemente a los saltos de tiempo para adaptarlo a la aplicación teórica que nos interesa resaltar.

Recurriremos a intertítulos, guiados por voz en off, con fondos distorsionados en blanco y negro del clip inmediato anterior, acompañado de la musicalización.

El sonido de inicio y bienvenida será de creación original, con un estilo sobrio y equilibrado, es decir, que su codificación sonora busque la mayor neutralidad posible en sus notas. Sin embargo, se recurrirá a otras composiciones musicales que puedan significar el contenido psicológico que

se desea imprimir, siempre manteniendo la linealidad de los acordes clásicos y de creación electrónica.

Cada entrada de grafismos o efectos animados se acompañará de un sonido característico que enfoque los sentidos del espectador en el nuevo cambio que se presenta en pantalla.

3.5 Desglose de Necesidades:

- Para grabaciones de señales canales
 1. Decodificador digital
 2. Cámara de video digital con entrada y salida A/V
 3. Computador con entrada firewire
 4. Disco duro de 1 Tera Byte

- Entrevista personales
 1. Cámara 3CCD Mini Dv
 2. Cintas Mini DV
 3. Luz 500 watts
 4. Rebotador de luz
 5. Micrófono lavalier inalámbrico
 6. Trípode para cámara Manfrotto

3.6 Plan de rodaje

Grabaciones de canales de televisión

Se delimitaron las grabaciones a los tres meses que antecedieron el día de votaciones, sin embargo, por la complejidad y particularidad del hecho, se registraron acontecimientos hasta con siete meses de antelación.

No existía una metodología preestablecida para la grabaciones, ya que no había una pauta concreta de acontecimientos. Las cadenas de los voceros de los poderes públicos o ruedas de prensa, por ejemplo, no se establecían con antelación, por lo que simplemente se ponía a grabar cuando éstas ocurrían. Lo que implicaba una logística compleja para el continuo monitoreo y seguimiento de los canales de televisión.

Con la experimentación diaria se fue decantando el proceso hasta llegar a la manera más expedita: Consistía en hacer micro ediciones y selecciones diarias del material que se grababa continuamente durante el día. De esta manera se fueron acumulando los clips de videos que a nuestro juicio estarían relacionados con el tema electoral. Diariamente se digitalizaban las cintas que se dejaban grabando y se almacenaban digitalmente para su oportuno marcaje. Se usó la técnica de insertar metadatos o frases claves (como texto) dentro de los clips de video para ubicar más fácilmente el contenido que incluían las imágenes del clip, además de su agrupamiento por fechas de grabación.

Las grabaciones de los noticiarios nocturnos se hizo con regularidad, sin embargo, en el caso de Venezolana de Televisión (VTV), no había un horario programado, ya que este canal cambiaba continuamente su programación de acuerdo a la agenda que marcaba el presidente Chávez.

Preelectoral

Según la disponibilidad del entrevistado se asignaba la pauta. No había plan preestablecido, ya que todo dependía de su agenda. En varios casos nos tocaba “cazar” a los entrevistados para abordarlos.

Algunos de ellos se negaron a las entrevistas por considerarlo inoportuno para sus carreras, y en otros casos, sus agendas no les permitieron apartar tiempo para atenderlos.

Preguntas a los entrevistados

- Los canales de televisión y su propaganda logran influenciar las opiniones y percepciones de los ciudadanos sobre candidatos en la campaña electoral
- Cómo influyen sobre las decisiones de la ciudadanía los líderes de opinión que tienen programas de opinión política en televisión
- Algunos autores afirman que parte del poderío de un medio sobre el gobierno radica en el número de receptores sobre los cuales este influye. Sin embargo, en el actual momento el gobierno posee y ha creado nuevas televisoras, emisoras de radio y ha creado todo un conglomerado comunicacional. Usted cree que el gobierno está teniendo un doble poder de influencia sobre la gente especialmente en un momento electoral.
- Usted ha notado una estrategia de aprovechamiento de las cadenas para la propaganda del gobierno.
- El Ministro de Comunicación e Información William Lara afirma que eso no es aprovechamiento porque se hacen para difundir los logros del gobierno
- Usted cree que los periodistas que son líderes de opinión están ejerciendo un rol proselitista y desapegado a la ética periodística
- La polarización de los periodistas que tienen programas de opinión son un reflejo de la sociedad o ellos son parte de los catalizadores que dividen al país
- Existe la imparcialidad pura (como condición) en el comportamiento profesional del periodista

- Se podría hablar de un claro comportamiento proselitista entre el canal del Estado VTV por un lado y de Globovisión por el otro
- Cree que los canales y medios de comunicación han reemplazado muchas de las labores de los políticos
- Existen antecedentes de este comportamiento en Latinoamérica o en el mundo
- Desde el punto de vista de la teoría de la agenda setting se podría afirmar que en los últimos meses el presidente Chávez ha perdido su influencia en la temática de opinión pública nacional
- El presidente Chávez ya no logra encajar un mensaje efectivo hacia las masas?
- Cómo se explica este fenómeno si tienes tanto poder mediático y de infraestructura
- ¿Esta campaña electoral se definirá por la influencia de la propaganda de los medios?
- Sin ánimo de pretender que sirva de astrólogo, pero quién gana las elecciones del próximo diciembre y en qué basa dicho escenario
- Usted milita o pertenece a algún partido político.
- Cuál es postura política pública.

Día de elecciones

Nuestras limitaciones geográficas y nuestro objetivo en la delimitación de la investigación nos hizo concentrarnos en la Ciudad Capital. La intención primigenia era registrar varios centros electorales en el área metropolitana, sobre todo, los de mayor cantidad de mesas y electores. Sin embargo, desde primeras horas de la mañana salimos a las calles para registrar las realidades desde los barrios más populosos como Caricuao y Mamera, hasta las urbanizaciones más exclusivas como Altamira y la Castellana.

3.7 Preguición

- Introducción con imágenes de resumen del contenido del documental
- Declaraciones de los actores refiriéndose a los colores de los partidos (rojo rojito, negro discriminatorio, azul PPT y Rosales, tricolor Nacional, etc.)
- Grafismo de identificación del documental
- Breve reseña cronológica de elección de nueva Junta directiva del CNE y los dos anteriores presidentes de la Junta Directiva
- Intertítulos de Sistemas Electorales
- Intertítulos de los grupos de opinión
- Presentación gráfica del documental (título “Nuestro Color”)
- Contexto de la carrera electoral (declaraciones de los tentativos candidatos)
 - Hugo Chávez
 - Teodoro Petkoff
 - Manuel Rosales
 - Julio Borges
- Intertítulos Opinión Publica y Líderes de opinión
- Papel de las primarias en elecciones de candidato opositor (SÚMATE)
- Opiniones en contra y favor de elecciones primarias del candidato de gobierno y candidatos opositores
- Opinión de analistas y actores sobre campaña mediática de propaganda del gobierno en comparación con la oposición
- Evolución de las encuestas de medición
- Intertítulos de las encuestas
- Inscripción formal ante CNE de los distintos candidatos presidenciales
- Cancelación de elecciones primarias de la oposición

- Selección de candidato más significativo de la opción, aclarando que no fue candidato único
- Intertítulos de la teoría de la agenda-setting
- Promesas y planes de gobierno de los candidatos con mayores puntos en las encuestas
- Intertítulos de la teoría de la brecha en el conocimiento
- Rumores y muestras de las “bolas” que se corrían por Internet y mensajes de texto durante la semana previa a la elección
- La hipótesis de la espiral del silencio
- Día de las elecciones: Recorrido por los colegios de distintas zonas de Caracas.
- Lo que VTV y Globovisión transmitían
- Intertítulos de la teoría de los Usos y Gratificaciones
- La declaración final del CNE
- Declaraciones de los dos candidatos finales
- Venezuela... ¿Cuál es nuestro color?

3.8 Edición

Usamos la plataforma Apple Macintosh como sistema operativo que alojaba el programa Final Cut Pro en su versión 5.1 con el cual se editó la totalidad del documental, acompañado de los grafismos realizados en el programa Adobe Photoshop.

La metodología usada para decantar las casi 50 horas de grabaciones digitalizadas entre declaraciones en los medios y las entrevistas personales fue la de transcribir todos los sonidos de lo que se poseía. Luego procedimos a orientarnos por el preguión establecido y combinando las búsquedas entre

los textos por palabras y frases claves fuimos construyendo el montaje y la secuencia.

Por ser un tema complejo de analizar y ubicar secuencialmente recurrimos a los intertítulos en off con fondos blanco y negro como descanso en el ritmo de las declaraciones y permitiera al espectador digerir la información. Igualmente sobre el proceso se tuvo que recurrir a técnicas como la de colocación de varias imágenes o clips dentro del mismo lienzo o pantalla para mostrar que los acontecimientos se suscitaban en paralelo.

3.9 Presupuesto

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN			
NOMBRE DEL PROGRAMA:	Documental Nuestro Color		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Carlos Bernal		
PRODUCTOR:	Jorge Meza		
DURACIÓN:	55 minutos		
FRECUENCIA:	Unico		
PROMEDIO DE GRABACIÓN:	1:1		
CÁLCULO DÍA x ___ HORAS:	10 horas		
FECHA DE ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO:	DÍA	MES	AÑO
	8 de May de 2007		
SUMARIO			
#	CONCEPTO	TOTAL Bs.	
1	PREPRODUCCIÓN	6,720,000	
2	PRODUCCIÓN	5,250,000	
4	EQUIPOS Y MATERIALES	7,100,000	
5	POST PRODUCCIÓN	8,690,000	
	MONTO TOTAL	27,760,000	
COSTO TOTAL		27,760,000	

Detalle De Presupuesto

CTA. #	CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	X	COSTO	TOTAL PRODUCCIÓN
1	PREPRODUCCIÓN					
1.1	DESARROLLO DEL PROYECTO					
	Alquiler de oficina	500,000	Mensual	3	1,500,000	500,000
	Servicios (agua, luz, aseo)	50,000	Mensual	3	150,000	650,000
	Materiales de oficina	50,000	Mensual	3	150,000	800,000
	Fotocopias	50,000	Mensual	3	150,000	950,000
	Teléfono Fijo	50,000	Mensual	3	150,000	1,100,000
	Televisión por suscripción	75,000	Mensual	3	225,000	1,325,000
	Internet	25,000	Mensual	3	75,000	1,400,000
	Gastos legales	250,000	Mensual	3	750,000	2,150,000
	Coordinador del proyecto	250,000	Mensual	3	750,000	2,900,000
	SUBTOTAL				3,900,000	3,900,000
1.2	PERMISOS / SOLICITUDES					
	Transporte terrestre	80,000	Diario	8	640,000	160,000
	Gasolina	10,000	Diario	8	80,000	240,000
	Comidas	25,000	Diario	32	800,000	1,040,000
	Salario	25,000	Diario	4	100,000	1,140,000
	SUBTOTAL				1,620,000	1,620,000
1.3	GUIÓN					
	Cintas grabación (MiniDV)	20,000	Unico	50	1,000,000	400,000
	Copias y encuadernación	50,000	Unico	4	200,000	600,000
	SUBTOTAL				1,200,000	1,200,000
	TOTAL PREPRODUCCIÓN					6,720,000
2	PRODUCCIÓN					
2.1	PERSONAL PRODUCCIÓN					
	Director/Camarógrafo	500,000	Mensual	3	1,500,000	500,000
	Productor de Campo	250,000	Mensual	3	750,000	1,250,000
	Asistente de Producción/campo	200,000	Mensual	3	600,000	1,850,000
	Sonidista	150,000	Mensual	3	450,000	2,300,000
	Luminista	150,000	Mensual	3	450,000	2,750,000
	Entrevistador	500,000	Mensual	3	1,500,000	4,250,000
	SUBTOTAL				5,250,000	5,250,000
2.2	VIÁTICOS					
	SUBTOTAL				0	0
	TOTAL PRODUCCIÓN					5,250,000
3	EQUIPOS Y MATERIALES					
3.1	VIDEO, CÁMARA, ILUMINACIÓN, SONIDO					
	Combo de cámara, lavaleri, luz lowell de 650 watts, trípode	650,000	Diario	10	650,000	650,000
	Seguro de Equipos	300,000	Diario	8	2,400,000	600,000
	SUBTOTAL				2,400,000	7,100,000
	TOTAL EQUIPOS Y MATERIALES					7,100,000
4	POST PRODUCCIÓN					
4.1	EDICIÓN					
	Editor	100,000	hora	72	7,200,000	1,000,000
	Grafismos	100,000	hora	6	600,000	1,600,000
	Musicalización	150,000	hora	4	600,000	2,200,000
	Impresión de DVD	1,000	Unidad	50	50,000	2,250,000
	SUBTOTAL				8,450,000	8,450,000
4.2	MATERIALES					
	DVD	2,000	Unidad	50	100,000	100,000
	Mini DV (Mastre)	35,000	Unidad	4	140,000	240,000
	SUBTOTAL				240,000	240,000
	TOTAL POST PRODUCCIÓN					8,690,000

3.10 Análisis De Costo

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN			
NOMBRE DEL PROGRAMA:	Documental Nuestro Color		
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Carlos Bernal		
PRODUCTOR:	Jorge Meza		
DURACIÓN:	55 minutos		
FRECUENCIA:	Unico		
PROMEDIO DE GRABACIÓN:	1:1		
CÁLCULO DÍA x ___ HORAS:	10 horas		
FECHA DE ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO:	DÍA	MES	AÑO
	8 de May de 2007		
SUMARIO			
#	CONCEPTO	TOTAL Bs.	
1	PREPRODUCCIÓN	936,000	
2	PRODUCCIÓN	0	
4	EQUIPOS Y MATERIALES	0	
5	POST PRODUCCIÓN	120,000	
	MONTO TOTAL	1,056,000	
COSTO TOTAL		1,056,000	

