



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Periodismo

Trabajo de Grado

¿HUGO CHÁVEZ FRÍAS: POSIBLE LÍDER POLÍTICO DE SURAMÉRICA?

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE SEIS DIARIOS SURAMERICANOS

Tesista: Joanna Sambrano Valeriano

Tutor: Andrés Cañizález

Caracas, septiembre de 2009

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por todo lo que me ha dado.

A mis padres, por estar siempre ahí, por su paciencia, por ser tan maravillosos y por brindarme su apoyo incondicional.

A mis hermanos, por mostrarme el camino y tenderme una mano siempre que los necesito.

A mis abuelos, por ser ejemplos de vida, pilares de familia y pieza fundamental de mi vida.

A mi tía Luisa, por compartir su sabiduría conmigo, por ser una gran amiga y consejera.

A Rafa, por todo y mucho más. Por acompañarme a lo largo de todo este camino, por ser mi hombro para llorar y mi sonrisa para las risas. Por ser mi soporte y, sobre todo, por no permitir que me venciera el pesimismo.

A Luis Alejandro, por estar siempre pendiente y por su apoyo. Por ser tan brillante y convertirse en la luz cuando todo era oscuridad.

A Giannina Olivieri, por su apoyo incondicional.

A Andrés Cañizález, por sus consejos durante el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN

Desde la llegada de Hugo Chávez a la presidencia de Venezuela, la política exterior del gobierno venezolano ha estado enfocada en la integración de un bloque regional latinoamericano que logre imponer un equilibrio multipolar en el mundo y acabar con el modo unipolar dirigido por Estados Unidos. Tomando en cuenta que los medios constituyen para los actores políticos una herramienta importante para lograr el liderazgo, este trabajo de grado pretende evaluar el liderazgo político que se proyecta del presidente Hugo Chávez Frías en Suramérica a partir de una muestra de artículos de seis periódicos suramericanos.

Palabras clave: Hugo Chávez Frías; Venezuela; Suramérica; Liderazgo político; XVII Cumbre Iberoamericana

ABSTRACT

Since Hugo Chávez Frías became President of Venezuela, the Venezuelan foreign policy has been focused on the integration of a Latin-American bloc. This regional bloc should seek for the establishment of a multipolar balance in the world in opposition to the unipolar mode headed by the United States of America. Having into account that media constitute an important tool for political actors to achieve their leadership, this investigation pursues to evaluate the leadership of Hugo Chávez Frías projected on South America based on a sample of six South American newspapers.

Key words: Hugo Chávez Frías; Venezuela; South America; Political leadership; 17th Ibero-American Summit

ÍNDICE DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	MARCO TEÓRICO	5
1.	Liderazgo político	5
1.1.	Definición	5
1.2.	Categorías de liderazgo político	9
1.3.	Liderazgo político y los medios de comunicación.....	13
2.	Los medios y su agenda	14
2.1.	Los mass-media	14
2.2.	Agenda-setting	16
III.	MARCO REFERENCIAL.....	22
1.	Hugo Chávez Frías y Suramérica.....	22
1.1.	Situación de América Latina.....	22
1.2.	Política exterior del gobierno de Hugo Chávez Frías	28
1.3.	Hugo Chávez Frías, el hombre	36
2.	La Cumbre del “¿Por qué no te callas?”	39
IV.	MARCO METODOLÓGICO.....	42
1.	Objetivos de la investigación	42
1.1.	Objetivo general.....	42
1.2.	Objetivos específicos	42
2.	Tipo de investigación y diseño.....	43

3.	Modalidad de tesis.....	44
4.	Investigación documental	44
5.	Método de análisis.....	46
5.1.	Población	46
5.2.	Muestra	46
5.3.	Periódicos seleccionados	48
6.	Tipo de análisis de medios y mensaje.....	50
6.1.	Análisis de contenido.....	50
6.2.	Categorías del estudio.....	54
V.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	63
1.	Liderazgo de Hugo Chávez Frías.....	63
1.1.	Medio vs. liderazgo político	63
1.2.	Género periodístico vs. liderazgo político	68
1.3.	Procedencia vs. liderazgo político	72
1.4.	Tema vs. liderazgo político.....	76
1.5.	Liderazgo político vs. liderazgo político	81
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
1.	Conclusiones	84
2.	Recomendaciones.....	86
VII.	BIBLIOGRAFÍA	88
1.	Hemerografía.....	88
2.	Internet	88
3.	Libros y revistas	93
4.	Tesis	95

I. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Identificación, clasificación y contenido de los artículos de la prensa suramericana publicados del 6 de noviembre de 2007 al 15 de diciembre de 2007	54
Tabla 2. Liderazgo según relación pueblo vs liderazgo según ejercicio de política	82
Tabla 3. Liderazgo según relación pueblo vs liderazgo según forma de verse	82
Tabla 4. Liderazgo según ejercicio de política vs liderazgo según forma de verse	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de artículos por género periodístico.....	49
Figura 2. Distribución de artículos por procedencia	50
Figura 3. Distribución de artículos por tema.....	50
Figura 4. Artículos por periódico vs liderazgo según relación con el pueblo.....	64
Figura 5. Porcentaje artículos por periódico vs liderazgo según relación con el pueblo.	64
Figura 6. Artículos vs liderazgo según relación con el pueblo	64
Figura 7. Artículos por periódico vs liderazgo según ejercicio de la política.....	65
Figura 8. Porcentaje artículos por periódico vs liderazgo según ejercicio de la política.	65
Figura 9. Artículos vs liderazgo según ejercicio de la política	66
Figura 10. Artículos por periódico vs liderazgo según forma de verse	67
Figura 11. Porcentaje de artículos por periódico vs liderazgo según forma de verse.....	67
Figura 12. Artículos vs liderazgo según forma de verse.....	67
Figura 13. Artículos de información vs liderazgo según relación con el pueblo.....	69
Figura 14. Artículos de opinión vs liderazgo según relación con el pueblo	69
Figura 15. Artículos de información vs liderazgo según ejercicio de la política.....	70
Figura 16. Artículos de opinión vs liderazgo según ejercicio de la política	70
Figura 17. Artículos de información vs liderazgo según forma de verse.....	71
Figura 18. Artículos de opinión vs liderazgo según forma de verse.....	71
Figura 19. Artículos de agencia vs liderazgo según relación con el pueblo	73
Figura 20. Artículos de medios vs liderazgo según relación con el pueblo.....	73
Figura 21. Artículos de otras procedencias vs liderazgo según relación con el pueblo...73	
Figura 22. Artículos de agencia vs liderazgo según ejercicio de la política	74
Figura 23. Artículos de medio vs liderazgo según ejercicio de la política	74
Figura 24. Artículos de otras procedencias vs liderazgo según ejercicio de la política...74	
Figura 25. Artículos de agencia vs liderazgo según forma de verse.....	75

Figura 26. Artículos de medio vs liderazgo según forma de verse	75
Figura 27. Artículos de otras procedencias vs liderazgo según forma de verse	75
Figura 28. Artículos sobre FARC vs liderazgo según relación con el pueblo	76
Figura 29. Artículos sobre Reforma Constitucional vs liderazgo según relación con el pueblo.....	76
Figura 30. Artículos sobre Cumbre Iberoamericana vs liderazgo según relación con el pueblo.....	77
Figura 31. Artículos sobre “¿Por qué no te callas?” vs liderazgo según relación con el pueblo.....	77
Figura 32. Artículos sobre otros temas vs liderazgo según relación con el pueblo	77
Figura 33. Artículos sobre FARC vs liderazgo según ejercicio de la política	78
Figura 34. Artículos sobre Reforma Constitucional vs liderazgo según ejercicio de la política.....	78
Figura 35. Artículos sobre Cumbre Iberoamericana vs liderazgo según ejercicio de la política.....	78
Figura 36. Artículos sobre “¿Por qué no te callas?” vs liderazgo según ejercicio de la política.....	78
Figura 37. Artículos sobre otros temas vs liderazgo según ejercicio de la política	79
Figura 38. Artículos sobre FARC vs liderazgo según forma de verse.....	80
Figura 39. Artículos sobre Reforma Constitucional vs liderazgo según forma de verse.	80
Figura 40. Artículos sobre Cumbre Iberoamericana vs liderazgo según forma de verse	80
Figura 41. Artículos sobre “¿Por qué no te callas?” vs liderazgo según forma de verse.	80
Figura 42. Artículos sobre otros temas vs liderazgo según forma de verse.....	81

II. INTRODUCCIÓN

La llegada de Hugo Chávez Frías a la presidencia de Venezuela en 1999 ha constituido un punto referencial para comenzar a hablar de los cambios que se gestan en una América Latina cansada de unas políticas económicas poco convenientes y de unos partidos políticos que no sabían satisfacer las necesidades de los pueblos. Desde entonces, Latinoamérica ha ido experimentando un cambio, por parte de los gobiernos, hacia la izquierda. Dicha tendencia presenta diferentes matices dentro de la región y dos grupos definidos: el primero, considera indispensable basarse en los valores democráticos para lograr los proyectos de cambio social; y el segundo, es más radical y toma como inspiración el movimiento soviético (Petkoff, 2005).

A lo largo de su gobierno, el Presidente venezolano ha sabido utilizar la diplomacia para el ejercicio de la convivencia de las naciones, la cual se busca colocar en un marco ideológico llamado “socialismo del siglo XXI” que parte de una guerra asimétrica para forjar nuevas políticas y alianzas tanto en el orden interno como en el plano internacional (González Urrutia, 2006).

La política exterior del gobierno del presidente Chávez puede ser dividida claramente en dos etapas. La primera, que se extiende desde 1999 hasta 2004, buscaba el equilibrio internacional. En esta etapa, la política exterior estaba destinada a fortalecer la soberanía nacional y promover el mundo multipolar. Se debía “impulsar la democratización de la sociedad internacional, promover la integración latinoamericana, fortalecer la posición de Venezuela en la economía internacional, (...) consolidar y diversificar las relaciones internacionales, y promover un nuevo régimen de seguridad hemisférica” (González Urrutia, 2006: 160) basándose en una cooperación e integración militar dentro de la región. Se hacía uso de la idea de justicia social en busca de un mundo más equilibrado, donde se respetara la autonomía de cada pueblo, y en los foros

internacionales la “agenda social” era un elemento clave de la política exterior venezolana.

En abril de 2002, los objetivos de la política exterior se vieron interrumpidos por el golpe de Estado que hubo en Venezuela, lo que causó que se concentraran los esfuerzos en buscar la legitimación del gobierno en la escena internacional. Pero otra fue la historia cuando en agosto de 2004 Hugo Chávez obtuvo el triunfo del referendo revocatorio. A partir de allí la política exterior centró sus esfuerzos en “la consolidación del proyecto revolucionario y la conformación de alianzas geopolíticas y estratégicas con otros países” (González Urrutia, 2006: 165).

