



Universidad Católica Andrés Bello

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Mención Periodismo

Diferencia informativa acerca de las elecciones presidenciales venezolanas 2006 por parte de El Nacional y el Diario Vea

Realizado por:

Adriana Teixeira

Para optar al título de

Licenciado en Comunicación Social

Profesor Guía:

Andrés Cañizález.

Caracas, 15 de diciembre de 2007

Índice

Introducción	4
Marco Teórico	7
1.- Comunicación Política: Prensa y Poder	7
1.a. Comunicación Política	7
1.a.a.- Papel de la Prensa en la Comunicación Política	9
1.b.- Periodismo Político.....	10
1.b.b- Deber ser de los medios.....	12
1.c.- Prensa y Elecciones.....	15
1.d.- Cobertura Mediática de las Elecciones. Experiencias internacionales relevantes.....	16
2.- Perfil de los diarios El Nacional y el Diario Vea.....	19
2.a.- El Nacional.....	19
2.b.- Diario Vea.....	20
2.c. Hugo Chávez y su relación con el Diario Vea y El Nacional.....	20
3.- Situación Actual de Venezuela.....	21
3.a.- Polarización Política.....	21
3.b.- Mandato de Hugo Chávez.....	22
3.c.-Hugo Chávez y los medios de comunicación social.....	24
4.- Día de las elecciones y resultados.....	26
4.a.- Candidaturas para las elecciones.....	26
4.b.- Campaña Electoral.....	27
4.c.- Día de las Elecciones y Resultados.....	28
Marco Metodológico.....	31
1.- Objetivo General del Trabajo.....	31
2.- Objetivos Específicos del Trabajo.....	31
3.- Tipo de la Investigación.....	31
4.- Diseño de la Investigación.....	32
5.- Modalidad	32
6.- Metodología Utilizada	32

- Análisis Documental	32
- Entrevistas	33
- Análisis Morfológico	33
- Análisis de Contenido	34
7.- Géneros Periodísticos	35
- Géneros Informativos	35
- Géneros de Opinión	36
8.- Descripción de la Población y Muestra	37
9.- Categorías de Análisis	38
Resultados	47
Análisis de Resultados	62
Conclusiones	71
Recomendaciones	73
Bibliografía.....	74
Anexos.....	78
Tablas.....	99

Introducción

Venezuela se encuentra sumida en una etapa de polarización política muy marcada desde la llegada del Teniente Coronel Hugo Chávez al poder en el año 1998, y no sólo la sociedad es receptora de este proceso, también los medios de comunicación social se encuentran inmersos en la misma realidad, que se encargan de transmitir a la población que busca información. Precisamente, por su carácter informativo, los medios de comunicación social influyen en la formación de la opinión pública y en la manera de ver y opinar acerca de cualquier situación o persona.

El papel de los medios en la transmisión de la información política en momentos como el que atraviesa Venezuela es controvertido, ya que si bien es cierto que el fin de los mismos es hacer conocer la información, también lo es que son manejados por personas que tienen sus propios intereses y que cada medio tiene su propia ideología y línea editorial. Además la polarización ha llegado hasta los medios, ya que se pueden observar que la mayoría apunta hacia una ideología política específica, con el temor de que si el medio intenta incursionar en la otra es tildado de traidor y pierde lectoría.

Este Trabajo de Grado trata acerca del tratamiento periodístico el tipo de tratamiento dado a la información política producida durante el período de la campaña electoral de cara a las elecciones presidenciales del 3 diciembre del 2006 en dos medios impresos como lo son “El Nacional” y el “Diario Vea”.

Esta investigación pretende llegar a ser un aporte en la línea investigativa de comunicación política y análisis del papel de los medios de comunicación en la información política, ya que persigue como objetivo principal es determinar el tipo de diferencia existente en la manera de presentar la información política referente a las elecciones presidenciales venezolanas del mes de Diciembre de 2006 por parte de citados diarios.

Para la realización de esta investigación se tomaron como antecedentes los Trabajos de Grado para obtener la Licenciatura en Comunicación Social de Blanco (1984) y Malavé (2002) titulados “El Nacional y El Universal en el proceso electoral del 78” y “La prensa caraqueña en el 2001: Información confiable para la investigación”, en cuanto a marco metodológico se toman como referencias el Trabajo de Grado realizado en el año 1975 por Ramón Chávez y Joaquín Moreno para optar por el Título de Lic. En Comunicación Social

en la UCAB titulado “Las Olimpiadas a través de El Nacional” y el trabajo de Blanco (1984) citado anteriormente.

La realización de este Trabajo se debe principalmente a un requerimiento académico ya que es un solicitado para el grado de Licenciado en Comunicación Social por ser un primer ejercicio de investigación sistemática del tal envergadura, además de proporcionar al estudiante las herramientas necesarias para poder realizar en un futuro trabajos investigativos más profundos y de mayor duración en el campo que decida. Además este trabajo promueve en el individuo saber resolver un problema de investigación en un tiempo y espacio requeridos. Sin embargo, esta investigación y el tópico de la misma se deben a una motivación personal hacia este tema ya que la situación política ha tocado a toda la sociedad, a cada individuo influenciándolo de cierta manera, por lo tanto, es relevante saber el papel que juegan los medios de comunicación social ante dicha situación política, si mantienen el sentido de equidad en búsqueda de la “objetividad” o prefieren ceder a ciertos gustos políticos y dejan que las emociones formen parte de la línea editorial. La escogencia de este momento histórico se debe a que las elecciones presidenciales son muy importantes en cualquier país, sin embargo para Venezuela, considerando su contexto, son fundamentales, ya que el Presidente Chávez optaba por la reelección contra la oposición, representada por el candidato Manuel Rosales, dos masas con ideales distintos e irreconciliables, al parecer, y opiniones muy distintas, además lo aunaba una atmósfera de presión y miedo aunada a experiencias pasadas como el 11 de abril de 2002, al paro petrolero que lo antecedió y a los controvertidos resultados del referéndum revocatorio del mismo año. El Diario Vea y El Nacional por su parte, son diarios ambos de distribución nacional y que tienen una marcada tendencia política, oficialista y opositora respectivamente. El Nacional lleva 53 años de presencia en Venezuela mientras que el Diario Vea surgió junto con la Presidencia de Chávez pero se ha vuelto el diario emblema del oficialismo.

Con este Trabajo de investigación se pretende determinar también la estructura básica de ambas publicaciones y conocer las políticas editoriales que las sustentan, determinar las ideologías políticas que están presentes en ellas al mismo tiempo de determinar si las mismas influyen en la manera de presentar la información, también se busca determinar si las fotografías, infografías, caricaturas, dibujos, tablas y gráficos son

predominantes en la diferencia informativa o en la expresión del mensaje transmitir, si la caricatura demuestra la ideología del medio y marca una diferencia informativa, y determinar si el rechazo / agrado del sector oficial hacia cada uno de ambos medios es correspondido por la publicación. A fin, de que al cumplir todos los objetivos producir un mayor entendimiento del funcionamiento de los medios de comunicación en momentos de conflicto en la sociedad.

Los objetivos de esta investigación se van a lograr aplicando el análisis morfológico y de contenido a una muestra representativa de los ejemplares publicados durante la campaña electoral de 2006, acompañado de entrevistas realizadas a miembros de ambos periódicos que expliquen los aspectos formales de la política editorial.

La investigación que se realice para resolver este problema se va a presentar estructurado en marco teórico, seguido de un marco metodológico, resultados codificados, un análisis de los mismos, junto con la bibliografía y conclusiones apoyadas en algunas recomendaciones. Además existirá la presencia de anexos en los cuales se incluirá la transcripción de las entrevistas y los resultados totales.

1.- Comunicación Política: Prensa y Poder

1.a.- Comunicación Política

La relación entre comunicación y política es muy estrecha, ambas se correlacionan de distintas maneras, además el creciente aumento de los medios de comunicación social en la población hace que éstos pasen a influir, de una manera u otra, en los temas de interés nacional. Además para la política es necesario disponer de las mejores armas de comunicación para así lograr el poder que es su fin primordial.

La comunicación política busca lograr acuerdos entre los individuos que componen una sociedad y al mismo tiempo entre todos los entes políticos y gubernamentales.

Ochoa (1999 cp. Cardona, 2003), plantea que por lo general la comunicación desde la perspectiva política debe enfocarse en los temas relacionados con liderazgo, la función pública además de estudiar la repercusión social que puedan generar las decisiones gubernamentales. En Comunicación Política deben analizarse variados aspectos entre los cuales figuran:

- La opinión pública de una gran mayoría respecto a un tema específico.
- Sondeos de opinión que den a conocer tendencias de criterios de la población.
- Los artículos redactados por periodistas con el fin de generar un clima de opinión determinado, y medir la efectividad y respuesta del público.
- Actuación del gobierno y sus funcionarios.
- Los comportamientos de los electores en los comicios.
- Política interna y externa que el país está utilizando en determinado momento.

Por su parte, Benedicto (s.f) expone que la comunicación política debe ser entendida desde dos perspectivas. Por una parte está la perspectiva que la ubica como la transmisión de conocimientos e información política relevante, en la cual el ejemplo más representativo es el resumen analítico de Harold Laswell, para quien preguntarse por la comunicación significa responder a la pregunta “¿Quién dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efectos?”. Aunque este esquema luego fue completado por los conceptos aportados por la teoría de la comunicación, como el de “ruido” (interferencias o perturbaciones que afectan la recepción del mensaje), el de “filtro” (puntos en el proceso de comunicación que hacen posible, impiden o limitan la transmisión del mensaje) o el de *feedback* (respuesta del receptor del mensaje que retroalimenta el proceso), proporciona una clara guía de por

dónde puede caminar un determinado tipo de análisis de la comunicación política, el cual consistiría básicamente en estudiar cómo se produce la transmisión de información política entre unos emisores que es preciso identificar y una audiencia en la que se pueden observar una serie de efectos inducidos.

La otra perspectiva es la relativa a la complejidad inherente a todos los procesos comunicativos que se producen en el ámbito político, especialmente cuando no se tiene en cuenta que la comunicación política también posee un componente fundamental de creación de significaciones mediante las interacciones que vinculan a los actores sociales y políticos. A través de las interpretaciones y de las definiciones de la situación que realizan los distintos actores se lleva a cabo un proceso ininterrumpido de construcción de la realidad política: los problemas sociales, los temas de debate político, las imágenes de líderes y partidos son contruidos e interpretados en el curso de la interacción comunicativa, de acuerdo con la posición que cada uno de los actores ocupa en el sistema de intercambio y relaciones que mantienen entre sí.

Aunque estas dos perspectivas de la comunicación política han sido desarrolladas por corrientes teóricas distintas hasta convertirse en una buena medida en paradigmas alternativos, sería necesario hacer un esfuerzo de integración dentro de una visión plural, por cuanto los procesos comunicativos que tienen lugar en el ámbito político cumplen múltiples funciones y poseen varios aspectos que conviene no olvidar. (pag. 260)

La comunicación política comprende, según Villalba (1984) “los mensajes e informaciones que circulan dentro de todo sistema político y que son indispensables para su funcionamiento, ya que condicionan desde la formulación de demandas hasta los apoyos

manifiestos” (pag. 79) y además la califica como un útil instrumento de análisis para comprender la realidad y los cambios de la política.

Siguiendo con la explicación del mismo autor, la comunicación política en un sistema democrático tiende a ser continua entre las élites dirigentes y la opinión pública. Los mensajes son emitidos por la élite y van dirigidos a la masa, tratando así de moldear su opinión y solicitarle los apoyos requeridos, y fluyen también de la manera inversa, aunque con mayor dificultad, actuando como mecanismo tramitador de demandas y de concesión o rechazo de los apoyos solicitados, funcionando a manera de respuesta. Por el contrario, en los regímenes totalitarios la comunicación sólo es unidireccional, desde las élites y los círculos gobernantes hacia la masa, no solicitan apoyos y moldean la opinión a través de medios coercitivos comunicacionalmente.

Las elecciones son un momento muy relevante en la comunicación política, ya que presentan una manera rápida de conocer si fue bien aplicada y son el momento cumbre para ser aplicada. Ronderos (2004) define las elecciones como “el momento primordial de una democracia” (pag. 9) ya que es allí cuando el pueblo verdaderamente tiene el poder de cambiar a su gobernante, castigas políticas que no le gustan o premiar las que sí. Este punto va a ser profundizado más adelante en “Prensa y Elecciones”.

1.a.a.- Papel de la Prensa en la Comunicación Política

Los medios de comunicación social (MCS) son los encargados de transmitir los mensajes que emana la comunicación política, es decir son los grandes mediadores entre los políticos y las masas a las que pretenden llegar. Aunque existen otras formas de hacer llegar esos mensajes (concentraciones, publicidad exterior), los MCS sirven para transmitir el mensaje a más individuos de los que se puede alcanzar con las restantes formas de comunicación, además al hablar de los medios de comunicación no se limitan sólo a la publicidad que en ellos se introduce, sino en reportajes, notas, reseñas realizadas por los mismos de actos a los que no puede asistir todo el mundo. Los MCS brindan mayor presencia en la población.

Los medios de comunicación básicamente son la televisión, la radio y la prensa. Cada uno tiene sus características particulares, ventajas y desventajas. La televisión por ejemplo tiene a su favor el gran índice de penetración que tiene en la población y además por la

cantidad de recursos audiovisuales que posee. Además, ella al igual que la radio pueden impactar más en el público por su instantaneidad, sin embargo Villalba (Idem) menciona que los medios impresos, son por excelencia los medios de comunicación política debido a la profundidad y análisis que se puede alcanzar en los mismos.

La función de la prensa, y de todos los medios, en la comunicación política es la de transmitir la realidad que lo rodea, y para eso se vale no sólo de los hechos noticiosos sino de las entrevistas a personas con base para hablar de la misma, de los análisis, de los artículos, en fin, puede valerse de todo la gama que le permitan los recursos disponibles.

¿Por qué la prensa? Según Villalba (1984)

A pesar de que la radio y la TV pueden impactar más al público por su instantaneidad, penetración y fácil percepción, los medios impresos en Venezuela todavía continúan marchando a la zaga de los medios radioeléctricos, a través de la escueta presentación de los hechos, los cuales son ya del conocimiento del público por lo menos el día anterior, renunciando a competir en el terreno que le es más favorable: el de la profundización de los hechos a través de la interpretación y el análisis. (pag. 81)

Por lo cual el autor la clasifica como el medio idóneo para la comunicación política por excelencia en el ámbito venezolano.

En interior de la comunicación política existe una “negociación” entre el sistema político y el sistema de los medios. Pueden ser cómplices, variables interrelacionadas, competencia y divergir completamente en sus postulados.

1.b.- Periodismo Político

En principio sólo existe el Periodismo, sin embargo la separación de las diversas fuentes: política, economía, judicial, sucesos, sociales, cultura, entre otras, y la tendencia especialización de las personas que se dedican a cubrirlas, ha exigido hablar de diversos tipos de periodismo. Además, aunque el concepto de periodismo es el mismo, en cada fuente se aplica con matices distintos, aunado a que cada quien tiene una técnica particular.

Los profesionales de la comunicación cada vez se conforman menos con el título de periodista, sino que buscan especializarse en una fuente y saber mucho acerca de ella con el

fin de colocarse al nivel de los que en dicha fuente interactúan y así evitar el riesgo de equivocación y manipulación.

Muraro (1998) llama al periodismo político, “periodismo de investigación”, y lo caracteriza por su actitud crítica hacia los políticos.

Si bien el término “crítico” puede ser considerado como la formulación de un juicio tanto positivo como negativo, en la práctica ese género consiste en comunicar al lector aspectos de la vida pública que los dirigentes partidarios o los funcionarios preferirían mantener bajo reserva; rencillas internas, negociaciones en procesos de elaboración, manejos ilegales de recursos públicos, escándalos privados y hasta las vacilaciones o *lapsus* de los líderes políticos.(pag. 15)

Según el mismo autor, este tipo de periodismo nació en los Estados Unidos y tuvo sus manifestaciones más conocidas en casos como los secretos de Estado relacionados con la Guerra de Vietnam (los *Pentagon Papers*), con las derrotas de los norteamericanos en ese país, Nixon y el caso *Watergate*; y el caso de infidelidad del presidente Bill Clinton con Mónica Lewinski.

Muraro (1998) “esa forma de periodismo implica una competencia activa entre medios y políticos por la conducta de la opinión pública. El ejercicio activo del cuarto poder.” (pag.16)

Siguiendo con las reflexiones del mismo autor el periodismo de investigación requiere de tres condiciones básicas para desarrollarse: la existencia de un régimen democrático; empresas periodísticas económicamente independientes de los partidos políticos, del gobierno y de los grupos de presión; y la existencia de un consenso social (normalmente amparado en las leyes) que garantice la libertad profesional de los periodistas.

La relación entre periodistas y políticos va más allá de la mutua dependencia, sin embargo también destaca su mutua competencia. Muraro (1998) pag. 71, en primer lugar son dependientes porque los medios, dedicados a esta rama, difícilmente existirían si los políticos se negaran a dirigirle la palabra, ya que gran parte de su contenido se basa en declaraciones, ruedas de prensa y comentarios sobre medidas adoptadas por ellos. Por otro

lado, el político necesita de los medios para hacerse conocer por los votantes y la población, al igual que sus medidas, resoluciones y comentarios, además ambos dedican mucho tiempo a hablar entre sí. En cuanto a su competencia, se refleja ya que se espera que el periodismo de investigación coteje los proyectos y planes gubernamentales y opositores además de buscar que controle las medidas de los funcionarios, por lo que se produce una competición entre periodistas y funcionarios de carrera por controlar las actividades. Sin embargo, el profesional del periodismo, generalmente, está eximidos de proponer soluciones, no por vetar su opinión ni desacreditarla, sino para otorgarle objetividad.

Blanco (1984) en su Trabajo de Grado expresaba que el papel político que juega el periodismo dentro de la sociedad es de gran relevancia al recordar que no existe información por información, se informa pero ésta queda orientada según las diversas clases y capas sociales, en este sentido el mimetismo entre periodismo y política llega a ser total.

1.b.b.- Deber ser de los medios

Los medios de comunicación social tienen una función ideal para la sociedad en la que se desenvuelven, que en la mayoría de los casos es reflejar la misma e informar de los acontecimientos que ocurren que de alguna manera u otra influye o interesa a la población. Sin embargo, la función ideal de los medios generalmente es un punto que va correlacionado al deber ser del periodista.

Diferentes teóricos han afrontado la problemática de la función o estatus ideal de los medios de comunicación social, como Borrat (1989 cp Jones, 1990) pag. 120, que plantea que el periódico independiente de información general tiene dos misiones claras: como actor político influir sobre el sistema en el que se encuentra inmerso y como actor económico su propósito es obtener beneficios.

Bisbal (1978) pag. 106, adjudica que la tan mentada “neutralidad” y “objetividad” de los medios de comunicación social es una falacia que queda en los ámbitos académicos de las Escuelas de Comunicación Social, ya que los medios son verdaderas empresas que actúan bajo el objetivo de producir dividendos.

Por su parte, Nicodemo (1996) prefiere sentar que

Los medios masivos de comunicación se han convertido, hoy más que nunca, en las principales fuentes de información para que las personas puedan formarse sus puntos de vista sobre los acontecimientos políticos, económicos, culturales y sociales que se presenten frecuentemente en un país democrático. (pag. 150)

En Poder de la palabra o la información como continuación de la política por otros medios, Zunzunegui (2002) pag. 138, se les asigna a los medios de comunicación masivos cuatro funciones interrelacionadas: referencial, mediadora, construir el consenso y producción de la realidad.

Se dice que es referencial porque tiende a difuminar, mas no a borrar, las fronteras entre los diferentes tipos de discurso. Mediadora porque no es sino una forma de acción que encuentra el punto medio entre las cuatro variaciones: querer informar, querer no informar, no querer informar, no querer no informar. Construye un consenso porque a través de la universalización de los imaginarios crea una aceptación social. Y es productor de la realidad porque aunque nunca han sido mero reflejo de la misma, busca otorgar el sentido de realidad a lo que nombran construyendo las líneas maestras que iluminan su aprehensión.

La prensa ya no se concibe como el lugar destinado a construir representaciones de lo social – continúa el Zunzunegui- sino que las cosas se llevan un paso más allá al pensarlos, explícitamente, como espacio desde el que ejerce un poder pragmático cuyo objetivo no es otro que la modificación de un determinado status quo político. Se trata, en definitiva, de ejercer un poder sobre el poder.

Alliego (1999) pag. 147, opina que el papel de los medios debe ser informar objetivamente y que cada ciudadano se forme una opinión. El periodista debe buscar información y al momento de recibirla tiene que analizarla, profundizarla y ponerla de forma tal de no calificar lo que se está diciendo, sino presentar la noticia en forma objetiva.

El general Alliego, columnista en diversos periódicos, ha tocado una vertiente de este problema que es el deber ser del periodista, alrededor del cual también existen varias opiniones. Entre ellos se encuentra el periodista Sergio Dahbar (1999) pag. 72, que sostiene que para el lector es fundamental creer en lo que está leyendo, es fundamental creer en lo que le está diciendo ese periodista, y además hay una particular relación entre ese lector y

los periódicos, una relación que es sagrada, por eso a veces los medios no se dan cuenta de que cuando cometen errores están perdiendo esa relación sagrada y están divorciándose de esa credibilidad y después recuperarla cuesta tanto.

La mayor responsabilidad que tiene un periodista, según Dahbar, es mantener a todos los lectores muy bien informados de lo que se está desarrollando en el país. Y plantea que si bien el profesional de la comunicación no se deslinda de una característica del ser humano, que es ser subjetivo y tener preferencias, insta a quitárselas antes de entrar al periódico.

Por su parte, en su trabajo sobre la manipulación informativa en el diferendo sobre el golfo de Venezuela, Brito (1982) pag. 98, sostiene que la responsabilidad social que tienen los periodistas latinoamericanos específicamente es no prestarse al juego de los intereses transnacionales e internos.

Los intereses que pueden impulsar al medio no sólo pueden ser internacionales, de entorno, sino que aquí pasa a tomar partido la política editorial que es impuesta por los dueños mediáticos. Alliegro (1999) dice al respecto:

El periódico pertenece a un ciudadano que ha decidido invertir un dinero en un medio de comunicación, que es escrito y es de él. Entonces yo creo que en un medio de comunicación como un periódico puede existir menos objetividad y puede inclusive haber hasta parcialización”

En el año 2002 Antillano publicó las “Normas clásicas del buen periodismo”, que sirven como una guía para mantenerse en el deber ser del comunicador y no terminar complaciendo a los intereses de cualquier ente, las normas son las siguientes (pag. 25):

- 1.- Verificación de la información obtenida de terceros.
- 2.- No dar crédito al rumor o al chisme que afecta a terceros sin la debida comprobación.
- 3.- Usar las fuentes con precisión.
- 4.- Evitar los condicionales: habría, no se descarta, podría, al parecer, se comenta que, etc.
- 5.- Perseguir el rigor y la precisión.
- 6.- Utilizar con propiedad los apoyos documentales.
- 7.- Transmitir las noticias, evitando la propia opinión sobre las mismas. Impersonalidad.
- 8.- Informar siempre en base a hechos, y contrastar opiniones de diversos bandos en casos controversiales.

9.- No acusar a nadie, ni considerarlo sospechoso de algún delito, si no se cuenta con indicios suficientes y capaces de ser suscritos por instituciones externas al periódico.

10.- Reproducir las citas con exactitud.

11.- Titular en concordancia con los materiales informativos.

12.- Cultivar la elegancia lingüística, evitar las groserías y expresiones ofensivas para alguna de las audiencias del periódico.

13.- Uso ponderado de las encuestas para evitar ser utilizadas en conflicto de intereses.

Estas normas son aplicables a todas las ramas del periodismo sin embargo cuando se trata de información política se hace más importante su uso ya que la información manejada es más susceptible y en el contexto se manejan muchos rumores. Además es una fuente donde un poco de subjetividad, daña el trabajo.

1.c.- Prensa y Elecciones.

Los efectos de los medios de comunicación sobre la población han pasado por varias teorías que van desde la versión simplista de la aguja hipodérmica hasta el modelo impositivo de la Agenda Setting. Sin embargo, en cuanto al tema de las elecciones se han realizado diversos estudios en determinadas sociedades para encontrar la respuesta a si el papel de los medios y su “opinión” realmente influencia a la población y la hace votar por el candidato de su preferencia.

Lazarsfeld, Berelson y McPhee (1954 trans. 1969) pag. 64, realizaron un estudio sobre las elecciones de 1948 en los Estados Unidos, para evaluar la relación medios-decisión final, encontrando que la exposición de los electores a los medios dependían de los siguientes factores: la pertenencia a organizaciones, la educación formal, la categoría socioeconómica, el sexo y la clasificación personal y que existía una tendencia de los votantes a leer informaciones acerca del mismo bando.

McCombs (1975) pag. 96, explica que en la perspectiva popular, las comunicaciones de masas ejercen una tremenda influencia, aunado a que la capacidad de los mass media para moldear la mentalidad de los votantes y para influenciar significativamente, e incluso alterar, los resultados de las elecciones, atribuyen a los medios un poder más que conocido.

En su trabajo Poder e Influencia de los medios masivos de comunicación y los estudios de opinión en las campañas electorales modernas, Nicodemo (1999) pag. 150, expone que en la realidad del mundo actual se puede evidenciar en la conducta de las persona la influencia del contenido de los mensaje que recibe constantemente de la prensa, radio y televisión, es decir, de los grandes medios de comunicación social. Esta influencia se traduce en un comportamiento en los criterios empleados cuando la gente se encuentra frente a situaciones de decisiones sobre cuestiones vitales de una sociedad democrática, en este caso se podrían incluir los procesos electorales.

Aunado a este poder de influencia, continúa Nicodemo, la gente ha encontrado en los medios ciertas respuestas a sus reclamos y aspiraciones, trayendo como consecuencia que este sector aparezca, junto a la Iglesia, con un alto grado de credibilidad en Venezuela.