CTA. #	CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	X	COSTO	TOTAL PRODUCCIÓN
1	PREPRODUCCIÓN					
	SUBTOTAL				0	0
1.2	PERMISOS / SOLICITUDES					
	Transporte terrestre	0	Diario	0	0	160,000
	Gasolina	4,000	Diario	4	16,000	176,000
	Comidas	25,000	Diario	6	150,000	326,000
	Salario	0	Diario	0	0	326,000
	SUBTOTAL				166,000	166,000
1.3	GUIÓN					
	Cintas grabación (MiniDV)	15,000	Unico	50	750,000	750,000
	Copias y encuadernación	10,000	Unico	2	20,000	770,000
	SUBTOTAL				770,000	770,000
	TOTAL PREPRODUCCIÓN					936,000

3.11 Guión Técnico

<p>VTR 001 00:00:06 a 00:00:53 Silentes comienzo del día 3 de diciembre de 2006. Comienza el proceso de votación.</p>	<p>Voz en off: VENEZUELA SUFRE UN PROCESO DE POLARIZACIÓN POLÍTICA DESDE LA ÚLTIMA DÉCADA. ACRECENTADO POR EL REFERÉNDUM REVOCATORIO DE 2004 EN CONTRA DEL PRESIDENTE HUGO CHÁVEZ. EN LA ACTUALIDAD, LOS GRUPOS DE PODER SE DISPUTAN HASTA LA PROPIEDAD Y EXCLUSIVIDAD DE LOS COLORES.</p> <p>EL PROCESO ELECTORAL DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2006, FUE UN FIEL REFLEJO DE ESA PUGNACIDAD Y POLARIZACIÓN QUE SUFRE LA SOCIEDAD VENEZOLANA...</p> <p>HASTA EL PUNTO DE PREGUNTARNOS: ¿DE QUÉ COLOR ES VENEZUELA?</p>
<p>VTR 002 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:00 a 00:01:02 Declaraciones Hugo Chávez</p>	<p>PUEBLO Y FUERZA ARMADA ROJO ROJITO.</p>

<p>VTR 003 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:03 a 00:01:16 Declaraciones Manuel Rosales</p>	<p>Y LA FUERZA ARMADA Y QUE ES ROJITA. ESO ES UNA GROSERÍA, NO SEÑOR, NO LE FALTE EL RESPETO AL PUEBLO ASÍ. PDVSA, LOS EMPLEADOS PÚBLICOS SON AMARILLO, AZUL Y ROJO COMO LA BANDERA DE VENEZUELA.</p>
<p>VTR 004 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:17 a 00:01:19 Declaraciones Hugo Chávez</p>	<p>LO ROJO ROJITO TIENE MUCHAS CONNOTACIONES, LO ROJO ROJITO ES UNA CONCEPCIÓN.</p>
<p>VTR 005 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:19 a 00:01:22 Declaraciones Leopoldo López</p>	<p>AQUÍ LOS MILITARES NO PUEDEN SER ROJOS ROJITOS, POR MÁS QUE LO DIGA EL CANDIDATO DEL OFICIALISMO. LOS MILITARES SON TRICOLOR.</p>
<p>VTR 006 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:23 a 00:01:27 Declaraciones José Albornoz</p>	<p>QUE EL COLOR AZUL, BUENO ES FUNDAMENTALMENTE DE PATRIA PARA TODOS, EL COLOR AZUL RESPALDA A CHÁVEZ, EL COLOR AZUL ES TAMBIÉN ES DEL PRESIDENTE CHÁVEZ.</p>
<p>VTR 006 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:28 a 00:01:34 Declaraciones Manuel Rosales</p>	<p>EL CNE TIENE QUE SER SUFICIENTEMENTE SENSATO PARA ENTENDER POR EJEMPLO, QUE EL MIN QUE ES UN PARTIDO DE MÁS DE 20 AÑOS, QUE NOS ESTÁ RESPALDANDO TIENE EL</p>

	COLOR AZUL PRIMERO QUE EL PPT.
VTR 007 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:35 a 00:01:38 Declaraciones Germán Yépez	NO HAY ELEMENTOS QUE PERMITAN DARLE LA EXCLUSIVIDAD DE LA UTILIZACIÓN DE UN COLOR A UN CANDIDATO DETERMINADO.
VTR 008 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:39 a 00:01:40 Declaraciones Leopoldo López	RESULTA QUE LA CARÁTULA DE LA CONSTITUCIÓN ES AZUL AZULITA.
VTR 009 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:41 a 00:01:47 Declaraciones Manuel Rosales	A TRAVÉS DE LA TARJETA DE DEBITO MI NEGRA, QUE VA A SER EL INSTRUMENTO PARA LA LIBERACIÓN ECONÓMICA, PARA SALIR DE ABAJO, PARA SALIR DE LA POBREZA.
VTR 009 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:01:48 a 00:01:58 Declaraciones de representante de Periodistas por la verdad	SIMPLEMENTE SE ESTÁ DICIENDO SUBLIMINALMENTE QUE SÓLO LOS NEGROS SON LOS QUE VIVEN EN LA POBREZA, QUE SOLAMENTE LOS NEGROS SON LOS QUE NECESITAN ESTA TARJETA, O ES QUE NOSOTROS NOS CHUPAMOS EL DEDO Y QUE EL CONTENIDO RACIAL EXISTE EN VENEZUELA.
VTR 010 / GRAFISMOS	A MI NEGRA LA QUIERO Y LA

<p>TELEVISIÓN 00:01:59 a 00:02:04 Seguidora del candidato Rosales cantando.</p>	<p>QUIERO MÁS QUE A LA TINAJA CUANDO TENGO SED, A MI NEGRA LA QUIERO Y LA QUIERO MÁS QUE A LAS COTIZAS QUE LLEVO EN LOS PIES, A MI NEGRA LA QUIERO Y LA QUIERO MÁS QUE EL CHINCHORRO QUE ME HACE SOÑAR, A MI NEGRA LA QUIERO Y LA QUIERO CON MANUEL ROSALES YO VOY A GANAR.</p>
<p>VTR 011 / GRAFISMOS TELEVISIÓN 00:02:05 a 00:02:15 Declaraciones Hugo Chávez</p>	<p>ESO ES LO QUE LE VAMOS A HACER A LOS CANDIDATOS DE LA OPOSICIÓN, LES VAMOS A HACER EL JUEGO DEL ROJO Y CUANDO TERMINEMOS EL ROJO CON TODITOS, LES VAMOS A HACER EL PIRAGUA.</p>
<p>VTR 012 00:02:16 a 00:02:21 Entrevista exclusiva a Carlos Escarrá</p>	<p>COMO YO NO SOY COMUNISTA POR PONERME UNA FRANELA ROJA, DE HECHO NO LA USO PORQUE NO ME INTERESA.</p>
<p>VTR 013 00:02:22 a 00:02:25 Entrevista exclusiva a Alberto Federico Ravell</p>	<p>ESOS ROJOS ROJITOS SE VAN A CONVERTIR PRIMERO EN ROSADO ROSADITO Y DESPUÉS VAN A TERMINAR EN AZUL AZULITO.</p>
<p>VTR 013 Grafismos Presentación</p>	<p>NUESTRO COLOR. ELECCIONES</p>

<p>00:03:39 a 00:03:48</p>	<p>PRESIDENCIALES VENEZUELA 2006.</p>
<p>VTR 014 00:03:52 a 00:04:46 Hugo Chávez en Aló Presidente</p>	<p>YO NO ESTOY EN CAMPAÑA TODAVÍA, MI CAMPAÑA VA A SER CORTITA.</p> <p>SE LANZÓ TEODORO PETKOFF, BIENVENIDO TEODORO. EL OTRO CANDIDATO WILLIAM OJEDA. BUENO NO SÉ SI EL GOBERNADOR DEL ESTADO ZULIA. ROBERTO SMITH, CREO QUE FUE MINISTRO DE UN GOBIERNO DE CARLOS ANDRÉS PÉREZ.</p> <p>SI TEODORO PETKOFF CONVENCE A LOS VENEZOLANOS DE QUE ÉL ES LA SOLUCIÓN PARA EL FUTURO DEL PAÍS, BUENO ELÍJANLO A ÉL PUES.</p> <p>JULIO BORGES CONVENCE A LOS VENEZOLANOS, TOME SU BANDA COMPADRE.</p> <p>TENGO LA IMPRESIÓN DE QUE EL 2 DE FEBRERO QUE VIENE YO VOY A TENER QUE CAMBIARME LA BANDA ASÍ Y ME LA PONGO ASÍ.</p> <p>LA ASAMBLEA NACIONAL ESTÁ</p>

	HACIENDO SU TRABAJO PARA DESIGNAR AL CNE, BUENO ALLÁ ELLOS SABRÁN LO QUE VAN A HACER.
<p>VTR 015 00:04:47 a 00:05:15 Juramentación de la nueva directiva del Consejo Nacional Electoral.</p>	CIUDADANA TIBISAY LUCENA, CIUDADANA SANDRA OBLITAS, CIUDADANO VICENTE DÍAZ SILVA, CIUDADANO GERMÁN YÉPEZ, CIUDADANA JHANETH HERNÁNDEZ. QUEDAN USTEDES INVESTIDOS CON EL CARGO DE RECTORAS Y RECTORES PRINCIPALES DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL.
<p>VTR 015 00:05:16 a 00:05:24 Imagen blanco y negro de la juramentación de los rectores del CNE.</p>	<p>Voz en off ELEGIDO EL NUEVO PODER ELECTORAL, COMIENZA EL PROCESO ELECCIONARIO 2006. TRES IMPORTANTES UNIVERSIDADES HACEN SUS PROPUESTAS PARA LA AUDITORÍA DEL REGISTRO ELECTORAL.</p>
<p>VTR 016 00:05:25 a 00:05:39 Declaraciones de Antonio París – Rector de la UCV.</p>	NOSOTROS NO QUEREMOS SER UN ORGANISMO SUPRA CNE, SINO QUE ESTAMOS OFERTANDO LA PROPUESTA DE TRES UNIVERSIDADES DE PRESTIGIO,

	<p>OJO NO ESTOY DICHIENDO QUE LAS OTRAS NO SEAN DE PRESTIGIO, PARA, REPITO NUEVAMENTE, DAR TRANQUILIDAD.</p>
<p>VTR 017 00:05:40 a 00:05:56 Declaraciones de Anitza Freites – Jefe del Departamento de Estudios Demográficos de la UCAB.</p>	<p>EL CNE ESTARÍA PARADO EN UNA GELATINA, PORQUE TODA LA DEFINICIÓN DE LOS CIRCUITOS ELECTORALES ESTÁ BASADA SOBRE LA INFORMACIÓN DE LAS PROYECCIONES DE POBLACIÓN, QUE HAN SIDO DERIVADAS DEL CENSO DE POBLACIÓN. HAY METODOLOGÍAS INTERNACIONALMENTE RECONOCIDAS Y VALIDADAS PARA EVALUAR LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN CENSADA.</p>
<p>VTR 018 00:05:57 a 00:06:10 Declaraciones Raúl Jiménez – Jefe del departamento de estadísticas de la USB.</p>	<p>LA ÚNICA MANERA EN QUE NOSOTROS PODEMOS DAR CONFIANZA, ACERCA DEL REGISTRO ELECTORAL ES HACIENDO EL ESTUDIO QUE NOS HEMOS PLANTEADO QUE TIENE UN ALTO CONTENIDO ESTADÍSTICO.</p>
<p>VTR 019 00:06:11 a 00:06:19</p>	<p>NUESTROS TÉCNICOS Y LOS RECTORES ESTARÁN FELICES DE</p>

<p>Declaraciones Luis Ugalde – Rector de la UCAB.</p>	<p>DECIRLE AL PAÍS, SI ESE ES EL CASO, DE QUE EL REGISTRO ES ABSOLUTAMENTE CONFIABLE.</p>
<p>VTR 020 00:06:20 a 00:06:29 Imagen blanco y negro.</p>	<p>Voz en off: SIN EMBARGO, LAS PROPUESTAS DE LA USB, UCV Y UCAB, NO SE ACEPTARON TOTALMENTE.</p>
<p>VTR 021 00:06:30 a 00:07:06 Declaraciones Tibisay Lucena – Presidenta del Consejo Nacional Electoral.</p>	<p>EL OBJETIVO DE LA PROPUESTA APROBADA ES COMPLEMENTAR EL PROCESO DE REVISIÓN, DEPURACIÓN Y OPTIMIZACIÓN, AL PADRÓN ELECTORAL. PARA LA DECISIÓN QUE HOY SE ANUNCIA, EL CNE VALORÓ Y RECOGIÓ LAS CONVERSACIONES Y DEBATES TÉCNICOS, QUE CASI DOS SEMANAS, SOSTUVIERON EQUIPOS DE EXPERTOS DE 10 INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y ANALIZÓ CONCIENZUDAMENTE LA PROPUESTA ELEVADA A ESTE DIRECTORIO, A 7 INSTITUCIONES QUE SE MANTUVIERON EN EL PROCESO DE DIÁLOGO ACADÉMICO.</p>
<p>VTR 022</p>	<p>POR LO TANTO EXIGIMOS QUE LA</p>