Es así como el 12 y 13 de noviembre de 2004 se proclaman los nuevos objetivos de la política exterior de Venezuela. El “nuevo mapa estratégico de la Revolución Bolivariana” rompió completamente con los principios que dominaron la política exterior del país. “Chávez planteó la necesidad de articular redes de apoyo a la Revolución Bolivariana e impulsar la organización de grupos y actores sociales que compartan sus ideales y estén dispuestos a llevar adelante el nuevo modelo político” (González Urrutia, 2006: 167). Ejemplo de esto es la alianza con Cuba.

En esta nueva etapa de las relaciones internacionales venezolanas se mostró un notorio discurso de confrontación con el gobierno de George W. Bush y con aquellos países asociados a este, se le asignó “un rol relevante y de liderazgo a Venezuela y a su actual Presidente en el sistema hemisférico y en el proceso de integración regional” (Serbin, 2006: 83), siendo relevante la utilización del petróleo como un instrumento de influencia política.

Iniciativas como Petrocaribe, Petrosur, Petroandina, la suscripción del Acuerdo Energético de Caracas, el Alba, Telesur, el Banco del Sur, el Gasoducto Sudamericano y los programas sociales como la Misión Milagro, son claros ejemplos de la ejecución de los objetivos formulados en 2004.

Para competir con el liderazgo regional Hugo Chávez Frías tiene a su favor las desigualdades existentes en la región y el debilitamiento de los modelos políticos tradicionales. Además se favoreció del poco interés que demostró Estados Unidos en la región durante los ocho años de gobierno de George W. Bush, ya que este se concentraba en la lucha anti-terrorista, acción que generó cierto cuestionamiento por parte de la comunidad internacional hacia el Presidente estadounidense. Asimismo, “el debilitamiento de los liderazgos tradicionales de Brasil y México ha favorecido el protagonismo de Venezuela en la escena regional” (González Urrutia, 2006: 169).

Esta estrategia ha colocado al presidente Chávez en la mira internacional. Mientras que Paramio (2006) afirma que “Chávez corre el riesgo de convertirse en un elemento desestabilizador que proyecte la polaridad de la sociedad venezolana al resto de América Latina” (p. 62), Lagos (2006) establece que “Chávez ha creado la necesidad de un liderazgo en la región y que habría competencia por ello” (p. 101).

Dentro de este escenario, los medios de comunicación juegan un papel fundamental para que cualquier actor político se pueda proyectar como un líder regional. En 2005, la revista *Time* incluyó en su edición especial al Mandatario venezolano entre los dirigentes que tienen “el peso y el poder de cambiar al mundo”. Seguidamente, el semanario *Semana*, de Colombia, escogió en 2006 a Hugo Chávez como el personaje más importante del año especificando en su portada que él “alteró el mapa político del subcontinente, distribuyó su riqueza petrolera por los cuatro puntos cardinales, desafió a los Estados Unidos, y de ser percibido como un payaso tropical pasó a posicionarse como el dirigente latinoamericano de mayor influencia global” (Semana, 2006: c.p. Neira Fernández, s.f.).

En Venezuela, *El Nacional* publicó el 20 de mayo de 2007 un cuerpo especial del Grupo de Diarios América llamado “El fenómeno Chávez”, en él 13 artículos de diferentes periódicos latinoamericanos hablan de ese “nuevo factor de la realidad latinoamericana” y cómo a través de la diplomacia de petrodólares el Presidente venezolano ha logrado penetrar en los países de América Latina.

El presente trabajo de grado pretende contestar la pregunta de si la prensa suramericana refleja a Hugo Chávez Frías como un líder político suramericano y, de ser así, ¿qué tipo de liderazgo político se le atribuye al Presidente venezolano? Es por esto que el objetivo de esta investigación es evaluar el liderazgo político que se proyecta del presidente Hugo Chávez Frías en Suramérica a partir del análisis de la cobertura periodística de seis diarios suramericanos.

La relevancia mediática internacional que ha tenido el Presidente de Venezuela a lo largo de su gobierno y los pocos estudios que se han realizado para definir si Hugo Chávez ha tenido éxito en su empresa de ubicarse como líder del bloque regional suramericano han generado interés en la investigadora. Además, a la investigadora le resulta atractivo el resultado que pueda tener la clasificación del ejercicio del liderazgo político, ya que esto determinaría parte del *modus operandi* del Mandatario venezolano. A su vez, que el trabajo vaya a ser desarrollado a través de un análisis del tratamiento periodístico que le dan los diarios a un tema, ubica al liderazgo político como resultado de un establecimiento en la agenda mediática, la cual, de cierta forma, refleja lo que devela la opinión pública.

Sobre este tema se han publicado estudios como el de Villarroel y Ledezma (2007) en el que se estudia el desempeño político de Hugo Chávez Frías a partir de un tipo de liderazgo político, el carismático. Sin embargo, no hay conocimiento de estudios que establezcan una comparación entre las diferentes categorías de liderazgo político.

Este trabajo de grado consta de un marco teórico, un marco referencial, un marco metodológico, el análisis de los resultados, las conclusiones y recomendaciones, bibliografía y anexos.

III. MARCO TEÓRICO

1. Liderazgo político

1.1. Definición

La Real Academia Española (s.f.a) establece que líder es la “persona a la que un grupo sigue reconociéndola como jefe u orientadora”. García Saíz (1992) agrega que un líder es “aquel sujeto que posee un conjunto de cualidades que le permiten lograr una posición de dominio en cualquier situación” (p.11).

Mientras que al hablar de líder se hace referencia a una persona específica dentro de un organización, el liderazgo se refiere a la función o trabajo del líder (Instituto Centroamericano de Estudios Políticos [Incep], 2002).

Para entender el liderazgo es necesario enmarcarlo dentro de la función de la comunicación. Berrocal (s.f.) señala: “no basta con ser líder o creerse líder, para que exista un auténtico liderazgo tiene que haber alguien que te reconozca como tal” (p.54). Del mismo modo, Núñez Vargas (2003) especifica que al darse estas actividades comunicacionales interpersonales se le permite a la persona ejercer diversos niveles de influencia sobre el comportamiento de los miembros de un grupo consiguiendo que éste defina y alcance de manera voluntaria y eficaz sus objetivos.

Esa influencia que puede llegar a tener el líder denota, según Núñez Vargas (2003), que “la búsqueda de poder es una condición natural al ejercicio del liderazgo” (p.5) y que ese mismo liderazgo “está dado no sólo por la autoridad conferida sino por el poder efectivo que el líder puede ejercer” (p.6).

Existen muchos trabajos dedicados a estudiar el liderazgo enfocado al ámbito gerencial, pero son pocos los estudios que tratan de definir el liderazgo político, o que traten de avanzar los conocimientos con respecto a las teorías existentes. Blázquez Vilaplana (2002) atribuye esto a la dificultad que representa formular un marco analítico que pueda ser aplicable a las distintas realidades políticas del mundo, ya sea entre América Latina y Europa, como puede ser entre Estados Unidos y Suramérica.

Núñez Vargas (2003) establece como liderazgo político el “conjunto de actividades, relaciones y comunicaciones interpersonales, que permiten al ciudadano movilizar personas de una organización, comunidad o sociedad específica, de manera voluntaria y consciente, para que logren objetivos socialmente útiles” (p.6).

Con este fin, el liderazgo, según Núñez Vargas (2003), “busca hacerse con el poder y la autoridad que le confiere el aparato del Estado (...) o de aquellos mecanismos que le permitan influir sobre el rumbo y los objetivos de ese Estado y de la sociedad en general” (p.6).

Berrocal (s.f.) explica que en la actualidad, con la personalización de la política, el líder debe “movilizar a los demás a través de sus llamamientos a lo racional y a lo emocional” (p.54). A esto se suma el postulado de Rospir (1999; cp. Berrocal, s.f.) en el que señala que hay un “nuevo tipo de concepto y liderazgo político que se caracteriza por su visibilidad. El líder político y electoral existe para ser observado, para simbolizar acciones y propuestas de su partido o de su gobierno” (p.56).

Por otro lado, para Blázquez Vilaplana (2002), “todo líder político es un producto social resultado de la interacción de una serie de variables” (p. 3). Entre ellas:

1. Las características personales: aquellas que lo hacen sobresalir, ya sean por su capacidad oratoria; por el poder de seducción; por el poder y la facilidad de adaptación; atractivo personal, etc.

2. *Las circunstancias políticas, sociales y personales*: tanto del personaje analizado, formación ideológica y política, como de la sociedad en la cual desarrolla su actividad política y el momento histórico en la que ésta se encuentra (transición; dictadura; democracia consolidada; etc.)

3. *Los condicionamientos*: aquellos aspectos que determinan el que actúe de una manera u otra, tales como situaciones de crisis; luchas internas de partido; procesos de renovación; etc. Sin olvidar aquí, el factor suerte o fortuna.

4. *Las necesidades políticas*: las situaciones y capacidades que definen qué es necesario en cada momento histórico, social, económico, político, etc. las cuales van a venir determinadas por la capacidad del líder para adaptarse a los cambios y a las dificultades que se le pueden plantear, tanto en el ámbito interior como exterior. Lo que también se conoce como visión política (p.3-4).

Blázquez Vilaplana (2002) plantea que, aparte de estas características, se deben añadir dos temas de suma importancia para cualquiera que realice un análisis sobre el liderazgo político en la sociedad contemporánea: “a) El partido político con el cual se identifique el líder, del cual forma parte; b) el acceso y la relación con los medios de comunicación, elemento determinante en la sociedad de la información en la cual nos insertamos” (p.4). Para la autora, estos dos “resortes” le dan más poder al líder frente a los otros actores de la vida política.

Por otro lado, existen estudios que tratan de establecer los rasgos diferenciales del liderazgo político, según Pascual (1987; cp. Fernández de Mantilla, Cáceres y Herrera Acero, 2004) estos rasgos son: “La influencia, influencia diferencial, el carisma, la relación individuo-grupo, el poder, los objetivos y los valores” (p.161). Mientras

Natera (2001; cp. Fernández de Mantilla et al., 2004) puntualiza que son: “La personalidad del liderazgo, el comportamiento político y efectivo de los líderes, la red de apoyo, el entorno y las percepciones” (p.161).

Con respecto a la influencia, Pascual (1987; cp. Fernández de Mantilla, et al., 2004) la define como “la habilidad social que posee un líder para captar la voluntad del otro, para ser recibido en su yo, para dejarse ‘invadir’ en su estructura personal, para cambiar en la dirección que sugiere el líder” (p.161).

Por su parte, Fernández de Mantilla et al. (2004) establecen que, como consecuencia, la influencia diferencial va a ser ese grado de desigualdad que va a caracterizar cada liderazgo en la medida en que pueda captar la voluntad de otros.