Según Mayz V. (1993) “los actuales medios de comunicación –aparte o además de lo dicho- tienen hoy un poder aún mucho mayor y decisivo sobre los Partidos Políticos... así como, en general” (pag. 5). Este autor le concede gran influencia a los medios, no solo a nivel político sino a cualquier dimensión de la sociedad. El autor expresa que “todas las actividades de la Sociedad y del Estado están determinadas, directa o indirectamente, por los medios de comunicación” (pag. 5).

Bisbal en su estudio “Del ritual quiquenal a la nostalgia de los cambios” (1994) explica la importancia que tuvieron los medios de comunicación en la transmisión de la imagen de los candidatos a la Presidencia de la República en Venezuela en el año 1993.

Alliegro (1999) dice al respecto que un periodista “no tiene el derecho, ni el dueño de un medio tiene derecho, sobre todo el de televisión y el de radio, de influir sobre el candidato que él quiere que sea electo por la población, con informaciones netamente parciales” (pag. 148)

1.d.- Cobertura Mediática de las Elecciones. Experiencias internacionales relevantes

Cada país es único, tiene sus propias características que lo definen y diferencian de los demás, idioma propio, culturas, tradiciones, costumbres que moldean cualquier concepto universal y lo asumen a su manera. El periodismo no escapa de esta situación, cada país lo adapta a sus condiciones y necesidades, al igual que los medios de comunicación.

Las elecciones son un evento importante en cualquier país ya que en ellas se decide la postura que regirá el gobierno de dicho territorio durante un tiempo determinado, lo cual tendrá consecuencias nacionales e internacionales.

Los medios de comunicación deben prestar cobertura a las mismas. Aunque hay comicios que ocurren sin ningún altercado o “anomalía”, por llamarlo de alguna manera, hay otros que si dejan huella y se vuelven importantes a la hora de estudiar el papel de los medios de comunicación.

En el trabajo “Prensa y Elecciones” (2004) se recogen distintos ensayos que relatan experiencias relevantes a nivel de cobertura mediática de las elecciones en América Latina. Ronderos (2004) cita el caso de las elecciones en Colombia en los años 2002 y 2003. En este período dicho país fue sometido a numerosos procesos comiciales, que van desde la elección del presidente de la República hasta alcaldes y autoridades locales. Ronderos (2004), pag. 17, explica que las elecciones presidenciales de 2002, en las que se va a poner énfasis por ser el mismo objeto de estudio del presente trabajo, estuvieron marcadas por la ruptura entre el Presidente saliente Andrés Pastrana y la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), los medios se encargaron de reforzar la idea de que el gobierno había concedido demasiado espacio a las guerrillas –según la citada autora-, y que éstas estaban aprovechando esa administración para fortalecerse y arremeter contra la sociedad.

Según Ronderos (2004), fue esa percepción (que a pesar de ser real, escondía parte de la verdad) lo que definió la elección de Álvaro Uribe como Presidente, quien surgió con una ventaja mínima pero terminó ganando la primera vuelta con 49,3%, por su parte el otro candidato, Horacio Serpa perdió popularidad y votantes por la opinión reforzada de los medios de “pacifista bobalicón”.

Ricardo Uceda (2004), resalta el caso electoral en Perú, país en el cual considera que en las últimas seis elecciones la información proporcionada por la prensa ha sido “inequitativa y distorsionada” (pag. 27). En el año 1990, el escritor Mario Vargas Llosa se postuló a la presidencia, apoyado por empresarios y dirigentes de los dos partidos tradicionales, parecía la alternativa salvadora. Las encuestas lo auguraban ganador, y los medios apoyaron y reforzaron esa visión. Todos los medios, en mayor o menor medida, le demostraban su apoyo incondicional. Sin embargo, a los medios se les olvidó transmitir lo

que en realidad quería el electorado, y en este caso era alejarse de los partidos nacionales, por lo cual Vargas Llosa fue derrotado por Alan García.

En Argentina, según Zunino (2004), el momento que dividió la relación medios-política en antes y después fue el asesinato del reportero gráfico, José Luis Cabezas, en 1997, que era miembro de una revista que estaba investigando la “mafia del correo”, un controvertido caso al cual el candidato opositor había brindado su apoyo. Antes de este crimen, las relaciones entre estos dos elementos de la vida en sociedad tampoco eran muy amistosas, el Presidente Carlos Menem desde su llegada al poder había privatizado los canales de televisión del Estado y los había invadido con sus reiteradas apariciones deportivas y faranduleras, incluso la relación entre el primer mandatario era tan conflictiva que él reconocía públicamente que los medios eran sus principales adversarios. Después del asesinato del reportero gráfico, al calor encendido por la amplia cobertura mediática –como menciona Zunino (2004) en la pag. 49 de su trabajo- maduró el embrión de la fuerza que derrotaría al Menenismo –el autor llama así al gobierno de Menem, que ya había sido reelecto y quería continuar en el poder.

Entre los gobernantes que han intentado silenciar a los medios de comunicación se encuentra el expresidente mexicano Vicente Fox, quien al llegar al poder en el año 2000 apostó a cambiar las relaciones medio gobierno por lo que decidió, explica Cortés (2004), “cortar el tubo de alimentación principal de la prensa: la publicidad oficial” (pag. 110). En México, la publicidad privada representa un porcentaje mucho menor que la pagada por el gobierno, Fox decidió eliminar la mayoría y dosificarla en radio, televisión y en cuatro de los 32 diarios existentes –para ese entonces- en el la capital de la República. Al cabo de tres años de mandato y de aplicada la medida, la prensa no desaparecía, al contrario surgían más, y como en detrimento de que el gobierno le hubiese quitado sus principal sustento los medios excluidos no publicaban nada positivo acerca del presidente, por lo cual se vio obligado a reanudar la publicidad oficial.

Sin embargo, hay otros políticos que en lugar de inmiscuirse en una guerra interminable con los medios, buscan tenerlos de amigos. Cortés (2004) pag. 108, menciona el caso de Andrés Lopez Obrador, gobernador del Distrito Federal Mexicano –para el momento en que fue publicado este estudio-, quien se valía de realizar acciones que favorecieran a los medios y a sus dueños para así librarse de las críticas, tal como ocurrió

con Televisa, la televisora más poderosa de habla hispana, a la cual López Obrador le permitió inaugurar un distribuidor vial para un maratón internacional que realizaba el canal cada año, y a cambio Televisa nunca criticó la gestión del gobernador, sólo un medio en el D.F. lo criticaba y a cambio se ganó el desprecio político de la fuente.

2.- Perfil de los diarios El Nacional y el Diario Vea

2.a.- El Nacional:

- Lugar de sede: Caracas.
- Periodicidad: Diaria.
- Contexto político de su aparición: nace en el año de 1943 durante el mandato del presidente Isaías Medina Angarita. Es un período de transición luego del gobierno autoritario de López López Conteras y la democracia que se iniciará dos años después con el Trienio Adeco.
- Nombres asociados al medio: Miguel Otero Silva, su principal fundador.
- Difusión: Nivel nacional.
- Precio: En el 2006 al momento de la campaña: 1.000 bolívares de lunes a sábado y Bs. 1.500 los domingos. Actualmente, en 2007: 1.300 bolívares de lunes a sábado y los domingos 2.000 bolívares.
- Formato: Estandar, pero a mediados de 2007 la empresa realizó un cambio de imagen colocando algunas secciones como Espectáculos a formato tabloide.
- Columnas por página: Seis.
- Características distintivas: Fue censurado entre los últimos días de la dictadura de Marcos Pérez Jiménez, recibió un boicot económico por la Embajada Norteamericana y las agencias de publicidad por demostrar simpatía por Cuba. Uno de los periódicos con más lectoría en Venezuela.
- Política Editorial: En el Manual de Estilo del Diario El Nacional (2004) se establece la siguiente política editorial para este medio establece lo siguiente:
 - ❖ El Nacional observará en todo momento una línea editorial democrática, objetiva e independiente.

- ❖ Los reporteros y corresponsales de El nacional se limitarán a informar, se abstendrán de comentar las noticias y mantendrán el principio de callar antes que deformar, pues el norte de su hacer es la verdad.
- ❖ En El Nacional las informaciones sobre conflictos laborales expresarán objetivamente las opiniones tanto de los patronos como de los obreros, siempre que no contengan principios injuriosos contra la otra parte.
- ❖ En EL Nacional las informaciones relativas a sesiones y actividades de los cuerpos legislativos se darán con toda objetividad y reflejarán las intervenciones de las distintas tendencias representadas en esos organismos.
- ❖ La actitud u orientación de El Nacional no será de forma alguna oficialista, como tampoco de oposición sistemática.
- ❖ El Nacional no se pronunciará a favor de ningún candidato a la Presidencia de la República ni favorecerá ninguna plancha para cuerpos legislativos. Informará equitativamente sobre las actividades y campañas de propaganda de todos los candidatos.
- ❖ El Nacional resistirá toda suerte de presiones sociales, religiosas, políticas, económicas y sindicales, entre otras.

2.b.- Diario Vea:

- Lugar de sede: Caracas.
- Periodicidad: Diaria.
- Contexto político de su aparición: nace con el gobierno del presidente Hugo Chávez y surge como respuesta a los medios privados opositores y para servir de portavoz al gobierno.
- Nombres asociados al medio: Guillermo García Ponce, director.
- Difusión: Nivel nacional.
- Precio: En 2006 al momento de la campaña: 700 bolívares todos los días, actualmente en 2007:
- Formato: Tabloide.
- Columnas por página: Varían entre 4 y 6.

- Característica distintivas: Apoya al presidente Chávez, de ideología de izquierda y es el periódico de más circulación entre los lectores adeptos al gobierno.

3.c. Hugo Chávez y su relación con el Diario Vea y El Nacional

Las relaciones del Presidente de la República con cada uno de estos medios son totalmente distintas entre sí. El Diario Vea nació con el gobierno y por el gobierno, el primer mandatario demuestra mucho agrado hacia al mismo y siempre está reconociendo su labor.

Por otro lado, su relación con El Nacional ha sido muy antagónica, critica su labor periodística calificándola de parcializada, y a sus dueños. En reiteradas ocasiones el Nacional ha sido víctima del ataque verbal de Chávez, comenta Antonio, quien se desempeñó como Jefe de la sección Política desde el 2002 hasta el primer trimestre de 2005, comentarios ofensivos que van desde el editor (Miguel Henrique Otero) hasta periodistas, como ejemplo cita a Pedro León Zapata, a quien Chávez en su programa dominical “Aló Presidente” le dijo: “Zapata ¿quién te paga?. Para el primer mandatario El Nacional es un diario “escuálido”.

3.- Situación Actual de Venezuela

3.a.- Polarización Política.

Las sociedades experimentan cambios, Venezuela no se escapa de esta realidad, antes era una sociedad que poco entendí y se inmiscuía en la política, que ni siquiera ejercía su derecho al voto, de hecho los índices de abstención en el país que casi siempre han sobrepasado al 30% de la población votante. Tulio Hernández (2005) explica que desde el 27 de febrero de 1989, cuando ocurrió el Caracazo, que fue la más violenta protesta y costosa en vidas humanas ocurridas en Latinoamérica por reformas monetarias, hasta el presente, Venezuela ha vivido un violento proceso de desajuste social, cuya consecuencia más visible ha sido el surgimiento y consolidación de un fenómeno de polarización política que divide al país en bloques aparentemente irreconciliables, dificultando la convivencia social.

Este fenómeno se ha visto incrementado desde la llegada de Hugo Chávez al poder en 1998, los bandos que lo defienden y que se oponen a él parecen estar totalmente en desacuerdo y eliminan la posibilidad de llegar a un consenso. Así se demostró en el referéndum revocatorio de 2004.

Hernández (2005), pag. 127, asegura que en Venezuela se vive un intenso proceso de cambio social y una transición política cuya intensidad marca el fin de una época, que fue influenciada por cinco factores: la fractura y cuestionamiento de los imaginarios políticos y sociales, el colapso abrupto del sistema de partidos sobre el cual fue edificado el sistema democrático, la emergencia de un nuevo grupo de actores llamados los “chavistas”, un proceso de confrontación y polarización política con visos de ingobernabilidad signado por una inmensa movilización de masas, brotes de violencia y prácticas antidemocráticas y sobre todo el aplastamiento y la derrota política en el referéndum revocatorio de 2004 de los diversos sectores de oposición luego de los fallidos intentos de interrumpir el mandato del presidente Chávez.

En síntesis, continúa Hernández, la polarización política puede verse como el resultado de la existencia de un *clivaje simbólico*, término acuñado por John Magdaleno, generado por la emergencia del discurso “chavista” cuya consecuencia ha sido la división de opiniones y actitudes políticas del venezolano enfrentando dos visiones del poder, la democracia, el liderazgo, la participación, la justicia y la propia historia patria a través de dos movimientos. Uno el conducido por el liderazgo mesiánico del presidente Chávez, destinado a la construcción de una nueva ideología política, incluso de una nueva ideología que sustituya y entierre para siempre la que sirvió de base al pasado democrático venezolano. Y el otro, hecho de retazos, fragmentos, construcciones mediáticas, ideas modernas e ilustradas que le sirve hasta ahora a las variadas opciones de la oposición que oscilan desde discursos de ultraderecha furiosamente opuestos al cambio hasta formas más contemporáneas de comprensión de la democracia en su sentido menos de autonomía de poderes, respecto a las minorías, transparencia administrativa, liderazgo no personal pero con altas responsabilidades en sustos de equidad, justicia social y necesidad de reconocimiento y participación de los sectores excluidos. Las fuerzas opositoras consiguieron quien las representara en Manuel Rosales, Gobernador del Zulia y candidato a

la presidencia del 2006, y en él vieron a un líder en torno a quien la oposición que estaba tan dispersa pudiera unirse.

3.b.- Mandato de Hugo Chávez

El Teniente Coronel Hugo Rafael Chávez Frías llegó a la Presidencia de la República de Venezuela tras obtener la victoria en el año 1.998, su principal opositor entonces fue Henrique Salas Römer. Triunfó con un porcentaje representativo de la población y con la promesa de una nueva constitución y actuar al contrario que los partidos que gobernaron hasta entonces, Acción Democrática y COPEI. Se dice inclusive, que Hugo Chávez llegó al poder por los votos castigo de los ciudadanos contra esos partidos.

Hugo Chávez comandó un fallido golpe de estado contra el Presidente Carlos Andrés Pérez, el día 4 de febrero de 1992, fue encarcelado y posteriormente indultado por el entonces Primer Mandatario el Dr. Rafael Caldera.

Chávez, al llegar al asiento presidencial, convoca a una Asamblea Constituyente para crear una nueva constitución que supla a la Carta Magna de 1961, que era la que estaba vigente, ésta se reúne y produce la nueva Constitución, en la cual hay diversos cambios, entre ellos el cambio del nombre del país, que a partir de ese momento empezó a llamarse República Bolivariana de Venezuela, la extensión del período presidencial a 6 (seis) años y la posibilidad de la reelección.

Hugo Chávez enfrenta conflictos con los medios de comunicación privados y adjudica su falta de información o sesgo en la misma, eso motiva que lance al aire su programa televisivo dominical “Aló, Presidente”. (Este punto se tratará con más extensión en un punto posterior)

Su Gobierno está lleno de movilizaciones de calle, tanto a su favor como de la oposición, y de muchos conflictos.

El día 11 de abril de 2002 se produjo un intento de golpe de estado al Gobierno de Chávez, dirigido por Pedro Carmona Estanga, quien en ese momento se desempeñaba como Presidente de Fedecámaras. La intentona logró que el Presidente saliera del gobierno y fue llevado a la isla “La Orchila” donde era custodiado por militares. Mientras tanto la Junta Transitoria de Gobierno, encabezada por Carmona, se instalaba en el poder y produjo su

primer decreto, el cual suprimía la Constitución Bolivariana del 2000, los poderes públicos y a sus dirigentes y proclamaba a Pedro Carmona Presidente Provisional.

En medio de un total caos, sectores de la Fuerza Armada Nacional le retiraron apoyo a Carmona exigiendo su salida del poder provocando que el 14 de abril Chávez regresara a Miraflores, al parecer nunca había renunciado como se hizo pensar. Carmona, y los principales militares y civiles involucrados se fueron del país y pidieron asilo en otros países.

En diciembre de ese mismo año se produjo un paro general, al cual se unió la empresa petrolera del Estado PDVSA, dicho paro duró desde el 2 de diciembre hasta febrero de 2003, y tenía como objetivo exigir la renuncia del primer mandatario o, en su defecto, la realización de un referéndum revocatorio.

En 2004, el 15 de agosto se realizó el referéndum revocatorio, a solicitud de la mayoría de la población votante, contra el Presidente Chávez. Los resultados fueron favorables para el sector oficialista, alzándose con un 59,09% de los votos y permaneciendo en el poder.

A partir de esa fecha surgió la polémica “Lista de Tascón” , realizada por el diputado del MVR Luis Tascón y que estaba formada por aquellos que habían firmado para obtener un referéndum y fue utilizada por diversos organismos del Estado para decir que esas personas estaban contra Chávez.

El Presidente Chávez además ha tenido un muy comentado desempeño en cuanto a política exterior se refiere. Se caracteriza por su “desprecio” hacia la política estadounidense y a su Presidente George Bush, y una admiración por su homólogo cubano Fidel Castro. Ha sido criticado internacionalmente por “interferir en política interna de otros países” por apoyar a un candidato determinado en los procesos comiciales.

Además el Presidente realiza muchas actividades controvertidas como los muy poco usuales intercambios petroleros, la visita a países conflictivos como Irak, Rusia, Bielorrusia e Irán, además apoyó al Líbano en el conflicto que esta nación tiene con Israel, luchó sin descansar por un puesto no permanente en el Consejo de Seguridad de la ONU, que no logró, y busca la integración latinoamericana.

En materia económica el gobierno de Chávez ha registrado los precio más altos del barril de petróleo, que para cierre del 2006 estarán a más de 60 dólares por unidad, sin

embargo en el país se mantiene un control de precios que ubica la divisa estadounidense a Bs. 2.150 por dólar, y la inflación al cierre de este año se aproxima que será la más alta de Latinoamérica, cerrando aproximadamente en 15%.

Por otra parte retiró a Venezuela de la Comunidad Andina de Naciones, perdiendo todos los privilegios que estar en ella traían, y la unió al Mercado del Sur (MERCOSUR) junto con Argentina y Brasil.

Socialmente ha sido un período de muchos enfrentamientos ideológicos debido a la tendencia política y de muchas tensiones.

3.c.-Hugo Chávez y los medios de comunicación social

La relación de Hugo Chávez con los medios viene desde que la intentona golpista que lideró el 4 de febrero en 1992, al rendirse tuvo a su favor, según un ensayo publicado en la Revista Chasqui titulado: “Politización de los medios y mediación de la política” escrito por Linares (2006) , una aparición de 35 segundos en la televisión nacional que tres años le redituó el convertirse en el presidente de Venezuela, con el 59,8 por ciento de los votos. A partir de ese momento, Hugo Chávez Frías se convirtió en un político mediático. Luego de ese hecho, sigue el mismo ensayo:

“La mayoría de los medios de comunicación de masas privados unieron sus fuerzas junto con los empresarios, en 1998, para impulsar el liderazgo de Hugo Chávez Frías como una figura de cambio, pero al cabo de tres años, cuando los intereses políticos y económicos cambiaron para ambos lados, fueron los mismos medios quienes, el 11 de abril de 2002, favorecieron el derrocamiento del Presidente por 48 horas y el desgaste político del gobierno. En su ascensión al poder fueron los medios, tanto públicos como privados, los que le dieron todo el apoyo necesario para proyectar la imagen de cambio y revolución que promovía en su discurso político”

Los principales aliados de Chávez eran José Vicente Rangel, reconocido por su programa televisivo de Televen, José Vicente Hoy, programa de política, y

Alfredo Peña, conductor de los Peñonazos de Peña y exdirector de El Nacional. Dos periodistas de larga trayectoria y poseedores de gran credibilidad por parte de la población.

Tal como señala Cañizalez (2006) en la revista editada por el Centro Gumilla SIC, con sólo una sola mirada a la agenda informativa y política de los últimos años, se puede evidenciar que ha sido el presidente Chávez quien de forma consiente coloca los temas, y quienes se le oponen terminan hablando y respondiéndolo que éste desea colocar en discusión.

Sin embargo, las fricciones comenzaron a generarse entre Hugo Chávez y esos medios que lo habían llevado al poder, el Presidente comenzó a generar su propia matriz de opinión, según Linares (2006), y comenzó a utilizar a los medios como plataforma para ello. Cuando comenzaron las divergencias informativas e interpretativas, los medios fueron blanco de las más duras críticas por parte del mandatario, que incluso llegó a calificarlos de “basura”. Alfredo Peña fue uno de los primeros en discrepar con Chávez, para seguidamente formar parte de la bancada opositora.

La politización de los medios, con este régimen, se inició con reiteradas cadenas gubernamentales, de cinco a 15 minutos, para informar sobre las acciones del Ejecutivo Nacional. Luego se lanzó el programa dominical Aló Presidente transmitido por el canal estatal, Venezolana de Televisión (VTV) y Radio Nacional de Venezuela (RNV) conducidos ambos por Chávez desde cualquier lugar del mundo y en su mayoría con invitados de su gabinete ministerial. Luego, por la vía parlamentaria, se aprobó la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (conocida como Ley Mordaza) que altera toda la programación audiovisual y radial venezolana, para transmitir cada 20 minutos un mensaje oficialista, sobre educación, salud, vivienda, sociedad u otros temas de interés social.

4.- Elecciones y resultados

4.a.- Candidaturas para las elecciones

Para las elecciones presidenciales de diciembre de 2006, se postularon 21 candidatos, sin embargo, conforme fue transcurriendo la campaña electoral se retiraron 7, que eran: Benjamín Rausseo (PIEDRA), Brígida García (Juan Bimba), Jesús Caldera (NAPO), Ángel Soteldo (MIVENEZ), Abaddes Álvarez (U.N.I.D.O.S.), Enoes Sánchez (FAI), José Chávez (P.A.S.R.) y Lourdes Santander (AMAOS). Aunque algunos al abandonar su candidatura ofrecieron su apoyo a otro candidato, no serán tomados en cuenta al colocar los partidos de los restantes porque en el tarjetón quedaron inutilizados esos partidos.

Estos eran los candidatos que se disputaron la Presidencia de la República el 3 de diciembre de 2006:

- Hugo Chávez Frías. Candidato por los partidos: MVR , PPT, MEP, Podemos, PCV, MCM, Unión, UPV, Tupamaro, MDD, CRV, IPC, REDES, Poder Laboral, LS, O.N.D.A., UPC, Clase Media, MNI, MCGN, PROVEN, FACOBA, Gente Emergente y MIGATO.
- Manuel Rosales: Candidato por los partidos: Un Nuevo Tiempo, Un Solo Pueblo, COPEI, Solución, Causa R, MR, Primero Justicia, Solidaridad, NED, Por Querer a la Ciudad, Democracia Renovadora, Encuentro Nacional, Polo Democrático, MAS, Fuerza Popular, Unidad, Convergencia, EL, Venezuela de Primera, Constructores de un País, I.N.C.E.F., U.R.D., Renace, A.A., Pensamiento Nacional, Izquierda Democrática, Visión Venezuela, FG, Fuerza Liberal, Independientes por Venezuela, Venezuela Somos Todos, Bandera Roja, ML, SI, Visión Emergente, La Llama de Venezuela, PPI, AME, y Apertura.
- Luis Reyes: Por el partido JOVEN.
- Alejandro Suárez: por el partido MSN.
- Yudith Salazar: Candidata por el partido HP.
- Carmelo Romano Pérez: Por el partido MLPU.
- Venezuela Da Silva: Por el partido NOS.
- Isbelia León: por el partido IFP.
- Ángel Irigoyen: Por el partido RC.
- Homer Rodríguez: Por el partido Por Querer a Venezuela.

- José Tineo: Por el partido VTM.
- Carolina Contreras: Iniciativa Propia.
- Pedro Aranguren: Conciencia.
- Eudes Vera: Iniciativa Propia.

Estas elecciones son las primeras, desde que se instauró la democracia en Venezuela, en las que no participó el Partido Acción Democrática (AD).

4.b.- Campaña Electoral

La campaña electoral para las elecciones presidenciales de 2006 dio inicio el día 2 de agosto de 2006 y finalizó el 29 de noviembre del mismo año a la medianoche.

Este tiempo se distinguió por la realización de muchas movilizaciones de calle por parte de los dos principales candidatos: Hugo Chávez y Manuel Rosales, quienes nombraron a cada marcha que realizaban las Mareas Rojas y las Avalanchas, respectivamente.

Los miembros de mesa que ejercerían su labor el día 3 de diciembre fueron escogidos mediante un concurso realizado con la base de datos del ente electoral.

La propaganda en prensa, radio y televisión fue controlada mediante la resolución N° 060731-586, dictada el 31 de julio de 2006 por el CNE, que posee 41 artículos, entre los cuales se establece que las multas por incurrir en este tipo de delitos oscilarían entre 300 y 2.000 unidades tributarias, e incluye no solo a los partidos políticos en contienda sino que pueden ser penalizados los medios de comunicación.

Las violaciones contra estas normas. Es decir los llamados “delitos electorales” fueron competencia del CNE ó del Tribunal Supremo de Justicia (TSJ), dependiendo del caso.

Esta campaña estuvo rodeada por una serie de rumores y presuntos incumplimientos de la norma sobre propaganda por parte de funcionarios públicos a favor del candidato oficialista, sin embargo a la fecha no ha sido comprobado. Inclusive se interpuso una denuncia contra el Ministro de Energía y Petróleo y Presidente de PDVSA, Rafael Ramírez por involucrar a su persona y a la empresa petrolera a favor del candidato Chávez y además insinuar que se castigaría a los que tuvieran otra posición, sin embargo el TSJ no lo consideró un delito.

Según la revista Producto (2006), Chávez había utilizado un 700% de tiempo en televisión del que le permitía la ley y además su presencia en la televisora gubernamental

VTV, aventajaba a los demás candidatos en 94,5%, teniendo en este mismo medio Manuel Rosales 5,4% de presencia. Producto continúa diciendo que por cada 21 segundos de propaganda de Chávez, su más fuerte contendiente Rosales poseía un segundo.