<p>00:07:07 a 00:07:24 Declaraciones de Antonio París – Rector de la UCV.</p>	<p>PARTE FUNDAMENTAL DEL TRABAJO DE AUDITORÍA, QUE ERA LA EVALUACIÓN INTERNA Y DESPUÉS UN TRABAJO CON ALEATORIO Y LA EXPLORACIÓN DEMOGRÁFICA DEL CRECIMIENTO POBLACIONAL CON EL CRECIMIENTO ELECTORAL, NO CUMPLE CON NUESTRA EXPECTATIVA Y POR LO TANTO DECIDIMOS RETIRARNOS.</p>
<p>VTR 023 00:07:25 a 00:07:38 Declaraciones Tibisay Lucena – Presidenta del Consejo Nacional Electoral.</p>	<p>EL DIRECTORIO DEL CNE RENUEVA SU LLAMADO A TODAS LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR, QUE DESEEN INTEGRAR RECURSOS HUMANOS Y TÉCNICOS EN DISTINTAS FASES DE LA AUDITORÍA.</p>
<p>VTR 024 00:07:39 a 00:07:54 Declaraciones de Antonio París – Rector de la UCV.</p>	<p>PARA HACER UN NUEVO INTENTO PARA REFORMULAR EN BASE A LO QUE ES EL ESTUDIO DEMOGRÁFICO PARA VER SI ACEPTA LO QUE NOSOTROS QUEREMOS HACER. ELLOS DICEN QUE NO HAN CERRADO LAS PUERTAS, BUENO NOSOTROS TAMPOCO HEMOS CERRADO LA</p>

	ESPERANZA, QUE OIGAN Y ACEPTEN PARTE DEL PLANTEAMIENTO.
<p>VTR 025 00:07:55 a 00:08:13 Declaraciones Tibisay Lucena – Presidenta del Consejo Nacional Electoral.</p>	A LA ESTRUCTURA FINAL DE LA PROPUESTA APROBADA, EN ATENCIÓN AL OBJETIVO SUPERIOR DE PROMOVER LA PARTICIPACIÓN Y REFORZAR EL CLIMA DE GARANTÍAS ELECTORALES, EL DIRECTORIO DECIDIÓ INTEGRAR UN CONJUNTO DE ELEMENTOS RECOGIDOS, EN LOS PLANTEAMIENTOS HECHOS POR TRES UNIVERSIDADES NACIONALES.
<p>VTR 026 00:08:14 a 00:08:26 Noticias en periódicos electrónicos.</p>	<p>Voz en Off LUEGO DE LLEGAR A UN ACUERDO ENTRE LAS UNIVERSIDADES Y EL PODER ELECTORAL, SE REALIZÓ LA AUDITORÍA AL REGISTRO ELECTORAL PERMANENTE, LA CUAL ES LA BASE DE DATOS DE LOS CIUDADANOS PARA VOTAR.</p>
<p>VTR 027 00:08:29 a 00:09:28 Programa Aló Ciudadano –</p>	ESO ES UNA DECISIÓN POLÍTICA, ESO Y TE ESTOY HABLANDO DE UNA BASE DE DATOS. AHORA

<p>entrevista a Raúl Jiménez.</p>	<p>HICIMOS OTRA COSA QUE ES VER COMO SE HA ENFERMADO Y COMO SE HA CONTAMINADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LO QUE VEMOS ES LA TENDENCIA, EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LOS ERRORES COMO LOS HAN METIDO, NO PARECEN QUE TENGAN TENDENCIA POLÍTICA, ME EXPLICO: DE REPENTE FUERON E HICIERON UN MONTÓN DE INSCRIPCIONES DE GENTE QUE NUNCA HABÍA ESTADO EN EL REP, EN EL BARRIO TAL PORQUE SON SECTORES EXCLUIDOS, Y DE REPENTE EL GOBIERNO LO PENSÓ Y YO NO LO DUDO, NOSOTROS METEMOS ESE MONTÓN DE GENTE Y VAN A VOTAR POR MI, PERO RESULTA QUE NO ES ASÍ. DONDE HAY MUCHOS ERRORES PORQUE SON PRODUCTOS DEL PROCESO DE MASIFICACIÓN DEL REGISTRO, NO TIENEN UNA TENDENCIA ELECTORAL.</p>
<p>VTR 028 00:09:29 a 00:09:37</p>	<p>Voz en off: AUNQUE HABÍA FACTORES A</p>

<p>Imagen blanco y negro.</p>	<p>FAVOR Y EN CONTRA DEL REGISTRO, EN PARALELO EMPEZABA LA PUGNA ENTRE LOS PRINCIPALES ASPIRANTES A LA SILLA PRESIDENCIAL.</p>
<p>VTR 029 00:09:38 a 00:09:48 Declaraciones de Hugo Chávez en su programa Aló Presidente.</p>	<p>LOS CANDIDATOS DE LA OPOSICIÓN, HABLANDO DE LOS REYES DE ROMA Y ELLOS QUE SE ASOMAN.</p>
<p>VTR 030 00:09:49 a 00:09:51 Imagen en blanco y negro.</p>	<p>Voz en off: LOS ASPIRANTES A LA PRESIDENCIA DEBATÍAN COMO ENFRENTAR AL CANDIDATO PRESIDENTE.</p>
<p>VTR 031 Pantalla dividida. 00:09:52 a 00:09:59 Declaración Julio Borges.</p>	<p>YO SIEMPRE HE VISTO A LAS PRIMARIAS LA MANERA EN COMO VENEZUELA PUEDE TENER UN LIDERAZGO CLARO, LAS PRIMARIAS VAN A SERVIR PARA QUE NOSOTROS PODAMOS RENOVAR LA POLÍTICA.</p>
<p>VTR 032 Pantalla dividida. 00:10:00 a 00:10:08 Declaración Manuel Rosales.</p>	<p>LOS CANDIDATOS TENEMOS QUE DAR UN PASO AL FRENTE Y ASUMIR EL RETO DE HACER ESAS ELECCIONES, ESCOGER AL CANDIDATO DE LA UNIDAD NACIONAL.</p>
<p>VTR 033 Pantalla dividida</p>	<p>TENGO LA MÁS FIRME</p>

<p>00:10:09 a 00:10:26 Declaración Teodoro Petkoff.</p>	<p>DISPOSICIÓN DE QUE SI MI CANDIDATURA NO ES LA QUE TIENE MAYOR CONFIANZA, YO DECLINO A FAVOR DE AQUELLA QUE SEA DE MAYOR CONFIANZA.</p>
<p>VTR 034 Pantalla dividida 00:10:27 a 00:10:36 Declaración Cura Calderón</p>	<p>LA UNIDAD, LE DIGO A VENEZUELA, LA VAMOS A TRABAJAR, EL PROBLEMA ES QUE NO PODEMOS HACER POLÍTICA A LAS 10 DE LA MAÑANA PARA DESPUÉS IRSE A ALMORZAR Y ECHARSE 3 WHISKY.</p>
<p>VTR 035 Pantalla dividida 00:10:37 a 00:10:45 Declaraciones Otro candidato.</p>	<p>NOSOTROS CREEMOS QUE ES UN MOMENTO EN EL CUAL SE ESTABLECE UN ACUERDO ENTRE TODOS LOS CANDIDATOS. DEBEMOS REUNIRNOS ENTRE NOSOTROS, REUNIRNOS CON LA OPOSICIÓN.</p>
<p>VTR 036 Pantalla dividida. 00:10:46 a 00:10:51 Imagen de los tres candidatos de mayor popularidad.</p>	<p>Texto: LOS TRES CANDIDATOS DE MAYOR PESO HABÍAN CONCERTADO UN ACUERDO SÓLO ENTRE ELLOS.</p>
<p>VTR 037 00:10:52 a 00:11:11 Declaraciones Alejandro Plaz</p>	<p>Y SI NOSOTROS TENEMOS UN COMPROMISO CON TODOS LOS CANDIDATOS, CON 6 SEMANAS</p>

	DE ANTICIPACIÓN, SI NO SE DAN LAS CONDICIONES NOSOTROS TENDREMOS QUE DECIRLE AL PAÍS QUE NO SEREMOS LOS ORGANIZADORES DE LAS PRIMARIAS.
VTR 038 00:11:20 a 00:11:22 Declaraciones Sergio Calderón.	YO NO SÉ SI ALGUNOS ESTÁN INTERESADOS EN UN CONSENSO CHIQUITICO Y YO NO SÉ A DONDE VAN A HACER EL CONSENSO.
VTR 039 00:11:23 a 00:11:28 Declaraciones William Lara.	LA OPOSICIÓN VENEZOLANA, QUE ES PARTE DE NUESTRA NACIÓN, SE HA LIBERADO DE LA INTERVENCIÓN DIRECTA DE ESTADOS UNIDOS, EN ESTE CASO REPRESENTADA POR SÚMATE.
VTR 040 00:11:29 a 00:11:43 Declaración Manuel Rosales.	LOS CANDIDATOS O LOS ASPIRANTES FUIMOS SORPRENDIDOS Y ADEMÁS IMPACTADOS POR UNA DECISIÓN QUE SE TOMÓ DE FORMA AISLADA Y UNILATERAL.
VTR 41 00:11:44 a 00:11:50 Declaraciones Julio Borges.	Y PARA ORDENAR UN PROCESO QUE UNILATERALMENTE LO QUE HA CREADO ES UN ESCÁNDALO Y ZOZOBRA EN EL PAÍS.
VTR 042	EL ACUERDO QUE SUSCRIBIMOS

<p>00:11:51 a 00:12:04 Declaraciones Teodoro Petkoff</p>	<p>LOS TRES EN EL CUAL VAMOS A PROCURAR, SELECCIONAR UNO DE NOSOTROS TRES COMO CANDIDATO NACIONAL POR MECANISMOS QUE ESTAMOS TRABAJANDO.</p>
<p>VTR 043 00:12:05 a 00:12:09 Imagen en blanco y negro.</p>	<p>Voz en Off : ENTRE CONTRADICCIONES Y POLÉMICAS, LAS PRIMARIAS CONTINUABAN COMO OPCIÓN.</p>
<p>VTR 044 00:12:10 a 00:12:18 Declaraciones Alejandro Plaz.</p>	<p>SI SE HACEN LAS PRIMARIAS CON UN GRUPO Y SALEN OTROS CANDIDATOS POR SU CUENTA, PIERDE TODO EL EFECTO UNITARIO QUE SE BUSCABA CON LA PRIMARIA, PARA TENER ESE EFECTO PREFERIMOS NO TENERLAS.</p>
<p>VTR 045 00:12:19 a 00:12:29 Declaraciones José Vicente Rangel.</p>	<p>LOS FAVORECE DEFINITIVAMENTE, PORQUE SÚMATE ES UN FACTOR DE PERTURBACIÓN. YO CREO QUE DEBEN ESTAR FELICES LOS TRES CANDIDATOS EN ESTE MOMENTO. SE SACUDIERON EL YUGO DE SÚMATE.</p>
<p>VTR 046</p>	<p>YO NO CREO QUE SEA</p>

<p>00:12:30 a 00:12:37 Declaraciones Gerardo Blyde.</p>	<p>RESPONSABILIDAD DE SÚMATE DECIDIR ESTRATEGIAS O LÍNEAS POLÍTICAS.</p>
<p>VTR 047 00:12:38 a 00:12:47 Declaración Manuel Rosales.</p>	<p>NOSOTROS ESTAMOS HABLANDO DE ELEGIR A UN CANDIDATO POR CONSENSO O QUE SALGA DE LA ELECCIÓN DE LA PRIMARIA... BUENO TODO EL PUEBLO SE PREGUNTARÍA ¿QUIÉN ES SÚMATE?</p>
<p>VTR 048 00:12:48 a 00:12:52</p>	<p>Voz en off: EN EL CALOR DEL DEBATE, LA ORGANIZACIÓN SÚMATE, LANZA SUS PROPUESTAS.</p>
<p>VTR 049 00:12:53 a 00:13:14 Declaraciones Alejandro Plaz.</p>	<p>ANTE LA EVIDENCIA REFLEJADA EN TODAS LAS ENCUESTAS, QUE LA INMENSA MAYORÍA DE LOS CIUDADANOS QUIERE ELEGIR SU CANDIDATO DE UNIDAD NACIONAL, POR EL MÉTODO DE LAS PRIMARIAS Y ANTE EL RESPALDO DE 9 CIUDADANOS, E ALTAS CREDENCIALES, QUE ESTÁN LISTOS A MEDIRSE EN UNA CONTIENDA DEMOCRÁTICA. SÚMATE LE ANUNCIA AL PAÍS QUE LAS PRIMARIAS VAN EL PRÓXIMO 13 DE AGOSTO.</p>

<p>VTR 050 00:13:14 a 00:13:18</p>	<p>Voz en Off: SIN EMBARGO UN CANDIDATO NO LA ACEPTÓ.</p>
<p>VTR 051 00:13:19 a 00:13: 34 Declaraciones Teodoro Petkoff</p>	<p>TALES CONDICIONES CONSTITUYE UNA MEZCLA DE FRIVOLIDAD, SUPERFICIALIDAD Y DESINTERÉS POR LA TRÁGICA SITUACIÓN QUE VIVE EL PAÍS. ESTAS CONDICIONES PARECEN SURGIDAS DEL MISMO ESPÍRITU QUE ANIMÓ EL DECRETO DE CARMONA DEL 2002.</p>
<p>VTR 052 00:13:35 a 00:13:50 Declaraciones Alejandro Plaz.</p>	<p>NO VAMOS A SUCUMBIR ANTE LA TENTACIÓN DE RESPONDER A ESTOS SEÑALAMIENTOS, QUE SE PARECEN MUCHO A LOS SEÑALAMIENTOS QUE HEMOS RECIBIDO DEL VICEPRESIDENTE DE ESTE GOBIERNO.</p>
<p>VTR 053 Programa Aló Ciudadano. 00:13:51 a 00:14: 12. Opinión de Leopoldo Castillo y declaraciones de María Corina Machado.</p>	<p>Castillo: ES QUE UNA COSA ES QUE SÚMATE SIRVA COMO PUNTO DE APOYO, PERO OTRA COSA ES QUE SÚMATE PRETENDA UN TUTELAJE POLÍTICO.</p> <p>Machado: NOSOTROS EN NINGÚN</p>