Muy cerca de la influencia se encuentra el carisma, término estrechamente relacionado con el liderazgo político. El concepto de carisma viene del sociólogo alemán Max Weber (1864-1920) que lo definía como “una cualidad extraordinaria de una personalidad en virtud de la cual esta es considerada como poseedora de poderes y cualidades sobrenaturales o sobrehumanos, o cuanto menos excepcionales, no accesibles a los demás” (Weber, 1968; cp. Berrocal, s.f.: 54).

Deusdad (2003) parte del concepto de Weber para formular una definición del término más actualizada:

“El carisma político hace referencia a lugares, objetos e individuos a los cuales se reviste de un aura excelsa, casi divina, cuyas características y acciones son interpretadas como excepcionales e incluso extraordinarias por el colectivo que las secunda y que las reconoce como propias. (...) El carisma actúa como un catalizador cultural. Es una síntesis de valores y señas de identidad de una cultura y del pensamiento de una colectividad.

Los medios de comunicación ayudan a configurar un aura carismática y a difundir el mensaje y la imagen del líder carismático” (21-22).

Los rasgos antes señalados permiten establecer unas categorías definidas en los estudios de análisis de liderazgo y a su vez pueden generar diferentes tipos de liderazgo político fácilmente identificables.

1.2. Categorías de liderazgo político

Las diferencias entre uno y otro liderazgo se basan en las características que denotan cómo se desempeña el líder en sus funciones y cómo interactúa con los otros actores relevantes. Estas tipologías políticas, según García Sáiz (1992), “ponen en relieve distintas características y distintas ‘formas de hacer’ dentro del ámbito político por parte de los líderes”. Estas categorías no son excluyentes, en el sentido de que un líder puede actuar de forma que encaje en dos o más tipos de liderazgo. Se puede señalar las siguientes categorías:

A. Según su relación con el pueblo:

1. *Autoritario:* se basa en la premisa de que los pueblos son incapaces de conseguir lo que quieren o no pueden obtener lo que los líderes consideran que deben obtener (Núñez Vargas, 2003). “El líder autoritario da órdenes. Espera una obediencia inmediata, exacta y sin cuestionamiento a su autoridad. Evita el diálogo y no permite que nadie le pida una explicación acerca de sus órdenes” (Incep, 2002: 24).

2. *Paternalista:* el líder está convencido que debe darle a la gente todo lo que necesite, entendiendo que la gente no es capaz de producir y conseguir los objetivos que le beneficien (Núñez Vargas, 2003). “Este tipo de liderazgo se presenta cuando el líder no tiene fe en las capacidades de los seguidores y tiene miedo de no alcanzar sus objetivos” (Incep, 2002: 26).

3. *Democrático*: propio del líder que tiene “capacidad de influencia, capacidad de producir la movilización voluntaria de sus seguidores, capacidad de proponer una visión integradora y capacidad de conducir a sus seguidores a la conservación de objetivos socialmente útiles” (Núñez Vargas, 2003: 9). Es el líder comprometido con los procesos participativos en la toma de decisiones (Incep, 2002).

4. *Carismático*: Berrocal (s.f.) lo señala como un líder que “suele surgir en tiempos de crisis y se fundamenta en lo emocional” (p.54). Por su parte, Deusdad (2003) afirma que es aquél que “ejerce una manipulación sobre las masas exaltadas por su presencia, posee multitud de seguidores” (p.23). Las multitudes se identifican con el líder porque se convierte en el prototipo de la sociedad que representa, hay una relación afectiva y de identificación. “La estrategia del líder son las cualidades del hombre común. Las virtudes cotidianas del pueblo son desplegadas en el líder de forma extraordinaria para poder realizar su misión. Se establece una mitología de líder” (Deusdad, 2003: 24). Según la autora, este tipo de liderazgo puede adaptarse a múltiples identidades y con ello traspasar las propias fronteras. Para García Sáiz (1992) es el líder que constantemente está modificando, de manera consciente, su imagen pública, que “tiene talento para lo dramático, transmite una personalidad clara y altamente visible, es un negociador hábil y autoconfiado, utiliza la retórica con eficacia, tiene habilidad para mantener la popularidad y exhibe arte para la manipulación” (p.88).

5. *Percibido*: se refiere a los liderazgos que en cierta forma han sido “fabricados” por los medios de comunicación, otorgándole a los líderes “mucho más influencia o incidencia de la que en realidad tienen (...). Se trata de rasgos atribuidos y conductas atribuidas, y no de rasgos reales, ni de conductas reales” (Incep, 2002: 22-23).

B. Según el ejercicio de la política:

1. *Transformador*: es aquel que tiene su propia visión de las cosas. Sabe cómo inspirar y persuadir al electorado, apelando tanto al intelecto como a las emociones, utilizando temas sencillos con ideas de fondo que responden al auditorio la razón de esos temas (Martín Salgado, 2002; cp. Berrocal, s.f.). “Eleva la motivación y la moral de los

otros” (García Sáiz, 1992: 90). Es el líder intelectual, de reforma o revolución, héroe o ideológico. “Los líderes que realmente mueven y sacuden el mundo son los transformadores” (Abreu Sojo, 1998: 76).

2. *Innovador*: se basa en “la toma de decisiones consideradas inciertas, impopulares y peligrosas” (Blázquez Vilaplana, 2002: 4). Según la autora, estas decisiones pueden llegar a costarle al líder, a largo plazo, el apoyo del electorado y hasta su dimisión o abandono de la vida pública.

3. *Transaccional*: García Sáiz (1992) lo define como el líder que “negocia y regatea por conseguir votos” (p.90). Se refiere a los líderes que buscan el intercambio, dan algo para recibir algo a cambio. “Los líderes proporcionan recompensas y reducen costes a los seguidores a cambio de un balance equitativo de recompensas y costes para ellos mismos” (García Sáiz, 1992: 34). En este tipo de liderazgo el rol del líder varía según cambien los objetivos, las expectativas o las tareas. Es el líder de opinión, regateador o burócrata, líder de partido, líder legislativo y líder ejecutivo (Abreu Sojo, 1998).

4. *Situacional*: son los líderes que “adaptan su actuación y comportamientos a las cambiantes condiciones de la realidad y de las voluntades políticas que les rodean. El norte de esos líderes son las encuestas” (Núñez Vargas, 2003: 9).

5. *Creativo*: García Sáiz (1992) lo define como el líder que “elabora nuevas legislaciones y programas, es innovador en su rol como ejecutivo” (p.89).

C. Según su forma de verse:

1. *Manipulador*: el líder “sólo aparenta pensar en el bienestar de los demás, para esconder sus verdaderos motivos e intereses personales” (Incep, 2002: 28).

2. *Maquiavélico*: son los líderes que se mantienen fríos y tranquilos en sus relaciones con los demás, “no se implican emocionalmente ni actúan por conformidad

(...). Los maquiavélicos no pertenecen a una ideología determinada”. (García Sáiz, 1992: 83).

3. *Activo-Positivo*: es el líder que tiene una autoestima elevada y sus relaciones con el ambiente se caracterizan por ser exitosas. “Están orientados a la productividad como valor y son capaces de utilizar su estilo de forma flexible y adaptativa. Se dirigen a metas claras y desarrollan su imagen como esperan”. (García Sáiz, 1992: 87).

4. *Activo-Negativo*: estos líderes tienen una actividad compulsiva. “Son ambiciosos y están en la continua búsqueda de poder. Son agresivos hacia el ambiente y tienen problemas para controlar esa agresividad. Su autoimagen es vaga y tienen una conciencia perfeccionista” (García Sáiz, 1992: 87).

5. *Pasivo-Positivo*: “Son receptivos, sumisos, con un carácter dirigido a los demás en la búsqueda de afecto como recompensa de ser agradable y cooperativo más que asertivo (...). Suavizan los aspectos fuertes de la política” (García Sáiz, 1992: 87).

6. *Pasivo-Negativo*: “se encuentran en política porque lo creen un deber, pero no tienen la experiencia y flexibilidad necesaria para ser líderes políticos eficaces. Tendencia a escapar de los conflictos” (García Sáiz, 1992: 87).

7. *Interpersonal*: se caracteriza por dedicarse a las personas (sus colegas de gobierno), por ser cortés y considerado con su grupo de trabajo, por estar dispuesto a hacer compromisos y por conocer sus limitaciones (García Sáiz, 1992).

8. *Deliberativo*: “Entiende las implicaciones de sus decisiones, muestra profundidad de comprensión, es capaz de ver las distintas alternativas y ponderar sus consecuencias a largo plazo, se mantiene completamente informado y es cauteloso y conservador en la acción” (García Sáiz, 1992: 89).

9. *Neurótico*: “Antepone el éxito político a la política eficaz. No se centra en las personas ni en la tarea, sino en sí mismo, procurando mantener un ego frágil” (García Sáiz, 1992: 89). Es un líder que está obsesionado con el éxito y el logro.

10. *Narcisista*: se caracteriza por ser calculador, promotor de sí mismo e hiperactivo. “Justifica sus mentiras, manipulaciones y engaños diciendo que los demás hacen lo mismo” (García Sáiz, 1992: 89).

1.3. Liderazgo político y los medios de comunicación

Con la llegada de los medios de comunicación, en especial la televisión, la política sufrió cambios significativos que llevaron a redefinir la forma en que los políticos debían presentarse ante la audiencia para lograr movilizar a sus seguidores y hacerse con el poder del Estado (Berrocal, s.f.).

Como lo señalan Muñoz y Alonso (1999, cp. Berrocal, s.f.), los medios se convirtieron en las armas que se utilizan para asegurar la victoria en las batallas políticas:

El acceso y el control de los medios son en la actualidad el máximo recurso estratégico, por eso, tanto los líderes como los partidos políticos consideran a los tiempos y espacios que logran ocupar en los medios como las divisiones con que cuentan para vencer a sus adversarios (p.56).

Para Martín Diez (2001) “esta sociedad se caracteriza porque los medios otorgan el poder (...). Un poder que no es otorgado en las urnas, que está por encima de las fronteras y cuyo único freno es el deseo individual de cada usuario-consumidor” (p.24).

Es por ese poder que Deusdad (2003) atribuye a los medios una tarea esencial en la formación de un líder político carismático: “Los medios de comunicación ayudan a configurar un aura carismática y a difundir el mensaje y la imagen del líder carismático” (p. 22).

Por su parte, Berrocal (s.f.) sostiene que cuanto más cobertura mediática tenga un actor político, este tiene mayor probabilidad de convertirse en el más célebre; y las

características que destaque la información periodística para describir a ese candidato, probablemente serán las que citen los electores en su descripción del candidato.