Los candidatos más fuertes, de mayor presencia y popularidad en la población fueron Hugo Chávez y Manuel Rosales, el primero buscando la reelección basando su discurso en lograr una reforma constitucional y en el llamado “Socialismo del Siglo XXI” y el otro optando por un cambio de gobierno e ideología.

Sin embargo también tuvo mucha cobertura la candidatura de Benjamín Rausseo, quizás por su figura de famoso comediante, que como dice Producto (2006) le fue difícil hacer que tomaran en serio sus intenciones presidenciales, entre otras razones, por carecer de recursos. Sin embargo, fuentes del comando de campaña declararon a la citada publicación que en el canal televisivo Venevisión (4), lugar donde Rausseo había firmado varios contratos a lo largo de su trayectoria, tenían prohibido hablar sobre su candidatura. También contó con presencia mediática el candidato Jesús Caldera del partido NAPO con una publicidad basada en el mensaje de no dejar que le vieran cara de bolsa a los venezolanos.

5.c.- Día de las Elecciones y Resultados

El 3 de diciembre los venezolanos acudieron a las urnas electorales. La jornada se desarrolló de manera normal y con la presencia de muchos electores, a pesar de eso el CNE no consideró necesaria una prórroga en la hora de cierre de las mesas, y a las 4 (cuatro) de la tarde, si no había electores en cola, podían cerrar. La tranquilidad fue perturbada en el momento de cierre ya que se reportaron casos en que las mesas no cerraban a pesar de no haber ciudadanos que quisieran ejercer su derecho al voto presentes, otros centros electorales a los cuales llegaron autobuses luego de la hora de cierre, algunos en donde no dejaban pasar a los ciudadanos a ver la auditoría, entre otros, sin embargo la jornada se desarrolló de manera tranquila, cívica y no presentó problemas serios.

La votación fue realizada electrónicamente a través de las máquinas Smarmatic, en las cuales el elector escogía al candidato de su preferencia y depositaba un comprobante de votación en una caja. Posteriormente, los resultados se transmitían vía telefónica a la Sala de Totalización del Consejo Nacional Electoral y finalmente se realizaba una auditoría, en

la cual se elegían al azar determinadas cajas de comprobantes de votación y se comparaban los votos existentes en la memoria de la máquina de esa mesa electoral, asegurándose de que en todos los centros electorales se auditaran más de la mitad del número de mesas existentes.

El 5 de diciembre el CNE publicó los resultados totales, con un total de 95,24% (31.464 actas escrutadas) de los votos, que quedaron de la siguiente forma:

- Hugo Chávez: 62,89% (7.161.637 votos)
- Manuel Rosales: 36,85 % (4.196.329 votos)
- Luis Reyes: 0,04% (4.723 votos)
- Venezuela Da Silva: 0,03% (3.895 votos)
- Carmelo Romano Pérez: 0,03% (3.660 votos)
- Alejandro Suárez: 0,02 (2.913 votos)
- Eudes Vera: 0,02% (2.773 votos)
- Carolina Contreras: 0,01% (2.127 votos)
- Pedro Aranguren: 0,01% (2.026 votos)
- José Tineo: 0,01% (1.459 votos)
- Yudith Salazar: 0,01% (1.330 votos)
- Ángel Yrigoyen: 0,01% (1.283 votos)
- Homer Rodríguez: 0% (1.099 votos)
- Isbelia León: 0% (775 votos)
- Votos Nulos: 1,35% (156.812 votos)

La abstención, por su parte, fue la más baja registrada en la historia de Venezuela, con un porcentaje de 25,12% (3.874.286 votantes).

Marco Metodológico

1.- Objetivo General del Trabajo:

Determinar el tipo de diferencia que existe en la manera de presentar la información política referente a las elecciones presidenciales venezolanas del mes de Diciembre de 2006 por parte del Diario Vea y El Nacional.

2.- Objetivos Específicos:

Este Trabajo pretende además cumplir los siguientes objetivos secundarios:

- ❖ Determinar la estructura básica de ambas publicaciones.
- ❖ Conocer las políticas editoriales en que se sustentan ambos medios de comunicación impresos.
- ❖ Determinar las tendencias políticas que rigen a ambas publicaciones.
- ❖ Determinar si la política editorial o la tendencia política influyen en la presentación de la información (política informativa).
- ❖ Determinar si el uso de caricaturas, comics y manchetas es determinante en la expresión de la opinión del medio.
- ❖ Determinar si la caricatura es totalmente dedicada a mostrar la tendencia del medio y si determina una clara diferencia informativa.
- ❖ Determinar si el rechazo / agrado del sector oficial hacia cada uno de ambos medios es correspondido por la publicación.

3.- Tipo de Investigación: Según la división de Dankhe (Sampieri & Fernández & Baptista, 2001) el tipo de investigación que regirá este estudio será descriptiva, ya que busca especificar las propiedades importantes de la información política en el Diario Vea y El Nacional contando con el momento histórico de las elecciones presidenciales venezolanas de diciembre de 2006. Se considera descriptiva porque mide o evalúa diferentes aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar (mediante el análisis morfológico y de contenido). En este estudio se seleccionará una serie de cuestiones y se medirán independientemente, para luego integrar dichas mediciones para llegar al objetivo, sin

embargo no se busca una relación entre ambas variables (morfológicas y sociales) sino que permiten integradas conocer la diferencia informativa presente en ambos medios. El estudio se centrará en medir con la mayor precisión posible. Además este estudio permite la posibilidad de realizar predicciones, aunque sean rudimentarias.

4.- Diseño de la Investigación: : El diseño de la investigación utilizado en este estudio acorde con la clasificación presentada en el texto de Sampieri, Fernández y Baptista, será No Experimental ya que se realizará sin manipular deliberadamente ninguna variable, sino que se observará un fenómeno ya existente tal y como se da en su contexto natural, los ejemplares de periódico en este caso, para luego someterlos a un análisis. No se construirá ninguna situación sino que se observará una situación ya existente y no provocada por el investigador. De los tipos de estudios no experimentales, este proyecto será transeccional o transversal, es decir, se dedicará a estudiar un fenómeno en un momento dado o tiempo único. Tiene como propósito describir variables y analizarlas en determinado momento.

5.- Modalidad del Trabajo de Grado: Este proyecto seguirá una modalidad de investigaciones descriptivas (Modalidad VII), ya que este trabajo estará basado en el análisis morfológico y de contenido de los Diarios *Vea* y *El Nacional*.

6.- Metodología Utilizada: Para la realización efectiva de este Trabajo de Grado se emplearon tres tipos de análisis: Documental, Morfológico y De Contenido. Además del proceso de entrevistas.

Análisis Documental: El análisis documental incluye la búsqueda y selección de diversos textos, documentos o fuentes electrónicas concernientes con el tema del Trabajo de Grado. Se dividió en tres etapas:

- ❖ Arqueo: Se realizó una búsqueda y fotocopiado de todos los libros que trataran el tema de Comunicación Política, Prensa y Elecciones y Distorsión Informativa y Metodología de la Investigación, incluyendo Trabajos de Grado anteriores que pudieran servir para el desarrollo del presente trabajo.

Se acudió a la Biblioteca Nacional, el Centro Gumilla, el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB), a la

Biblioteca General del mismo recinto universitario, al diario El Nacional y al Consejo Nacional Electoral. También se consultaron los sitios electrónicos pertenecientes al CNE, el portal Recom, al diario El Nacional, el Diario Vea, el Banco Central de Venezuela (para obtener cifras económicas) y de la Revista Chasqui dedicada a los estudios de comunicación. Algunos textos fueron facilitados por el tutor de este Trabajo, Andrés Cañizalez.

- ❖ Selección: Debido a que se encontró una gran cantidad de información, se comenzó el proceso de selección en base a las siguientes variables: actualidad, pertinencia de la información, relevancia de los autores, textos sobre campañas electorales y coberturas mediáticas, información acerca de la campaña electoral presidencial venezolana 2006.
- ❖ Percepción: La información seleccionada fue interpretada y estructurada de manera que diera coherencia a los puntos que se desean abarcar en este Trabajo, alguna se parafraseó y otra se dejó textualmente como lo decía originalmente, según el grado de importancia. Además, la información que no fue seleccionada para la conformación del trabajo final sirvió de referencia e inclusive para crear un ámbito en el autor que amplió sus horizontes y la manera de entender y comprender el tema tratado.

Entrevistas: Además de la información escrita que se encontró y utilizó había inquietudes y dudas acerca de los medios impresos motivo de estudio que eran necesarios para la elaboración de la ficha técnica que se encuentra en el capítulo anterior. SE realizaron 3 entrevistas fundamentales:

- Antonio Fernández. Jefe de la sección Política de El Nacional desde el año 2002 hasta el 2005.
- Miguel Henrique Otero: presidente-editor de El Nacional.
- Niurka Quintero: Coordinadora de Redacción del Diario Vea.

Análisis Morfológico: Es el tipo de análisis que estudia la forma del periódico a través de la revisión y medición de los elementos estructurados, está compuesto por: Cuerpos, páginas, superficies, títulos, gráficos, fotografías, color, entre otros aspectos.

Existen 3 tipos de Superficies según Kayser (1979):

- Administrativa: Es el espacio dedicado a los datos de identificación del periódico tales como nombre, fecha y sección.
- Publicitaria: Es aquel espacio dedicada a anuncios publicitarios que no será tomada en cuenta en este estudio ya que se limita únicamente a la parte redaccional.
- Redaccional: Es el espacio ocupado por todos los géneros periodísticos.

El Análisis Morfológico luego de obtener los porcentajes correspondientes en cuanto a tamaño y ocupación se refiere, se encarga de dividir las piezas redaccionales según los géneros periodísticos, la ubicación geográfica de los mismos, según su origen, las fuentes consultadas, enfoque periodístico y frecuencia e intermediación del tema de la campaña electoral en la superficie redaccional.

El Análisis Morfológico se dedica a determinar las categorías periodísticas propias del estudio.

Análisis de Contenido: El Análisis de Contenido es definido por Bardin (s.f) “es un conjunto de análisis de comunicaciones” (pag. 23), el cual es usado por diversas disciplinas para la investigación. Es un conjunto de instrumentos metodológicos cada vez más perfectos que es aplicado a discursos (contenidos) extremadamente diversificados. Continuando con Bardin (s.f) el análisis de contenidos puede ser aplicado a cualquier comunicación cualquiera sea soporte, sin embargo debe cumplir con dos funciones: La heurística (que se encarga de enriquecer la vacilación exploratoria) y la de administración de la prueba (se utiliza para confirmar o negar ciertas directrices). La diferencia entre ambas funciones es que la primera es el análisis de contenido “para ver” y la segunda es “para probar”.

Según Kayser (1979), el análisis de contenido debe contener los elementos que dan la personalidad a un periódico. Es el expediente de identidad del medio y consta de sus datos básicos, tales como nombre, propietario, historia, tiraje, número de páginas habituales, año de fundación, etc. En el caso particular de este Trabajo de Grado, ya éste se realizó en el marco teórico y ocupa un capítulo del mismo.

El análisis de contenido estará enfocado en determinar los actores, las causas, las consecuencias, el contexto y el área temática que predomina en las unidades redaccionales.

El análisis de contenido se dedica a determinar las categorías sociales que se encuentran en los diarios y unidades redaccionales seleccionadas.

7.- Géneros Periodísticos:

Para definir los géneros periodísticos en los que se clasificaran las unidades redaccionales se utilizará la clasificación hecha por Dragnic (1994) en el Diccionario de la Comunicación Social, que los divide en géneros informativos y de opinión.

❖ Géneros Informativos: son todas aquellas formas del texto periodístico destinadas a transmitir información, desde una simple noticia hasta la elaboración de las formas más extensas. Son:

- La Noticia: Es una de las formas periodísticas mediante la cual se transmite la versión de un hecho, se ocupa casi en forma exclusiva de lo fáctico. Se utiliza para dar a conocer aquellos hechos noticiosos o novedosos.
- La Entrevista: Es un sinónimo de diálogo utilizado como método indagatorio. La entrevista genera cerca del 80% de las informaciones que se publican. El género entrevista establece una relación entre el entrevistado y el entrevistador dialogal y que se reproduce en el soporte. Existen varios tipos: Entrevista de noticia (se busca el hecho noticioso, lo desconocido), de opinión (importan los puntos de vista del entrevistado) y la de personalidad (que es de mayor elaboración y trata de ofrecer una imagen integral de una persona que tiene celebridad o prominencia).
- La Encuesta: Tiene como objeto reflejar la opinión de un grupo de personas acerca de cierto hecho. Sirve para reflejar, con alguna aproximación, el estado de opinión de la población.
- La Reseña: Tiene por fin proporcionar al lector la versión sobre el desarrollo de un acontecimiento importante. Se utiliza en casi todas las especificaciones periodísticas. Puede ser de dos tipos: la reseña sobre un acontecimiento donde el elemento “qué” tiene preeminencia y predomina la narración; o la reseña sobre sucesos donde lo más importante es el “cómo” donde predomina la descripción.

- El Reportaje: En él se procura presentar todos los aspectos importantes de un acontecimiento significativo. Es el más extenso y completo de los géneros periodísticos. Para su elaboración se precisa disponer de múltiples fuentes, documentales y vivas, y de un plan de trabajo que permita al periodista la cobertura exhaustiva de los diferentes aspectos del tema escogido. Puede ser informativo e interpretativo, los cuales se diferencian únicamente por el tratamiento dado a la información.
- ❖ Géneros de Opinión: Son todas aquellas formas destinadas a transmitir juicios de valor, criterios, apreciaciones, evaluaciones, críticas o elogios como manifestación personal del autor, a través de diferentes formas expresivas desarrolladas en el periodismo. Son:
 - El Cómic: son tiras cómicas, comiquitas, historietas o muñequitos. Consiste en una serie de viñetas mediante las cuales se narra una historia seriada en torno a los mismos personajes que se sitúan en circunstancias apropiadas.
 - La Caricatura: Es un dibujo que, mediante trazos exagerados, destaca ciertos rasgos o características de una persona, acontecimiento, cosa o animal. Tiene siempre una intención humorística y a menudo trata de transmitir alguna crítica.
 - El Editorial: Es el género de opinión por excelencia. Es el género en el cual el medio de comunicación social fija sus posiciones sobre acontecimientos importantes de actualidad. Por lo general, no lleva firma pues se identifica con la postura de la empresa periodística.
 - El Artículo: Es el más común del género de opinión. Es de amplia variedad en cuanto al contenido y al estilo. Lo que importa es el sello personal del autor. Es indispensable que mantenga una vinculación muy estrecha con la actualidad tanto en su contenido como en sus aspectos formales. Hay tantos tipos de artículos como de autores y temas.
 - El Comentario: Tiene una estructura bastante libre y expresa los puntos de vista del autor sobre algún tema en particular. Comentario son llamados las notas, explicaciones o anotaciones que acompañan al texto principal, y se diferencia de éste por su forma gráfica.

- La Crónica: Su principal característica es la amenidad de su estilo y capacidad descriptiva, al mismo tiempo que narra determinados hechos significativos para las intenciones del autor de manera cronológica. No es la simple versión de un hecho actual e interesante, en ella hay valoración, juicio, comentario, redacción e información.
- La Viñeta: En su origen era considerado una orla, decoración o ilustración, sin embargo en Venezuela ha pasado a ser un fotografía con contenido editorial que, acompañada de una breve frase, expresa crítica, sátira o denuncia.
- La Mancheta: Expresa en pocas palabras la posición editorial de un medio masivo. Se trata de una frase, generalmente concebida con mucho ingenio, que hace referencia al acontecimiento más trascendente de la actualidad y manifiesta a través de analogías o refranes determinada posición de un medio o bien trata de interpretar el sentir de la opinión pública. El primer diario en utilizarla en Venezuela fue El Nacional.

8.- Descripción de la Población y Muestra:

La población de la presente investigación son los ejemplares de los diarios *Vea* y *El Nacional* que fueron publicados en el período comprendido por la campaña electoral, es decir desde el 2 de agosto hasta el 29 de noviembre del año 2006, sumados a los ejemplares de los días 30 de noviembre, 01, 02, 03 y 04 de diciembre del mismo año, día en que se conocieron los resultados electorales. Lo que da un total de 250 ejemplares de periódico.

La muestra seleccionada es un mes y medio (45 días) de cada periódico, lo que representa aproximadamente un tercio de la población, y lo que da un total muestral de 90 ejemplares.

La muestra fue seleccionada al azar y está conformada por los siguientes días:

Agosto: 07, 10, 13, 23, 26, 27.

Septiembre: 03, 04, 08, 09, 14, 15, 16, 18, 21, 24, 25, 27, 28, 29.

Octubre: 02, 10, 14, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 25, 28, 30, 31.

Noviembre: 01, 02, 03, 07, 10, 17, 20, 23, 26, 27, 29.

Diciembre: 02.

SRRT: Superficie Redaccional Relativa al Tema.

SRR: Superficie Redaccional Restante.

SRT: Superficie Redaccional Total.

- Tabla 2. Fuentes. En esta tabla se registran las fuentes de la que provienen la información y las veces que se repiten.

Fecha	Página	URRT	Fuente	SIF

SIF: Sin Identificación de Fuente.

- Tabla 3. Origen de las Fuentes. En esta tabla se agruparán las fuentes en sub-categorías que harán más fácil su análisis. Los candidatos serán codificados por su apellido.

Fecha	Chávez	Rosales	Rausseo	Otros CAN	P.P. O	P.P. Of	PE	AR	CNE	Otros	COL	FUN PUB

Otros CAN = Otros candidatos

P.P.O: Partido Político de Oposición

P.P.Of = Partido Político Oficialista

PE = Periodista.

AR = Articulista.

COL = Columnista.

FUN. PUB = Funcionario Público

- Tabla 4. Géneros Periodísticos. En esta tabla se clasificarán las unidades redaccionales de acuerdo a los géneros periodísticos descritos anteriormente por Dragnic. Sin embargo en esta tabla no se tomarán en cuenta los siguientes géneros de opinión por ser considerados más adelante: Editorial, Comic, Caricatura, Mancheta.

Fecha	Género de SRRT								
	Informativos					Opinión			
	NOT	REP	ENT	ENC	RES	ART	COM	CRÓ	VIÑ
Total									
%									

Por razones de espacio, en este caso se colocaron abreviaciones de los géneros, sin embargo en las tablas no existen tales abreviaturas.

NOT = Noticia.

REP = Reportaje.

ENT = Entrevista.

ENC = Encuesta.

RES = Reseña.

ART = Artículo.

COM = Comentario.

CRÓ = Crónica.

VIÑ = Viñeta.

- Tabla 5. Caricaturas. En esta tabla se codificara la existencia de caricaturas referidas al tema de la campaña electoral o a algunos de los candidatos en comparación con las caricaturas de otra índole, y aunque está incluida en la clasificación correspondiente al Análisis Morfológico este llega solamente a la frecuencia de las caricaturas, la otra mitad de la tabla es categoría de Análisis de Contenido, pero se agrupo todo en una solo tabla para realizar más fácil el levantamiento de datos.

Fecha	Pág	Frecuencia Caricatura			Caricaturas de Campaña								
		Sobre Campaña	Otros Temas	Total	Tema	Actor / Inclinación						Total	
						A favor de			En contra de			Neutro	
						CH	RO	OT	CH	RO	OT		
Total													
%													

Al igual que en la tabla anterior se utilizaron abreviaturas por razones de espacio que no se presentan en las tablas de codificación de resultados, las mismas son:

CH = Chávez.

RO = Rosales.

OT = Otros.

- Tabla 8. Mancheta. La mancheta será considerada una categoría más de análisis. Esta tabla codificará el total de manchetas y las relativas al tema electoral, además de su temática principal, y aunque está incluida en la clasificación correspondiente al Análisis Morfológico este llega solamente a la frecuencia de las caricaturas, la otra mitad de la tabla es categoría de Análisis de Contenido, pero se agrupo todo en una solo tabla para realizar más fácil el levantamiento de datos.

Código URRT	Mancheta frecuencia			Manchetas sobre campaña							
	Sobre campaña	Otros temas	Total manchetas	Tema	Actor					Total	
					Chá	Ros	Otros Candidatos	Programas de Gobierno	Actos políticos	Otro	
Total											
%											

Al igual que en la tabla anterior se utilizaron abreviaturas por razones de espacio que no se presentan en las tablas de codificación de resultados, las mismas son:

CHÁ = Chávez.

ROS = Rosales.

- Tabla 9. Enfoque Periodístico: Esta tabla se contendrá el tipo de enfoque que tiene la unidad redaccional.

Fecha	Enfoque Periodístico				
	Informativo	Crítico	Propagandístico	Denuncia	Total

❖ **Tablas de Categorías de Contenido:**

Para el efectivo análisis y debido a los resultados arrojados por las Tablas 0 y 1 se realizó el Análisis de Contenido tomando en cuenta sólo 100 unidades redacciones, 52 de El nacional y 48 del Diario VEA.

- Tabla 10. Temas. Esta tabla contendrá los tres primordiales temas que se tratan en las unidades redaccionales de campaña.

Fecha	Página	URRT	Tema 1	Tema 2	Tema 3

- Tabla 11. Contexto. Esta tabla contiene el contexto en el que se desarrolla la unidad redaccional.

Fecha	Página	URTT	Caracas	Occidente	Oriente	Sur	Llanos	Internacional
Total								
%								

- Tabla 12. Causas de la aparición: Esta tabla especifica el contenido principal en que se basa la unidad redaccional.

Fecha	Pág	URRT	POL	ECO	SOC	CUL	P.I.	RES	A.CH	A.R	R.CH	R.R
Total												
%												

Se utilizaron abreviaturas por razones de espacio que no se presentan en las tablas de codificación de resultados, las mismas son:

POL = Política.

ECO = Económica.

SOC = Social.

CUL = Cultural.

P.I.: Política Internacional.

RES = Respuesta a otra parte.

A.CH = Apoyo a Chávez.

A.R = Apoyo a Rosales.

R.CH = Rechazo a Chávez.

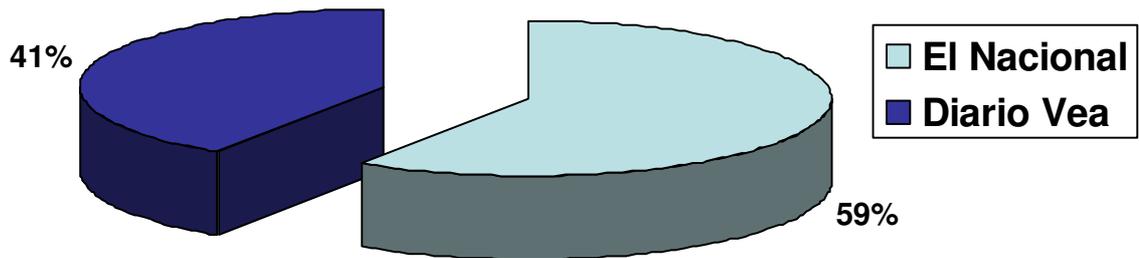
R.R = Rechazo a Rosales.

- Tabla 13. Consecuencias que pueda generar: Esta tabla especifica la índole de las consecuencias que pueda acarrear la aparición de esta unidad redaccional.

Código URTT	Política	Económicas	Social	Cultural	Política Internacional	Respuesta a la otra parte
Total						
%						

Resultados

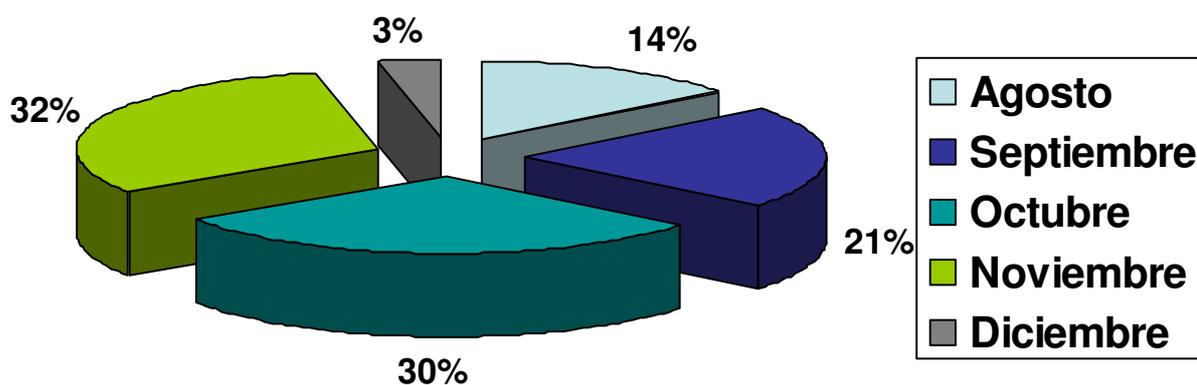
1.- Corpus de Investigación:



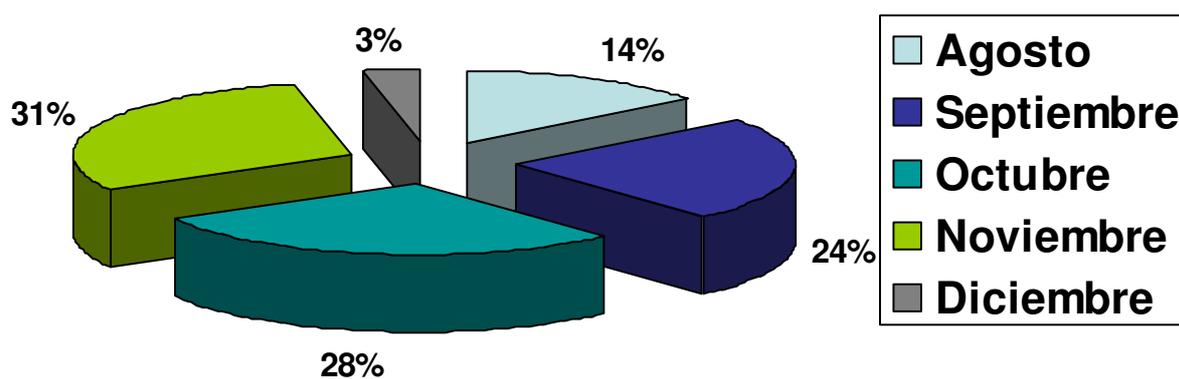
En Base a 1.105 unidades redaccionales que conformaron el corpus, sin contar las manchetras, caricaturas, editoriales ni comics.