	<p>MOMENTO HEMOS PUESTOS NI TUTELAJES NI CONDICIONES, NOSOTROS HEMOS HABLADO DE PLAZOS Y DE PASOS, QUE SON INDISPENSABLES APRA NOTROS HACER UN TRABAJO ORGANIZATIVO, A LA ALTURA DE LOS VENEZOLANOS.</p>
<p>VTR 054 00:14:13 a 00:14:58 José Albornoz intervención en la asamblea nacional.</p>	<p>NOSOTROS SABEMOS QUE SÚMATE, AH RECIBIDO UN APORTE DE 12.5 MILLONES DE DÓLARES, PARA LA REALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA Y PARA EL PROCESO DE LAS ELECCIONES PRIMARIAS. SIN EMBARGO, SÚMATE NO HA QUERIDO DARLE CUENTA AL PAÍS.</p>
<p>VTR 055 00:14:58 a 00:15:10 Declaraciones María Machado</p>	<p>LAS PRIMARIAS ES LA OPORTUNIDAD PARA QUE JUNTOS, UNIDOS, CON FUERZA, EXIGIR QUE LAS CONDICIONES SE DEN EN DICIEMBRE, EN NINGÚN MOMENTO APRA ACEPTAR QUE ESTAS CONDICIONES SE VIOLLEN.</p>
<p>VTR 056 00:15:11 a 00:15:23 Intervención en la asamblea</p>	<p>DE ESE SÚMATE, RÉSTATE, COMO SE LLAME, PRIMARIAS, NO PRIMARIAS, SECUNDARIAS, HAY</p>

<p>Nacional de Ismael García.</p>	<p>UNA CARTA DEBAJO DE LA MANGA QUE ES QUE LA OPOSICIÓN NO VA A IR A LAS ELECCIONES ELECTORALES.</p>
<p>VTR 056 00:15:24 a 00:15:37 Declaraciones María Machado</p>	<p>LA INVITACIÓN QUE LE HACEMOS A TODOS LOS VENEZOLANOS ES A ACTIVARSE YA, PARA LOGRAR QUE LAS PRIMARIAS EFECTIVAMENTE SE COMIENCEN, ESE PASO DEFINITIVO Y SIGNIFICATIVO PARA TENER LA FUERZA Y DAR EL PASO SIGUIENTE AL 3 DE DICIEMBRE.</p>
<p>VTR 057 00:15:38 a 00:15:50 Declaraciones Pedro Carreño</p>	<p>Y ES QUE LOS CANDIDATOS DE MANERA SUMISA, VAN A CEÑIRSE A LOS DICTÁMENES DE SÚMATE, ES PORQUE TAMBIÉN ESTÁN FINANCIADOS POR LOS ESTADOS UNIDOS.</p>
<p>VTR 058 00:15:51 a 00:16:05 Declaraciones Alejandro Plaz.</p>	<p>FROILAN BARRIOS, VICENTE BRITO, JULIO BORGES, SERGIO OMAR CALDERÓN, PABLO MEDINA, WILLIAM OJEDA, MANUEL ROSALES, CECILIA SOSA Y ENRIQUE TEJERA PARÍS.</p>
<p>VTR 059 Silente de personas en la calle. 00:16:07 a 00:16:12</p>	<p>Voz en off: LA PRESIÓN DE DIVERSOS GRUPOS DE OPINIÓN PÚBLICA</p>

	ORIENTÓ A LOS PRINCIPALES ACTORES POLÍTICOS.
<p>VTR 060 00:16:12 a 00:16:28 Rueda de prensa de Teodoro Petkoff</p>	ES OBVIO QUE SI LA OPOSICIÓN CONCURRE DIVIDIDA A LAS ELECCIONES DEL 3 DE DICIEMBRE, NO SÓLO TIENE ASEGURADA LA DERROTA, SINO QUE REDOBLARÍA LA VOLUNTAD ABSTENCIONISTA EXISTENTE. CREO QUE LA DECLINACIÓN DE MI CANDIDATURA FACILITA LA CONSECUCCIÓN DE LA META UNITARIA.
<p>VTR 061 00:16:28 a 00:16:45 Rueda de prensa Julio Borges.</p>	ROSALES GANA EN OCCIDENTE, YO GANO EN ORIENTE, ESTAMOS EMPATADOS EN CARACAS, ESTAMOS EMPATADOS EN LAS LLANOS, YO GANO EN CENTRO OCCIDENTE Y ESTAMOS EN UNA POSICIÓN SIMILAR EN TÉRMINOS DE QUE EL PAÍS APOYA CUALQUIERA DE LAS DOS CANDIDATURAS Y UNA POSICIÓN QUE PODRÍA DECIRSE EMPATADOS.
<p>VTR 062 00:16:46 a 00:16:58</p>	HOY PODEMOS DECIR CON UN PROFUNDO SENTIMIENTO CIUDADANO, QUE LA PROPUESTA

	DE UNAS ELECCIONES PRIMARIAS CUMPLIÓ SU COMETIDO, EL PROPÓSITO DE LA UNIDAD FUE ALCANZADO.
VTR 062 00:16:58 a 00:17:02 Rueda de prensa Julio Borges.	MI PARTIDO Y LE PONGO A LA ORDEN MI GENERACIÓN TAMBIÉN.
VTR 063 00:17:02 a 00:17:13 William Ojeda	NACE POR FIN UNA PLATAFORMA DE AMPLIA BASE Y NACE UNA ALTERNATIVA QUE APUNTA HACIA LOS VALORES, QUE NOSOTROS ABRAZAMOS.
VTR 064 00:17:14 a 00:17:18 Imagen blanco y negro de rueda de prensa de Manuel Rosales.	Voz en off: UN GOBERNADOR, AHORA CANDIDATO PRESIDENCIAL DE LA UNIDAD, COMIENZA SUS PROPUESTAS.
VTR 065 00:17:19 a 00:17:32 Inicio de candidatura de Manuel Rosales.	TENEMOS QUE AVANZAR Y LOGRAR, QUE TODAS LAS FAMILIAS EN VENEZUELA TENGAN LA PROPIEDAD DE LA TIERRA URBANA, COMO HEMOS VENIDO HACIENDO EN EL ZULIA.
VTR 066 00:17:33 a 00:17:35	Voz en off: COMIENZA LA CARRERA ELECTORAL.
VTR 067 Grafismo Calendario 00:17:37 a 00:18:38	EN TODO CASO HAY UN ARBITRO QUE ESTOY SEGURO QUE NO LE

<p>Silentes de Chávez llegando al CNE. Inscripción de Hugo Chávez ante el CNE.</p>	<p>TEMBLARÁ EL PULSO AL MOMENTO DE TENER QUE SONAR EL PITO O SACAR TARJETA AMARILLA O TARJETA ROJA CUANDO TENGA QUE HACERLO. SE DESATA A PARTIR DE ESTE MOMENTO, EL HURACÁN BOLIVARIANO.</p>
<p>VTR 068 Grafismo Calendario 00:18:39 a 00:19:14 Silentes de Rosales llegando al CNE. Inscripción de Rosales ante el CNE.</p>	<p>ROSALES LLEGANDO AL CNE. ROSALES INSCRIBIÉNDOSE Y GRUPOS QUE LO APOYAN.</p>
<p>VTR 069 00:19:14 a 00:19:17 Declaraciones de Teodoro Petkoff.</p>	<p>SI TODO EL PAÍS ENTIENDE QUE HAY UNA CANDIDATURA UNITARIA, PRÁCTICAMENTE UNA CANDIDATURA ÚNICA.</p>
<p>VTR 070 00:19:17 a 00:19:20 Declaraciones Julio Borges.</p>	<p>NOSOTROS TENEMOS CONFIANZA EN EL PUEBLO VENEZOLANO, NO EN EL CNE.</p>
<p>VTR 071 00:19:36 a 00:19:36 Imagen de Chávez en blanco y negro.</p>	<p>Voz en off: CON LOS CANDIDATOS MÁS FUERTES YA DEFINIDOS, EL PRESIDENTE ASPIRANTE A REELECCIÓN USABA SU PODER MEDIÁTICO.</p>
<p>VTR 072 00:19:36 a 00:20:06 Declaraciones Chávez</p>	<p>SÓLO QUE USTEDES SABEN LO QUE VA A PASAR ESE DÍA. NO ESTOY EN ESTE MOMENTO EN</p>

	<p>CAMPAÑA ELECTORAL, PERO AQUÍ TODO SABEMOS LO QUE VA A PASAR ESE DÍA, EL PRÓXIMO 2 DE FEBRERO DEL 2007. LA SEÑA, NO VOY A HABLAR NADA...</p>
<p>VTR 073 00:20:07 a 00:20:14 Imagen de Chávez en blanco y negro</p>	<p>Voz en off: SALE A LA PALESTRA PÚBLICA LA ORGANIZACIÓN Y COMANDO DE CAMPAÑA QUE HARÁ FRENTE AL CANDIDATO PRESIDENTE.</p>
<p>VTR074 00:20:15 a 00:21:18 José Vicente Carrasquero.</p>	<p>SI SÚPER CHÁVEZ EXISTIERA LOS HOSPITALES FUNCIONARÍAN, SI SÚPER CHÁVEZ EXISTIERA NO HABRÍA CORRUPTOS, SI SÚPER CHÁVEZ EXISTIERA NO TENDRÍAMOS LA PAYA DE PROBLEMAS QUE TENEMOS. ¿QUIEN TE DIJO A TI QUE NOSOTROS VAMOS A IR CON CONDICIONES ILEGALES? NOSOTROS LE ESTAMOS ENTREGANDO AL CNE UNA SERIE DE SOLICITUDES, UNA SERIE DE REQUISITOS... EN POLÍTICA NUNCA HAY UN DISCURSO DEFINITIVO... PORQUE EN POLÍTICA SE TRATA DEL ARTE DE DEJAR LAS OPCIONES</p>

	<p>ABIERTAS, PARA QUE EL CONTENDOR DIGA: EL TIPO 10 ESCENARIOS POSIBLES. NOSOTROS CREEMOS QUE TENEMOS EL MÚSCULO SUFICIENTE PARA HACER UNA SERIE DE EXIGENCIAS Y QUE ESAS EXIGENCIAS SE CUMPLAN, TENEMOS UNA CANTIDAD DE GENTE Y DE EQUIPO TÉCNICO QUE NOS ESTÁN EVALUANDO PARA DECIRNOS SI NOSOTROS ESTAMOS YENDO CON UNAS CONDICIONES ACEPTABLES.</p>
<p>VTR075 00:21:18 a 00:21:25 Imagen en blanco y negro.</p>	<p>Voz en off: MIENTRAS LA OPINIÓN PÚBLICA SE CONCENTRABA ENTRE DOS GRANDES CANDIDATOS, EXISTÍAN OTROS PINTORESCOS ASPIRANTES.</p>
<p>VTR076 00:21:26 a 00:22:49 Entrevistas y propagandas de otros candidatos.</p>	<p>CANDIDATO BENJAMÍN RAUSSEO HACE SUS PROPUESTAS. VENEZUELA DA SILVA SEÑALA QUE RESPETARÁ LOS RESULTADOS. PROPAGANDA DE NAPO.</p>
<p>VTR077 00:23:00 a 00:23:28</p>	<p>COMO EN TODOS LOS ESTADOS FRONTERIZOS DE VENEZUELA,</p>

<p>Discurso Rosales</p>	<p>NO MANDA EL PUEBLO COMO DICEN ELLOS, EN VENEZUELA MANDA EL HAMPA LA DELINCUENCIA Y LA GUERRILLA.</p>
<p>VTR 078 00:23:28 a 00:24:13 Discurso Chávez.</p>	<p>NOSOTROS CONDUCIREMOS A VENEZUELA SIEMPRE POR LOS CAMINOS DE LA VICTORIA... HASTA LA VICTORIA SIEMPRE... PATRIA O MUERTE, NOSOTROS VENCEREMOS...</p>
<p>VTR 079 00:24:38 a 00:24:45 Denuncia de Leopoldo Puchi</p>	<p>EXISTEN DECENAS DE DENUNCIAS SOBRE LA UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS DEL ESTADO EN LA CAMPAÑA ELECTORAL DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA.</p>
<p>VTR 080 00:24:45 a 00:25:00 Declaración Chávez</p>	<p>HE DECIDIDO NO HACER CADENAS EN ESTOS MESES, A MENOS QUE OCURRAN HECHOS EXTRAORDINARIOS.</p>
<p>VTR 081 00:25:01 a 00:25:22</p>	<p>EL PRESIDENTE, EL 12 DE AGOSTO CUANDO SE INSCRIBIÓ, DIJO QUE NO IBA A HACER CADENAS DURANTE LA CAMPAÑA ELECTORAL, PORQUE SERÍA UN ABUSO, PORQUE ESTARÍA DANDO</p>