En su lucha por alcanzar el liderazgo, los políticos saben muy bien que necesitan conocer y dominar los medios. “Con independencia del sistema electoral y de partidos de que se trate, el candidato recibe hoy una atención informativa —un seguimiento— y emplea unas estrategias y recursos comunicativos con los ciudadanos que son comunes en todas las campañas” (Berrocal, s.f.: 57).

Es por esto que Abreu Sojo (2004) habla del surgimiento de políticos “adictos a los medios”, quienes ayudados por los profesionales de los medios en el proceso de la comunicación política favorecen en el proceso político a líderes individuales, basados en la personalidad y la imagen.

2. Los medios y su agenda

2.1. Los mass-media

Janowitz y Schulze (1961) definen como comunicaciones de masa, o *mass-media*, a “aquellos procedimientos mediante los cuales grupos de especialistas se sirven de inventos técnicos (prensa, radio, films, etc.) para difundir un contenido simbólico a un público vasto, heterogéneo y geográficamente disperso” (p.25).

Para Martín Serrano (1994) “la tarea de los medios consiste en establecer (con acierto o con error) los marcos de referencia adecuados para que los agentes sociales, incluidos ellos mismos, se sitúen en el cambio” (p.144). Esta tarea implica un desempeño de doble mediación para los medios que consiste en evaluar lo que acontece y, a la vez, asumir su propia función mediadora. Todo comienza cuando “la institución mediadora (agencia de noticias, consejo de redacción, censores, etc.), selecciona determinados acontecimientos para hacerlos públicos” (Martín Serrano, 1994: 143).

Pero el contenido que los medios de comunicación de masas puedan transmitir sólo refleja una pequeña parte de la sociedad, no representa la variedad y complejidad de la vida ni los efectos sutiles resultantes de la difusión. “Lo que es comunicado por los *mass-media* es una muestra cuidadosamente seleccionada y no representativa de todo lo disponible en materia de comunicaciones” (Janowitz y Schulze, 1961: 37).

En las grandes sociedades, muchas veces las comunicaciones contribuyen a formar la idea de clase, de sociedad, de estatus y de poder que un país se forja acerca de sí mismo (Janowitz y Schulze, 1961).

Cañizález (2004), por su parte, señala la importancia que tienen los medios para los individuos que quieren llegar a los sectores de una sociedad para colocar en la palestra algún tema que les interese sea discutido por el colectivo:

No cabe duda que independientemente de los valores que defiendan o de las posiciones que los medios asuman, la posibilidad de hacerse presente en ellos es, al menos, garantía de acceso a un espacio donde convergen diversos sectores cuyo encuentro propicia deliberaciones en torno a temas de interés colectivo (p.36).

A su vez, Cañizález (2004) resalta que la importancia de la acción de los medios de comunicación de masas está en la formación de la opinión pública y no tanto en las actitudes y opiniones individuales, sino en los efectos que tienen sobre la comprensión de la realidad política por parte del público. En especial la prensa, que sirve de canal para la discusión de los asuntos del colectivo y se convierte en instrumento de expansión de la opinión pública, definida por Abreu Sojo (2004) como:

Un conjunto de procesos psicosociales que comprenden actitudes, verbalizaciones, conductas manifiestas, acción colectiva, que en un marco de tradiciones y modos de socialización, en un sistema político

dado, sobre temas de la esfera pública y con influencia de los medios de comunicación social, produce consecuencias directas o indirectas y a corto o largo plazo, en el marco de consensos y conflictos en dicho sistema (p.50).

Cañizález (2004) plantea que no se le puede atribuir una “justificación todopoderosa” a las acciones de los medios de comunicación, pero sí se debe especificar que en las sociedades contemporáneas juegan un papel central ya que ellos llevan “más eficaz y más rápidamente la información política a los hogares” (p.38) e influyen en las creencias del público acerca de “lo que es y debería ser la política” (p.38). Sobre todo en sociedades de América Latina, donde no existen liderazgos consolidados, y los que existen ponen la agenda política al servicio de la agenda mediática. Es por ello que los medios, gracias a como establecen los temas en sus páginas, tienen la capacidad de influir en la jerarquía que van a ocupar estos en la esfera pública.

2.2. Agenda-setting

La teoría de la *agenda-setting*, o del establecimiento de la agenda, estudia “cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia” (Rodríguez Díaz, 2004: 15). Su nombre deriva de que “los *mass media* son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad” (McCombs, 1996, cp. Rodríguez Díaz: 16), y se entiende como agenda al conjunto de contenidos que manejan los medios.

Según J. McLeod, Kosicki y D. McLeod (1996, cp. Abreu Sojo, 2004), esta teoría se basa en los supuestos de que “los medios controlan el establecimiento de la agenda temática por medio de la selección de ciertos temas para su cobertura permanente y, dicha prominencia determina posteriormente qué temas se consideran relevantes” (p.51).

Cohen (1963, cp. Rodríguez Díaz 2004) expresa en pocas palabras el estudio de esta teoría: “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (p.15). Con lo que coincide Rodríguez Díaz (2004) afirmando que las personas no sólo reciben los temas prioritarios de los medios, sino que aprenden de ellos la importancia y el énfasis que deben dar a estas informaciones. Los medios no sólo informan, forman o distraen a las audiencias sino que les indican u orientan en su forma de actuar.

La teoría se centra en que hay un mundo real que la audiencia no llega a conocer, un mundo que es objetivo en la medida en que se refleja en datos, cifras y hechos, y cuenta con indicadores que van a orientar la conducta humana o acontecimientos del momento, y que la audiencia interpreta gracias a la intervención de la prensa. Una situación donde los medios son el enlace entre el mundo exterior y las imágenes del cerebro de cada persona que conforma la audiencia (Rodríguez Díaz, 2004).

Se pueden señalar tres tipos de agenda: la de los medios, la del público y la política o institucional. La agenda de los medios es la que conforma un tema cualquiera de los medios de comunicación, el índice de contenidos que estará en las portadas de los medios por un período de tiempo. Esto se mide a través del número de noticias que aparecen sobre un tema, en función de su importancia, páginas que ocupa, el tiempo dedicado, etc. (Rodríguez Díaz, 2004).

Por su parte, la agenda del público se mide a través de “la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia” (Rodríguez Díaz, 2004: 17). Esta agenda, para Rodríguez Díaz (2004), representa “el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un período de tiempo” (p.20).

Por último, la agenda política o institucional se centra en “las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas” (Rodríguez Díaz, 2004: 17). Posteriormente, estas acciones que

ofrezcan los grupos políticos e instituciones sociales van a desencadenar debates que luego se incluirán en la agenda mediática y en la agenda pública. Entre los aspectos que construyen la agenda política se encuentran la acción de la ciudadanía, del Gobierno, el debate de los partidos políticos y acontecimientos mundiales de primera magnitud como guerras, competencias deportivas, cumbres políticas, accidentes masivos y desastres geográficos.

Dearing y Rogers (1996, cp. Rodríguez Díaz, 2004) realizaron unos estudios en los que determinaron que la agenda política es “la ‘llave maestra’ de todas las agendas ya que es la encargada de generar temas nuevos que influenciarán la agenda de los medios y la del público” (p.22). Por su parte, la agenda de los medios es la que selecciona la agenda del público.

Independientemente del tipo de agenda que se trate, esta siempre va a estar conformada por ciertos elementos. Podemos destacar el *issue*, que se traduce como los temas que van a formar parte de las agendas, y hace referencia a los acontecimientos que más preocupan a la sociedad, aparecen de forma continua y son agrupables dentro de grandes temas y categorías como la política, la sanidad o la economía (Rodríguez Díaz, 2004).

Opuestos a los *issues* se encuentran los *events* o acontecimientos noticiosos, los cuales no ocurren “de forma fija o constante; son discontinuos y no se centran, de forma sistemática, en un espacio y tiempo concreto” (Rodríguez Díaz, 2004: 30).

Asimismo, es importante destacar el *salience* o relevancia, que es el “grado de importancia por medio del cual un tema (*issue*) de la agenda es percibido como relativamente importante” (Dearing y Rogers, 1996; cp. Rodríguez Díaz, 2004: 31). Según Rodríguez Díaz (2004) este grado de relevancia puede determinar “cómo se forma la agenda pública, cuál es la dirección de su posible influencia y cuáles son los asuntos que los políticos e instituciones consideran en primer lugar para ocupar sus agendas” (p.31).

La proximidad también es un elemento relacionado a la teoría de la *agenda-setting*, no sólo proximidad “geográfica sino empática o según el grado de vinculación que tenga la audiencia con un tema” (Rodríguez Díaz, 2004: 32). Se pueden distinguir dos tipos de proximidad: *obtrusive*, que traducido al español significa entrometidos, y que se refiere a los temas que el público ya conoce bien, por lo que no necesita de los medios para formular un juicio aunque sea de forma superficial; y *unobtrusive* o “demasiado apartados de la vida cotidiana de las personas”, sobre los que la audiencia no tiene ninguna referencia y necesita de los medios para ser orientada. Según Rodríguez Díaz (2004), la agenda de los medios influye más cuando se trata de temas *unobtrusive* que cuando se trata de temas *obtrusive*, ya que en los primeros sólo cuentan con la credibilidad que les brinda el medio, mientras que en los segundos la audiencia posee sus propias fuentes de información.

Una vez establecidos los elementos relacionados a la *agenda-setting*, se deben precisar ciertos factores que se deben tomar en cuenta, ya que pueden influir en los estudios que se realicen de los efectos del establecimiento de la agenda. Entre ellos están el marco temporal, la naturaleza de los temas, las variables demográficas, el tipo de medio de comunicación y la proximidad al tema o marco geográfico (Rodríguez Díaz, 2004).

El marco temporal hace referencia a “conocer cuál puede ser el tiempo mínimo o máximo necesario para que un tema aparezca o desaparezca de la agenda de los medios y repercuta en la agenda pública” (Rodríguez Díaz, 2004: 34). Mientras que la naturaleza de los temas establece que la audiencia siempre va a considerar relevantes los temas fijos, pero que a su vez pueden surgir acontecimientos impredecibles que en un momento dado vayan a sustituir a los temas fijos mencionados anteriormente.

Por otro lado, las variables demográficas como el sexo, la educación, la edad o el nivel de ingresos, van a influir en las respuestas que puede tener la audiencia ante determinado tema; y según el tipo de medio de comunicación que se esté utilizando para el estudio, los resultados van a variar. Por ejemplo, en la televisión predomina la

inmediatez, pero cuenta con mayor ventaja de influencia ante la prensa porque tiene mayor número de seguidores. La prensa, por su parte, es más visual y permite que la audiencia se detenga más en los contenidos ofreciendo más matices y elementos diferenciadores entre unas noticias y otras (Rodríguez Díaz, 2004). “La influencia de los periódicos persiste durante un tiempo, mientras que la televisión se evapora rápidamente” (MacKuen, 1984; cp. Rodríguez Díaz, 2004: 39).