2.- Frecuencia de Campaña por Meses

Diario Vea



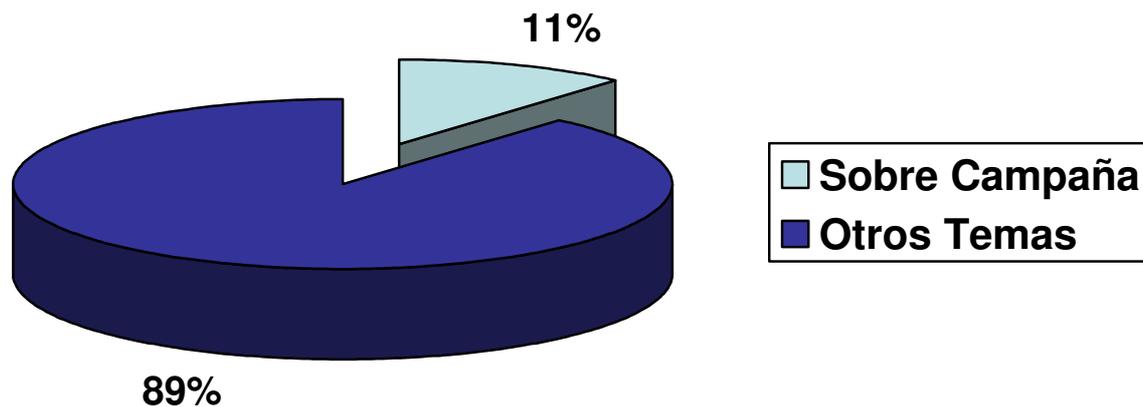
El Nacional



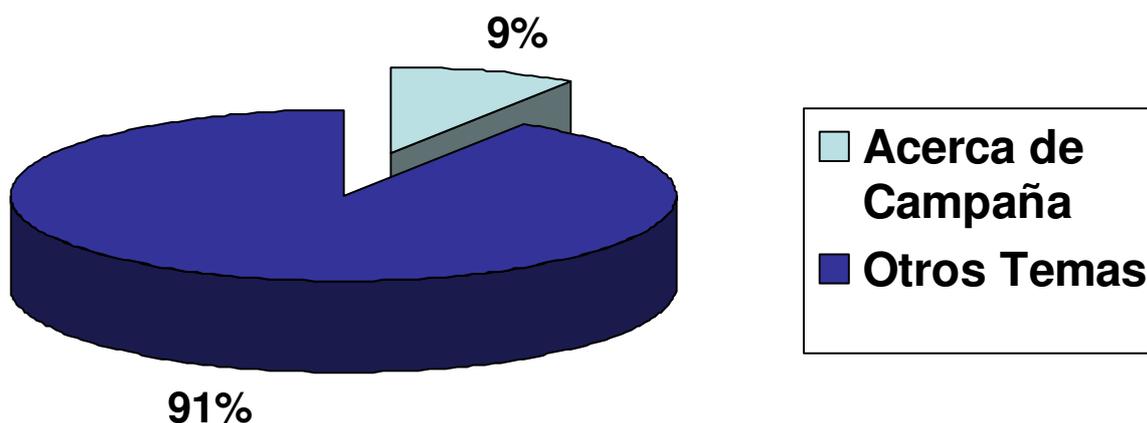
Con todas las fechas que conformaban la muestra se realizó este estudio para determinar el mes que más tuvo más unidades redaccionales relativas a la campaña electoral.

3.- Frecuencia de Notas de Campaña

Diario Vea



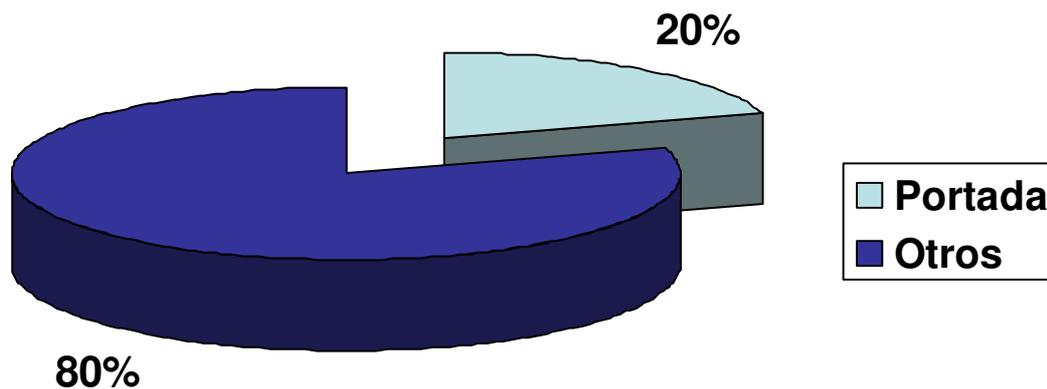
El Nacional



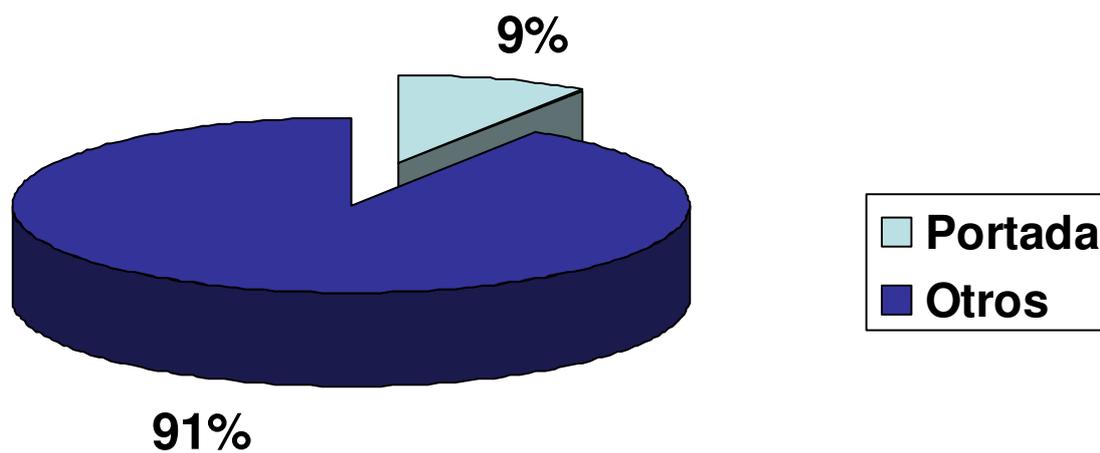
Se realizó una comparación para determinar cuántas notas de campaña aparecieron en los medios y cuál fue el porcentaje de las demás notas de diversas fuentes: política, económica, salud, cultura, deportes, espectáculos, entre otras.

4.- Frecuencia de las notas de campaña en portada

Diario Vea



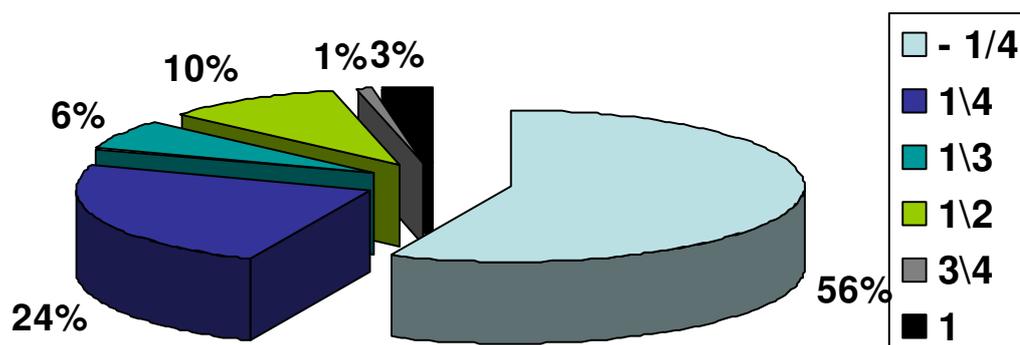
El Nacional



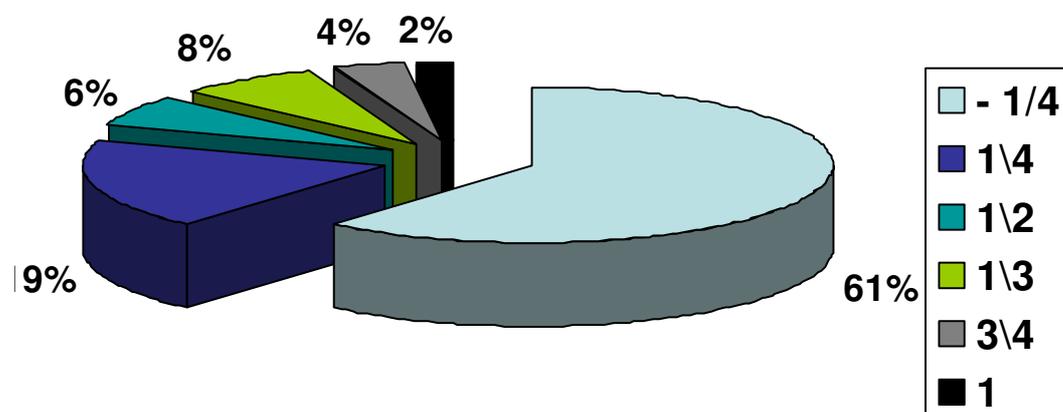
Se realizó este gráfico para determinar el número de veces que las notas referentes a la campaña se encontraron en primera página, lo cual representa si se le otorgaba importancia al tema.

5.- Ocupación destinada a las notas de campaña

Diario VEA



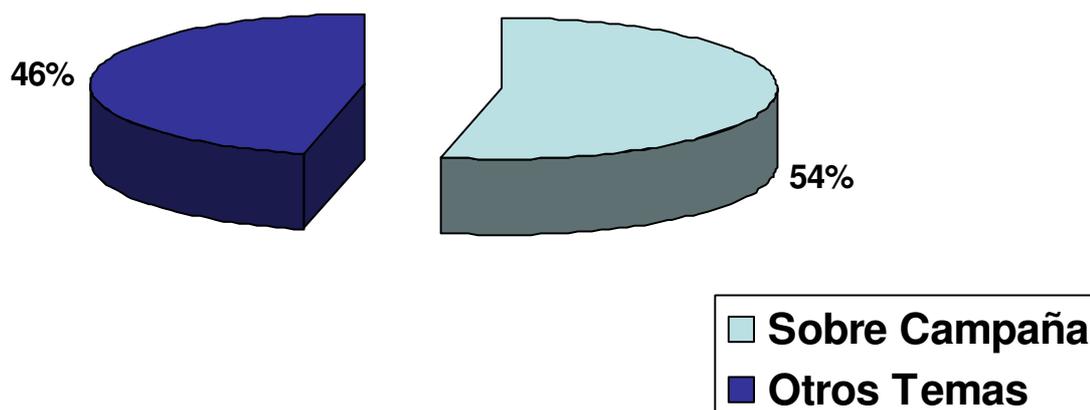
El Nacional



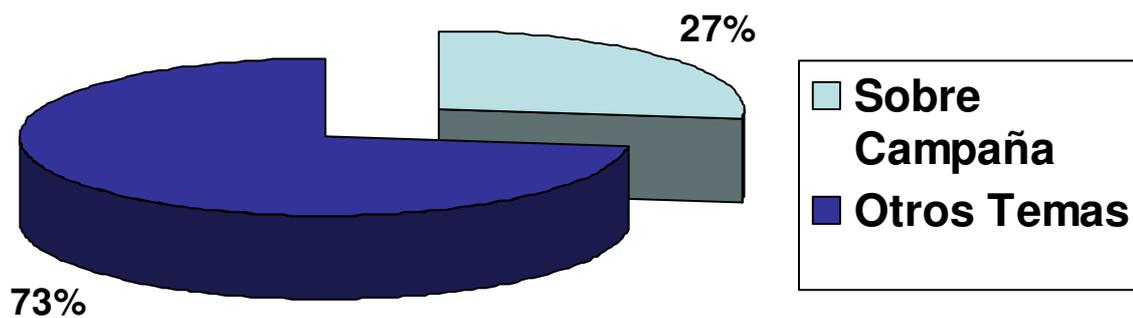
Esta categoría de análisis se realizó para determinar el espacio en página otorgado a las notas de campaña por cada medio.

6.- Editoriales sobre Campaña

Diario VEA

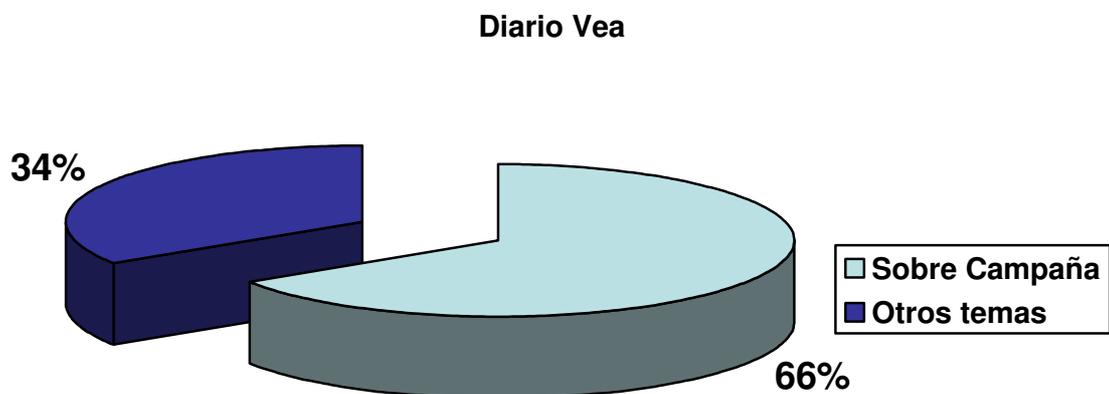


El Nacional



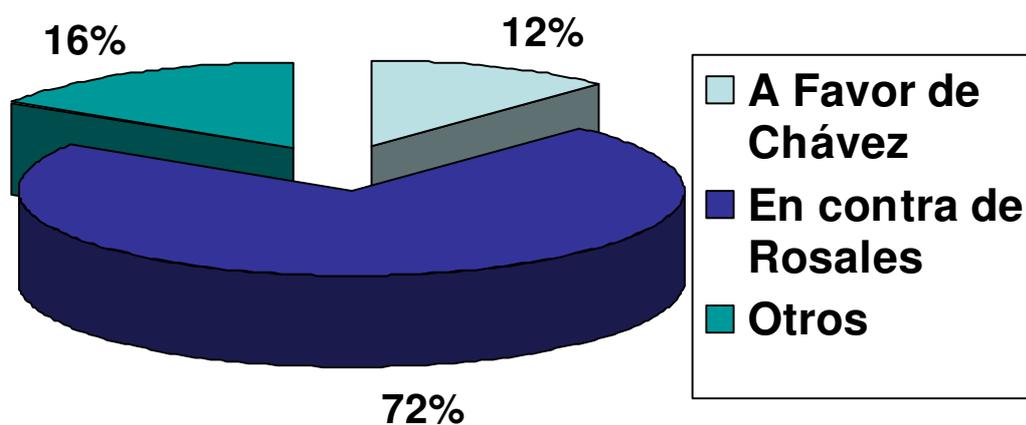
El editorial como fue dicho anteriormente representa la postura del medio, por lo tanto se hizo este gráfico para determinar el porcentaje de ocasiones en que cada medio le otorgaba este espacio a la campaña electoral.

7.- Comics sobre Campaña.



8.- Temática Principal del Comic de Campaña:

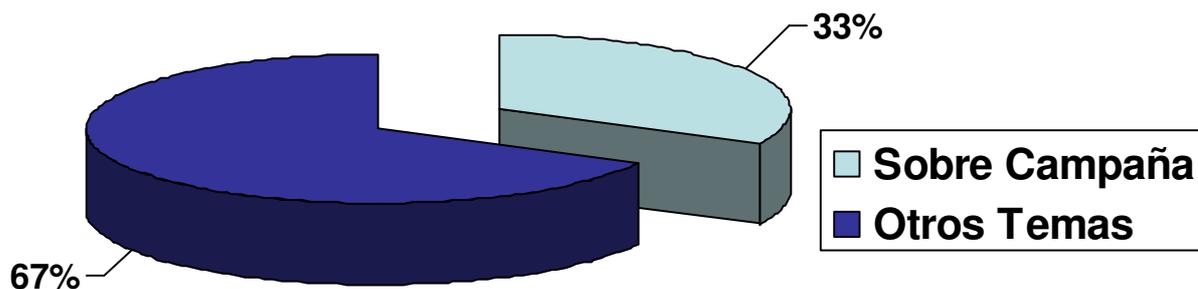
Diario VEA



El diario Ve contaba con la presencia del Comic, el cual es un medio para expresar opiniones por lo tanto se realizó este estudio para saber en qué porcentaje fue dedicado al tema de las elecciones presidenciales y cuál era su principal temática.

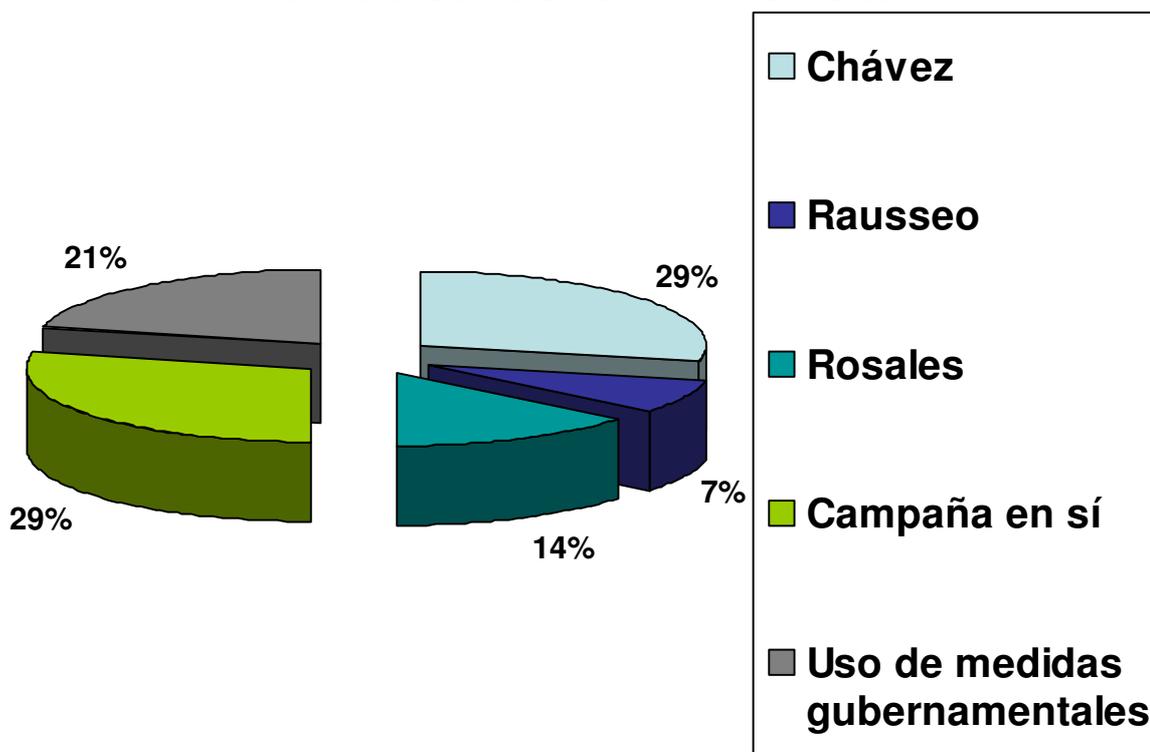
9.- Mancheta sobre Campaña

El Nacional



10.- Temática de las Manchetas sobre Campaña

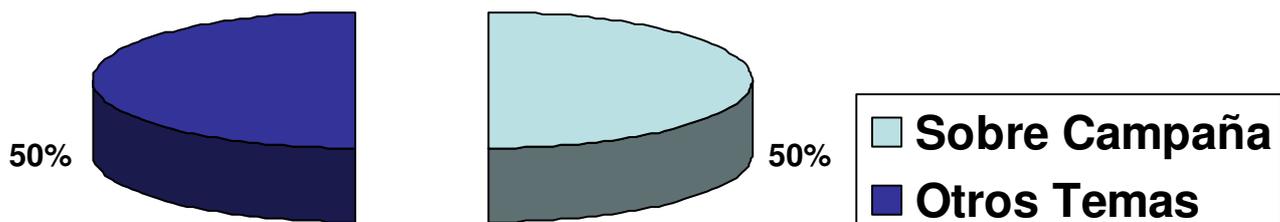
Temática de la mancheta



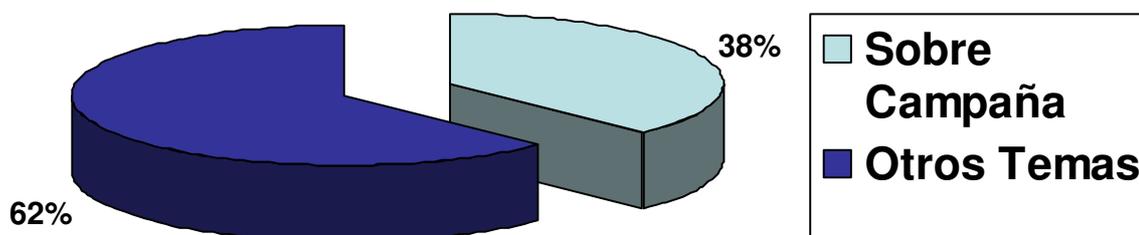
Por su parte, El Nacional poseía la mancheta también como género de opinión por lo cual se determinó el porcentaje en que se dedicó a la campaña presidencial y su temática principal.

11.- Caricaturas de Campaña

Diario VEA



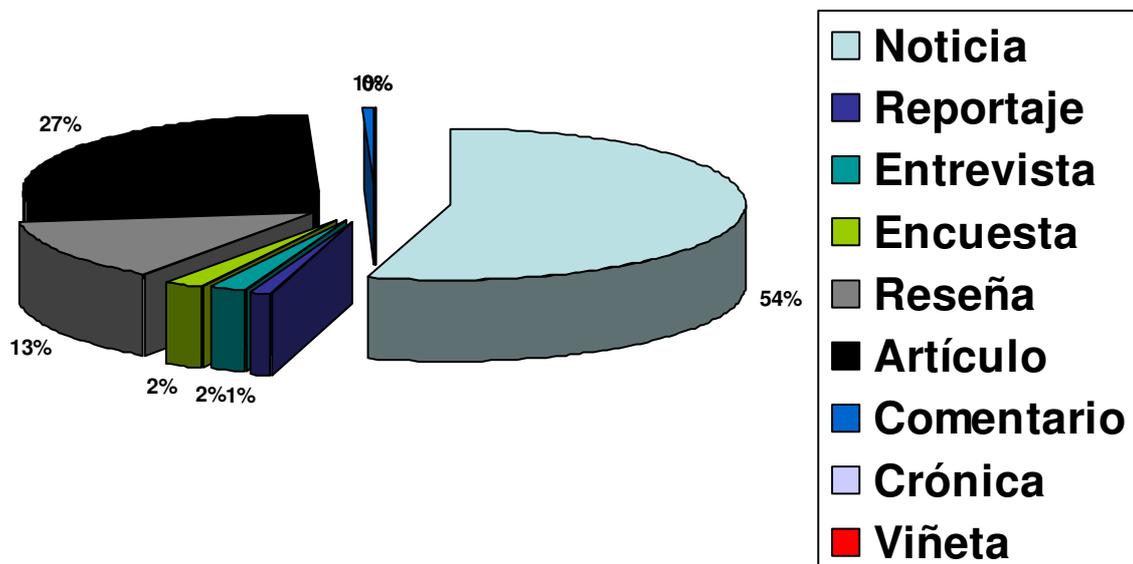
El Nacional



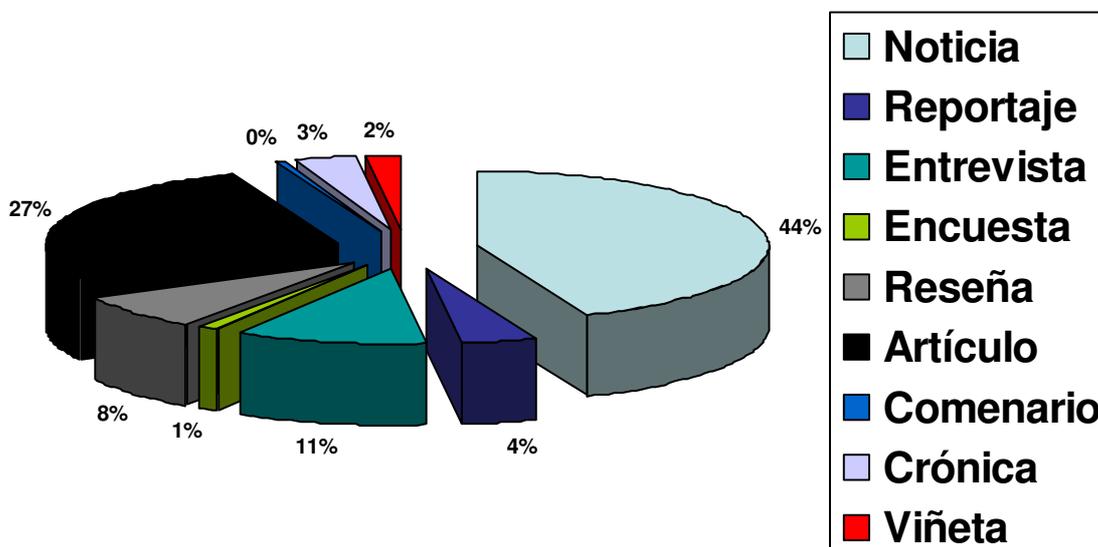
Las caricaturas para ambos medios es un gran atractivo a la hora de expresar opiniones, por lo tanto se buscó una comparación de porcentaje de dedicación de este género a la campaña electoral.