	<p>EL MAL EJEMPLO, PUES ESTAMOS AQUÍ PORQUE EL PRESIDENTE SIGUE ABUSANDO. EN EL PERÍODO DE CAMPAÑA ELECTORAL QUE VA, QUE NO LLEGA A DOS MESES, HA HABIDO 20 CADENAS PRESIDENCIALES.</p>
<p>VTR 081 Grafismo televisión 00:25:22 a 00:26:35 Cadena nacional de radio y televisión. Efecto de cambio de canal para demostrar la cadena.</p>	<p>EL PRESIDENTE CHÁVEZ INAUGURA UNA PLANTA DE CACAO</p>
<p>VTR 082 00:26:36 a 00:26:53 William Lara – Ministro de Comunicación e Información.</p>	<p>ES UNA MEZQUINDAD O UN CAPRICHOS CON FINES PROPAGANDÍSTICOS, LO QUE HACEN ALGUNOS VOCEROS, DE DETERMINADAS CANDIDATURAS, QUE PRETENDEN CONFUNDIR A LA OPINIÓN PÚBLICA DEL PAÍS, ASOCIANDO LOS ACTOS DE GOBIERNO DE HUGO CHÁVEZ COMO PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, CON LOS EVENTOS DE CARÁCTER ELECTORAL.</p>
<p>VTR 083 00:26:54 a 00:27:23 Entrevista exclusiva con Marcelino</p>	<p>SEÑOR MINISTRO ME DISCULPA PERO ESTÁ DICIENDO TONTERÍAS, ÉL SABE MUY BIEN</p>

<p>Bisbal</p>	<p>QUE LAS CADENAS RESPONDEN BÁSICAMENTE A PROSELITISMO POLÍTICO Y ÉL SABE MUY BIEN COMO LO SABEN HASTA EL COMANDO MIRANDA, QUE TODA ESTA INAUGURACIÓN DE OBRAS, CASI UNA TRAS OTRAS MUCHAS DE ELLAS INCONCLUSAS, RESPONDEN BÁSICAMENTE A PROSELITISMO POLÍTICO.</p>
<p>VTR 084 00:27:24 a 00:28:01 Entrevista exclusiva con Mari Pili Hernández.</p>	<p>EN ESTOS ÚLTIMOS TIEMPOS HAN SIDO DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL Y PRINCIPALMENTE PARA ENSEÑAR A LA GENTE A VOTAR, PARA EXPLICAR EL PROCESO DEL VOTO. YO CREO QUE EL GOBIERNO TIENE EL DERECHO DE UTILIZAR LAS CADENAS PARA TRANSMITIR PARA TRANSMITIR LA INFORMACIÓN AL COLECTIVO VENEZOLANO DE TODA LA INFORMACIÓN QUE PUEDA SER IMPORTANTE DEL PUNTO DE VISTA NACIONAL, DE ACTIVIDADES O ACCIONES O LOGROS U OBRAS QUE SE ESTÉN</p>

	<p>PRESENTANDO QUE VAYAN QUE VAYAN EN BENEFICIO DEL COLECTIVO VENEZOLANO. POR CIERTO SE HA DICHO QUE ESTE NO ES EL ÚNICO GOBIERNO QUE HA UTILIZADO CADENAS Y DE PASO SE HA DICHO QUE EL MECANISMO DE LA CADENA NACIONAL ESTABA ESTABLECIDO MUCHO ANTES DE QUE CHÁVEZ FUERA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA.</p>
<p>VTR 085 00:28:01 a 00:28:30 Entrevista exclusiva con Alberto Federico Ravell.</p>	<p>UN MINISTRO QUE NO ESTÁ PREPARADO PARA EL CARGO, UN MINISTRO QUE ES UN ACTIVISTA POLÍTICO NO TIENE AUTORIDAD MORAL PARA DECIR QUE ES BUENO Y QUE ES MALO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. SI LAS CADENAS ESAS TAN LARGAS SON PARA MOSTRAR LOS LOGROS, YO PIENSO QUE DEBERÍAN SER AL REVÉS, DEBERÍAN SER BIEN CORTAS PORQUE SON MUY POCAS LAS OBRAS QUE TIENE Y LAS QUE TIENE Y LAS QUE ESTÁN INAUGURANDO AHORITA ESTÁN</p>

	<p>CHUCUTAS Y NO ESTÁN TERMINADAS, EL FERROCARRIL CADA VEZ QUE PASA POR CHARALLAVE CHUPA LA ELECTRICIDAD Y NO HAY LUZ</p>
<p>VTR 086 00:28:31 a 00:29:18 Entrevista exclusiva con Carlos Escarrá</p>	<p>INAUGURAR EL SEGUNDO PUENTE SOBRE EL ORINOCO, COLOCAR LA PIEDRA FUNDACIONAL DEL METRO QUE VA HACIA GUATIRE O INAUGURAR EL METRO DE VALENCIA, EL METRO DE MARACAIBO O EL METRO DE LOS TEQUES, SON ACTOS QUE AHÍ SI HAY LÍMITES QUE DE VERDAD SON DIFÍCILES DE ESTABLECERLOS, COMO PRESIDENTE Y COMO ACTO DE GOBIERNO LO PUEDE HACER, PERO EVIDENTEMENTE QUE ESO TAMBIÉN TIENE UN EFECTO DESDE EL PUNTO DE VISTA POLÍTICO Y DESDE EL PUNTO DE VISTA PROSELITISTA, EVIDENTEMENTE QUE LO TIENE.</p>
<p>VTR 087 00:29:19 a 00:29:53 Entrevista exclusiva con Marcelino</p>	<p>EL GOBIERNO TIENE CLARA CONCIENCIA DEL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</p>

<p>Bisbal</p>	<p>SOCIAL COMO PODER SIMBÓLICO, ENTONCES ELLOS UTILIZAN TODOS LOS RECURSOS QUE TIENEN A SU MANO Y UNA DE ESOS RECURSOS SON LAS CADENAS PRESIDENCIALES QUE ADEMÁS ESTÁN AUPADAS POR EL ARTÍCULO 192 DE LA LEY ORGÁNICA DE TELECOMUNICACIONES.</p> <p>MUCHAS CADENAS, YO DIRÍA QUE UN PORCENTAJE ELEVADÍSIMO DE ESAS CADENAS NO RESPONDEN A RAZÓN DE ESTADO SINO QUE SON UNA MANERA DE HACER PROSELITISMO POLÍTICO.</p>
<p>VTR 088 00:29:53 a 00:30:27 Entrevista exclusiva con Erling Rojas, vicepresidente de VTV.</p>	<p>CREO QUE HAY MUCHA EXAGERACIÓN EN CUANTO A ESE TEMA, PERO TAMBIÉN HAY QUE CENTRARSE EN QUIÉN ES EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, O SEA PRIMERO ES PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA Y EN ESTE CASO ES CANDIDATO A LA REELECCIÓN. EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA ESTÁ OBLIGADO A INFORMAR POR LA</p>

	<p>CONSTITUCIÓN AL PUEBLO VENEZOLANO.</p> <p>LA MAYORÍA QUE APARECE EL PRESIDENTE EN NUESTRA PANTALLA DE UNA VEZ ESTÁ LIGADO A ACTOS QUE TIENEN QUE VER CON OBRAS DE GOBIERNO, GESTIÓN DE GOBIERNO.</p>
<p>VTR 088 00:30:33 a 00:30:56 Grafismos Datos de Ciudadanía Activa.</p>	<p>DATOS DE ESTUDIO REALIZADO POR CIUDADANÍA ACTIVA.</p>
<p>VTR 089 00:30:58 a 00:31:36 Entrevista exclusiva con Mari Pili Hernández.</p>	<p>CIUDADANÍA ACTIVA ES UN GRUPO DE LA OPOSICIÓN, ENTONCES PARA MI NO SON EXPERTOS, PARA MI SON UN GRUPO QUE TIENEN UNA POSICIÓN POLÍTICA Y QUE DEFIENDEN SU POSICIÓN POLÍTICA, ENTONCES NO LOS CLASIFIQUES COMO EXPERTOS. SON UN GRUPO DE LA OPOSICIÓN QUE DA UNA OPINIÓN.</p> <p>YO ESE ESTUDIO NO LO CONOZCO, NO TENGO LA MANERA COMO SE HIZO, LA</p>

	<p>METODOLOGÍA QUE SE UTILIZÓ, POR LO TANTO NO LE PUEDO DAR NINGÚN TIPO DE CREDIBILIDAD. Y EN SEGUNDO LUGAR VIENE DE UN GRUPO QUE TIENE UNA CLARA TENDENCIA POLÍTICA.</p>
<p>VTR 090 00:31:38 a 00:32:38 Entrevista exclusiva con Marcelino Bisbal.</p>	<p>YA NO SÓLO CUENTA CON VTV Y RADIO NACIONAL, SINO QUE TAMBIÉN CUENTA CON VIVE TV, EL CANAL DE LA ASAMBLEA NACIONAL, UNA PLANTA DE TV DE LA ALCALDÍA MAYOR QUE FUE PUESTA AL AIRE NO HACE MUCHO QUE ES ÁVILA TV Y JUNTO CON ESO HA IDO REBOSANDO TECNOLÓGICAMENTE LOS POCOS MEDIOS QUE TENÍA Y HA IDO CREANDO NUEVOS MEDIOS COMO TELESUR POR EJEMPLO. Y APARTE DE ESO HA IDO DISEÑANDO UNA ESTRUCTURA DE MEDIOS QUE YO LLAMARÍA MEDIOS PARAESTATALES, ES DECIR, QUE NO SON MEDIOS PROPIEDAD DIRECTA DEL ESTADO O DEL GOBIERNO EN</p>

	<p>FUNCIONES DE ESTADO, SINO QUE SON MEDIOS QUE LOS HA IDO AUPANDO TANTO JURÍDICAMENTE COMO ECONÓMICAMENTE EL GOBIERNO.</p> <p>EN ESTE MOMENTO UN SECTOR MUY IMPORTANTE DE ESA PLATAFORMA MEDIÁTICA, QUE YO LLAMO PARAESTATAL, ESTÁ TRABAJANDO Y AUPANDO LA PROPAGANDA ELECTORAL DEL OFICIALISMO.</p>
<p>VTR 091 00:32:39 a 00:33:36 Entrevista exclusiva con Carlos Escarrá.</p>	<p>LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN VENEZUELA HABRÁ QUE REVISARLOS Y HABRÁ QUE REVISARLOS CON MUCHO DETENIMIENTO, DE LADO Y LADO, TANTO LOS MEDIOS OFICIALES COMO LOS MEDIOS PRIVADOS, HABRÁ QUE REVISAR CUAL HA SIDO SU CONDUCTA DURANTE LA CAMPAÑA. NOSOTROS VEÍAMOS POR EJEMPLO UN NOTICIERO EQUIS Y TE HACÍAN 15 REFERENCIAS AL CANDIDATO DE LA OPOSICIÓN Y TE HACÍAN 2</p>

	<p>REFERENCIAS AL CANDIDATO PARA LA REELECCIÓN, BUENO AHÍ HAY UNA DISPARIDAD, AHÍ SE PRODUCE UNA DISPARIDAD, PERO POR OTRO LADO, CIERTAMENTE CUANDO DE REPENTE TU PRENDES UN CANAL OFICIAL, VES EL GOBIERNO BOLIVARIANO, EL GOBIERNO BOLIVARIANO, EL GOBIERNO BOLIVARIANO, INDEPENDIENTEMENTE DE QUE ESTÁ HABLANDO DE UNA ACCIÓN DE ESTADO EVIDENTEMENTE AHÍ HAY UN MENSAJE.</p>
<p>VTR 092 00:33:38 a 00:34:01 Entrevista exclusiva con Mari Pili Hernández.</p>	<p>MIRA CUANDO UNO TIENE LA OPORTUNIDAD DE RECORRER EL PAÍS CON EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA Y VER COMO LA GENTE SALE DE CUALQUIER PARTE PARA SALUDAR AL PRESIDENTE, PARA ESTAR CON ÉL, PARA HABLAR CON ÉL, ADEMÁS NI SIQUIERA LO LLAMAN PRESIDENTE, LO LLAMAN CHÁVEZ, ESO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA CONEXIÓN EMOCIONAL ES BIEN</p>

	<p>IMPORTANTE, O A VECES LE DICEN COMANDANTE, QUE TAMBIÉN TIENE UN CONTENIDO EMOCIONAL.</p>
<p>VTR 092 00:34:01 a 00:34:10 Declaraciones Chávez.</p>	<p>MI DISCURSO SALE DEL ALMA Y MI DISCURSO VA LLENO DE AMOR, CARGADO DE UN PROFUNDO AMOR.</p>
<p>VTR 093 00:34:11 a 00:35:02 Propaganda Chávez.</p>	<p>PROPAGANDA ELECTORAL DE CHÁVEZ.</p>
<p>VTR 094 00:35:03 a 00:35:23 Mercedes Pulido de Briceño – Sociólogo.</p>	<p>LA RAZÓN ES PERSUADIR, Y PERSUADIR ¿A QUIENES? PERSUADIR BÁSICAMENTE A LOS SECTORES POPULARES, LOS SECTORES MEDIOS BAJOS QUE HAN ESTADO EXCLUIDOS DEL DISCURSO, ADEMÁS DE ESO NO SOLAMENTE SE SIENTEN EXCLUIDOS SINO AMENAZADOS, Y ADEMÁS DE ESO ES UNA TÁCTICA DE UNA PERSUASIÓN MUY CLÁSICA.</p>
<p>VTR 095 00:35:23 a 00:35:34 Seguidores de Chávez.</p>	<p>TE AMO CHÁVEZ. CHÁVEZ HASTA LA MUERTE.</p>
<p>VTR 096</p>	<p>ES ABSOLUTAMENTE IMPOSIBLE</p>