Por último, es importante resaltar para esta investigación la manera como los medios establecen su agenda. Abreu Sojo (2004) mencionaba que “es muy difícil determinar cómo el poder de control sobre la agenda se reparte entre las fuentes y los medios de comunicación social y el esfuerzo que implica su establecimiento” (p.51).

Para esto es preciso sacar a colación la figura del *gatekeeper*, traducido como guardabarreras, quien es el encargado de seleccionar las noticias que aparecerán en el medio, rol que puede ser ocupado tanto por una persona como por un colectivo. Según William DeGeorge (1981, cp. Rodríguez Díaz, 2004), esta persona tiene como funciones decidir qué temas son interesantes, determinar qué espacio ocupará el tema, así como dónde será ubicado, en qué cuerpo y con qué titular; y especificar con qué género periodístico debe ser tratado.

Por su parte, Rodríguez Díaz (2004) afirma que hay muchos factores que influyen en cómo el *gatekeeper* va a establecer la agenda temática. Se debe tomar en cuenta el factor humano o la subjetividad de esa persona, sus preferencias, gustos y presiones por parte de manuales de estilo o escuelas en donde se haya formado. A su vez, influyen factores relacionados con el tiempo y el espacio; y también se deben tomar en cuenta los eventos inesperados que pueden surgir a última hora cambiando la agenda que se había establecido, a lo que no se puede desligar el aspecto novedoso relacionado con el factor sorpresa nombrado por Donsbach (1995, cp. Rodríguez Díaz, 2004). Por último, algunos autores señalan que “los factores psicológicos o de percepción son los que favorecen que unos temas sean más lúcidos que otros y por consiguiente llamen más

la atención del *gatekeeper* o de cualquier otra persona incluida en el conjunto de la sociedad.

Es así como la ubicación, el tamaño y el tratamiento que se le dé a un tema va a determinar su jerarquía dentro de la agenda mediática y, en consecuencia, de las agendas pública y política.

IV. MARCO REFERENCIAL

1. Hugo Chávez Frías y Suramérica

El surgimiento de un líder político depende de la combinación de una serie de variables: características personales; circunstancias políticas, sociales y personales; condicionamientos y necesidades políticas (Blázquez Vilaplana, 2002: p.3-4). Es por esto que para hablar del liderazgo que pueda tener Hugo Chávez en Suramérica es necesario ubicarse en el contexto latinoamericano, así como conocer las decisiones políticas que ha tomado el Presidente a lo largo de sus años de gobierno.

1.1. Situación de América Latina

Los países de Latinoamérica “han heredado dos experiencias traumáticas e interrelacionadas: las dictaduras militares y la virtual destrucción de las economías del continente por el neoliberalismo, cuyo epítome han sido los programas de ajuste del Fondo Monetario Internacional (FMI)” (Laclau, 2006: 58).

A finales de los 80 la crisis de la deuda hizo imprescindible la idea de cambiar el modelo económico, ya que el anterior, un “modelo proteccionista centrado en la intervención y el gasto público” (Paramio, 2006: 63), había dejado de funcionar. Por ello, fue ganando aceptación el Consenso de Washington, el cual consistía en un listado de políticas económicas que los países latinoamericanos debían aplicar para lograr el crecimiento, y que suponía un giro radical.

Pero a comienzos de 1998 el optimismo se disipó luego de un nuevo estancamiento de la economía generado por dos choques externos: la crisis asiática y la

bancarrota rusa. Los costes sociales de la crisis de la deuda y de las reformas posteriores se agravaron, en vez de disminuirse con el crecimiento económico.

Tras la disminución de la pobreza y la indigencia que se había producido entre 1990 y 1997, en 2002 ambos indicadores volvieron a crecer hasta 44% y 19,4%, respectivamente. De esa manera se extendió la percepción de que el Consenso de Washington no era capaz de cumplir sus promesas (Paramio, 2006: 63).

Paramio (2006) señala que luego de que se discutiera acerca de la necesidad de una segunda generación de reformas, a finales de 1999 el FMI planteó que el nuevo modelo era vulnerable a los choques financieros externos, lo cual había causado los nuevos problemas a la región. Además se redescubrió la importancia de las instituciones para el buen funcionamiento de los mercados. En consecuencia, vuelve a la agenda política el papel del Estado en la sociedad y la economía, “se hizo evidente que en América Latina había existido una desmesurada presencia del Estado y, *a la vez*, un escandaloso déficit de Estado” (p.63).

Debido a las reformas estructurales, las instituciones ya no eran capaces de enfrentar las demandas sociales provocadas por el estancamiento de finales de los años 90.

Desde 1998, Latinobarómetro reflejó un descenso de la confianza en las instituciones democráticas que a todos llamó la atención, paralelamente a una caída de la visión positiva de las privatizaciones y de la confianza en el mercado. Era evidente que los ciudadanos esperaban algo más de los gobernantes que la reiteración del discurso económico liberal que había legitimado las reformas. Buscaban, también, protección social pública

frente a un mercado en el que no encontraban oportunidades ni seguridad (Paramio, 2006: 68).

A causa de la incapacidad de “elaborar una política fundada en los derechos democráticos y de emprender reformas estructurales profundas, [América Latina se sumió en] una mezcla confusa [de nacionalismo y populismo, lo cual condujo a] el hundimiento o la desaparición del sistema político y la ausencia de transformación social” (Touraine, 2006: 52).

El incumplimiento de las promesas de reformas estructurales generó crecimiento de pobreza y frustración por parte de amplios sectores, populares y de clase media. Estos sectores, que han sido maltratados y excluidos por un mercado que consideran adverso, no han sabido hacerse escuchar. Los partidos políticos establecidos no generaron ofertas creíbles para esta población, lo que causó un escepticismo hacia las instituciones políticas en su conjunto.

A raíz de la crisis de las instituciones como vías de canalización de las demandas sociales surgieron “movimientos horizontales de protesta que no se integraban verticalmente al sistema político” (Laclau, 2006: 59). El movimiento piquetero en Argentina, el movimiento de los Sin Tierra en Brasil y el zapatismo en México son algunos grupos representativos del fenómeno que se dio en Latinoamérica.

Según Touraine (2006), el problema de América Latina radica en que no se ha establecido un lazo entre los grupos de los trabajadores, los sectores urbanos o los grupos étnicos y los partidos políticos, donde estos accedan a colocar las luchas sociales, producto de los movimientos sociales, en un marco constitucional democrático (p.47).

Por su parte, Rojas Aravena (2006) establece que la situación política de América Latina se caracteriza por “la debilidad y la erosión de las democracias y la dificultad para superar problemas como la pobreza, la inequidad y el aumento de la violencia” (p.114). También se percibe un clima antiestadounidense, y una presión para insertar los

países en la economía global, lidiando con los tratados de libre comercio. Todo esto sumado a las características de un mapa regional en donde el “norte es más cercano a Estados Unidos y el sur más autónomo” (Rojas Aravena 2006: 114), en el que se perciben diferencias económicas entre los países que colindan con el Atlántico y los que lo hacen con el Pacífico, y la competencia para afirmar el liderazgo regional se hace vigente entre Hugo Chávez y Lula Da Silva.

La América Latina que se extiende desde el Canal de Panamá hasta México y pasa por el Caribe tiene una relación con Estados Unidos muy importante, ya que ese país concentra el mayor porcentaje de las exportaciones de la región y sus inversiones son elevadas. En esta zona “los procesos de integración económica y comercial han tenido mayor estabilidad, como lo demuestran el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Tlcan), el Sistema de Integración Centroamericana (SICA) y el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y EEUU (Cafta, por sus siglas en inglés)” (Rojas Aravena, 2006: 125).

Por su parte, en Suramérica se percibe un mayor nacionalismo; existe descontento por una perspectiva de la globalización, una tendencia antiestadounidense y un rechazo al unilateralismo.

A su vez, en cada país existen fracturas y polarizaciones. Los resultados electorales reflejan escisiones “entre el norte y el sur, entre la capital y la periferia, entre la meseta y el llano, entre la costa y la sierra; [lo que dificulta a sus gobernantes] efectivizar una ciudadanía, tanto política como económica y social” (Rojas Aravena, 2006: 114).

Aunque existe un fuerte apoyo a la democracia en la región, persiste una gran insatisfacción con los resultados de los gobiernos democráticos que no han resuelto las demandas de la ciudadanía. “Se ha perdido la esperanza en los gobiernos, en los partidos políticos y en los congresos, lo cual naturalmente afecta la legitimidad de las instituciones democráticas” (Rojas Aravena, 2006: 115).

En América Latina se viene consolidando una nueva tendencia de izquierda como consecuencia del voto de castigo que los ciudadanos ejercieron en respuesta a las políticas gubernamentales ejecutadas en la década anterior.

“El fracaso del proyecto neoliberal a fines de los 90 y la necesidad de elaborar políticas más pragmáticas, que combinaran los mecanismos de mercado con grados mayores de regulación estatal y de participación social, condujeron a regímenes más representativos y a lo que se ha dado en llamar un giro general hacia la centroizquierda” (Laclau, 2006: 59).

Desde 1998, con la elección de Hugo Chávez como presidente de Venezuela, el surgimiento de la izquierda se ha hecho presente en Latinoamérica. En 2000 Ricardo Lagos con su avance democrático y social-reformista se convierte en el nuevo Jefe de Estado de Chile, primer candidato socialista que lo logra después de Salvador Allende. Lula Da Silva, acompañado del Partido de los Trabajadores, logra la presidencia de Brasil en 2002 y en 2003 Néstor Kirchner, peronista, logra la argentina, la cual va a dejar en manos de su esposa Cristina Fernández en 2008. Por su parte, Tabaré Vázquez alcanzó la presidencia uruguaya en 2004 acompañado del Frente Amplio de Uruguay y en 2005 Evo Morales la de Bolivia. Luego, Michelle Bachelet continúa como representante del triunfo socialista en Chile y en Perú surge como líder nacional Alan García del partido de centro-izquierda APRA. Aunado al gobierno cubano que constituye la izquierda más antigua con Raúl Castro en el poder, quien recibió el cargo de su hermano Fidel Castro en 2008, y con Rafael Correa en Ecuador, Daniel Ortega en Nicaragua y el leve perfil izquierdista de Fernando Lugo, presidente electo de Paraguay en 2007 se cierra el cuadro regional.

La victoria de estos candidatos que, aunque con diversos matices, representan a la izquierda en su país, confirma que el giro a la izquierda no es una simple casualidad, sino que se trata de un fenómeno que se está dando a lo largo de América Latina. Por

supuesto que hay excepciones como la presencia de Álvaro Uribe en Colombia y el triunfo de Felipe Calderón en México.