12.- Género de las Notas de Campaña

Diario Vea

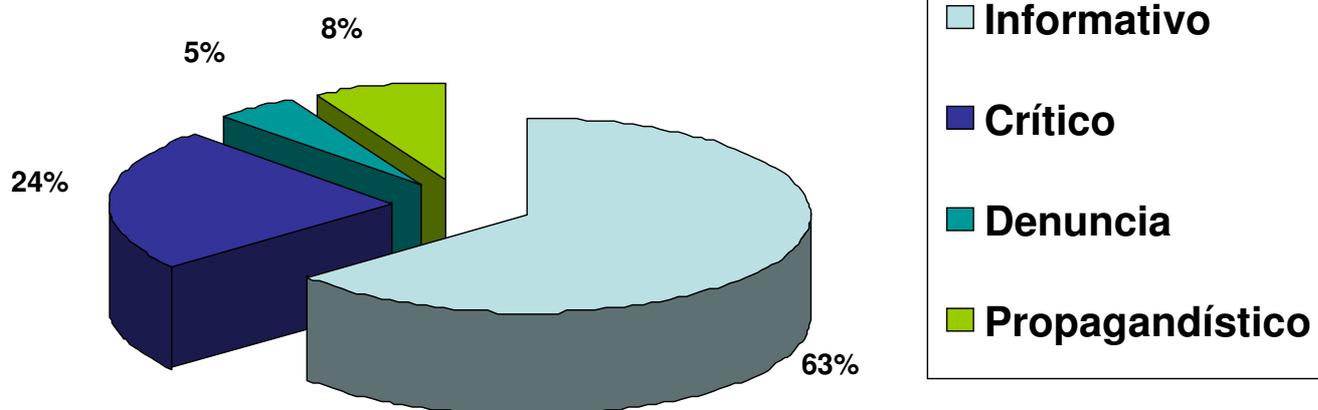
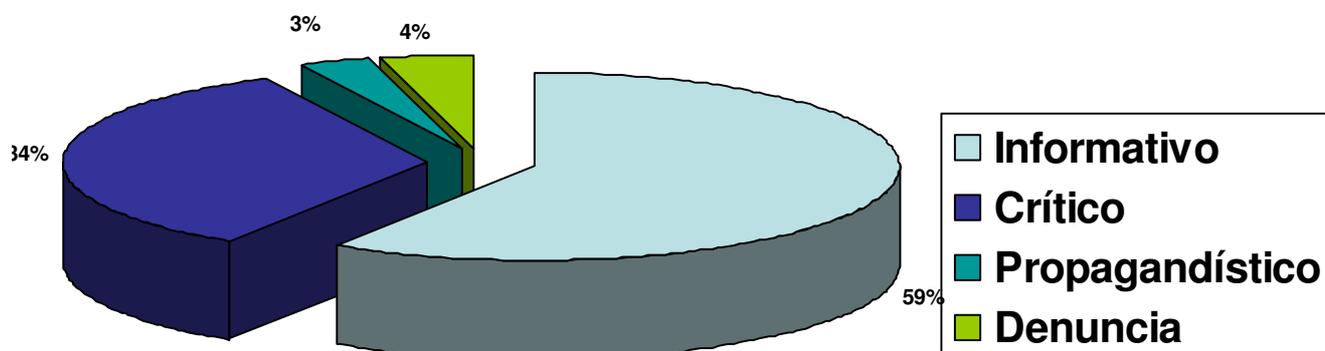


El Nacional



Se buscaba saber qué género predominaba a la hora de que cada medio se refiriera a la campaña electoral.

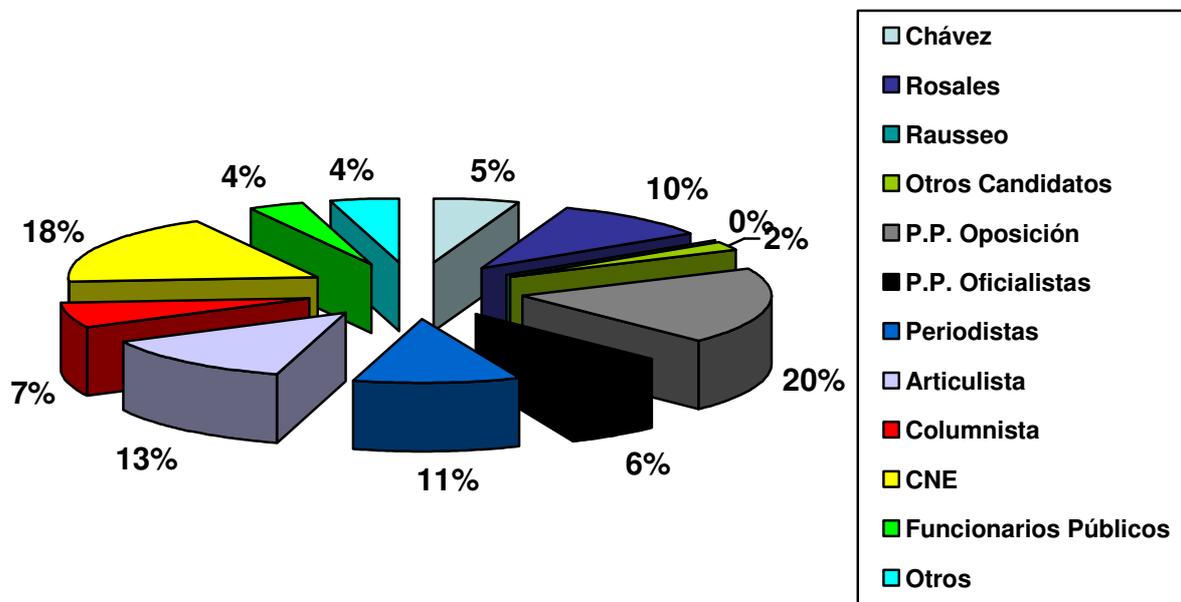
13.- Enfoque otorgado a la noticia

Diario VEA**El Nacional**

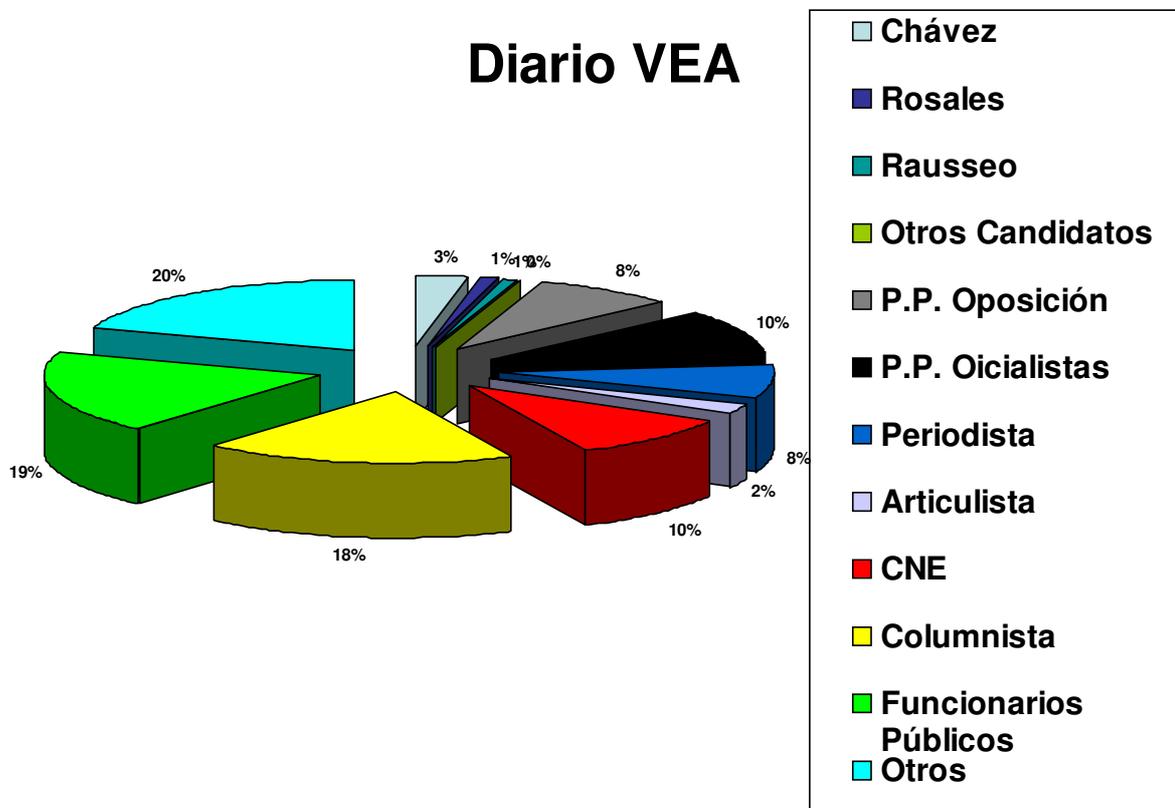
El enfoque otorgado a las unidades redaccionales relativas a la campaña electoral se buscó definir, para saber en qué tono el medio consideraba las notas.

14.- Origen de las Fuentes Informativas

El Nacional



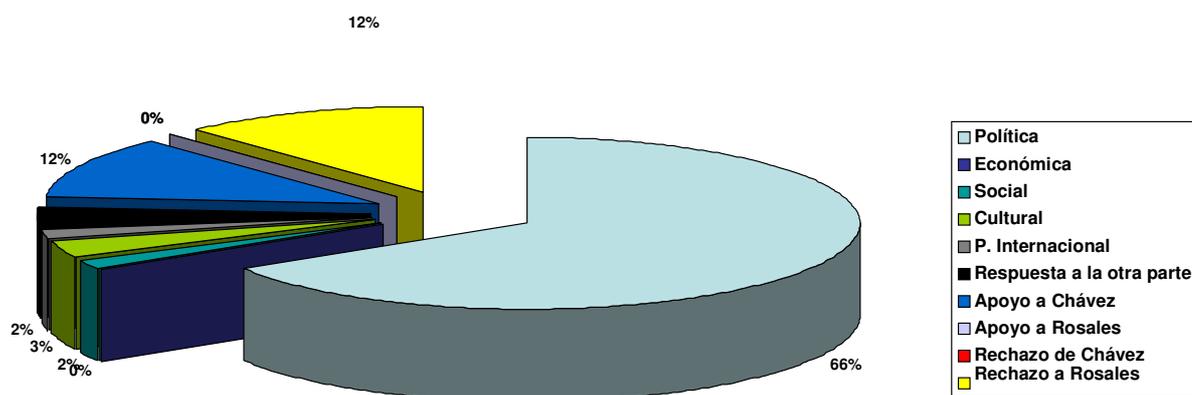
Diario VEA



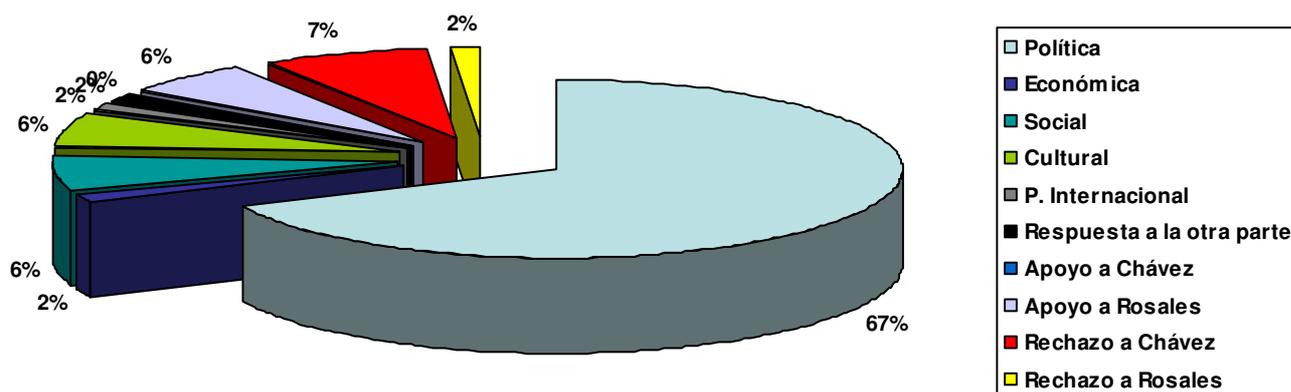
Se buscó determinar el origen de las fuentes que proporcionaron la información para las notas de campaña.

15.- Causas de la Aparición

Diario VEA



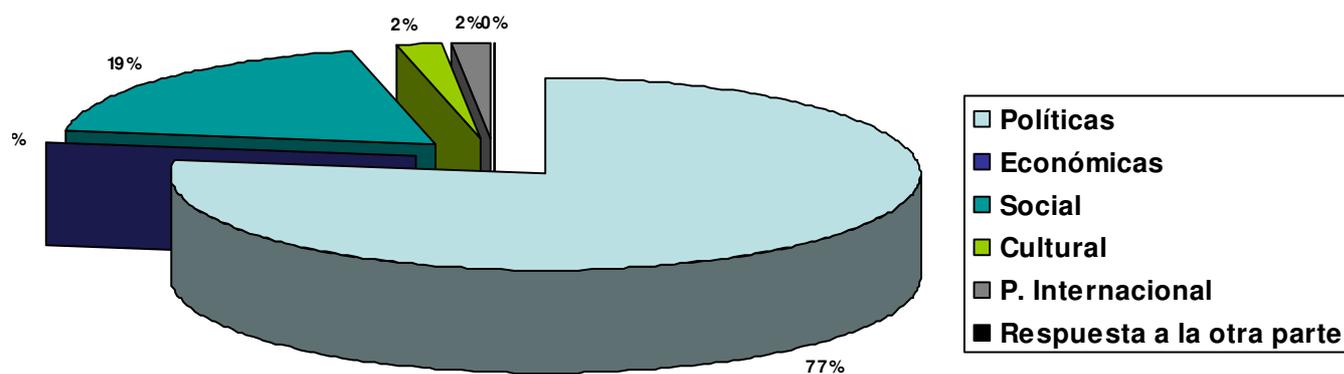
El Nacional



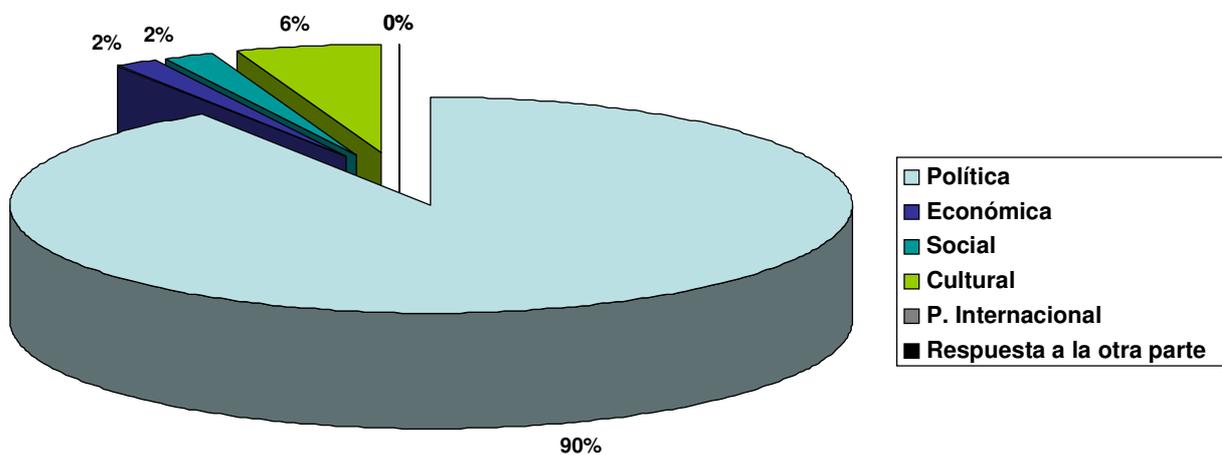
Se realizó este estudio para determinar las causas de la aparición de las unidades redaccionales de campaña en los medios.

16.- Consecuencias de la Aparición

Diario Vea



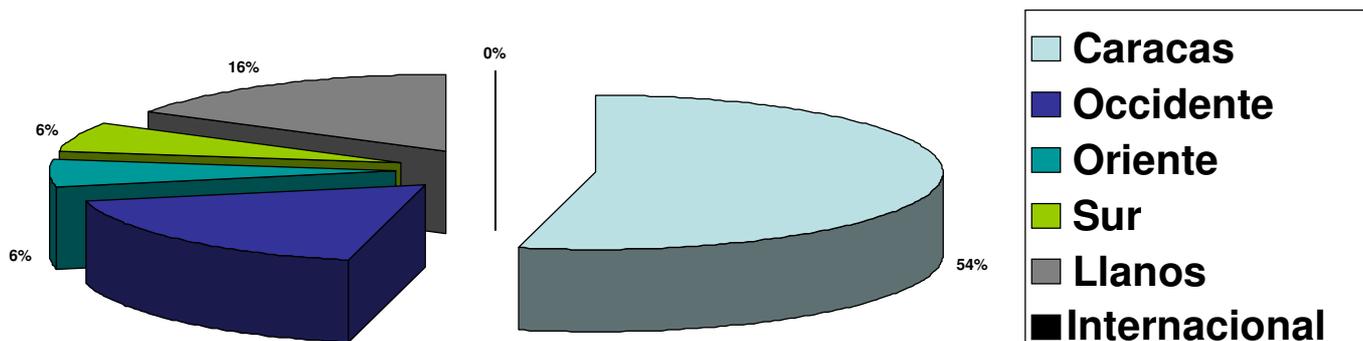
El Nacional



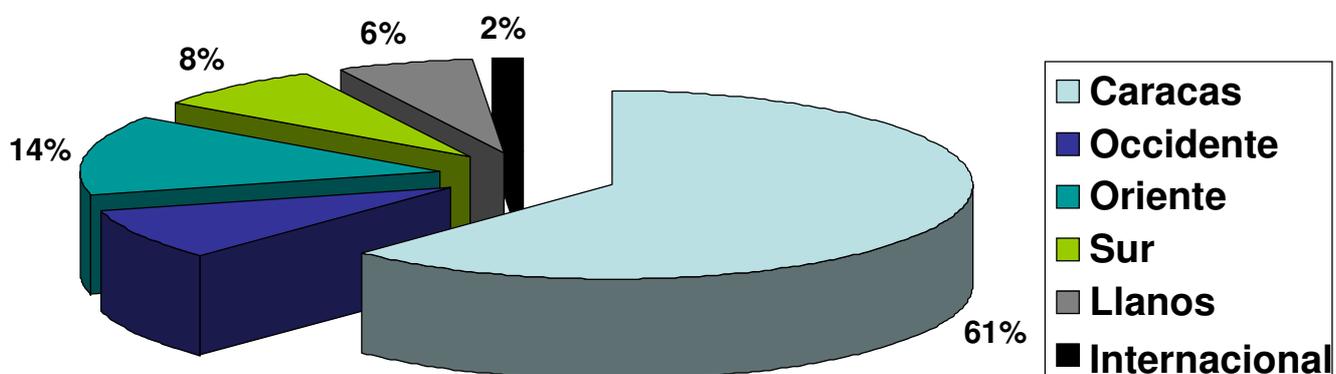
Así como se buscó determinar las causas que originaron la aparición de las notas de campaña, también se buscó determinar las consecuencias posibles que tendrían dichas apariciones.

17.- Entorno de la Aparición

Diario VEA



El Nacional



El contexto geográfico en que se desarrollaba la unidad redaccional se buscó determinar.

Análisis de Resultados

La selección, compilación y análisis de las unidades redaccionales utilizadas para este Trabajo atravesaron por una situación especial, uno de los candidatos a la Presidencia de la República optaba a la reelección ya que la Constitución de la República aprobada en 1.999 contempla esta posibilidad. Esto ocasiona que la escogencia de las notas sea muy precisa y delimitada ya que la actuación de Hugo Chávez como Presidente vigente no era del interés de este estudio y más bien podía complicar los resultados, ya que lo que se buscaba era al Chávez candidato, por lo tanto dependiendo del carácter de la nota y el rol en el que se encontraba el personaje se determinaba su pertinencia al tema.

Superficie morfológica de los diarios

El diario El Nacional publicó mayor cantidad de artículos acerca de campaña que el Diario Vea en la misma cantidad de tiempo, aunque es necesario considerar que el primero es un diario en formato estándar mientras que el Vea es formato tabloide.

La campaña electoral cubrió un décimo aproximadamente de las superficies redaccionales de los medios estudiados, un porcentaje representativo ya que se trata de solamente de un tema en comparación con las diversas fuentes y los temas que ellas abarcan.

En ambas publicaciones el mes que concentró la mayor parte de informaciones acerca de la campaña electoral fue Noviembre, que era el mes anterior a la fecha pautada para el proceso electoral y que contó con la presencia de varios actos de campaña, entre ellos los respectivos cierres de los candidatos. Octubre, sin embargo concentra casi la misma cantidad de apariciones ya que en esa fecha aproximadamente se comenzaba a hablar de los candidatos, sus programas y los favoritismos.

Apartando Diciembre, del cual solo se tomó en cuenta 1 día en la muestra, el mes con menor aparición de notas acerca de campaña electoral fue Agosto, en el que se dieron a conocer las candidaturas y comenzó oficialmente la campaña electoral, además de la polémica de las elecciones primarias en el seno de la oposición.

La mayor parte, más de la mitad en ambos casos, del espacio destinado a las unidades redaccionales relativas a campaña electoral era menor a un cuarto de una página, sin embargo la opción un cuarto de página ocupó el segundo lugar. Los espacios que

sobrepasan la mitad de una página, es decir, tres cuartos y una página entera, escasamente estuvieron ocupados por notas de esta índole.

Se incluyó la opción de un tercio de página debido a la diagramación del Diario Veá, la cual se vale de este espacio determinado en ocasiones para hacer sus notas.

Editoriales, comics, caricaturas y manchetas

El editorial es un género de opinión que permite conocer la línea editorial de cada medio y que está estrechamente relacionado con ella ya que es la posición del mismo ante las noticias que se presentarán en la edición. De allí lo relevante de su estudio para este Trabajo, ya que radica la importancia y el enfoque que le otorgaron las personas encargadas de manejar el medio de comunicación al tema electoral y a los candidatos.

La situación entre el Diario Veá y El Nacional deja de ser similar cuando de editoriales se trata, los publicados por el diario VEA en su mayoría fueron dedicados a la campaña electoral, en varias ocasiones para promocionar la campaña del candidato a la reelección Hugo Chávez y otras para emitir juicios negativos hacia el candidato opositor Manuel Rosales y a la oposición (Anexo 1).

El Nacional por su parte, dedicó menos de un cuarto de sus editoriales al tema de la campaña electoral y la principal temática era la campaña como tal, las encuestas, los incidentes, discursos y candidatos. Sin embargo, este medio le dedicó el editorial a diversos temas de interés en la población. Este diario no mostró en ninguno de sus editoriales de campaña afecto político hacia ningún candidato, sin embargo criticó los discursos violentos utilizados por el candidato a la reelección.

El Diario Veá tiene contiene un comic llamado *Cabezón* (Anexo 4) que presenta a un muñeco pequeño dando su opinión acerca de las noticias presentadas o una representación alusiva en aproximadamente dos cuadros de imágenes.

La temática de la campaña electoral ocupó un 66% del comic de este medio, siendo las apariciones más frecuentes que otros temas. El principal actor, casi llegando a los tres cuartos de presencia, fue Manuel Rosales el candidato de la oposición, sin embargo de sus apariciones ninguna fue positiva, por el contrario era para criticar su programa de gobierno, su relación con Estados Unidos y su imagen junto con la del colectivo opositor.

Cabezón sólo mostró al candidato oficialista en 16% de las ocasiones y para respaldar sus propuestas y su triunfo el día de las elecciones.

El Nacional contempla en su publicación la utilización de la Mancheta en la sección Opinión, la cual está a menudo relacionada con uno de los titulares y demuestra el ingenio que tienen pocas personas de resumir en pocas palabras una situación particular y darle un tono crítico.

La mancheta dedicó la mayor parte de sus apariciones a temáticas diferentes a las de campaña electoral, mientras que a ésta le otorgó un tercio de veces en el medio. Las principales razones de aparición de la campaña en la mancheta era resaltar una particularidad de un discurso de alguno de los candidatos, relacionar las medidas gubernamentales con incentivos para influenciar el voto y las condiciones electorales. Aunque no se mostró apoyo manifiesto en la mayoría de las unidades recopiladas, una de ellas si mostraba claro apoyo hacia el candidato opositor, mientras que al criticar las medidas gubernamentales que pretendían ser incentivos lo que hacía era mostrar rechazo al candidato a la reelección, a quien sus apariciones en el canal del Estado Venezolana de Televisión (VTV) lo hicieron aparecer nuevamente en este género.

La caricatura también busca reflejar a través de una imagen la opinión del que la realiza acerca de determinada situación, lo cual a su vez también requiere de creatividad. La caricatura de El Nacional estuvo dedicada en un porcentaje algo mayor a un tercio a la campaña electoral y mostró críticas hacia Chávez y su campaña cuando le dio un viraje hacia el tema del amor, además de criticar las condiciones electorales. (Anexo 2)

El Diario Vea por su parte consideró otorgarle la misma importancia al tema electoral que a los demás temas que se encontraban en la palestra, la mitad de las apariciones fueron relativas a la campaña. Situación similar a la ocurrida con el comic, la caricatura también le da a Manuel Rosales un porcentaje que sobrepasa a los tres cuartos en cuanto a protagonismo de las unidades se refiere, un 80% acumula el candidato en la caricatura del Vea. Igualmente, esas apariciones no fueron positivas sino más bien negativas a la imagen del candidato, de su programa, de sus ofertas y de su tendencia democrática y en muchas ocasiones auguraban un fracaso electoral del mismo (Anexo 3 y 5). Por su parte, se otorgó un espacio al candidato a la reelección brindándole el apoyo del caricaturista.

Enfoque y géneros

En ambas publicaciones más de la mitad de las unidades redaccionales de campaña tienen un enfoque informativo y buscan mantener al día a la población de las actividades y opiniones que suscita el proceso electoral, sin embargo en los dos diarios también se encontró en segundo lugar el enfoque crítico aplicado a las notas. En el Diario Vea, el enfoque propagandístico se encontraba en una cifra de un dígito que se aproximaba a la décima parte de las notas.