<p>00:35:35 a 00:35:51 Franzel Delgado Senior – Psiquiatra.</p>	<p>QUE UNA PERSONA QUE DURANTE 8 AÑOS HA ENFRENTADO AL PAÍS, HA LLENADO DE CONFLICTOS LA NACIÓN, DE LA NOCHE A LA MAÑANA PUEDA CONVERTIRSE EN UNA PERSONA QUE CREA EN EL AMOR.</p>
<p>VTR 097 00:35:52 a 00:36:09 Declaraciones Chávez.</p>	<p>ESO ES LO QUE LE VAMOS A HACER A LOS CANDIDATOS DE LA OPOSICIÓN, LES VAMOS A HACER EL JUEGO DEL ROJO Y CUANDO TERMINEMOS EL ROJO CON TODITOS, LES VAMOS A HACER EL PIRAGUA.</p>
<p>VTR 097 00:36:10 a 00:36:52 Entrevista exclusiva con Carlos Escarrá.</p>	<p>ESO VA DIRIGIDO A LAS CLASES C Y D, Y EVIDENTEMENTE PORQUE LA SEÑORA QUE JUEGA TÉ Y CANASTAS EN EL CONTRY CLUB NO LE INTERESA PASAR COLETO CON LAVANSAN O CON LO QUE FUERA, CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL VAN DIRIGIDO HACIA UN SECTOR, AHORA COMO TE DIJE ANTERIORMENTE, LA HOJILLA ES LA RESPUESTA A UNA SUERTE</p>

	<p>DE CAYAPA QUE QUISIERON HACER LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS DISTORSIONANDO MUCHAS VECES LA VERDAD.</p> <p>LA HOJILLA ES EL PROGRAMA QUE TIENE EL MAYOR ENCENDIDO EN EL PAÍS.</p>
<p>VTR 098 00:37:00 a 00:37:10 Entrevista exclusiva con Marcelino Bisbal.</p>	<p>ALGUNAS CIFRAS QUE TENEMOS EN NUESTRAS MANOS TAMBIÉN SOBRE EL NIVEL DE AUDIENCIA O PREFERENCIA QUE TIENE LA HOJILLA, ES MUY BAJA DENTRO DEL MUNDO CHAVISTA.</p>
<p>VTR 099 00:37:11 a 00:37:30 Entrevista exclusiva con Alberto Federico Ravell.</p>	<p>VINIENDO DE GENTE QUE MANEJA EL CANAL 8 CON UN PROGRAMA COMO LA HOJILLA DONDE SE DENIGRA A LOS VENEZOLANOS Y SE BURLAN DE TODO LO QUE NO SEA PARTE DEL GOBIERNO, NO TIENE NINGUNA VALIDEZ. NOSOTROS SÍ TRANSMITIMOS MUCHAS COSAS DEL GOBIERNO, LO QUE PASA ES QUE MUCHAS VECES LES MOLESTA.</p>
<p>VTR 100 00:37:39 a 00:38:12</p>	<p>NUESTRO ESTÁNDAR NO ES PRECISAMENTE GLOBOVISIÓN, O</p>

<p>Entrevista exclusiva con Erling Rojas</p>	<p>SEA GLOBOVISIÓN MANEJA SUS PROGRAMAS COMO ELLOS CREEN CONVENIENTES. NOSOTROS NO TENEMOS QUE HACER LO MISMO QUE HACE GLOBOVISIÓN, PORQUE TE ASEGURO QUE GLOBOVISIÓN NO HACE MUCHAS COSAS QUE HACEMOS NOSOTROS.</p>
<p>VTR 101 00:38:12 a 00:38:53 Entrevista exclusiva con Alberto Federico Ravell.</p>	<p>GLOBOVISIÓN ES UN CANAL NETAMENTE NOTICIOSO, GLOBOVISIÓN ES UN CANAL INDEPENDIENTE, EL QUE TIENE QUE DAR EJEMPLO DE CÓMO SE HACE TELEVISIÓN BUENA EN VENEZUELA ES VTV, QUE SE PAGA CON DINERO NUESTRO, ES DECIR, ESE CANAL ES TUYO, ES MÍO Y ES DE LOS QUE ESTÁN VIENDO ESTA TESIS, ENTONCES COMO CARRIZO VAN A DECIR ELLOS QUE SON IMPARCIALES CUANDO ES UN INSTRUMENTO DE PROPAGANDA LAS 24 HORAS DEL DÍA DE LA FORMA MÁS SALVAJE QUE SE HA VISTO EN VENEZUELA SIN NINGÚN CONTROL.</p>

	<p>GLOBOVISIÓN ESTÁ PARCIALIZADA CON LA DEMOCRACIA, CON EL ESTADO DE DERECHO, CON LA LIBERTAD, POR UN PAÍS DONDE LA GENTE PUEDA VIVIR SIN TENER QUE SER “ROJA ROJITA”, NO TE NIEGO QUE TENEMOS NUESTRO CORAZONCITO.</p>
<p>VTR 102 00:38:54 a 00:39:12 Imagen blanco y negro.</p>	<p>Voz en off: LOS ACTORES POLÍTICOS SABÍAN DEL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LO USABAN... DOS REPRESENTANTES DE LOS PRINCIPALES CANDIDATOS FUERON AL MISMO PROGRAMA DE OPINIÓN, EN EL CANAL GLOBOVISIÓN, A DAR SUS VISIONES SOBRE LAS ACTIVIDADES Y MOVILIZACIONES DE CIERRE DE LA CAMPAÑA ELECTORAL.</p>
<p>VTR 103 00:39:14 a 00:39:40 Declaraciones Calixto Ortega.</p>	<p>HOY ES EL ACTO DE CIERRE DE CAMPAÑA A NIVEL NACIONAL. HOY ES UNA COSA TOTALMENTE MONUMENTAL. HOY EL PRESIDENTE CHÁVEZ SIN LA</p>

	<p>MENOR DUDA RATIFICÓ Y CONFIRMÓ LO QUE DICEN LAS ENCUESTAS.</p>
<p>VTR 104 00:39:41 a 00:40:11 Declaraciones José Carrasquero.</p>	<p>UNA MOVILIZACIÓN COSTOSÍSIMA EN TÉRMINOS DE AUTOBUSES, DE VEHÍCULOS DEL ESTADO, QUE VOLVIMOS A VER SIENDO UTILIZADOS PARA ESTE TIPO DE CUESTIONES SIN QUE EL CNE DIGA ALGO.</p> <p>LO QUE PASA ES QUE LA GENTE TIENDE A UTILIZAR LOS NÚMEROS ASÍ COMO SI ESO ES UNA CUESTIÓN INFLACIONARIA... NO CHICO SI ACASO TENÍAN 100MIL PERSONAS EN ESA CUESTIÓN, ESTO LO DIGO RESPONSABLEMENTE.</p>
<p>VTR 105 00:40:12 a 00:40:32 Declaraciones Calixto Ortega.</p>	<p>TU PROGRAMA NOS SIRVE, LEOPOLDO, Y A MI QUE ME HA TOCADO ESTAR EN UNAS MISIONES INTERNACIONALES, TE CONFIESO QUE YO HE CONSIGNADO PROGRAMAS TUYOS COMO LA MEJOR PRUEBA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN.</p>
<p>VTR 106 00:40:33 a 00:41:03</p>	<p>NOSOTROS ESTAMOS MUY SEGUROS QUE LO DE AYER FUE</p>

<p>Declaraciones José Carrasquero</p>	<p>LA MANIFESTACIÓN POLÍTICA MÁS GRANDE QUE HAYA HABIDO EN TODA LA HISTORIA DE VENEZUELA. NUESTROS CÁLCULOS ESTÁN HABLANDO DE MÁS DE UN MILLÓN DE PERSONAS, ESTO QUIERE DECIR QUE ES UNA CONCENTRACIÓN IMPRESIONANTE.</p>
<p>VTR 107 00:41:04 a 00:41:32 Entrevista exclusiva a Marcelino Bisbal.</p>	<p>EN ESTE MOMENTO TAN PARTICULAR DE CAMPAÑA ELECTORAL DONDE LOS NIVELES DE ACEPTACIÓN DE UN CANDIDATO CON RELACIÓN AL OTRO, SE VAN ACERCANDO CADA VEZ MÁS, ESTAMOS VIENDO COMO CIERTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL ESTÁN TOMANDO O SE ESTÁN INCLINANDO HACIA UNO U OTRO, EN ESE SENTIDO ESTÁN ACRECENTANDO LOS NIVELES DE ACEPTACIÓN POLÍTICA Y LOS NIVELES DE POLARIZACIÓN POLÍTICA.</p>
<p>VTR 108 00:41:33 a 00:41:40 Imagen en blanco y negro.</p>	<p>Voz en off: EN TORNO A ESTA POLARIZACIÓN ¿CUÁLES ERAN LOS ESCENARIOS PLANTEADOS EN LA CONTIENDA ELECTORAL?</p>

<p>VTR 109 00:41:41 a 00:41:50 Entrevista exclusiva con Alberto Federico Ravell.</p>	<p>NO COMO DIRECTOR DE GLOBOVISIÓN SINO COMO PERSONA, YO ESTOY LUCHANDO PORQUE SEA MANUEL ROSALES...Y VAMOS A HACER TODO EL ESFUERZO PORQUE SEA MANUEL ROSALES.</p>
<p>VTR 110 00:41:51 a 00:42:12 Entrevista exclusiva con Carlos Escarrá.</p>	<p>CHÁVEZ DEBE GANAR ENTRE UN 58 Y 63 %, MANUEL DEBE SACAR UN 30 Y 32 %, Y VA A HABER UN 8 % REPARTIDO ETC. ESOS VAN A SER LOS RESULTADOS TE LOS DIGO DESDE YA, LOS PUEDES ANOTAR.</p>
<p>VTR 111 00:42:13 a 00:42:34 Entrevista exclusiva con Mari Pili Hernández.</p>	<p>SI UNA VEZ QUE EL PRESIDENTE GANE LA REELECCIÓN, MANUEL ROSALES SALE CON UN DISCURSO PARECIDO AL DE HENRY RAMOS AYUP EL DÍA DEL REFERENDO REVOCATORIO, HABRÁ PERDIDO LA OPOSICIÓN SU TIEMPO Y UNA DE LAS MEJORES OPORTUNIDADES QUE TUVO PARA TRATAR DE COHESIONARSE NUEVAMENTE.</p>
<p>VTR 111 00:42:35 a 00:42:51 Entrevista exclusiva con Carlos Escarrá.</p>	<p>HAY UN SEGUNDO ESCENARIO, QUE ES ARRANCAR EL 3 A GOLPE DE 10 DE LA MAÑANA Y SALIR, ESO ES MUY FÁCIL, YA TIRO 3 TRIQUI TRAQUIS, 2 TUMBA RANCHOS EN 20 MESAS ELECTORALES PUESTAS ESTRATÉGICAMENTE Y AHÍ MISMO CREAS UNA DESBANDADA, ESE ES</p>

	UN ESCENARIO.
<p>VTR 112 00:42:54 a 00:43:17 Entrevista exclusiva con Mari Pili Hernández.</p>	<p>SI MANUEL ROSALES EL 4 DE DICIEMBRE RECONOCE GALLARDAMENTE SU DERROTA, COMO DEBE HACERLO UN LÍDER DEMOCRÁTICO, Y LLAMA A LA OPOSICIÓN A MANTENER EL ESFUERZO Y A MANTENER EL TRABAJO, A MANTENER LA LUCHA EN FUNCIÓN DE LAS POSICIONES, LAS ACCIONES QUE TIENE LA OPOSICIÓN, EN ESE MOMENTO SE VERÁ QUE ES UNA POSICIÓN REALMENTE DEMOCRÁTICA.</p>
<p>VTR 113 00:43:18 a 00:43:29 Entrevista exclusiva con Alberto Federico Ravell</p>	<p>ESOS ROJOS ROJITOS SE VAN A CONVERTIR PRIMERO EN ROSADO ROSADITO Y DESPUÉS VAN A TERMINAR EN AZUL AZULITO. ESO ES LO QUE HA PASADO TODA LA VIDA EN VENEZUELA, DE DÓNDE CREES TU QUE SALEN ESOS TIPOS CON BOINAS ROJAS, ESOS ERAN ADECOS COPEYANOS, URDISTAS, DE OTROS PARTIDOS QUE SE VAN PLEGANDO AL QUE ESTÁ EN EL PODER.</p>
<p>VTR 114 00:43:29 a 00:43:29 Entrevista exclusiva con Carlos Escarrá.</p>	<p>PARA QUE LE PEGUE UN TIRO A ROSALES, NO A CHÁVEZ. SI ALGUIEN ESTÁ CUIDANDO AHORITA A ROSALES, SOMOS NOSOTROS, Y TU DIRÁS: ¿POR QUÉ NO HAN</p>

	<p>APRESADO A LA PERSONA SI TIENEN TODO ESO? BUENO PORQUE SI LA APRESAMOS ANTES NOS VAN A CONTRATAR A OTRA. AHORA, ESO SÍ, EL DÍA QUE ESA PERSONA HAGA ASÍ, TIENE UN TIRO EN LA FRENTE, ME EXPLICO, PORQUE SI HAY UNA PROTECCIÓN A MANUEL ROSALES COMO TU NO TIENES UNA IDEA, ESE ES EL TIPO MÁS PROTEGIDO AHORITA EN EL PAÍS, Y PROTEGIDO POR NOSOTROS Y ADEMÁS PORQUE ES UNA RESPONSABILIDAD DE ESTADO, TENEMOS QUE HACERLA, PERO ESE ES UN ESCENARIO.</p>
<p>VTR 115 00:43:29 a 00:44:38 Entrevista exclusiva con Alberto Federico Ravell</p>	<p>SI GANAMOS, QUE ES LO QUE YO ESPERO, CELEBRAREMOS, SI PERDEMOS, TENDREMOS LA VOLUNTAD Y CERTEZA DE RECONOCER UNA DERROTA, SI ES LEGAL, SI SE ABRIERON LA URNAS, SI NO PROLONGARON LAS HORAS DE VOTACIÓN, SI EL PLAN REPUBLICA SE PORTO BIEN, SI TRANSMITIERON LA DATA DESPUÉS DE CERRADAS LA MESA</p>
<p>VTR 116 00:44:39 a 00:45:08 Entrevista exclusiva con Marcelino Bisbal.</p>	<p>DE ACUERDO A LO QUE VEO EN LAS AVALANCHAS Y LAS MARCHAS QUE HA REALIZADO ROSALES, EN DISTINTAS PARTES DE PAÍS, INCLUSIVE EN LUGARES QUE SE</p>