Aun así, se habla de la existencia de dos izquierdas en Latinoamérica. La liderada por Lula Da Silva, Bachelet y Tabaré Vázquez está inspirada en “ideales universales del socialismo democrático, alejado de deformaciones autoritarias o caudillistas, y consciente de que, en el actual sistema internacional unipolar, es indispensable avanzar en forma reformista y gradual, combinando las presiones sociales con la permanente disposición a negociar” (Boersner, 2005: 113). Es la que “marcha por un camino de reformismo avanzado que compatibiliza la sensibilidad social con la comprensión de que las transformaciones en la sociedad pasan por el desarrollo económico con equidad y por el fortalecimiento y profundización de la democracia” (Petkoff, 2005: 120). En este grupo también se ubican los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, Alan García y Fernando Lugo.

Frente a ella se coloca la izquierda de Chávez y Fidel Castro que surge de “nuevas corrientes populistas caudillistas, de radicalismo ‘izquierdista’ extremo en sus pronunciamientos, pero de contradicciones fuertes en su ‘praxis’, entre iniciativas social-transformadoras y otras de rancio corte neoliberal” (Boersner, 2005: 113). Una izquierda “arcaica, asociable, todavía, por la gracia de Fidel, a lo que fue el movimiento comunista mundial, y desvaído reflejo de la luz, ya apagada, de la estrella soviética” (Petkoff, 2005: 119). A este grupo se unen los gobiernos de Evo Morales, Rafael Correa y Daniel Ortega.

Aún así, estas dos izquierdas tienen en común “un propósito claro de colocar sobre nuevas bases las relaciones de sus países con Estados Unidos” (Petkoff, 2005: 127), aunque la manera de ejecutarlo sea diferente. Mientras que los de la izquierda radical plantean que no existe posibilidad de convivencia con Estados Unidos, la otra izquierda sabe que la convivencia es inevitable.

Sin embargo, muchos definen a la izquierda de nuestros días como aquella que se preocupa principalmente de lograr que las acciones del gobierno conlleven a una calidad

de vida más satisfactoria para las clases populares y medias. Es una izquierda que busca combatir la pobreza, moderar la desigualdad social, proveer empleo, dar salud, educación y seguridad a todos, lograr una más justa distribución de los recursos y beneficios, a la vez que promueva una mejor inserción en los escenarios de la globalización. No plantea un socialismo puro para la organización del conjunto social, sino un capitalismo más equilibrado y reglamentado. “Un capitalismo que de todos modos mantiene la impronta de muchos de los cambios estructurales ejecutados en las décadas anteriores por las severas recomendaciones de reformas macroeconómicas y sociales en clave neoliberal” (Vilas, 2005: 88). Las discusiones de nuestros días se basan en cómo llevar a cabo las promesas de bienestar que ofrecen los postulados de derecha e izquierda, cómo integrar la libertad que plantea la derecha y la igualdad del hombre característica de la izquierda (Oropeza, 2005).

1.2. Política exterior del gobierno de Hugo Chávez Frías

Ante la presencia de un sistema internacional uni-multipolar —según Samuel Huntington de la Universidad de Harvard, Estados Unidos— en el que Estados Unidos es la “superpotencia solitaria”, el presidente Chávez afirmó enfáticamente la necesidad y urgencia de construir un polo latinoamericano que se oponga a Estados Unidos y busque el equilibrio en un mundo multipolar (Garavini di Turno, 2000).

Con el modelo bolivariano para Latinoamérica, Hugo Chávez “propone una ‘democracia participativa’ y una ‘economía humanista’ contrastadas con una democracia representativa y el ‘neoliberalismo salvaje’” (Romero, 2000).

Los días 12 y 13 de noviembre de 2004, durante una reunión convocada por el presidente Chávez bajo el tema: “Revolución Bolivariana. La Nueva Etapa. El Nuevo Mapa Estratégico”, se anunció el nuevo plan de acción de la política exterior venezolana. Entre los objetivos, el décimo planteaba que se debía seguir impulsando la revolución bolivariana para que el bloque regional Caracas-Brasilia-Buenos Aires-Montevideo lograra romper el nexo existente entre el Pentágono y el bloque Bogotá-

Quito-Lima-La Paz-Santiago de Chile, y así lograr la unidad suramericana (Taylhardat, 2005).

Incluso antes de que se definieran los objetivos para la conformación del bloque suramericano, el Presidente venezolano, ya en la Cumbre de Brasilia de 2000, había expresado sus deseos de integrar la región con la conformación de un organismo que fuera la contraparte de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN). “Si existe una OTAN, ¿por qué no podemos tener una OTAS?” (Hugo Chávez Frías, 2000; cp. Márquez, 2000). Enmarcando la propuesta en el postulado de la necesidad de un mundo multipolar, el Mandatario venezolano hizo la oferta de una alianza militar suramericana que no fue bien recibida por los gobernantes presentes en la Cumbre.

Siguiendo esta línea, se crea en diciembre de 2004 la Comunidad Suramericana de Naciones (CSN), concebida como un proyecto no sólo económico y comercial, sino también social, cultural y de infraestructuras; que busca una similitud con la Unión Europea (UE) para convertir al “subcontinente en una zona de libre comercio con unas infraestructuras físicas y una red energética comunes y dotada de una organización política integrada” (América Económica, 2005).

Conformado por Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guayana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela; este bloque regional integra a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y al Mercado Común del Sur (Mercosur) en su totalidad. Sin embargo, la CSN en la actualidad es un organismo burocrático que no ha conseguido establecerse como el bloque regional que se deseaba, aun cuando estos países juntos tienen un PIB de más de 900.000 millones de dólares y conforman un mercado potencial de 360 millones de personas, además de contar con reservas de petróleo y gas para más de 100 años (América Económica, 2005).

Paralelo a esto, Chávez siguió intentando pertenecer al Mercosur, conformado desde 1991 por Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay; objetivo que logra parcialmente en julio de 2006 con las firmas de Argentina y Uruguay. Sin embargo, aunque sus iniciativas por la integración son cada vez más claras, su postura radical en contra de

Estados Unidos lo lleva en abril de 2006 a aplicar una política de “silla vacía” en todas las reuniones de la CAN, abandonando así un bloque comercial importante de la región.

La búsqueda de conformar un bloque regional continúa con la creación de la Alternativa Bolivariana para América Latina y el Caribe (ALBA), propuesta que el presidente Chávez enuncia por primera vez en la III Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de la Asociación de Estados del Caribe, celebrada en la isla de Margarita, Venezuela, en diciembre de 2001; pero que no se concreta hasta diciembre de 2004 cuando el entonces Presidente de Cuba, Fidel Castro, y el Mandatario venezolano firman en Cuba el “Acuerdo entre el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela y el Presidente del Consejo de Estado de Cuba para la aplicación de la Alternativa Bolivariana para las Américas” (Petróleos de Venezuela [PDVSA], s.f.).

Como se establece en su página web oficial, “el ALBA se fundamenta en la creación de mecanismos para crear ventajas cooperativas entre las naciones que permitan compensar las asimetrías existentes entre los países del hemisferio” (Portal ALBA, s.f.). La propuesta se basa en lograr para los países latinoamericanos y caribeños un solo bloque económico, político y social.

Integrada por Bolivia, Cuba, Dominica, Nicaragua y Venezuela; el ALBA surge principalmente como contraposición al Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), introducida por Estados Unidos en 1994. Mientras que el ALCA se presenta como una mera Zona de Libre Comercio, el ALBA es una alianza de tipo político que “apunta más hacia la integración humanística, social, cultural, científica, tecnológica y física” (Gerson Revanales, 2005).

Entre los objetivos del grupo latinoamericano están la creación de planes especiales para los países menos desarrollados de la región incluyendo un plan contra el analfabetismo, un plan de servicios de salud gratuitos y un plan de becas de carácter regional. También se plantea la creación del Fondo de Emergencia Social, un desarrollo integrador de comunicaciones y transporte, y acciones para la preservación del medio ambiente (PDVSA, s.f.).

A su vez, se propone la creación de organismos para fomentar la integración energética como Petroamérica, el cual comprende Petrocaribe (Cuba, República Dominicana, Antigua y Barbuda, las Bahamas, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, Surinam, Santa Lucía, Guatemala, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Costa Rica, y Venezuela), Petrosur (Brasil, Argentina, Uruguay y Venezuela) y Petroandina (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), que no ha podido formarse debido a las diferencias entre el gobierno colombiano y el venezolano. Para fomentar las inversiones de capitales latinoamericanos se crearía el Fondo Latinoamericano de Inversiones, un Banco de Desarrollo del Sur, el cual hace frente al FMI y al Banco Mundial, y la Sociedad de Garantías Recíprocas Latinoamericanas. Por último, se crearía la Televisora del Sur (Telesur) como instrumento para la defensa de la identidad latinoamericana y caribeña, y de los pueblos de la región, respetando las culturas autóctonas e indígenas (PDVSA, s.f.).

Las iniciativas energéticas como Petrocaribe y Petrosur no terminan de arrancar concretamente. Aunque se abarate el combustible en la zona y Venezuela “garantice descuentos en precios, aplazamientos de pagos y financiamiento a largo plazo en los embarques de petróleo y derivados” (Ríos Maury, 2007), los países participantes del convenio se detienen ante las condiciones como la re-estatización de las compañías energéticas y una clara línea anti Estados Unidos, las cuales les resultan difíciles y onerosas (Michelena, 2006).

Aun así, todas estas iniciativas del ALBA, financiadas por los ingresos petroleros venezolanos, le han servido a Hugo Chávez Frías para lograr una “presencia” permanente a lo largo de toda Latinoamérica, tanto de su persona siendo dirigente del bloque americano, como de su revolución bolivariana y el socialismo del siglo XXI; lo cual ha generado desconcierto y preocupación en varios países de la región.

Para lograr sus objetivos, el presidente Chávez, desde los inicios de su mandato ha sabido valerse de la diplomacia petrolera, “estrategia dominada por la utilización del

petróleo como un elemento fundamental para la articulación de nuevas alianzas” (González Urrutia, 2006: 167-168).

Las ayudas y convenios anunciados por él en 2007 ascendían a 5,5 millardos de dólares (Zerpa, 2007). Eso sin contar la parte de los 30.338 millones de dólares de las reservas internacionales del Banco Central de Venezuela (BCV) que quería invertir en América del Sur para 2005 (Tagliavini, 2005).

El 15 de marzo de 2007 el Presidente de Venezuela destacó que la cooperación energética ascendía a unos 1,6 millardos de dólares al año. En cuanto a ayudas y compras a países, prometidas o ejecutadas, la cifra alcanzaba 25,16 millardos de dólares, monto cercano a las reservas internacionales del BCV. Mientras que “para 2006 la inversión directa en el extranjero (créditos comerciales, préstamos, compra de deuda, donaciones, financiamiento petrolero y compras de activos) fue de 8,78 millardos de dólares (...) ‘mucho más de lo que se ha destinado en educación en el mismo período’” (Zerpa, 2007).