Nuevamente coincidiendo en un punto de análisis, tanto el Diario Vea como El Nacional otorgaron preferencia a la publicación de noticias como género predominante, y ambas con un porcentaje superior a la mitad de las unidades redaccionales. Sin embargo, el género de opinión conocido como “Artículo” se encontraba en ambos diarios en segundo lugar dándole importancia también a la opinión de articulistas, lectores y columnistas.

El reportaje que es el género más extenso no ocupó un porcentaje superior al 5% en ninguna de las publicaciones, mientras que la Reseña se mostraba como segundo género informativo predominante. La crónica por su lado, tuvo una mínima presencia en El Nacional mientras que no se encontraba en el Diario Vea.

Cartas de los lectores

Las cartas recibidas por el medio son un buen indicio del target de la población que lo lee, sus opiniones y tendencias. En cuanto a las cartas recibidas por los lectores de los medios en estudio, el diario El Nacional mostró mayor presencia de cartas que reflejaban opiniones de campaña que el Diario Vea, y en el primero de estos diarios se encontraban presentes cartas tanto de personas que simpatizaban con el dirigente opositor como con el candidato a la reelección, sin embargo en los pocos exponentes existentes de cartas en el Veá sólo se evidencia respaldo al candidato-presidente.

Fuentes informativas

La presencia en las elecciones del candidato que apunta a la reelección implica además un punto que no había sido considerado al inicio del estudio, que algunos de los miembros del comando de campaña de Chávez también son funcionarios públicos. Por lo tanto, se tomó en cuenta este punto en la consideración del origen de las fuentes que proporcionaban la información de la cual se valen las notas.

En el diario El Nacional la mayor parte de la información, un quinto del total de las fuentes, fue suministrada por miembros pertenecientes a Partidos Políticos de la Oposición, sin embargo con un porcentaje muy cercano se encontró el Consejo Nacional Electoral, máximo órgano en cuanto al tema del sufragio y de los aspectos relacionados a las elecciones. Articulistas y periodistas también fueron fuentes que tuvieron un índice de presencia superior a los demás grupos considerados en la clasificación. En cuanto a los candidatos se refiere, la voz de Manuel Rosales fue escuchada por el medio el doble de ocasiones que las del candidato-presidente, mientras que las de otros candidatos se escucharon muy poco (un porcentaje menor a 5%). Los funcionarios públicos se manifestaron al igual que los demás candidatos que optaban a la silla presidencial.

Por su parte, en el Diario Vea la mayor parte de las fuentes que otorgaban la información eran pertenecientes a la categoría “Otros” que comprende a asistentes a actos políticos, analistas, organismos internacionales, iglesia y personas externas a los candidatos. Sin embargo, en este diario los funcionarios públicos juegan un papel fundamental en cuanto al origen de las fuentes ya que se encuentran en segundo lugar, con un porcentaje cercano al primero. Los columnistas ocupan el tercer lugar en cuanto a periodicidad al facilitar la información que es leída por los lectores. El CNE y los partidos políticos de tendencia oficialista poseen la misma frecuencia, una décima parte del total cada uno. En cuanto a los candidatos se refiere, ni Chávez ni Rosales tuvieron una aparición significativa en el origen de las fuentes al igual que los demás candidatos.

Causas y consecuencias de las apariciones

Las apariciones de las unidades redaccionales relativas a la campaña electoral fueron principal y mayormente políticas en ambos medios, en los cuales ambas tenían dos tercios del total de posibles causantes. Sin embargo en el Diario Vea, los segundos causantes, ya que poseen el mismo porcentaje, de la aparición de la nota era debido a mostrar rechazo hacia el candidato opositor o el apoyo al Chávez. Las causas sociales, económicas, de política internacional y culturales no representan grandes porcentajes a nivel del estudio.

El Nacional por otro lado mostraba en segundo lugar el rechazo al candidato-presidente como motivación para las apariciones de las unidades de análisis. Mientras que con un porcentaje muy cercano se encontraban las causas culturales, sociales y apoyar a

Manuel Rosales. Sin embargo en ninguno de los casos de las respectivas publicaciones los porcentajes resultaron elevados.

Por otra parte, las consecuencias también en ambos medios se podían dar en el ámbito político sin embargo presentan variantes, ya que en el Diario Vea se le otorga tres cuartos de frecuencia a estas posibles consecuencias mientras que en El Nacional se le da un 90% de presencia. En el Diario Vea casi una quinta parte de las consecuencias serían sociales.

Entorno que envuelve a las notas y temática

El lugar de origen de las notas de campaña de ambos medios de comunicación impresos fue Caracas, en una proporción mayor a la mitad de la totalidad de las apariciones. En El Nacional se le dedicó un cuarto de las apariciones a las zonas oriental y occidental mientras que la categoría con menor presencia era el entorno internacional. Por su lado, en el Diario Vea se concentraban altos porcentajes en las regiones occidental y los llanos, mientras que las demás mostraban porcentajes más bajos y el ámbito internacional no apareció. En ambas publicaciones el sur aparece con porcentajes muy bajos.

En cuanto a temática de las informaciones se refiere, el Diario Vea mostró mucho interés en presentar denuncias acerca de posibles intentos desestabilizadores por parte del colectivo opositor al igual que por exponer las deficiencias del programa de Gobierno, las promesas electorales y la personalidad del candidato Manuel Rosales. También se encontraba presente el apoyo a las iniciativas del candidato presidencial Hugo Chávez.

Otras observaciones

En el Diario Vea se encontraba una columna que aparecía la mayoría de los días llamada *Campaña Presidencial Venezuela 2006* (Anexo 6) que mostraba las actividades que realizaría durante ese día los diferentes partidos políticos, pero esta columna mostraba mayormente a partidos oficialistas y como única representación de la oposición se encontraba el partido Un Nuevo Tiempo. En diversas ocasiones cuando en esta columna se refería a las actividades de Chávez, lo llamaban el “candidato de la victoria de Venezuela”, un indicador del apoyo que le demuestra esa columna al candidato.

Otro caso particular de esta publicación se encontraba presente en la columna *Un Grano de Maíz* (Anexo 7), escrita por Antonio Aponte, quien independientemente de lo que tratara la columna durante el día firmaba con adjetivos y frases que apoyaban a Hugo

Chávez, como “Rodilla en Tierra con Chávez” y “Rumbo a los diez millones” (un dicho de campaña del candidato-presidente cuando apuntaba a obtener diez millones de votos a su favor en las elecciones presidenciales).

En esta publicación también habían varios artículos que confundían los roles del candidato y presidente Hugo Chávez y por lo cual no fueron tomados en cuenta para los análisis.

El Tábano (Anexo 8) y Marciano son dos columnistas, verso y prosa respectivamente, que en sus columnas reflejaban los defectos y rechazos hacia Manuel Rosales o apoyaban a Hugo Chávez, pero que no tenían posturas intermedias.

Otro punto en el análisis de los resultados respectivos al Diario Vea es que dos de los periodistas Luis Zárraga (Anexo 9) y Jesús Moreno forman parte del Comando de Periodistas Miranda, organización que apoyaba la reelección de Chávez. Tanto Zárraga como Moreno escribían en diversas ocasiones sobre los actos de campaña de los candidatos electorales y de las elecciones, sin embargo por su condición de miembros a esta organización sus escritos pueden no deberían tratar esta temática ya que ambos tienen una simpatía manifiesta por una de las partes. Incluso en reseñas de las concentraciones del candidato opositor Manuel Rosales se mostraban conclusiones (Anexo 9) basadas en las tendencias políticas del reportero.

El diario El Nacional por su parte dedicó buena parte de la superficie redaccional de campaña a las condiciones electorales que estarían vigentes para el momento de las votaciones, desde las máquinas captahuellas a la posibilidad de realizar auditorías posteriores.

Este diario que lleva ya 64 años en la población venezolana, en su sección dedicada a la fuente política creó varias columnas fijas debido al proceso electoral del 3 de diciembre de 2006. Entre ellas se encontraba *Dos visiones y un país* (Anexo 10), en la cual se presentaba la comparación de proyectos de gobierno presentados por parte de los dos principales candidatos Chávez y Rosales, en cuanto a los distintos ámbitos que conforman a la sociedad como son Cultura, Deporte y Concepción de Estado por ejemplo.

Otra de las columnas habilitadas para el tiempo previo a las elecciones fue *La Voz del Elector* (Anexo 11) que presentaba la opinión de los votantes acerca de las temáticas discutidas en esa edición de la política, campaña y preferencias electorales.

Hablan lo Candidatos se creó para dar cabida a los demás aspirantes al cargo de Presidente de la República Bolivariana de Venezuela que no eran contemplados en los medios de comunicación (incluyendo el propio Nacional) y que no realizaban movilizaciones de calle ni actos de campaña, y que así ellos expusieran en pocas palabras sus principales promesas electorales.

En la misma página se encontraba *La Mirada del Analista* (Anexo 11) que presentaba la visión de un experto en el tema tratado anteriormente en *Dos Visiones y Un País* o de algún tema polémico en particular que tuviese que ver con las elecciones.

El Nacional también le dio cabida a la temática de la importancia del voto y de las elecciones presidenciales que se llevarían a cabo en el mes de diciembre.

En este diario se encontró que los columnistas eran de diferentes tendencias políticas, ya que si bien escribían Marianella Salazar e Ibéyise Pacheco de preferencia opositora también se encontraban escribiendo Mary Pili Hernández (Anexo 12), Vladimir Villegas (Anexo 13) y William Lara que además de ser de tendencia oficialista desarrollaban cargos relacionados al gobierno. Esta situación no ocurría en el Diario Vea que solamente tenía columnistas adeptos al oficialismo como Marciano, El Tábano, Antonio Aponte y Andrés de Chere.

Ambos diarios tenían en común una serie de temáticas como el debate presidencial planteado por el candidato opositor Manuel Rosales (Anexo 14) para confrontar visiones, opiniones y promesas electorales, el uso del color azul por parte de Rosales en su campaña y la posibilidad de que las encuestas electorales fueran fraudulentas. También en las dos publicaciones analizadas se encontraba presente la opinión de la iglesia que es un sector que ha sido muy polémico durante el gobierno de Hugo Chávez.

En el Diario Vea pocas veces se resaltaron los actos políticos del candidato opositor Rosales y cuando se reseñaba se le otorgaba un espacio menor a media página (Anexo 15) mientras que en El Nacional los actos de campaña de ambos candidatos eran reseñados, en ocasiones uno al lado del otro, por ejemplo el fin de semana que se realizaron los cierres de campaña (Chávez un día y Rosales otro) los dos días estuvieron en portada fotos alusivas a cada concentración y se le dedicó una página a la reseña de las mismas (Anexos 16 y 17).

En el diario El Nacional las veces que se reseñaban noticias acerca del candidato Benjamín Rausseo se presentaban fotografías en su faceta de comediante “El Conde del

Guácharo” (Anexo 18), lo cual disminuía la seriedad de su candidatura y reflejaba lo que el medio opinaba de la misma.

Las veces que se presentaban las notas del mismo hecho en ambos periódicos se adaptaban a las diferentes posturas del mismo, el Diario Vea lo enfocaba hacia su visión a favor del gobierno y por ende de Hugo Chávez, mientras que El Nacional intentaba adaptar las notas al enfoque crítico por el cual se ha caracterizado el periódico (Anexos 19 y 20).

Conclusiones

- 1) Si existe una diferencia informativa entre El Nacional y el Diario Vea en cuanto a las informaciones relativas a la campaña electoral presidencial 2006 ya que ambos medios intentan adaptar las informaciones a sus enfoques respectivos. La diferencia existente al momento de presentar las informaciones obedece a dos directrices, en primer lugar el enfoque que tiene el medio: El Nacional fue fundado y se ha caracterizado durante su existencia por ser un periódico crítico que permita la discusión de diferentes puntos de vista en sus páginas mientras que el Diario Vea fue creado como un medio de comunicación del gobierno que muestra los avances de la llamada “Revolución Bolivariana”. Por su parte se encuentra la directriz política que influye en la línea editorial del medio, tal como señaló Javier Conde en su intervención en el Seminario Venezuela Más Allá de Medios y Política realizada en la Conferencia Episcopal Venezolana a finales del mes de enero de 2007, y que también, ya sea en alto o bajo grado, en la política informativa, el Diario Vea tiene una tendencia de izquierda y simpatizante con el gobierno y las propuestas de Hugo Chávez mientras que El Nacional es un medio opositor, pero no opositor a este gobierno en particular sino de todos los gobiernos con los cuales ha estado en circulación.
- 2) El Diario Vea es un diario formato tabloide de distribución nacional que cuenta con diferentes secciones. El editorial no aparece todos los días, pero la caricatura, el comic y las columnas *Un Grano de Maíz*, *El Espinero* y *Piedra de Tranca* si son publicados diariamente. El Nacional por su parte es un periódico estándar de distribución nacional y tiene editorial, mancheta y caricatura diariamente. El Nacional se sometió a mediados de 2007 a un cambio de imagen que lo hace más dinámico ya que tiene cuerpos estándar y cuerpos como el de sociales (que ahora se llama Escenas) en formato tabloide.
- 3) En ambos periódicos la presencia de caricaturas, manchetas y comics respectivamente es un factor fundamental que refleja la tendencia política de cada medio y la opinión que tengan acerca de determinado tema, en este caso las elecciones. En el caso particular de Vea se utilizaba el comic para demostrar el claro

rechazo hacia la candidatura de Manuel Rosales, que a su vez se alternaba con el apoyo al candidato presidente.

- 4) La caricatura si juega un papel fundamental para representar las tendencias del medio pero no de las políticas informativas, ya que la caricatura es un género de opinión al igual que la mancheta y el comic. Las caricaturas fueron utilizadas por El Nacional para expresar muy sutilmente su rechazo a la reelección de Chávez y por el Diario Vea para demostrar su apoyo al candidato presidente y su aversión a la oposición.
- 5) El agrado del gobierno hacia el Diario Vea es correspondido por la publicación en tanto a la postura del mismo mientras que el rechazo del ejecutivo a El Nacional es reflejado por el medio, sin embargo no de un modo informativo radical sino en un tono de tendencias que tratan de buscar el equilibrio en la información.
- 6) El Nacional trata de buscar equilibrio informativo teniendo entre sus columnistas a personajes adeptos al oficialismo y publicando cartas de lectores de tendencia izquierdista, aunque la mayoría de las cartas de los lectores y los artículos demuestren apoyo a las políticas opositoras, hay que tener en claro que son géneros de opinión que no tienen que ver con los informativos. Mientras tanto, Diario Vea no posee articulistas ni columnistas de oposición para buscar un equilibrio ni tampoco publica cartas de simpatizantes de la oposición y además tiene entre sus periodistas dedicados a campaña a dos miembros de una organización que apoya al candidato presidente.

Recomendaciones

- 1) Para ampliar el análisis de la cobertura mediática de las elecciones en los medios impresos venezolanos se debería realizar el mismo estudio a otros medios de circulación nacional como Últimas Noticias y El Mundo, al igual que con medios regionales que sean muy representativos en sus respectivos lugares de publicación como Panorama, El Tiempo y El Carabobeño, para conocer la posición de las diferentes regiones en cuanto a la temática y ver si existen variaciones notables.
- 2) También sería interesante ampliar el estudio a nivel internacional a países latinoamericanos tomando en cuenta medios como El Tiempo de Bogotá y El Clarín de Argentina, ya que Venezuela para contemplar el estudio es relevante conocer la imagen internacional que proyectaron las elecciones sobre todo el Latinoamérica ya que el presidente Chávez optaba a la reelección, y éste se ha caracterizado en todo su mandato por brindar ayudas económicas y sociales a los demás países del continente y buscar una integración latinoamericana.
- 3) Se podría hacer un estudio que cuente con mayor tiempo para el análisis incluyendo más fechas de ediciones para hacer más extensivo y representativo el estudio.

Bibliografía

Referencias Bibliográficas.

- ALLIEGRO, I. (1999), La libertad de elegir: Los medios y las elecciones. En Fundación BIGGOTT (Ed.), *Ciudadano Radio: Medios y Elecciones*. (pp. 144-148). Caracas: Fundación Bigott.
- BARDIN, L.(s.f), El análisis de contenido. (pp.7-35).
- BERELSON, B., LAZARFELD, P. y MCPHEE, W. (1954, trans. 1969). Procesos políticos: la misión de los mass media. (La campaña electoral de 1978, Elmira, Nueva York). En M. De Moragas (Ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas*. (pp.40-65). Barcelona: Editorial GG Mass Media.
- CORREA, C. (2004). Democracia, libertad de expresión y procesos electorales. En Cañizalez, A, (Ed.), *Prensa y Elecciones. Experiencias de América Latina*. (pp. 122-140). Caracas: VICC (Venezuela: Iniciativa para la Construcción de Confianza) e Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela.
- CORTÉS, R. (2004). Medios de comunicación y elecciones en México: ¿callejón sin salida o Periodo de transición?. En Cañizalez, A. (Ed.), *Prensa y Elecciones. Experiencias de América Latina*. (pp. 104-121). Caracas: VICC (Venezuela: Iniciativa para la Construcción de Confianza) e Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela.
- DAHBAR, S. (1999), Un periodista, un psiquiatra y un investigador hablan de la objetividad. En Fundación Biggott (Ed.), *Ciudadano Radio: Medios y Elecciones*. (pp. 69-73). Caracas: Fundación Biggott.
- DRAGNIC, O. (1994). Diccionario de Comunicación Social. Venezuela: Editorial Panactua.
- EL NACIONAL. (2004). Manual de Estilo. Venezuela. Editorial CEC SA.
- GONZÁLEZ A., P. (1984). *El periodismo en Venezuela*. Versión Histórica. Venezuela: Editorial Cultura SRL.
- HERNÁNDEZ, T. (2005) Venezuela 1989-2004: la polarización política como conflicto cultural. En Universidad Católica Andrés Bello y Konrad Adenauer-Stiftung. (Eds.), Una lectura Sociológica de la Venezuela Actual. (pp. 121-162). Caracas: UCAB y Konrad Adenauer-Stiftung
- MCCOMBS, M. (1975).La comunicación de masas en las campañas políticas: información,

- gratificación y persuasión. En M. De Moragas (Ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas*. (pp.96-121). Barcelona: Editorial GG Mass Media.
- MURARO, H. (1997). *Políticos, periodistas y ciudadanos*. (3ra. Ed.). Venezuela: Fondo para la Cultura Económica.
- NICODEMO, P. (1996), Poder e Influencia de los medios masivos de comunicación y los estudios de opinión en las campañas electorales modernas. En Bisbal, M. y Nicodemo, P. (Eds.), *Nuevas Fronteras: Medios, Comunicación y Poder*. (pp. 149-165). Caracas: UCV- Fundación Carlos Eduardo Frías.
- REYES, L. (2004). Venezuela: experiencia en la cobertura periodística de elecciones. En Cañizalez, A. (Ed.), *Prensa y Elecciones. Experiencias de América Latina*. (pp. 78-103). Caracas: VICC (Venezuela: Iniciativa para la Construcción de Confianza) e Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela.
- RONDEROS; M. (2004). Cobertura periodística de las elecciones 2002-2003: el caso colombiano. En Cañizalez, A. (Ed.), *Prensa y Elecciones. Experiencias de América Latina*. (pp. 9-25). Caracas: VICC (Venezuela: Iniciativa para la Construcción de Confianza) e Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela.
- SAMPIERI, R; Collado, C; Lucio, P. (1991). Metodología de la Investigación. México: Editorial Mac Graw Hill.
- UCEDA, R. (2004). Periodismo y elecciones en el Perú: El país por un lado y la prensa por el otro. En Cañizalez, A. (Ed.), *Prensa y Elecciones. Experiencias de América Latina*. (pp. 26-43). Caracas: VICC (Venezuela: Iniciativa para la Construcción de Confianza) e Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela.
- VILLALBA, J. (1984). Comunicadores de la Prensa y Comunicación Política. En Conciencia 21 (Ed.), *Comunicación Política*. (pp.77-83). Caracas: Editorial Conciencia 21.
- ZUNINO, E. (2004). La elección permanente. En Cañizalez, A. (Ed.), *Prensa y Elecciones. Experiencias de América Latina*. (pp. 44-65). Caracas: VICC (Venezuela: Iniciativa para la Construcción de Confianza) e Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela.
- ZUNZUNEGUI, S. (2002), Poder de la Palabra o de la Información como continuación de la política por otros medios. En Gedisa (Ed.), *Designis 2: La comunicación política. Transformaciones del espacio público*. (pp. 137-145). Barcelona: Autor.

Referencias de Revistas.

- ANTILLANO, P. (2002). El periodismo venezolano sucumbe a la política . *Comunicación*, 119, 22-25.
- BISBAL, M. (1994). Del ritual quinquenal a la nostalgia de los cambios. *Comunicación*, 85, 31-37.
- BISBAL, M. (1978). Encuadramiento electoral de las empresas privadas de comunicación. *Comunicación*, 19-20, 93-106.
- BRITO, B. (1982). La manipulación informativa en el diferendo sobre el Golfo de Venezuela. *Comunicación*, 39, 97-102.
- CAÑIZÁLEZ, A. (2006). Retos y apuestas en la campaña electoral del 2006. *SIC*, 688, 340-342.
- CORREA, C. (2006). Reelección y regulaciones. *Comunicación*, 135, 98-103.
- Entre el azul y el rojo (2006). (No. 276). Caracas: *Producto*.
- JONES, D. (1990). El periódico: entre la influencia y el lucro. *Comunicación*, 70, 119-121.
- MAYZ V., E. (1993). El poder comunicacional: supuestos y requerimientos. *Comunicación*, 83, 3-7.

Trabajos de Grado

- BLANCO, S. (1984). *El Nacional y El Universal en el proceso electoral del 78*. Trabajo de Grado para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- CARDONA, L. (2003). *Los medios de comunicación social como formadores de la opinión pública en dos momentos de la historia contemporánea de Venezuela..* Trabajo de Grado para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- MALAVÉ, M. (2002). *La prensa caraqueña en el 2001: Información confiable para la investigación*. Trabajo de Grado para optar a la Licenciatura en Comunicación Social, no publicado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Documentos Oficiales

Resolución N° 060731-586, Consejo Nacional Electoral, (Propaganda en prensa, radio y televisión de la campaña electoral presidencial 2006) (2006, Julio 31). Consultada 16 de Noviembre de 2006.

Referencias electrónicas

LINARES, V. (2006). Ensayos Venezuela: politización de los medios y mediación de la política. [Versión electrónica]. *Revista Chasqui*, 95. Recuperado noviembre 28, 2006.

chasqui.comunica.org

El Nacional, edición impresa. Consultado diciembre 1, 2006, de

<http://www.el-nacional.com>

Diario Vea, edición impresa. Consulta diciembre 1, 2006, de

<http://www.diariovea.com.ve>

Consejo Nacional Electoral, Portal electrónico. Consultado diciembre 5, 2006 de:

<http://www.cne.gov.ve>

Banco Central de Venezuela, Portal Electrónico. Consultado diciembre 1, 2006, de:

<http://www.bcv.org.ve>

Índice de Anexos

Anexo 1	Editorial del Diario Ve.
Anexo 2	Caricatura de El Nacional.
Anexo 3	Caricatura Diario Ve.
Anexo 4	Comic Diario Ve.
Anexo 5	Caricatura Diario Ve.
Anexo 6	Columna Campaña Presidencial Venezuela 2006.
Anexo 7	Columna <i>Un Grano de Maíz</i> (Diario Ve).
Anexo 8	Columna <i>El Espinero</i> (Diario Ve).
Anexo 9	Nota Diario Ve.
Anexo 10	Nota El Nacional.
Anexo 11	Nota El Nacional.
Anexo 12	Columna <i>Sin Duda</i> (El Nacional).
Anexo 13	Columna <i>Tiempo de Cambios</i> (El Nacional).
Anexo 14	Nota El Nacional.
Anexo 15	Nota Diario Ve.
Anexo 16	Primera página de El Nacional.
Anexo 17	Nota El Nacional.
Anexo 18	Nota El Nacional.
Anexo 19	Nota El Nacional.
Anexo 20	Nota Diario Ve.

Anexo 1

Desbordados

Los voceros de la oposición han sido desbordados por su propio odio, por la mezquindad, por el espíritu de subordinación. Las muestras de adhesión, simpatías y apoyo al Presidente Chávez desde todos los rincones del mundo han sacado de sus cabales a la vieja política. No se explican cómo el hombre más odiado por la contrarrevolución venezolana puede ser admirado por millones de las más diversas naciones.

No hay secreto alguno. Chávez habla el lenguaje de los pueblos. Sus palabras son las propias de los excluidos, los humillados, los perseguidos, las víctimas de los bombardeos, los incomunicados en las cárceles secretas, los discriminados por su color o nacionalidad, los familiares de los asesinados "selectivos", de los hogares destruidos o de los miles de desplazados por las guerras. Es también la voz de las naciones destrozadas por el apetito imperial o de los pueblos amenazados de intervención.

Una audaz, independiente y vigorosa política exterior ha colocado a Venezuela como uno de los puntos de referencia más importantes en el escenario internacional y ha elevado al Presidente Chávez a la estatura de un líder mundial.

Lo que es motivo de justo orgullo para millones de venezolanos, por el contrario indigna a los voceros de la vieja política. La Bandera venezolana es hoy levantada en Beirut y en Gaza, en México y en Teherán, en Lima y en Madrid. El nombre de Chávez es aclamado en todo el mundo. La Bandera de Venezuela y el nombre de Chávez son hoy símbolos de libertad, independencia, soberanía, dignidad y solidaridad.