	PENSABAN CHAVISTAS, DEBERÍA GANAR ROSALES, PERO TAMBIÉN SI SOY REALISTA CREO QUE EL PAÍS ESTA DIVIDIDO EN DOS TORTAS REALMENTE MUY PARECIDAS EN TAMAÑO LA UNA DE LA OTRA, TODO VA A DEPENDER DE LOS INDECISOS
VTR 116 00:45:10 a 00:45:12 Imagen blanco y negro.	Voz en off: HASTA EL FINAL LA BATALLA MEDIÁTICA SE HIZO SENTIR, TANTO EN EL ÁMBITO NACIONAL COMO INTERNACIONAL
VTR 117 00:45:19 a 00:45:22 Entrevista a Manuel Rosales en CNN	ELIMINANDO ESA POSIBILIDAD LE ARRANCABA
VTR 118 00:45:23 a 00:45:55 Grafismo dos televisores, mezclado con audio de candidatos y voz en off posterior	POR UN LADO GLOBOVISIÓN RETRANSMITÍA UNA ENTREVISTA DE CNN AL CANDIDATO MANUEL ROSALES, MIENTRAS POR EL OTRO UN GRUPO DE CANALES SE PLEGABAN A LA MISMA SEÑAL DE UNA ENTREVISTA EN VIVO AL CANDIDATO PRESIDENTE
VTR 119 00:45:56 a 00:46:28 Venevisión. Eduardo Rodríguez	TRANSMITE VENEZOLANA DE TELEVISIÓN, LA TELE, TELESUR, TELEVEN, VIVE TV, ANTV. CANAL DE LA ASAMBLEA NACIONAL, LA RED DE TELEVISORES Y EMISORAS DE

	<p>RADIO COMUNITARIAS DEL PAÍS, Y VENEVISIÓN, A NIVEL INTERNACIONAL, ESTAMOS CON TELESUR Y VENEVISIÓN CONTINENTAL, SEGUIMOS EN ESTE PANEL EN ESTE MOMENTO PARTICULAR DE LA HISTORIA VENEZOLANA, JORGE ARREAZA, INTERNACIONALISTA DE VENEZOLANA DE TELEVISIÓN, BLANCH PETRICH PERIODISTA DE TELESUR, CARLOS CROES, PERIODISTA DE TELEVEN Y QUIEN LES HABLA EDUARDO RODRÍGUEZ YOLITI DE VENEVISIÓN</p>
<p>VTR 120 00:46:29 a 00:46:52 PROPAGANDA DEL CNE. Sensibilización para votar. Imagen Richard Páez. Director Técnico la Selección de Fútbol de Venezuela. La Vinotinto</p>	<p>PORQUE CONFÍO EN QUE EL VOTO ES EL ÚNICO INSTRUMENTO DEMOCRÁTICO REAL Y VERDADERO QUE TENEMOS TODOS LOS VENEZOLANOS PARA DECIDIR EL FUTURO DE NUESTRO PAÍS, PARA DECIDIR EL FUTURO DE VENEZUELA, COMO SELECCIONADOR NACIONAL DEL FÚTBOL EN VENEZUELA, TE HAGO LA CONVOCATORIA PARA PARTICIPAR EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 3 DE DICIEMBRE. VOTA PARTICIPA HAZ DEMOCRACIA.</p>
<p>VTR 121</p>	<p>YA CON LAS CARTAS SOBRE LA MESA... AMANECE EL 3 DE</p>

<p>00:46:56 a 00:47:55 Silentes del día 3 de Diciembre</p>	<p>DICIEMBRE DE 2006. DESDE MUY TEMPRANO LOS CIUDADANOS VENEZOLANOS SALIERON A VOTAR, EN LA CIUDAD CAPITAL, CARACAS, LAS PERSONAS USABAN DESDE PRIMERA HORA EL SUBTERRÁNEO PARA TRASLADARSE HASTA LOS CENTROS DE VOTACIÓN... LARGAS COLAS SE FORMABAN DESDE LA MADRUGADA... LA GRAN MAYORÍA DE LOS CENTROS ELECTORALES ESTABAN ABARROTADOS DE VENEZOLANOS ANSIOSOS POR EJERCER SU DERECHO AL VOTO Y EMITÍAN SUS OPINIONES SOBRE EL PROCESO</p>
<p>VTR 122 00:47:58 a 00:48:34 Entrevistas a personas saliendo de centros electorales.</p>	<p>ENTREVISTADO 1. EXCELENTE. MARAVILLOSO. ORGANIZADO. ENTREVISTADO 2. RAPIDÍSIMO. ENTREVISTADO 3. YA CUANDO LLEGAS A LA ESQUINA ES RÁPIDO, PERO LO QUE ME PARECE MEDIO PERDEDORA DE TIEMPO ES LO DE LA CAPTA HUELLAS. ENTREVISTADO 4. ESTOY AQUÍ COMO HACE UNA HORA MÁS O MENOS, ME PARECE RÁPIDO EL PROCESO. ENTREVISTADO 5. MÓNICA RODRÍGUEZ, ESTOY AQUÍ DESDE LA SIETE DE LA MAÑANA, EL PROCESO</p>

	<p>ME PARECE MUCHO MEJOR QUE EL DEL REFERÉNDUM, SE NOTA QUE NO ESTÁN HACIENDO OPERACIÓN MORROCOY, NI NADA, ESTA MUCHO MEJOR. ENTREVISTADO 6. IRMA SALAZAR. RAPIDÍSIMO, FACILÍSIMO, YO VOTE EN MENOS DE UN MINUTO, COMO YO SOY DE LA TERCERA EDAD FUE MÁS RÁPIDO.</p>
<p>VTR 123 00:48:34 a 00:49:38 Silentes de la ciudad.</p>	<p>Voz en off:</p> <p>LOS CIUDADANOS EN GENERAL OPINABAN A FAVOR DEL DESENVOLVIMIENTO DEL PROCESO ELECTORAL... PESE A VARIAS HORAS DE RUMORES Y CONTRA INFORMACIONES DIFUNDIDAS POR LOS BANDOS EN PUGNA, EL PROCESO SE LLEVÓ A CABO CON NORMALIDAD... LOS CIUDADANOS Y LAS FUERZAS DE SEGURIDAD GARANTIZARON LA ESTABILIDAD DE LA JORNADA... AUNQUE AL TRASLADARNOS AL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL PUDIMOS APRECIAR COMO LA PROPAGANDA A FAVOR DEL CANDIDATO PRESIDENTE SEGUÍA VISIBLE, PESE A ESTAR PROHIBIDO... YA EN EL</p>

	<p>CONSEJO NACIONAL ELECTORAL ASISTIMOS COMO ACREDITADOS A LA SALA DISPUESTA PARA LA PRENSA PARA ESPERAR LOS RESULTADOS DE LAS VOTACIONES</p>
<p>VTR 123 00:52:10 a 00:53:39</p> <p>Cadena del CNE con la Rectora Tibisay Lucena dando los primeros resultados.</p>	<p>A CONTINUACIÓN LA DOCTORA TIBISAY LUCENA RAMÍREZ, PRESIDENTA DEL PODER ELECTORAL DE LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA ACOMPAÑADA DE LOS RECTORES Y RECTORAS DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL.</p> <p>MUY BUENAS NOCHES, EL PODER ELECTORAL EN PRIMER LUGAR QUIERE FELICITAR AL PUEBLO DE VENEZUELA, QUE SALIÓ MASIVAMENTE A PARTICIPAR EN LA FIESTA POR LA DEMOCRACIA, QUEREMOS ASÍ MISMO FELICITAR A TODOS LOS MIEMBROS DE MESA QUE AUN, EN ESTE MOMENTO, CONTINÚAN EN TODO EL PAÍS REALIZANDO LA AUDITORÍA DE CIERRE...</p> <p>CANDIDATO HUGO RAFAEL CHÁVEZ FRÍAS: CINCO MILLONES</p>

	<p>NOVECIENTOS TREINTA Y SEIS MIL CIENTO CUARENTA Y UNO, PARA EL SESENTA Y UNO PUNTO CINCO POR CIENTO.</p> <p>CANDIDATO, MANUEL ANTONIO ROSALES GUERRERO: TRES MILLONES SETECIENTOS QUINCE MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y DOS, PARA EL TREINTA Y OCHO PUNTO NUEVE POR CIENTO.</p>
<p>VTR 124 00:53:55 a 00:55:11 Medios de comunicación transmitiendo los resultados electorales.</p>	<p>TODOS LOS CANALES TRANSMITIENDO LOS RESULTADOS ELECTORALES.</p> <p>ENTREVISTA A MARI PILI HERNÁNDEZ.</p>
<p>VTR 125 00:55:13 a 00:55:53 Chávez desde el balcón del pueblo.</p>	<p>QUE VIVA LA VICTORIA POPULAR. EL DÍA DE LA VICTORIA 3 DE DICIEMBRE. EL DESTINO ESTABA ESCRITO. ASÍ REPITO HOY COMO CRISTO: TODO ESTÁ CONSUMADO. LA GRAN VICTORIA DE LA REVOLUCIÓN BOLIVARIANA. OTRA GRAN VICTORIA, ES LA VICTORIA DEL AMOR.</p>
<p>VTR 126 00:55:54 a 00:58:18 Rueda de prensa Manuel Rosales.</p>	<p>DESPUÉS DE REVISAR NUESTRO EXIT POOLS, HICIMOS DOS... DE REVISIÓN DE LAS ACTAS... EN FUNCIÓN DE ESO Y EN FUNCIÓN DE LO QUE DIJO EL CNE, YO QUIERO</p>

	<p>ANUNCIARLE A VENEZUELA QUE HOY INICIAMOS LA LUCHA POR LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO TIEMPO PARA VENEZUELA, YO ME QUEDARÉ AHÍ, LUCHARÉ A PARTIR DE HOY EN LA CALLE, QUE EL RESULTADO DEL CNE NO ES LA DIFERENCIA EXACTA, PERO EL MARGEN ES MÁS ESTRECHO, ES MÁS PEQUEÑO EL MARGEN DE DIFERENCIA, PERO VOY A SEGUIR EN LA CALLE LUCHANDO POR EL PUEBLO DE VENEZUELA, LUCHANDO POR LA DEMOCRACIA... YO SÉ QUE ALGUNOS QUISIERAN QUE YO LANZARA AL PUEBLO DICIÉNDOLE MENTIRAS, YO NO PODRÍA HACER ESO JAMÁS PORQUE DESPUÉS SALDRÍA LA VERDAD. LA VERDAD ES QUE AUN CON UN MARGEN MÁS ESTRECHO, NOSOTROS RECONOCEMOS QUE HOY NOS VENCIERON, PERO SEGUIREMOS EN LA LUCHA, EN LA PELEA...</p>
<p>VTR 127 00:58:18 a 00:58:20 Cierre</p>	<p>¿DE QUÉ COLOR ES VENEZUELA?</p>

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Las primeras grabaciones que se registran pertenecen al candidato presidente, Hugo Chávez, en uno de sus dominicales programas de televisión. Dicho programa se transmitió a mediados del mes de Abril de 2006 y ya para esa fecha el presidente se refería con claro matiz proselitista a su campaña electoral, la cual estaba varios meses adelantada, ya que se podría afirmar que el presidente Chávez está continuamente en campaña electoral. Ya para esa fecha mencionaba los atributos de su campaña y la poca o casi nula oportunidad de sus adversarios.

Prácticamente en paralelo, el presidente en tono imperativo y categórico se dirigía (en el mismo programa de televisión) a la Asamblea Nacional para comentar sobre la selección que hacía, ese otro Poder de la República, en la búsqueda por constituir la nueva Junta Directiva del Poder Electoral: Ciudadanos investidos de poder que se encargarían de regir y administrar todo lo referente al proceso electoral.

Es decir, desde el principio de la muestra que se eligió para estudiar el fenómeno electoral, se percibía un exceso de seguridad sobre los resultados. Continuamente los mensajes emitidos por el principal actor político (Chávez) iban en detrimento de cualquier opción o mensaje que estuviese en su contra.

La grandilocuencia con la que frecuentemente se dirige al resto de la sociedad, pareciera expresar un desdén por el intelecto y razonamiento de varios importantes grupos de la opinión pública nacional.

El peso electoral que representaba el presidente Chávez llevó a los factores de oposición a confluír en estrategias que al principio parecían dispersas y confusas.

Desde la cantidad de aspirantes para la silla presidencial, hasta sus mensajes usados en los espacios públicos sembraban apatía en los ciudadanos. Reflejados claramente en las encuestas de opinión de la época. Organizaciones no gubernamentales y grupos civiles sirvieron como mecanismo de presión para articular una estrategia concreta que buscara hacer un contrapeso visible al presidente.

El notorio y evidente gasto de los recursos del estado en la campaña oficial del candidato presidente marcó una clara ventaja sobre su más cercano contrincante. Incluso se duda todavía de gastos tan onerosos como el pago de encuestas de grandes muestras, ya que el gobierno oficialmente no da datos de ningún tipo y se niega a ser auditado y dejar que los periodistas e interesados de la opinión pública obtenga la información al respecto. Menospreciando el acceso a la información que debería tener todo profesional del periodismo.