En 2000 se firmó el primer Convenio Integral de Cooperación Cubano-Venezolano mediante el cual Cuba recibe cantidades apreciables de petróleo, que en 2005 eran entre 80 mil y 90 mil barriles, lo equivalente a la mitad del consumo venezolano; mientras que Venezuela obtiene 200 proyectos de cooperación en áreas de salud, educación y deportes. Para 2005 se reportaba la presencia en Venezuela de 26 mil cubanos especialistas en el área de salud (Dilla Alfonso, 2006: 144-145).

A su vez, en 2005 suscribió el acuerdo con Uruguay en el que a cambio de petróleo a precio preferencial Venezuela recibiría 750 reses; acuerdo similar al que se tenía con Argentina (Barrios Nieves, 2006).

En el caso de Bolivia, la acción del presidente Chávez en ese país va mucho más allá de acuerdos energéticos. En 2006 el gobierno venezolano se comprometió a comprar Bonos del Tesoro boliviano por 100 millones de dólares en un plazo de dos años. En 2007 Venezuela adquirió el semanario gratuito *La Época* y comenzó a asesorar

técnicamente al canal estatal boliviano, *Canal 7*, invirtiendo 2 millones de dólares para mejorar su transmisión y contenidos. A su vez, se suministraron recursos a Bolivia para la instalación de 100 radios comunitarias (Equipo de reportajes El Mercurio, 2007).

En otro convenio, el Presidente venezolano se comprometió a entregar 5 mil becas de estudios con apoyo profesional e ideológico a bolivianos que recibirían instrucción en Caracas. También se llevaron a la misma ciudad 5 mil personas del sector salud para capacitarlos. Asimismo, el gobierno venezolano suministraría medicamentos para controlar algunas enfermedades y pondría en marcha la Misión Milagro, la cual consiste en ofrecer ayuda médica a personas con enfermedades oculares (Equipo de reportajes El Mercurio, 2007a).

Hugo Chávez se comprometió a ayudar a Bolivia en su proceso de nacionalización de recursos naturales, a entregar 1,8 millones de dólares para reforestar algunas zonas del país y destinó 100 millones de dólares a proyectos de grandes y pequeños productores rurales. Además compró el banco de microcréditos Prodem a través del Banco Industrial de Venezuela (Equipo de reportajes El Mercurio, 2007a).

Adicionalmente, el Gobernante venezolano entregó 7 millones de dólares para el programa de cédulas de identidad gratuita para los bolivianos. Este proyecto forma parte del acuerdo de cooperación militar en el que Venezuela se compromete a la construcción de bases militares y entrega de material bélico, y a su vez se le permite la entrada a tropas venezolanas en territorio boliviano para “gestión de crisis” (Equipo de reportajes El Mercurio, 2007a). Es por todo esto que Evo Morales no sorprendió a nadie cuando declaró que era más fácil recibir dinero directo de Chávez que sacarlo del Banco Central (Burgos, 2008).

Pero la cruzada de Chávez no es sólo económica. A lo largo y ancho de toda Latinoamérica han surgido grupos de apoyo al Presidente. Tanto el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) de El Salvador, como el Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), los grupos de izquierda radical en Uruguay, el

Movimiento de los Sin Tierra en Brasil y los piqueteros argentinos proclaman la ideología de la revolución bolivariana.

La Confederación de los Pueblos de Nacionalidad Kichwa del Ecuador, Ecuarrunari, viene relacionándose desde 2003 con el Movimiento Bolivariano y sus dirigentes realizan viajes a Venezuela buscando apuntalar el discurso indígena. Incluso, en una ocasión se reunieron con Rodrigo Chávez, coordinador de los círculos bolivarianos de Venezuela (Expreso-Guayaquil on line, s.f; cp. Taylhardat, 2005).

En Argentina, Patria Libre, un partido de izquierda radicalizado “de mínima expresión electoral”, y subgrupos como Barrios de Pie integran el Congreso Bolivariano de los Pueblos, y son los promotores de la Misión Milagro y Yo También Puedo, la cual promueve la alfabetización de adultos. Allí se encuentran las bases de movilización del aparato chavista argentino, cuya convocatoria para la gira anti-Bush de Chávez en 2005 fue de 30 mil personas. A su vez, la revolución bolivariana mantiene la impronta del grupo de las Madres de Plaza de Mayo para asegurar su soporte doctrinario (Gallo, 2007).

Un caso emblemático de la presencia del movimiento bolivariano en Argentina fue cuando Luis D’Elía, subsecretario de Tierras, tuvo que abandonar su cargo por obedecer una orden del presidente Chávez contraria al gobierno argentino (Gallo, 2007).

En Chile, el Congreso Bolivariano de los Pueblos cuenta con la participación de 37 organizaciones sociales y políticas. Este grupo aspira a “desarrollar una solidaridad militante con las luchas que se libran en América Latina por la liberación del neocolonialismo imperialista” (Equipo de reportajes El Mercurio, 2007c). Ellos son quienes tienen la tarea de organizar la ayuda social proveniente del gobierno de Hugo Chávez a través de becas estudiantiles profesionales y técnicas, así como la Misión Milagro.

El alcance de la Misión Milagro ha sido favorecedor para el Presidente de Venezuela, ya que le ha servido de conexión con los pueblos. En Brasil, 87 personas de

la población Abreu-Lima fueron enviadas a Caracas para someterse a tratamiento para eliminar las cataratas (Oliveira, Lins, Ordóñez y Marqueiro, 2007). En Colombia, el gobierno venezolano logró vincularse con el departamento del Valle a través de la atención de 200 personas en hospitales venezolanos (El Tiempo, 2007).

Aproximadamente 335 mexicanos fueron transportados a Cuba para operarse de enfermedades de los ojos, con apoyo de la embajada venezolana. Durante el viaje, los pacientes participaban en actividades culturales y artísticas, además de haber sido invitados a conocer los logros de la revolución. Se calcula que cada una de estas personas le cuesta a Venezuela 7 mil dólares. Además, en México también se habla de llevar a cabo el proyecto social Barrio Adentro, plan de sistemas de salud en zonas populares que ha sido, dentro del grupo de las Misiones, el más exitoso en Venezuela. (Reséndiz, 2007).

Según un reportaje de *El Comercio* de Perú, hasta mayo de 2007 se habían operado unas 53.215 personas, de las cuales 47.018 son de Venezuela y el resto corresponde a demás países de Latinoamérica, incluyendo 118 peruanos (O'Brien, 2007).

Pero el Gobernante venezolano no sólo busca ayudar a los pueblos latinoamericanos, sino que muchas veces se ha visto involucrado en las elecciones presidenciales de dichos países, aun cuando esto se considera injerencia en los asuntos internos de un Estado. En 2005 gana Evo Morales en Bolivia, luego de dirigir las radicales movilizaciones populares que obligaron a dimitir al entonces presidente Sánchez de Lozada, quien en una oportunidad pidió que se investigara la participación de Venezuela en los movimientos sociales de Bolivia, ya que Hugo Chávez no ocultaba su apoyo al sindicalista cocalero (Taylhardat, 2005).

En las elecciones presidenciales de Perú en 2006 el candidato del presidente Chávez era Ollanta Humala del Partido Nacionalista Peruano (PNP), quien no logró ser vencedor en los comicios. El apoyo era tan notorio que Alan García, candidato opositor que ganó las elecciones, le dijo a Ollanta Humala que no debatiría con él, sino con su

jefe de campaña Hugo Chávez (Concha Vergara, 2006). Además, Chávez amenazó con romper relaciones con Perú si el pueblo apoyaba a Alan García (Bracho, 2006), razón por la cual los dos países rompieron relaciones diplomáticas cuando García tomó el poder.

El mismo año, en México, surgieron rumores de que la campaña presidencial de López Obrador recibía apoyo económico de la embajada de Venezuela. Se aseguraba que “diez legisladores del Movimiento Quinta República (MVR) —liderados por Janet Madriz—, se acercaron al candidato mexicano” (Reséndiz, 2007), luego el grupo siguió acompañando al candidato durante las protestas cuando se supo el resultado en el que aparecía como ganador Felipe Calderón.

Mientras esto sucedía, cerca, en Nicaragua, el sandinista Daniel Ortega recibía el espaldarazo de Chávez durante su campaña presidencial. En este caso, el candidato sí obtuvo la victoria de las elecciones.

Asimismo, en 2007 Venezuela estuvo en la mira internacional cuando se detuvo en Argentina a un grupo representante de Petróleos de Venezuela (PDVSA) que llevaba un maletín con 800 mil dólares, los cuales iban destinados a la campaña presidencial de Cristina Fernández de Kirchner, ganadora de los comicios de octubre de ese año.

1.3. Hugo Chávez Frías, el hombre

Koeneke Ramírez plantea la “personalidad” como un término que refleja “las diferencias que existen en la jerarquización de los factores personales que inciden en la regularidad conductual de los individuos, y en la ponderación que se les da a ese tipo de factores en comparación con los de tipo situacional” (Koeneke Ramírez, s.f.: 70).

Desde que Hugo Chávez estaba en campaña para alcanzar la presidencia, no se hicieron esperar diversas semblanzas, análisis de personalidad y análisis psicológicos de su persona. Muchos de estos estudios fueron hechos a distancia, a través de los medios,

mientras que otros fueron elaborados por personas que, podría decirse, intimaron con el Mandatario.

José Mendoza Angulo, autor del libro *Venezuela destino incierto*, lo describe como un “hombre de una astucia y una temeridad excepcional, de un gran carisma personal” (El Nacional, 2006; cp. Neira Fernández, s.f.: 147). Para el autor, es un encantador de serpientes y el demagogo más poderoso y convincente de la Venezuela del siglo XX. El autor, oriundo de Barinas como el presidente Chávez, lo tilda de ser un llanero “faramallero, fachoso, machista y muy audaz” (El Nacional, 2006; cp. Neira Fernández, s.f.: 147).

Alexis Márquez Rodríguez señala en una carta a su colega y dirigente de ortodoxia marxista cubana, Roberto Fernández Retamar, que, una vez en el poder, Chávez se dejó ver como “un ser arrogante, ostentoso en el vestir y en las costumbres, amante de los lujos, con una maniática obsesión por los viajes, todos muy costosos y la mayoría innecesarios” (Neira Fernández, s.f.:148).

Sus aliados o admiradores lo describen “como una persona con inclinaciones narcisistas y exhibicionistas, a la vez que como impulsivo y autoritario” (Koeneker Ramírez, s.f.: 71). Mientras que John Lee Anderson, periodista estadounidense simpatizante de izquierda, lo califica como un *showman* que en su programa de radio y televisión, *Aló Presidente*, “increpa a sus adversarios, amenaza a sus enemigos, canta (con gusto, pero mal), recita poesía, cuenta chistes y por lo general hace el papel de actor aficionado” (Lee Anderson, 2001; cp. Koeneker Ramírez, s.f.: 72) transmitiendo en vivo durante horas.