Diario Ve

Editorial

Página 7

25/092006

Anexo 2



El Nacional

Caricatura

Página A/5

10/10/2006

Anexo 3



Diario Vea

Caricatura

Página 8

25/10/2006

Anexo 4



Diario Vea

Comic

Página 8

25/10/2006

Anexo 5



Diario Vea

Caricatura

Página 8

09/09/2006

Anexo 6

Campana Presidencial Venezuela 2006 erikaortega@diariovea.com.ve	
PARTIDO POLÍTICO	ACTIVIDAD Lugar y Hora
COMANDO MIRANDA Y MVR	<i>*Hasta el cierre de nuestra edición, el candidato del pueblo venezolano, Hugo Chávez, no tenía agenda electoral pautada para hoy</i>
PCV	<i>*Reunión ampliada de Profesionales y Técnicos *Rueda de prensa del Presidente de Consejo Legislativo de Monagas, Camarada Profesor Euribes Guevara *Asambleas de Mujeres del PCV Movimiento "Clara Zetkin" *Delta Amacuro: Pega de 100 Pendones, en las Parroquias de San José y Argemiro García</i>
PPT Todas las estrategias de este partido están coordinadas con el Comando Miranda	<i>* Instalación de los puntos azules en todas las parroquias de Ciudad Bolívar, con entrega de propaganda a las escuadras y visitas casa por casa en el marco del 1 por 10, desde las 9 de la mañana * Reunión de los equipos políticos y electorales del partido, para afinar el "amarré electoral", rumbo a los 10 millones de votos. Sala 6 de Parque Central, a las 10 de la mañana</i>
PODEMOS	<i>* Rueda de prensa, en horas de la mañana, en la sede de su comando de campaña</i>
MEP	<i>* No tiene actividades previstas para hoy</i>
UN NUEVO TIEMPO	<i>No tiene actividades previstas para hoy</i>
UPV	<i>No tiene actividades previstas para hoy</i>

El comando de campaña del candidato opositor Manuel Rosales, no mandó su agenda electoral de hoy

Anexo 7

Un Grano de Maiz 

Por: Antonio Aponte
 antonioaponte2000@gmail.com
 Mensajes de texto por el 0412-5594764
 www.ungranodemaiz.blogspot.com

MANIFESTACIONES Y DISOCIACIÓN ESTRATÉGICA

A un amigo, que vive preso en el día en su oficina sin ventanas, en las noches en su apartamento enrejado, y en el ínterin en el aire acondicionado de su carro, le pregunté por la concentración del domingo.

Me respondió convencido, "Una pobre concentración, la vi por Globovisión"

La percepción de mi amigo, que no es un mal hombre, me llamó a reflexión. Estuve en la marcha y la seguí desde un helicóptero, nunca había visto tanta gente y tanto entusiasmo. Cómo es posible que un hecho tan claro, rotundo, incontestable como esa marcha, sea percibido por muchísimos venezolanos con una imagen completamente opuesta. ¿Quién y cómo logran eso, por medio de qué mecanismos se distorsiona hasta tal punto la realidad?

El asunto es importantísimo, está en el fondo de los mecanismos de dominación que han hecho posible que una minoría de oligarcas haya dominado a las grandes mayorías de venezolanos, y las hayan puesto, a través de la historia, en contra de los intereses sociales. Son esos mecanismos los que hacen que los Pueblos humildes elijan durante tanto tiempo a sus propios verdugos.

Estudemos el asunto, para ello tomemos a nuestro amigo como ejemplo del opositor común:

Es un hombre de apariencia frecuente, se relaciona muy bien con su realidad inmediata: estudió, es capaz en su profesión, cría bien a sus hijos, tiene ojo para los negocios, en resumen, anda por allí normal, como cualquier persona.

Hasta aquí todo bien, cuando comienza a resbalar es cuando tiene que relacionarse con la realidad social, cuando tiene que percibir la política, la economía del país, la geopolítica, es decir, lo que está más allá de su entorno.

De las circunstancias de este hombre, podemos sacar una conclusión para nuestro estudio:

La relación, la percepción del hombre con lo inmediato es directa, sólo depende de su propio equipamiento mental. En contraste, la percepción del hombre de la realidad social es mediada, se hace a través de intermediarios: los canales de televisión, radio y demás medios de deformación, cuya función es modificar la imagen de la realidad y ponerla al servicio de los intereses mezquinos oligarcas.

La distorsión de la realidad no es sólo manipulación de la información, es además, y más importante, la manipulación de valores, miedos infantiles, fobias e instalaciones culturales, construcción de necesidades, y fabricación de rechazos.

De aquí se desprende que para una Revolución no es suficiente lo que hagamos en la realidad, no bastan las conquistas materiales, es necesario hacer un profundo cambio en la conciencia, una sustitución en los valores, en la visión del mundo, en las necesidades, en las satisfacciones. Una Revolución no es posible sin este cambio cultural, y este cambio cultural no es posible con los medios de difusión en manos de la cultura de lo viejo.

**¡El tres el Pueblo reeligirá al Pueblo, y defenderemos ese triunfo!
 ¡Rodilla en tierra con Chávez y el Socialismo!**

Anexo 8

EL ESPINERO

Rosales volvió a retar
Al Presidente a un debate;
De un tiempo pa cá me late
Que Manuel está de atar;
¿Si el pobre no sabe hablar
Cómo sería esa cadena?
A uno le da pena ajena
-retar a Chávez es el colmo-
Es, pedir peras al "orno"
Y "oír cantos de ballena"

Se volvió loco ¿no sé?
¿Lo puso loco Teodoro...?
¿Quiere embestir como un toro
Aunque no tenga con qué...?
Debe ser que no se ve
Firmando en televisión
Aprobando sin razón
El pillaje con su escoba...
Es, como el ladrón que roba
Y, después, grita: ¡Al ladrón...!

El Tábano

Diario Vea

Columna

Página 6

02/11/2006

Anexo 9

Sin fuerza para amenazar triunfo de Chávez

Avalancha de Rosales a media máquina

Luis Zárraga

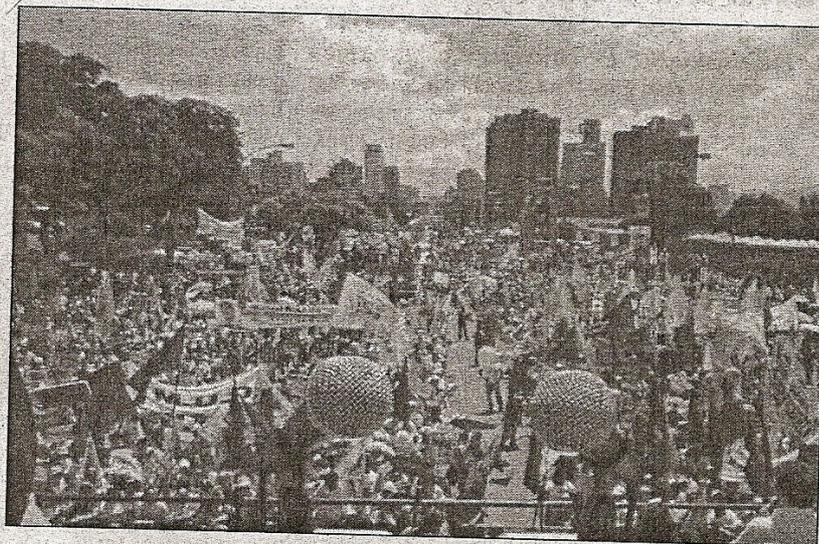
Foto William Characo

Caracas VEA.- La movilización en respaldo a la candidatura de Manuel Rosales el pasado sábado en la avenida Libertador congregó a numerosas personas pero no llegó al número que dicen haber reunido los seguidores del aspirante opositor a la silla de Miraflores.

Los opositores caraqueños, reforzados por simpatizantes del interior del país traídos en aerobuses, volvieron a marchar por calles y avenidas del este de Caracas luego de varios años de ausencia.

Marcha sin entusiasmo

La gente de Rosales dice haber congregado a más de 250 mil personas. El grupo Crónica calcula



Partidarios de Rosales en avenida Libertador

207 mil y un seguimiento del equipo de VEA precisa alrededor de 125 mil asistentes al mitin opositor.

Hicieron un esfuerzo de movilización de masas que se debe reco-

nocer para lo desanimado que estaban. No obstante faltó el entusiasmo de otras veces quizás por la poca fuerza del discurso de Rosales y la renombrada "chuleta" para recordar sus prome-

sas al electorado.

Al contrario las caravanas de Hugo Chávez han desbordado calles y avenidas y esa candidatura a la reelección marcha directo hacia el triunfo el venidero 3 de diciembre.

Diario Vea

Nota

Página 27

10/10/2006

Anexo 10

Dos visiones y un país / Concepción del Estado

elecciones
3D
2006

167 diputados, la totalidad de la Asamblea Nacional, respaldan al gobierno. 68,86% pertenece a un solo partido: el MVR

26 ministerios existen en la actualidad. En 1998 había 17 despachos ministeriales

32 magistrados tiene el Tribunal Supremo de Justicia. Hasta 2004 había 20. En diciembre de ese año la AN designó a 12

5 poderes públicos están establecidos en la Constitución de 1999, mientras que en la de 1961 sólo estipulaba 3



Foto WILLIAM OUMONT/ARCHIVO

El socialismo del siglo XXI es una propuesta inconclusa

Rosales plantea período presidencial de cuatro años

El Nacional

Página A/2

14/10/2006

Anexo 11

Composición del Parlamento

AD	62
MVR	46
Copel	28
Proyecto Venezuela	20
MAS	17
PPT	7
LDR	6
Convergencia	4
Apertura	2
Otros	15
Total	207

MVR	69
AD	23
Socialdemócratas	12
MAS	11
PPT/PODEMOS	09
Proyecto Venezuela	07
Copel	06
Primero Justicia	05
Convergencia	04
UNT	04
Otros	15
Total	165

MVR	69
AD	23
Socialdemócratas	12
MAS	11
PPT/PODEMOS	09
Proyecto Venezuela	07
Copel	06
Primero Justicia	05
Convergencia	04
UNT	04
Otros	15
Total	165

Fuente: / AN / CNE EL NACIONAL



La mirada del analista: Gustavo Marín

Demandan más descentralización

Efectuar una reforma constitucional como la anunciada por el presidente candidato, Hugo Chávez, representaría para el país, desde el punto de vista productivo, una pérdida de tiempo, según el abogado especialista en derecho administrativo, Gustavo Marín. Una modificación tan amplia indicó -llevaría a un debate político nacional y, en consecuencia, otros

ámbitos volverían a quedar rezagados. Considera que la propuesta del candidato unitario, Manuel Rosales, de cambiar aspectos puntuales, como la reducción del período presidencial, no requeriría tanto tiempo para concretarse. "El cambio del sistema político tendría una incidencia total en el resto del texto, a diferencia de una

modificación puntual", manifestó. En cuanto a la descentralización, Marín afirmó que ese proceso, presente en la Constitución de 1961 y ratificado en la del año 99, no se ha puesto verdaderamente en práctica por la falta de voluntad política tanto de este gobierno como de los anteriores. Para que la descentralización tenga éxito, explicó, es imprescindible que

exista la voluntad de profundizarla. Asimismo, aseguró que esa intención debe estar presente en todos los niveles: nacional, estatal y municipal. Sobre el concepto de propiedad colectiva asomado por el oficialismo, Marín prefirió no hacer comentarios hasta que sus proponentes lo definan con claridad.

CECILIA CAIGONE



Propiedad privada: ¿Sagrada o relativa? Aunque la invasión de terrenos e inmuebles ha sido proyectada como un nuevo delito, se han incrementado los conflictos por la demanda de vivienda o espacios para el trabajo. Chávez ha promovido fórmulas como el "Método Chaz", mientras que Rosales considera que se trata de un derecho sagrado / Foto Manuel Sardá

La voz del elector

María Magdalena Briceño "El comunismo está condenado al fracaso"

La médica María Magdalena Briceño considera que el comunismo es un sistema condenado al fracaso. "Ningún gobierno que cercene la libertad puede ser positivo". Para Briceño, el comunismo estandarizaría los procesos y las áreas de la vida de un país. "No quisiera esto para mi país, pues va a significar un retraso en nuestra sociedad". Afirmó que el Estado debe garantizar educación, salud y

oportunidades para que los ciudadanos den lo mejor de sí, pero no a través de la colectivización y la repartición de los bienes de consumo. "Se debe premiar al que estudie, trabaje e aporte algo positivo", agregó. Cree en un gobierno entusiasta, comunicativo y confiable que inspire a los ciudadanos.

CARLA NAVARRO

Países socialistas en el mundo

Se denomina Estado socialista a aquel que adopta el socialismo como sistema económico y social, lo que incluye la propiedad estatal o cooperativa de los medios de producción y del suelo.

República Popular China
 • Es socialista desde 1949
 • Presidente: Hu Jintao
 • Población: 22.224.195 hab

República Democrática popular de Corea
 • Es socialista desde 1945
 • Presidente: Kim Jong-Il
 • Población: 22.224.195 hab

República de Cuba
 • Es socialista desde 1959
 • Presidente: Fidel Castro
 • Población: 11.194.023 hab

Jamahiriya Árabe Libia Popular y Socialista
 • Es socialista desde 1969
 • Presidente: Muammar al-Badadi (de facto)
 • Población: 5.873.000 hab

República Democrática Popular Lao
 • Es socialista desde 1975
 • Presidente: Choummaly Sayasone
 • Población: 6.217.141 hab

República Socialista de Vietnam
 • Es socialista desde 1976
 • Gobierno: Comunista
 • Presidente: Nguyen Minh Triet
 • Población: 84.238.000 hab

Anexo 12



SIN DUDA

Mary Pili Hernández

mphefnacional@yahoo.com

El desespero

Faltan apenas un poco más de 4 semanas para que se lleven a cabo las elecciones, y está claro que Chávez será reelecto.

Aunque los líderes de la oposición se esfuerzan grandemente por poner buena cara e inyectarle un optimismo de plástico a sus seguidores y a ellos mismos, saben que Chávez ganará y que será por un margen amplísimo. Y lo saben con números en la mano, porque sus encuestadores preferidos no encuentran el modo de manipular los números para tratar de decir que la derrota que están a punto de recibir no es tan dramática.

Para un grupo que se ha vendido a sí mismo como los elegidos por la providencia para "acabar con el rrrrrrégimen", el hecho de que Chávez les duplique en votos, obviamente, sería una derrota humillante.

La candidatura de "er Conde": ¿un mal chiste?

Están encomendados a la Chinita y pidiéndole a Dios que la jugada de que Benjamín Rausseo retire su candidatura y apoye a Rosales el 18 de noviembre, el día de la Virgen de la Chiquinquiná, pueda subirle aunque sea unos puntitos en las encuestas.

Pensar esto, definitivamente, demuestra que no tienen idea de cómo son las aritméticas políticas. En este terreno, dos más dos no son cuatro, porque nadie garantiza que alguien que tiene previsto votar por Rausseo, sólo porque este retire su candidatura, vote automáticamente por Rosales, aunque "er Conde" decida darle su apoyo.

Si esto sucediera, el único voto que tendría garantizado Rosales sería el de Rausseo, pero ninguno más. Quienes han contemplado la posibilidad de votar por "er Conde", lo harían por razones completamente distintas de quienes votaría por Rosales, por lo que, aunque el primero se retire y anuncie su respaldo al segundo, nadie garantiza que los pocos electores de Rausseo se le sumen automáticamente a Rosales.

Pero además de que no le aportaría prácticamente nada a Rosales, "er Conde" cometería un grave error si hiciera lo que han anunciado a voces los partidarios de Rosales, es decir, que el día de la Chinita Rausseo anunciara su apoyo a Rosales.

"Er Conde" se presentó ante Venezuela como una candidatura de protesta, que le brindaba una tercera opción a aquellos que no están inscritos en la polarización típica de los últimos años. Si se produjera realmente lo que tanto han cacareado desde el comando de Rosales, se evidenciaría que la candidatura de Rausseo se propuso sólo como un engaño, como una manera de captar a un grupito de electores que la candidatura elitista y transnacional de Rosales no iba a lograr, para luego intentar endosárselos a éste, como si tratara de una compraventa.

Tomar esta decisión, para Benjamín Rausseo, le representaría una pérdida de credibilidad terrible e irreparable de cara al futuro, no sólo como político sino sobre todo, como persona. Pero eso no es lo peor. Lo peor sería que apoyar a Rosales carecería de cualquier sentido del humor. Porque si bien el lanzamiento de la candidatura de "er Conde" hacía sourrir a todo el mundo cuando esta se presentó, por lo irreverente y lo atrevida, apoyar a Rosales demostraría que todo estaba arreglado y que en el fondo, la candidatura comestaría del comediante no era otra cosa que más de lo mismo. En otras palabras, un mal chiste.

Privatizando a la Chinita

Pero llegar a límite de pretender tratar a la Virgen como si fuera su propiedad particular, irrespetar la devoción de la gente para vulgarizarla en un acto político en el que, además, se negocie con los votos de las personas, como si los electores no tuvieran criterio propio, como si el pueblo fuera una mercancía que se compra y se vende, da vergüenza ajena.

De lo que no se han enterado todavía es que, así como Venezuela, la Virgen es de todos. Y para que quede claro, Chávez le ganará a Rosales en el Zulia.

Peligros del desespero

El problema que trae el desespero es que cuando la gente se encuentra en esta situación es capaz de hacer locuras o tonterías. Veamos algunos de los escenarios posibles que se pueden presentar estas próximas semanas:

1) Retiro de las candidaturas: frente a la posibilidad real de sufrir una derrota humillante, dado que Chávez duplicaría en votos a todos los demás candidatos juntos, se ha comenzado a hablar otra vez de que supuestamente no existen condiciones de transparencia electoral, y por ello deben ser retiradas las candidaturas presidenciales. Los principales voceros de esta opción son los dirigentes tradicionales de Acción Democrática. Y esto no es casual, porque como dice el dicho, más sabe el diablo por viejo que por diablo. Los adescos, probablemente porque tienen mucho más experiencia electoral que todos los otros partidos opositores, sabían que derrotar a Chávez era una tarea imposible, y desde el principio plantearon la posibilidad de no participar en el proceso electoral. Ahora, cuando es inexorable la derrota, los adescos retoman con fuerza su tesis inicial, la cual está teniendo eco en muchos de los miembros del comando de Rosales y de otros candidatos, para evitar que quede en evidencia la debilidad dramática opositora.

2) Participan en las elecciones pero declaran fraude: en caso de participar en las elecciones, necesitan obligatoriamente a quién echarle la culpa de una derrota de tales proporciones. Por tanto, ya están preparando el escenario para poder justificar un supuesto fraude que haría un poquito más llevadera la situación. Es por ello que se han presentado noticias como la supuesta vinculación de Smartmatic y un grupo que según ellos estaría cercano al gobierno, e incluso, con la complicidad del Departamento del Tesoro de Estados Unidos, se habría iniciado una investigación al respecto, para intentar montar el tinglado al que se hace referencia. Por todo esto, es sumamente importante tener claro que en los próximos días hay que estar preparados para escuchar cualquier cantidad de mentiras, calumnias y manipulaciones informativas orientadas a abonar el terreno del supuesto fraude.

3) Hacer una locura: con base en lo expuesto, no es de descartar que los grupos más radicales intenten hacer cosas que ya, lamentablemente, vivimos en la Venezuela de 2002 y 2003. Estaríamos hablando de tratar de hacer movilizaciones de calle para generar situaciones violentas o problemas de orden público, buscar un herido o un muerto, en fin, crear el caos. El problema es que no tienen la fuerza de calle para mover a muchas personas y esto llevaría a que se intentaran algunas locuras peores, como por ejemplo, propiciar atentados terroristas, como los que se hicieron

Anexo 13



TIEMPO DE CAMBIOS

Vladimir Villegas

helyvia@hotmail.com

Tsunami mata
avalancha

La marea roja del pasado domingo en Coche y El Valle dejó pálida la marcha opositora del día sábado, y puso los puntos sobre las íes con respecto a quién tiene el apoyo en Caracas. Una movilización absolutamente local como la organizada por el Comando Miranda, sin despliegues publicitarios, mostró a las claras que la ciudad capital, y muy especialmente en sus zonas populares, constituye un poderoso bastión de la candidatura de Hugo Chávez.

En otras palabras, la jornada popular del domingo en las parroquias del sur caraqueño, un verdadero tsunami rojo, como lo calificó la página Apórta, le arrebató la ilusión, en menos de 24 horas, a cualquiera que se haya imaginado que la llamada avalancha convocada por la oposición es el reflejo de un supuesto crecimiento de la candidatura de Manuel Rosales en la capital del país.

Un acto nacional, convocado con bombas y platillos, con propaganda masiva e intensa en radio y televisión, no causó el efecto que sus promotores pronosticaron, y para remate ya el día domingo una inmensa masa humana se encargó de echar por tierra todos los comentarios de dirigentes políticos, analistas y articulistas comprometidos con la oposición, los cuales apuntaban a hacer ver que su candidato está a punto de alcanzar a Chávez. La oposición no puede darse por derrotada, eso es lógico. Estamos en campaña electoral y es lo menos recomendable para un aspirante que se sabe sin opción de triunfo. Por eso se justifica que digan sentirse optimistas por la marcha del sábado. Pero les recomendaría no escuchar "cantos de sirenas", como acostumbra a decir el abanderado zuliano. Mejor que no se aparten de la realidad, y recuerden, no está de más, que sus movilizaciones en tiempos del referéndum reafirmatorio eran muy superiores a las que han realizado para esta campaña, y miren los resultados.

Demagogia con energía

Rosales no abandona su discurso demagógico. Se le nota empeñado en ser más popular que Chávez, y en disimular su compromiso con posturas políticas, grupos de poder y sectores estrechamente ligados al pasado político puntofijista, particularmente con hombres del entorno más próximo al ex presidente Carlos Andrés Pérez, entre ellos Diego Arria, quien divide su tiempo en hacer lobby contra Venezuela en Naciones Unidas y en asesorar al candidato de las peras al horno.

Esa prometedera sin medida es el mejor reconocimiento a los éxitos de la política social llevada adelante por el gobierno bolivariano, y es la ratificación de que el candidato opositor no ha avanzado un milímetro en la forma de hacer política que aprendió de la mano de sus otrora jefes adecos, especialmente de quienes llegaron a la Presidencia sobre la base de ofertas engañosas, como el pleno empleo de CAP I y II, y el pacto social de Jaime Lusinchi. Y ni siquiera ha podido

copiar la gracia de los refranes de Luis Herrera.

Los asesores del candidato que improvisa discursos chuleta en mano han llegado a la conclusión de que la estrategia de su campaña no puede basarse en atacar la gestión social de Chávez sino en ofrecer réplicas de ella, supuestamente mejoradas, incluidas algunas genialidades como la tarjeta de telecajero que supuestamente chorreará renta petrolera para todos los venezolanos. Nadie le ha explicado que es imposible ganar una elección prometiéndole hacer lo que su adversario ya está haciendo desde el Gobierno. Nadie lo ayuda en ese difícil trance de enfrentar a un candidato sin poder encontrarle flancos débiles. Lo empujan hacia un discurso carente de sustancia, porque saben que como candidato no da para más, y, de paso, no tiene, o en todo caso no ha difundido, un programa de gobierno creíble, que aglutine siquiera a sus aliados.

Pero tampoco se decide a marcar distancia con respecto a los gobiernos anteriores. Está demasiado rodeado como para asegurarse a sus electores que no tiene ataduras con el pasado. Hay en su entorno muchos adecos, copeyanos y convergentes, responsables de políticas que arruinaron y endeudaron al país, que privatizaron empresas del Estado y que pretendían hacer lo mismo con Pdvs, a la cual convirtieron en un Estado dentro del Estado. No son "bupusilas" lo que ocurrió en Venezuela, cuando los promotores del neoliberalismo salvaje que apoya a Rosales nos despojaron de la Compañía Venezolana de Navegación, de la Cantv, de Sidor, de nuestras líneas aéreas. Ellos quieren volver para renutar la tarea que se vio interrumpida por la llegada de Hugo Chávez a Miraflores y por el inicio de un proceso de cambios que está dando frutos, y que es la principal razón por la cual ni esa ni ninguna otra candidatura opositora levanta cabeza.

Fue un mal atrevimiento la idea de llamar avalancha la marcha del sábado, la cual, ciertamente, fue mejor que otros actos de su campaña, pero que está lejos de compararse con la arrolladora capacidad de movilización popular del chavismo. Primero, no hubo tal avalancha, ni siquiera con la ayuda de la distorsión de la imagen hecha por Globovisión. Echaron la casa por la ventana, trajeron gente en autobuses desde todo el país. Hicieron de tripas corazón, gastaron su millonada en propaganda pero no convencieron ni a sus partidarios, ni mucho menos a los que se niegan a votar. Y segundo, hablar de avalancha es mencionar la soga en casa del ahorcado. Si algo preocupa a la oposición, y particularmente a su candidato más pintoresco, es el riesgo cada vez más cierto de recibir la derrota más aplastante que se recuerde en proceso electoral alguno en nuestro país. La calle y las encuestas lo vienen diciendo. Coche y El Valle lo repitieron el domingo. Avalancha es lo que les espera en diciembre.

Anexo 14



Foto: CORTESÍA COMANDO DE MANUEL ROSALES
Manuel Rosales afirmó que los venezolanos se arrepentirán de los ocho años de gobierno de Chávez

Rosales promete política de fronteras

"Las fronteras están desguarnecidas", afirmó el candidato opositor Manuel Rosales en Guanare, donde participó en una concentración.

Rosales lamentó la inseguridad en el país y la práctica del sicariato, que se ha incrementado en la zona centro occidental.

"Todos hemos sido víctimas de la delincuencia: de secuestros, atracos, secuencias y crímenes. Todo gira en torno a la inseguridad. Nadie vive tranquilo", expresó.

Afirmó que su intención es revisar todos los organismos de seguridad. De acuerdo con sus cálculos, se necesitan más de 150.000 policías. Advertió que esos funcionarios no pueden ser escogidos por recomendaciones políticas o corporativas, sino formados en las

universidades, para que "sean mejores profesionales".

Sobre las fronteras aseguró que todo el mundo sale y entra en el país sin control alguno. "Aquí entra el que quiere, delincuentes, guerrilleros, paramilitares, mafias que roban vehículos y hamponato común. Por eso es necesario una política de fronteras", dijo.

El tema de la inseguridad lo motivó para plantear de nuevo el debate con el presidente Hugo Chávez. "Vamos a debatir sobre este tema porque se trata de la vida de los venezolanos", manifestó.

Añadió que el jefe del Estado debe explicar por qué no se ha ocupado de la inseguridad. "Nada tiene importancia si nuestra vida y la de nuestros hijos están en peligro", señaló.