El uso que el gobierno le dio a los medios de comunicación, especialmente a la televisión, fue criticado por un sector al argumentar que se usaron para proselitismo y no para actos de gobierno, aprovechando, una vez más, el poder del estado. Con el argumento por parte del gobierno de que esas actividades eran desarrolladas por el candidato, pero en su rol de Presidente en ejercicio, violando flagrantemente el ordenamiento legal por algunos medios del estado venezolano al no identificar claramente quién paga las propagandas que se emiten a favor del candidato presidente.

De igual manera, se violentaron las propias normas establecidas por el Consejo Nacional Electoral sobre las regulaciones para el uso de recursos públicos. Nunca se despejaron las dudas y se aclaró en lo legal y operativo la ambigüedad sobre en qué momento el Comandante Hugo Chávez ejerce el rol de presidente y en qué momento ejerce el de candidato a la reelección, siempre quedaron difusas y dispersas al no aclararse, lo que pervirtió el desenvolvimiento público del candidato presidente.

Igualmente diversos funcionarios, desde los rangos más altos a los más bajos, burlaron la normativa legal vigente durante la campaña electoral al valerse de su condición de poder para emitir claros mensajes de proselitismo político. Un caso evidente y flagrante fueron las declaraciones del Director de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) al dar apoyo público, notorio y comunicacional al candidato Chávez durante su inicio de campaña en la Plaza O'leary en la localidad del Silencio.

Los medios de comunicación, especialmente la televisión, ejercieron una papel clave en el desenvolvimiento de la campaña. Esos grupos de referencia imaginaria de los que habla Lindgren, citado por Rivadeneira (1995) son más notorios durante el proceso electoral. Ya que cada bando consume los mensajes que desea, y desecha (hasta con desprecio, incluso odio) los del bando contrario o de los que no reafirmen lo que ellos quieren percibir. Situación que polariza más las posiciones.

Los líderes mediáticos, o aquellos individuos que poseen palestra comunicacional constante crean ese nexo con los ciudadanos que comparten sus postura y percepciones. En este caso tendencias políticas y opiniones sobre uno de los candidatos de la contienda.

Los sistemas electorales en una sociedad democrática sólida se deben al consenso de los ciudadanos, especialmente de los grupos más influyentes y reconocidos por el colectivo. Sin embargo, este fue un serio debate que llevó a que varias casas de estudio nacional discutieran la mejor metodología, o la más acorde, para que se analizara el registro electoral, se depurara su data, se organizara la logística de la contienda, se establecieran las reglas de votación, entre otros detalles operacionales. Pese a críticas que aseguraban que el poder electoral dio poco acceso para la auditoría y el proceso en general, los especialistas garantizaron que existían las condiciones técnicas adecuadas para asistir a la contienda y así se garantizara un voto secreto y sin tergiversaciones.

El mecanismo que intentó usar la oposición para ponerse de acuerdo en la elección de un candidato de unidad, sirvió para presionar a llegar a un acuerdo entre las partes, sin embargo, el proceso fue tan complejo, que es difícil de asimilar. Pese a tener los clips de video para analizarlos con detenimiento y verificar y contrastar opiniones, fechas, contextos, entre otros, es sumamente complejo hilvanarlo: Primero no iban las primarias por falta de tiempo, luego se retomaron, posteriormente se pelearon entre algunos candidatos y los directivos de SÚMATE por las supuestas imposiciones que estos últimos expresaban, luego se preparó la logística para hacer las primarias, que nuevamente si se llevarían a cabo, y por último, pese a todas las contradicciones y controversias, se optó por llegar a un acuerdo a puerta cerrada que seleccionaría al postor con más oportunidad de enfrentar al candidato Chávez.

Las movilizaciones de calle marcaron la pauta. Inmensas manifestaciones democráticas de apoyo a cada candidato se manifestaron. En Caracas principalmente las movilizaciones superaron el millón de

asistentes, según los propios voceros de las respectivas campañas en disputa.

En algunas circunstancias las manifestaciones se tornaron violentas y se enfrentaron los bandos hasta la agresión física y se corrían rumores que se reflejaban en las declaraciones expresadas, a través de los medios de comunicación, por los líderes sobre intentos de asesinato a candidatos para causar zozobra y desestabilización política.

El uso simbólico que se le daba a los colores fue muy interesante, ya que se convirtió en slogan para la campaña. Supuestamente el hecho fortuito, del Ministro de Energía y Petróleo al ser grabado en lo oculto y referirse a la estatal del petróleo nacional como una empresa roja rojita, por ser el color de la revolución, fue lo que desató el marketing político para apropiarse de los colores que favorecían cada tendencia en pugna.

Esto trajo como consecuencia que se minaran las bases de la hegemonía comunicacional que imponía el presidente Chávez, es decir, de cómo la agenda setting pasó de un bando al otro a lo largo de la campaña. Fenómeno que por si solo logró desestabilizar el exceso de seguridad del candidato presidente junto a su comando de campaña, ya que no eran ellos los que marcaban la pauta de los acontecimientos en la opinión pública, un nuevo actor político estaba imponiendo criterios y generando dudas en varios grupo de opinión. La batalla era por captar indecisos para cada bando.

Curiosos fenómenos comunicacionales como el programa la Hojilla fueron usados por el candidato presidente para hacer llegar su mensaje a un sector de la sociedad. Lo mas interesante fue que el candidato se estrenó en entrevistas públicas, en los medios durante la campaña, en este programa de

televisión que tiene una estética y concepto de improperios y burlas en contra de las personas opositoras al gobierno, y en general, en contra de la sociedad que piensa distinto a ellos.

El día de las elecciones el proceso se desarrolló con normalidad, pese a los continuos rumores que buscaban causar zozobra y desinformación en la población. Situaciones que no impidieron que a primeras horas de la noche el Consejo Nacional Electoral dieran el resultado preliminar de las votaciones dando como ganador el presidente Chávez.

Las leyes creadas por el actual gobierno o heredadas de anteriores administraciones son manipuladas e interpretadas, por ellos mismos, según la conveniencia del momento, demostrando una peligrosa doble moral para acatar las disposiciones.

Unos periodistas son buenos, otros malos; unos canales de televisión son golpistas, otros no. Una parte de la sociedad es patriótica, otros son lacayos del imperio. Es decir, como se establece una lógica maniqueísta que explica en gran medida la profunda polarización política que sufre la sociedad venezolana. Pese a que hubo un ganador y cada bando sigue apropiándose de un color, muchos venezolanos todavía nos preguntamos ¿Cuál es nuestro color

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Presentando y analizando los resultados obtenidos a través de la realización del documental, que tuvo como objetivo mostrar la contienda electoral presidencial venezolana, del año 2006, bajo la perspectiva de las transmisiones de televisión y los líderes de opinión, se exponen las conclusiones y recomendaciones que se consideran pertinentes.

5.1 Conclusiones

Los procedimientos electorales son el conjunto de sistemas a través de los cuales la voluntad de los ciudadanos de un país, se transforma en órganos de dirección gubernamental o de representación política. Las diversas voluntades que en un momento determinado se expresan mediante la simple marca de cada elector en una boleta forman parte de un complejo proceso político regulado jurídicamente y que tiene como función establecer con claridad el o los vencedores de la contienda, para acceder a los mandos políticos de una nación.

Para consolidar estos procesos como asuntos de interés colectivo, se parte de la opinión individual, posteriormente la opinión pública se compone del incremento de muchas opiniones individuales y grupos de opinión que constituyen focos de interés, de esperanzas, de estímulo más o menos semejantes entre sus miembros.

En tal razón, los medios de comunicación social se convierten en instancias que favorecen los intereses grupales, en relación con la

notoriedad pública del comportamiento del elector, facilitando el intercambio de puntos de vista entre los miembros del grupo social, lo que equivale a la difusión de información, por ser la comunicación parte básica de la política lo que es lo mismo: Comunidad.

Los contenidos de la comunicación masiva pueden reforzar los puntos de vista ya existentes, y conducir a las personas a pensar que situaciones prefijadas son apoyadas por la sociedad, o por el contrario fomentar la creación de nuevas visiones con respecto a cuestiones en las que ha tenido poca información o experiencias anteriores, por lo tanto, llevar a las personas a un cambio de parecer. No se pretende indicar con esto, que solo los medios de comunicación son inevitablemente los que dictan las pautas en la toma de decisiones de las personas o de grupos de personas, sino que se encargan de afianzar o fortificar las decisiones tomadas anticipadamente.

Los medios de comunicación social estudiados en este caso, Venezolana de Televisión y Globovisión presentaron un claro enfoque hacia una u otra tendencia, siendo por lo tanto evidente, que el televidente – ciudadano - elector decidiera su posición ante las opciones expuestas ¿Cuál es nuestro color?

5.2 Recomendaciones

En virtud de la manifiesta polarización que genera un proceso electoral en el contexto de la actual situación sociopolítica de la sociedad venezolana, evidenciado en el desarrollo del presente documental es imperativo hacer algunas recomendaciones:

Diseñar y ejecutar instrumentos de evaluación del comportamiento de los medios de comunicación masivos con el fin de medir la efectividad real de su influencia en la actuación de la sociedad ante un hecho determinado como son los procesos electorales.

Fomentar a través de los medios de comunicación más campañas de orientación y concienciación sobre el comportamiento, uso y abuso de las cadenas de un presidente, y más aun, si éste es nuevamente candidato presidencial, los mensajes que recibe y como pueden influir en sus decisiones. No solo como mecanismo de análisis al actual proceso político, sino como metodología que garantice la pluralidad de opiniones y sirva de antídoto a cualquier pretensión totalitaria presente o futura.

La influencia de unos mensajes depende tanto o más de los objetivos o propósitos con que el espectador se ha aproximado a ellos, siendo por lo tanto significativo que se presenten nuevos y más documentales sobre las realidades de la sociedad venezolana actual.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias Bibliográficas

- Abreu, I. (2001). **El Estudio de la Opinión Pública. Espacio Público Y Medios De Comunicación Social.** Segunda edición. Caracas, Venezuela: Editorial Melvin.
- Arias, G. (1999). **Métodos de Investigación.** México: Editorial México.
- Barnouw, E., & Báez, A. (2002). **El documental: historia y estilos.** Serie Multimedia, 10. Barcelona: Gedisa.
- Bisquerra, R. (1996). **Métodos de Investigación Educativa.** (2da Edic.) México: Mc Graw Hill
- Blumler, J. G., & Nossiter, T. J. (1991). **Broadcasting finance in transition: a comparative handbook.** New York: Oxford University Press.
- Bosch, A. (1997). **Sistemas Electorales y Gobiernos representativos.** Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Breschand, J. (2004). **El documental: la otra cara del cine.** Barcelona: Paidós.
- Brown, R. (1974). **Psicología social.** México: Siglo veintiuno editores.
- Combellas, R. (1985). **Comunicación Política: Política, comunicación y democracia.** Caracas, Venezuela: Editorial Conciencia 21.
- Dader, JL (1990). **Las provincias periodísticas de la realidad,** en Comunicación y Sociedad Vol. III. núms. 1 y 2.
- Dader, JL (1992). **El periodista en el espacio público.** Barcelona: Bosch.
- Fleur, Melvin L. de., (1997) **Teorías de la comunicación de masas.** Edición revisada y ampliada., México : Paidós

- Goldsmith, D. A., & Núñez Digón, X. (2003). **El documental: entrevistas en exclusiva a quince maestros del documental**. Barcelona: Océano Grupo Editorial.
- Hurtado de Barrera, J. (1998). **Metodología de la Investigación Holística**. (2da Edic.) Caracas: Fundación Sypal.
- Lazarsfeld, P y H. Menzel (1975). **Medios de comunicación colectiva e influencia personal**. En Wilbur Schramm (comp) La ciencia de la comunicación humana. México: Roble
- Nohlen, D. (1993). **Los sistemas electorales en América Latina y el debate sobre reforma electoral**. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Noelle, E. (1995). **La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social**. Paidós comunicación, 62. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Price, V. (1992): **Opinión pública: Esfera pública y comunicación**. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Rabiguer, M. (1989). **Dirección de Documentales**. Madrid, España: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Rivadeneira Prada, R. (1995). **La Opinión Pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio**. Cuarta edición, DF, México: Editorial Trillas.
- Seoanez Calvo, M., & Angulo Aguado, I. (1997). **El medio ambiente en la opinión pública**. Ingeniería del Medio Ambiente. Madrid: Mundi-Prensa.
- Tamayo y Tamayo, M. (1998). **Metodología de la Investigación**. México: Editorial Trillas.
- Universidad Santa María (2000). **Normas para la Presentación y Evaluación de los Trabajos de Grado**. Caracas: Autor.
- Valdés Zurita, L. (1996). **Sistemas electorales y de partidos**. Cuadernos de divulgación de la cultura democrática, 7. México, D.F.: Instituto Federal Electoral.

Young K., Verón E. (2001). **La Opinión Pública y la Propaganda**. México: Editorial Paidós.

Entrevistas

Carrasquero J. V. (2006, Noviembre 11). **Teorías de Opinión Pública**. Exposiciones en clases de Opinión Pública para Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.

Oropeza A. (2006, Noviembre 27). **Sistemas electorales y marketing político**. Entrevista personal y asesoramiento de investigación. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.

Referencias Digitales

APA ONLINE (2003). **American Psychological Association** [Página web en línea]. Disponible: <http://www.apa.org> [Consulta: 2006, febrero 11].

Los sistemas electorales, <http://www.bibliojuridica.org/libros/2/502/3.pdf>, [Consulta: 2006, febrero 9].

ACE Electoral Knowledge Network (1998), *sistemas electorales* <http://aceproject.org/main/espanol/es/es10.htm>, [Consulta: 2006, febrero 11].

Leyes

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

Ley de Ejercicio del Periodismo (1994)

Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión (2005)