Informó que otros puntos que deben discutirse son la situación de los productores, por qué se ha paralizado la zona productora de algodón, arroz, sorgo, maíz y caña de azúcar, entre otras.

Se declaró enemigo del latifundio, pero aclaró que respeta la propiedad privada. Añadió que con ese principio negociará con los productores para recuperar en paz la tierra y dársela a quien quiera trabajarla.

Anunció que no entregará cartas agrarias, porque no son títulos de propiedad, e integrará a los campesinos al Seguro Social. Aprovechó la oportunidad para expresar que las personas que no tengan las cotizaciones completas podrán disfrutar de ese beneficio.



Foto ARCHIVO
Chávez colocó las piedras fundacionales del puente Nigale, del futuro Complejo Criogénico de Occidente

Chávez descarta debate televisado

DÁMASO JIMÉNEZ
MARACAYO

El presidente candidato Hugo Chávez aseguró que Venezuela dejó de ser un país desestabilizable, y exhortó a respetar los resultados electorales del 5 de diciembre próximo.

Durante la inauguración de la presa Tres Ríos, en el sector El Laberinto del Diluvio, entre los municipios Jesús Enrique Losada y Rosario de Perijá, Chávez dijo que es necesario que todos respeten los resultados de los comicios presidenciales "sea cuales fueren".

"Dentro de pocos días va a pasar algo histórico, y espero que no se ponga nadie por ahí a estar gritando que hubo fraude y que vamos a alzarnos, que van a tomar la talle a

hacer guarimba, porque sería una derrota más para ellos. No van a poder desestabilizar el país", dijo.

Descartó que participe en el debate televisado que propone el candidato unitario de oposición Manuel Rosales.

"El debate ya está en la calle. Aquí hay dos posiciones nada más: la capitalista, que ellos defienden; y la socialista, que impulsamos nosotros. He allí la confrontación; lo demás sería enmascarar la realidad con propuestas superpopulistas, irresponsables, discursivas y asesorías. Ellos quieren ser colonia del imperialismo, y nosotros proponemos socialismo y soberanía".

El Presidente también participó en la colocación del tubo fundacional del acueducto Winka, que será construido en los próximos 18

meses para el suministro de agua potable a Maracaybo, San Francisco, Mara y Jesús Enrique Losada.

"Hay una campaña permanente para que se irrespete a las autoridades, y detrás del irrespeto a las autoridades está el plan desestabilizador; porque si los vecinos de un barrio no respetan a la policía, al prefecto, bueno, se acabó el Estado", dijo.

Se quejó de no haber contado con un gobernador con el que pudiera realizar trabajos para resolver los problemas del Zulia.

"El país es uno solo, y yo necesito tener aquí un gobernador con el que pueda trabajar para atacar juntos los problemas; por eso le digo a los zulianos que es urgente que el Zulia tenga un gobernador bolivariano", agregó.

El Nacional

Página A/2

20/11/2006

Anexo 15

Sin fuerza para amenazar triunfo de Chávez

Avalancha de Rosales a media máquina

Luis Zárraga

Foto William Characo

Caracas VEA.- La movilización en respaldo a la candidatura de Manuel Rosales el pasado sábado en la avenida Libertador congregó a numerosas personas pero no llegó al número que dicen haber reunido los seguidores del aspirante opositor a la silla de Miraflores.

Los opositores caraqueños, reforzados por simpatizantes del interior del país traídos en aerobuses, volvieron a marchar por calles y avenidas del este de Caracas luego de varios años de ausencia.

Marcha sin entusiasmo

La gente de Rosales dice haber congregado a más de 250 mil personas. El grupo Crónica calcula

**Partidarios de Rosales en avenida Libertador**

207 mil y un seguimiento del equipo de VEA precisa alrededor de 125 mil asistentes al mitin opositor.

Hicieron un esfuerzo de movilización de masas que se debe reco-

nocer para lo desanimado que estaban. No obstante faltó el entusiasmo de otras veces quizás por la poca fuerza del discurso de Rosales y la renombrada "chuleta" para recordar sus prome-

sas al electorado.

Al contrario las caravanas de Hugo Chávez han desbordado calles y avenidas y esa candidatura a la reelección marcha directo hacia el triunfo el venidero 3 de diciembre.

Diario Vea

Página 2

08/09/2006

Anexo 16

· *Un muerto y dos desaparecidos dejó deslave en Mérida* B 28

EL NACIONAL Bs 1.000

FUNDADO EN 1943 · CARACAS · VENEZUELA

LUNES 27
noviembre de 2006

http://www.el-nacional.com
RIF: J-00012242-3
DEPÓSITO LEGAL PP 194301 DF45
AÑO LXIV Nº 22.721

BanESCO
"LO PREFERO"

"Es la hora de la revolución bolivariana"



**Cómpu- tos
extraoficia- les dan
ventaja a Correa
en Ecuador**

El izquierdista se impuso a Álvaro Noboa en la segunda vuelta de los comicios en Ecuador, según varias encuestas. Correa aseguró que impulsará la unión suramericana bajo el espíritu bolivariano y que buscará acercarse a Venezuela, sin convertirse en una nueva versión del presidente Hugo Chávez. El aspirante derechista rechazó los resultados preliminares.

A-10

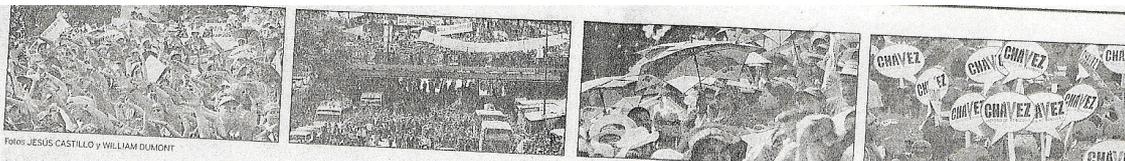
**A Bs 2 millones
puede subir
tarjeta Mi Negra**

Ante miles de seguidores que colmaron la avenida Cedeño de Valencia para su cierre de campaña en el estado Carabobo, el candidato de la unidad nacional, Manuel Rosales, anunció el nuevo monto mensual que tendrá Mi Negra al aumentar la producción petrolera. Calificó la concentración de ayer en Caracas como "avanzada de autobuses" y dijo que muchas personas, en su mayoría empleados públicos, fueron obligadas a asistir.

A-6

El Nacional
Primera Plana
27/09/2006

Anexo 17



Fotos: JESUS CASTILLO y WILLIAM DUNONT

TESTIMONIOS



Nueva Esparta

Leirebeth Ferrer tiene 19 años de edad, salió el sábado en la noche del estado Nueva Esparta hacia Puerto La Cruz en ferry para luego venir a Caracas a la marcha a favor de Hugo Chávez. Dijo que lo que más le gusta del Gobierno es su dedicación a los jóvenes: "Chávez sí le ha dado oportunidades a todos los jóvenes, yo terminé mi bachillerato y rápidamente encontré trabajo en la misión Vuelvan Caras".



A pie desde Catia

María Carmona tiene 63 años de edad, y caminó desde Catia

Chávez: "El 3D ya está escrito"

En su discurso de cierre de campaña en la avenida Bolívar, el Presidente de la República aseguró que ganará las elecciones del próximo domingo. Sin embargo, instó a sus partidarios a no dejarse invadir por el espíritu del triunfalismo y a acudir a las urnas para reducir la abstención al mínimo

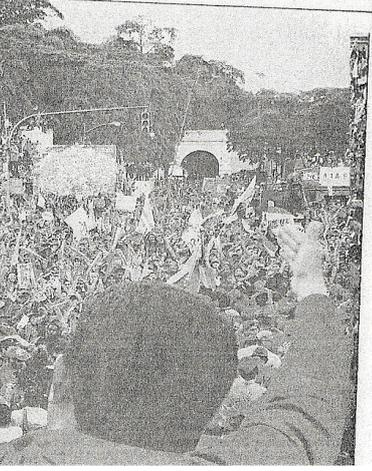
VANESSA GÓMEZ QUIROZ

El candidato-presidente, Hugo Chávez Frías, llegó a la avenida Bolívar de Caracas alrededor de las 12:30 del mediodía; luego de cantar el Himno Nacional, saludó a los miles de simpatizantes que lo acompañaron ayer al cierre de su campaña electoral en la capital. Desde la gran tarima ubicada debajo de la estatua de Simón Bolívar, Chávez hizo un llamado a sus adeptos a salir el 3 de diciembre a defender cada uno de los votos a su favor.

"Cuando abran las cajas para contar los papeletos, y comparen con las máquinas, alguien pudiera esconderse votos, destruirlos, no quedaría igual... Aunque lo hagan en un sitio nada más, se agarrarían de allí para decir que hubo fraude".

Aseguró hay metas trazadas que deben superarse: "Debemos que llevar la abstención al mínimo, es fundamental lograr la mayor cantidad de votos revolucionarios el 3 de diciembre".

A los integrantes de los pelotones y batallones les dijo que son responsables de que los miembros de mesa estén a tiempo en los centros de votación y a los testigos les pidió que no se retiren hasta que no haya terminado el acto de escrutinio. "Todo el mundo, hasta el último minuto,



porque era oligarca. Ahora lo único que pido es poder conocer a mi presidente".



Del 23 de Enero

Según Lucas Rangeli, que trabajaba como agente de seguridad en Maracay, su vida y la de los venezolanos mejoró desde que Hugo Chávez es presidente de la República. "Ese hombre ha sacado unir a los países de Latinoamérica, y no le tiene miedo a nada. Ha mejorado la educación, la salud y las viviendas del país. Alguien por ahí me ofreció una tarjeta negra, pero me negé a la van a ver ellos".



Del Infierno

Edmundo Muñoz Kay, promotor cultural en la parroquia de Atipacora, se pintó con aceite vegetal y andaba sólo con un diminuto short por la avenida Corrientes. "Soy el diablo de la revolución. Represento a los que corren a los escuadrones. Apoyo a Chávez porque me consiguió un carro, una casa, una mujer y hasta un perro. A Chávez le pido más organización en las instituciones para que acabemos con la anarquía".

independiente. "Que nadie se deje invadir por el espíritu del triunfalismo, realmente vamos a ganar, pero no hemos ganado".

A pesar de que no descalificó la concentración del sábado a favor del candidato opositor Manuel Rosales, manifestó que "se quedarán chiquitas: 'Si quieren ver millones de personas, vengán para que las vean, somos mayoría'".

El candidato-presidente reconoció que le parecía extraño que los opositores no manifestaran su desconfianza en sus derechos: "No digo sin reservas, en el supuesto de que yo pierda las elecciones, inmediatamente saldría a recomendar mi gestión, ya lo hice en muchas ocasiones".

El mandatario saludó a los

miembros de la Organización de Estados Americanos, la Unión Futuro, el Centro Carter, Mercosur, y otros organismos. "¡Dioses, sería orgullo de otra de las grandes victorias del pueblo bolivariano".

También reconoció la labor del Consejo Nacional Electoral y la Fuerza Armada Nacional.

Aunque no dijo nombres, Chávez contó que los candidatos de la oposición son todos unos "bate fiero candidato" y aseguró que el verdadero candidato es el presidente de Estados Unidos, George W. Bush.

"No olvide nadie que estamos enfrentando al mismísimo diablo, el domingo 3 de diciembre nos enfrentamos al gobierno imperialista de Estados Unidos. Eso es el

adversario, no estos bate mierbro de aquí, ni siquiera yo que el candidato fuera misser Bush para darle un triple rock out".

Cuando ya tenía casi dos horas de discurso, dijo que si de él dependiera podría hablar dos horas más: "A diferencia del candidato de oposición que habla se le ablandó todo, candidato te me ni candidato, te vas a volver pollo esauro".

Chávez aseguró que dedicaría su próxima victoria electoral al 50º aniversario de la liberación del barco Granma -repudiado por Fidel Castro- a la isla caribeña, que se celebra el 2 de diciembre.

Política Venezuela El Presidente garantizó a sus adep-

tos que Venezuela se convertirá en una potencia mundial de contarse con el proyecto revolucionario que lidera: "De 2007 a 2021 volveré a Venezuela en una potencia moral, social y política, vamos a ser una potencia, en el mundo, estaré honro que así va a ser".

Escribió a sus adeptos a que durante las venideras elecciones presidenciales voten por Venezuela, por la libertad, la independencia, la verdad, la dignidad porque Chávez resurgió todo eso. Las seis letras (de su nombre) significan eso".

Luego de su discurso de dos horas y media, Chávez atravesó la concentración en la avenida Bolívar a bordo de su habitual carrozón e inició una caravana.

La Marea Roja llegó desde cada rincón

A las 10:30 ante la parroquia El Platano, en los alrededores de la plaza central de Catia, estaba saqueando "Somos 10 millones" o "Rodilla en tierra con Chávez". Pocos minutos después, las personas se abalanzaron sobre la avenida de la Sucre.

En la marcha y sus estaciones, los seguidores del Presidente bailaban al son de una pegajosa canción que decía "10 millones por el fuche", y luego proseguían con el ritmo y la sincronía de una cacha de rapita o la cacha se servía para refrescarse.

A las 11:15 am ante el presidente Chávez no había llegado, así que los músicos se adhirieron de la

tarima ubicada frente al Palacio de Miraflores para realizar coreografías y danzas al ritmo del reggaeton. Al lado, varias personas hicieron una cola para sacarse la cédula de identidad en un puesto de la Ombú. Los niños -vestidos igualmente de rojo- saltaban en los más ubicaron en el lugar.

Hane los asistentes se podía ver empujados de varias entidades del partido y militantes de PPT repudiando un volante sobre las razones para votar por Chávez. Otros, en nombre de la Fuerza Bolivariana de Liberación distribuían una carta en la cual anunciaban un posible abstención contra el presidente Chávez, "Bastado por George W. Bush y la oposición venezolana".

Caracas del mediodía las entradas de la avenida Universidad y de la avenida Bolívar estaban bloqueadas por la cantidad de personas reunidas en esos vías.

En la Urdaneta, el vicepresidente de la República, José Vicente Rangel, expresó su alegría por la liberación de Nueva Bolívar. "Se confirmó el pronóstico de tomar Caracas de vuelta a patria. Eso es la diferencia entre este acto de cierre de campaña y el de Rosales". Después, José Sentís, reparó el templo de la Virgen María, superintendente del

A las 12:30 pm empezó a hablar el candidato-presidente desde el escenario principal. Quiénes no lo tuvieron cerca lo pudieron ver en otras tarimas emplazadas en las avenidas Bolívar, Universidad, Lecuna, México y Páez. Armados, y además en sectores como Bellas Artes, El Calvario, Miraflores, Parque Central y Puerto Elgueta.

Acompañado por Cilia Flores, Nicolás Maduro, Rafael Lacayo y Diosdado Cabello, el candidato habló como sin importar qué estación fuese.

A las 1:15 pm, algunas personas empezaron a abandonar las áreas de la avenida Bolívar. "Qué Chávez, después va a hablar en cada tarima? Estárá loco", le dijo uno soñando a su amigo, mientras se dirigía a la salida del Metro de Nueva Girca.

Quiénes no lo tuvieron cerca lo pudieron ver en otras tarimas emplazadas en las avenidas Bolívar, Universidad, Lecuna, México y Páez. Armados, y además en sectores como Bellas Artes, El Calvario, Miraflores, Parque Central y Puerto Elgueta.

Acompañado por Cilia Flores, Nicolás Maduro, Rafael Lacayo y Diosdado Cabello, el candidato habló como sin importar qué estación fuese.

A las 1:15 pm, algunas personas empezaron a abandonar las áreas de la avenida Bolívar. "Qué Chávez, después va a hablar en cada tarima? Estárá loco", le dijo uno soñando a su amigo, mientras se dirigía a la salida del Metro de Nueva Girca.

Anexo 18



HOSPITALIZADO BENJAMÍN RAUSSEO

Benjamín Rausseo fue hospitalizado ayer en la clínica Méndez Gimón debido a una crisis hipertensiva. Solmar Torres, jefe de prensa del comando de campaña de El Conde del Guácharo,

informó que desde hace varios días el candidato tenía problemas de tensión arterial. Carlos Rondón, médico internista, descartó que la vida de Rausseo corra peligro. "Lo tenemos en observación;

la idea sería alejarlo del público, de personas que no sean sus familiares. Creo que el pronóstico es muy bueno". De acuerdo con lo reportado por Unión Radio, Rondón negó que Rausseo haya

sufrido un infarto. "No tuvimos necesidad de ingresarlo a la unidad de cuidados intensivos". Añadió que en las próximas 48 horas se le harán los exámenes necesarios y el paciente se

mantendrá en observación. La hospitalización constituirá un alto en la campaña electoral del artista, quien recientemente negó que estaría dispuesto a declinar en sus aspiraciones.

Diario El Nacional

Página A/2

10/10/2006

Anexo 19

Al menos un herido y dos detenidos en recorrido de Rosales por Guarenas

Una escaramuza entre choferes de autobuses y un grupo de motorizados que acompañaban al candidato opositor generó una lluvia de botellas y piedras frente al terminal de pasajeros. El abanderado también visitó las poblaciones de Araíra y Guatire, aunque sin ningún inconveniente

JAVIER PEREIRA

El candidato opositor Manuel Rosales recorrió ayer las poblaciones de Araíra, Guatire y Guarenas, en el estado Miranda, con toques rápidos, caminatas aceleradas y un despliegue de seguridad complejo (en el que participaron, además de su escolta personal, varias unidades de la Disip y funcionarios de las policías regionales y municipal).

La visita del aspirante presidencial se desarrolló sin mayores inconvenientes en las dos primeras localidades; pero cerró con una escaramuza frente a la estación de pasajeros de Guatire que dejó, por lo menos, un herido leve y dos detenidos.

La gira comenzó a las 10:50 de la mañana en el barrio La Rinconada de Araíra. Partidarios de Primero Justicia, Un Nuevo Tiempo, Copel, MAS y Bandera Roja nutrieron el primer recorrido del día, que duró casi media hora en una zona de viviendas humildes.

Allí acompañaron a Rosales dirigentes opositores regionales: Alejandro Grisanti, jefe de campaña en Miranda; Alberto Crisafi y Ovidio Lozada, diputados del Consejo Legislativo regional, ambos de Primero Justicia; Aristides Martínez, ex alcalde de Guatire, por Copel; y José Antonio España, coordinador del MAS en la zona.

El candidato subió a su camioneta blanca y dio el primer salto, que lo llevó al barrio Vista Verde de Guatire. Allí lo esperaban numerosos vecinos, que caminaron (a marcha redoblada) junto con Rosales por la calle 1º de mayo.

"Díganle que se pare a saludarnos tranquilo, vale. Nosotros no comemos", gritó una habitante del sector, un poco decepcionada por la rapidez del aspirante al estrechar las manos de los vecinos.

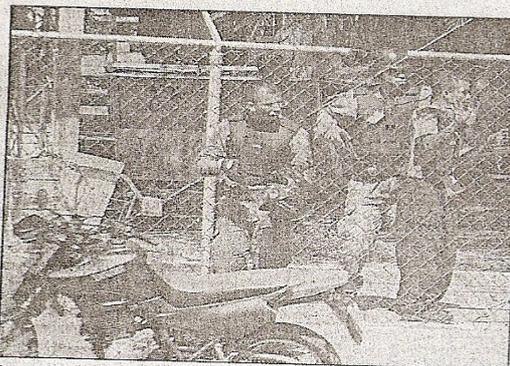
Algunos de sus partidarios intentaron acompañarlo desde Araíra, pero era imposible seguirle el paso, sobre todo por el colapso del tránsito.

Aproximadamente 25 minutos de recorrido por el sector fueron suficientes. De nuevo arrancó la caravana, escoltada por una flota de cerca de 110 motorizados uniformados de azul: miembros de una organización petareña especializada en movilizaciones opositoras que trabajó en el pasado con Enrique Mendoza y ahora acompaña a Rosales en el estado Miranda.



Rosales recorrió ayer las poblaciones de Araíra, Guatire y Guarenas en menos de 4 horas

Fotos WILLIAM DUMON



La policía del Municipio Plaza detuvo a dos agresores en Guarenas

La tercera estación fue Guatire, pero allí la concentración se desinfló. Se vieron muy pocos seguidores en las dos paradas: primero, en una zona comercial del sector Jardín 1; y luego en el barrio Trapichito 2, más específicamente en la sede del diario *La Voz de Guarenas*. En este punto ya sólo lo acompañaban los motorizados, una banda de samba de Primero Justicia y un grupo de partidarios de Bandera Roja.

Fuentes del comando opositor aseguraron que varios partidos opositores decidieron boicotear el recorrido en Guarenas por estar en desacuerdo con la ruta seleccionada.

Mientras Rosales visitaba la sede del periódico regional, a unos

100 metros de allí (frente al terminal de pasajeros de Guarenas) ocurriría la única escaramuza del recorrido: el grupo de motorizados reclamó a los choferes de autobuses que gritaban consignas a favor del presidente Hugo Chávez y quebraron los vidrios de una unidad. Los transportistas respondieron con una lluvia de piedras y botellas. Uno de los motorizados (que no llevaba casco) resultó herido en la cabeza. Funcionarios de la policía del municipio Plaza controlaron la situación y detuvieron a dos de los conductores.

Rosales evadió la zona de conflicto porque su equipo de seguridad que logró sacarlo de Guarenas con la colaboración de la policía regional.

"Aspiro a convencer a los ni ni"

Manuel Rosales se mostró satisfecho por los resultados de las más recientes encuestas, que reflejan que la diferencia con el presidente Hugo Chávez se ha recortado. "Aspiro a convencer a unos cuantos ni ni por Guarenas hoy. Pero lo importante es que todas las encuestas demuestran que un candidato crece y crece, y otro se estanca", señaló.

Durante el recorrido de ayer centró sus declaraciones en el tema de la violencia; ofreció que la tarjeta Mi Negra también servirá para indemnizar, de por vida, a familias víctimas de homicidios; y aseguró que la próxima semana anunciará su plan integral de seguridad.

"Aquí hay más muertos que cualquier guerra, como Bosnia, Irán o Colombia. Estamos viviendo una guerra en medio de un país que no tiene guerra y esa es nuestra prioridad", señaló.

También rechazó los anuncios de nuevos gastos militares: "No se justifica ese nuevo gasto exagerado en armas y aviones. Esos aviones lo voy a cambiar por becas para estudiar, en escuelas y hospitales".

Anexo 20

Vecinos de Catia rechazaron provocación de Rosales



Manuel Rosales aseguró que continuará recorriendo calles de Caracas

Érika Ortega Sanoja
Fotos Omar García

Caracas. - En medio del repudio de los habitantes de la comunidad de La Cruz, ubicada en el sector Boquerón de Propatria, el candidato presidencial Manuel Rosales hizo su llegada a la localidad, en el marco de su campaña electoral.

Rosales arribó al lugar, a las doce del mediodía, y a esa hora fue recibido por decenas de personas

quienes habían subido hasta el apartado lugar, a través de los famosos "jeeps" que se toman en la plaza de Propatria.

Aproximadamente a las 12:30 de la tarde, en el momento en que el candidato descendía junto a sus acompañantes, hubo un intercambio de piedras en el lugar, generando la reacción de la Policía Metropolitana, la cual procedió a lanzar bombas lacrimógenas para dispersar a los revoltosos.

Quejas

Un habitante de la zona, que prefirió mantener su identidad en secreto, expresó su descontento por toda la situación: "cuando estos señores empezaron a llegar, lo hicieron burlándose de quienes teníamos carteles de Chávez pegados en las casas. Si van a hacer campaña en nuestra comunidad, tienen que hacerlo en sana paz y no

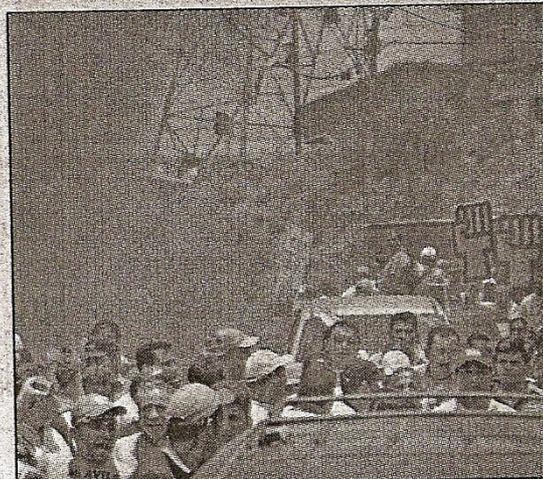
llegar faltándole el respeto a quienes vivimos acá".

Por su parte, el director del hospital Los Magallanes de Catia, Isidro Contreras, rechazó las pretensiones del candidato presidencial Manuel Rosales, al querer ingresar a este centro médico sin ser invitado, catalogando esta acción como una provocación.

Agresiones en contra de los medios

Los agravios e impro-

perios no sólo fueron en contra de los vecinos del sector. También los medios del estado y el equipo del Diario VEA, resultaron afectados por los insultos de los manifestantes de la oposición. Prueba de ello es el atentado que sufrió la camioneta del canal del estado, Venezolana de Televisión, cuyo caucho trasero fue deliberadamente punzado, luego de que recibiera una pedrada en uno de sus vidrios.



La marcha terminó con pedradas

Índice de Tablas

1.- El Nacional.

Identificación del corpus de investigación	Nac200600
Frecuencia y Extensión.....	Nac200601
Editorial.....	Nac200602
Mancheta	Nac200603
Caricatura	Nac200604
Enfoque Periodístico	Nac200605
Género Periodístico.....	Nac200606
Fuente	Nac200607
Tipo de Fuente	Nac200608
Temas	Nac200609
Causas de la aparición	Nac200610
Consecuencias de la aparición	Nac200611
Entorno de la nota	Nac200612

2.- Diario Veá.

Identificación del corpus de investigación	Vea200600
Frecuencia y Extensión.....	Vea200601
Editorial.....	Vea200602
Comic	Vea200603
Caricatura	Vea200604
Enfoque Periodístico	Vea200605
Género Periodístico.....	Vea200606
Fuente	Vea200607
Tipo de Fuente	Vea200608
Temas	Vea200609
Causas de la aparición	Vea200610
Consecuencias de la aparición	Vea200611
Entorno de la nota	Vea200612