Por su parte, Edmundo Chirinos, quien fue psiquiatra del Presidente venezolano, afirmó que este tiende a ser vanidoso, presenta rasgos de narcisismo y de “autoritarismo incontenible que predispone a la gente en su contra, que reacciona exageradamente ante las críticas, que es muy astuto y manipulador y que nunca duerme más de dos o tres horas por la noche” (Koeneker Ramírez, s.f.: 71).

La revista *Cambio* de Colombia publicó en 2000 una investigación realizada por María J. Bustamante que se basaba en criterios de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y de la Asociación Americana de Psiquiatría (APA) en la que se determinó que Chávez padece el desorden de personalidad histriónico-narcisista al comprobarse la presencia de síntomas como:

1) Sentido grandioso de la propia importancia, 2) exageración de aciertos y talentos, 3) preocupación con las propias fantasías de poder, 4) demanda excesiva de admiración, 5) sentido de ungido, de benemérito, 6) conductas dirigidas a la exclusión de quienes no estén con él, 7) carencia de empatía, 8) sentimientos de incomodidad cuando no se es el centro de atención, 9) conductas frecuentemente teñidas de intentos seductores, 10) despliegue de expresiones cambiantes y superficiales de emoción, 11) uso de la apariencia física o del atuendo para llamar la atención, 12) empleo de un discurso excesivamente impresionista, carente de lógica y precisión, 13) despliegue de autodramatización teatral y de exageración de emociones, 14) tendencia a sentirse herido con facilidad, 15) conferimiento de carácter íntimo a relaciones y situaciones que carecen de él (Koenke Ramírez, 2001: 4).

Según Koenke Ramírez, que un Presidente de la República sea narcisista implica que éste presente dificultades para integrar un gabinete coherente y de alto nivel profesional, de especialistas de prestigio y criterios propios. Lo importante para este tipo de gobernante es contar con colaboradores que lo admiren y lo aplaudan cada vez que se presenta la ocasión. Además, el narcisista “supedita a menudo lo necesario a lo accesorio, lo central a lo tangencial con tal de que lo realizado sirva para llamar la

atención” (Koeneker Ramírez, 2001: 4). Es un gobierno que se da poco al diálogo y a la negociación.

2. La Cumbre del “¿Por qué no te callas?”

En Santiago de Chile se llevó a cabo la XVII Cumbre Iberoamericana del 8 al 10 de noviembre de 2007 a la que asistieron los Jefes de Estado y de Gobierno de 22 países, exceptuando la presencia de los mandatarios de México, República Dominicana —quienes atendían desastres naturales en sus respectivos territorios—, Panamá y Cuba, quien fue sustituido por el vicepresidente Carlos Lage.

La primera Cumbre de este tipo tuvo lugar en Guadalajara, México en 1991 y desde entonces el grupo se reúne anualmente para discutir los asuntos de Iberoamérica. “Constituye un espacio valioso para los gobiernos de la región, donde está ausente la tradicional hegemonía de Estados Unidos” (Délano, 2007).

La XVII Cumbre Iberoamericana sobresale entre todas las que se han realizado por dos cuestiones: fue la primera vez que se firmó un documento en este tipo de reuniones, y ocurrió un incidente que tuvo relevancia mediática: el Rey de España mandó a callar al Presidente de Venezuela.

El tema propuesto por la anfitriona, Michelle Bachelet, para el encuentro fue la cohesión social, título que el presidente Chávez criticó proponiendo uno nuevo: transformación social. El texto final, la “Declaración de Santiago”, suscrito por todos los gobernantes, contiene 24 compromisos. Entre ellos “colocar ‘en el núcleo central de la agenda internacional el interés por la cohesión social y la necesidad de alcanzar sociedades más inclusivas’, junto con impulsar ‘las políticas sociales para la superación de la pobreza’” (Délano, 2007).

También se apoyaron causas como la igualdad de género, el cumplimiento de las Metas del Milenio, la cooperación y el multilateralismo, a partir de 2009 la

conmemoración de los bicentenarios de la independencia de España y se promulgó 2008 como el Año Iberoamericano Contra Todas las Formas de Discriminación.

Además, los gobernantes respaldaron a Argentina para una negociación con el Reino Unido por las Islas Malvinas, y pidieron a Estados Unidos poner fin al bloqueo impuesto a Cuba y a la ley Helms-Burton.

Dentro de todos los compromisos resaltan el primer acuerdo comunitario, el Convenio Multilateral Iberoamericano de Seguridad Social, el cual permitiría a 6 millones de emigrantes, aproximadamente, traspasar sus cotizaciones para la pensión de un país a otro; la aportación de España para la creación de un Fondo para el Agua Potable, por unos 1.500 millones de dólares; el Programa de Fortalecimiento de la Infancia, propuesto por la Gobernante de Chile; el de Movilidad Académica de Postgrado Pablo Neruda, para el intercambio de estudiantes; y el Plan de Alfabetización y Educación Básica para erradicar el analfabetismo, que planteó Venezuela.

Pero estos resultados perdieron toda la importancia mediática cuando, en las últimas sesiones de la Cumbre, el Rey de España, Juan Carlos I, espetó un enérgico “¿por qué no te callas?” al presidente Chávez después de que este hubiera interrumpido en varias ocasiones sin micrófono la participación del Presidente del Gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, tildando de fascista al ex mandatario español, José María Aznar, por haber participado en el golpe de Estado de 2002 en su contra. Seguido de esto, mientras Daniel Ortega criticaba a las empresas españolas, el Rey se puso de pie y salió de la sesión, regresando después de que la presidenta Bachelet lo convenciera.

Hugo Chávez señaló que el Rey no tenía derecho a callarle y amenazó con vigilar de cerca a las empresas españolas que funcionan en Venezuela. Por su parte, España se mostró moderada con respecto a sus comentarios. “En rigor, el venezolano actuó como lo ha hecho en otros foros, tensionándolos y ganando tribuna” (Délano, 2007).

Chile también fue escenario de un evento paralelo la “Cumbre por la Amistad e Integración de los Pueblos Latinoamericanos”, también conocido como la “Cumbre de

los Pueblos”, acto en el que participaron los dirigentes de Bolivia, Nicaragua, Cuba y Venezuela y al que asistieron aproximadamente 4 mil personas. Rafael Correa, Presidente de Ecuador, también estaba invitado, pero no asistió. Durante esta Cumbre se tocaron temas como el derecho de mar para Bolivia y la justicia social, además se ratificó que los cuatro países actuaron por primera vez como un bloque en las discusiones de la Cumbre Iberoamericana.

Los medios de comunicación, que creían que no tendrían mucho que escribir con este encuentro, dieron un cambio radical a sus agendas temáticas el domingo del incidente entre España y Venezuela, quedando como protagonistas el Rey y Hugo Chávez, y dejando a un lado los logros de la Cumbre.

Sin embargo, el Mandatario venezolano ya estaba presente en el contenido noticioso de los diarios internacionales antes de que se llevara a cabo la Cumbre. Durante esos días se hablaba de su participación como mediador entre el gobierno de Colombia y las FARC para el rescate de rehenes. A su vez, en Venezuela seguían las protestas estudiantiles en contra de la propuesta de reforma constitucional en la que se planteaba la reelección indefinida de Hugo Chávez Frías.

V. MARCO METODOLÓGICO

La finalidad del presente trabajo de grado es analizar el contenido de artículos en los que se nombre a Hugo Chávez Frías procedentes de seis periódicos suramericanos y extraídos entre el 6 de noviembre y el 15 de noviembre de 2007, fechas entre las cuales tuvo lugar la XVII Cumbre Iberoamericana. Dicho análisis estará basado en las categorías de liderazgo político establecidas en el marco teórico.

1. Objetivos de la investigación

1.1. Objetivo general

Evaluar el liderazgo político que se proyecta del presidente Hugo Chávez Frías en Suramérica a partir de una muestra de artículos de seis periódicos suramericanos.

1.2. Objetivos específicos

- Realizar un análisis de la cobertura periodística de los diarios para identificar el liderazgo político que se proyecta de Hugo Chávez en la prensa suramericana.
- Demostrar si Hugo Chávez Frías es considerado o no líder político regional por la prensa suramericana.
- Identificar el tipo de liderazgo político que se le atribuye en cada periódico según las categorías de liderazgo político de acuerdo a su relación con el pueblo, el ejercicio de la política y la forma de verse.

- Reconocer el tipo de liderazgo político con el que se califica a Hugo Chávez Frías según cada género periodístico.
- Observar el tipo de liderazgo político que se atribuye a Hugo Chávez Frías según la procedencia que tengan los artículos de la prensa suramericana.
- Verificar el tipo de liderazgo que se proyecta de Hugo Chávez Frías en la prensa suramericana según los temas presentes en la agenda mediática.
- Identificar las relaciones existentes entre las diferentes clasificaciones de las categorías de liderazgo político.

2. Tipo de investigación y diseño

El tipo de estudio es exploratorio, definido por Cea D'Ancona (1998) como aquel que busca la “aproximación a fenómenos poco conocidos, con la finalidad de extraer variables relevantes e hipótesis para comprobarlas en indagaciones posteriores” (p. 112). Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2003), estos tipos de estudios “generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables; o establecen el ‘tono’ de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas” (p. 117).

En este sentido, el trabajo de grado pretende señalar los tipos de liderazgo con los que se identifica a Hugo Chávez Frías en los artículos de seis diarios suramericanos y una vez obtenidos los resultados se pueden elaborar diferentes investigaciones.

El diseño es no experimental pues se observan fenómenos “tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (...) Las situaciones estudiadas ya existen, no son provocadas intencionalmente por el investigador” (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2003: 267).

3. Modalidad de tesis

El estudio forma parte de la *Modalidad V: Análisis de Medios y Mensajes*, entendida como “la aplicación de diferentes concepciones metodológicas propias de la comunicación social al estudio de distintos tipos de mensaje”, según lo establecido por el Comité de Trabajos de Grado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, en su documento en línea Modalidades del Trabajo de Grado (s.f.).

Esta categoría se adecua a la investigación, debido a que en esta se indaga en el contenido de los artículos de seis periódicos suramericanos publicados durante noviembre de 2007 en los que se nombre a Hugo Chávez Frías.

4. Investigación documental

Para el desarrollo de esta investigación, fue necesario recurrir a diferentes fuentes de información. En la Biblioteca Central de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) fue posible encontrar los textos de Cea D’Ancona (1998) y Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2003) referentes a la metodología de investigación. Para el análisis de contenido se ubicaron las obras de Krippendorff (1990) y de Kientz (1976). Asimismo, la mencionada casa de estudios dispone del trabajo de grado de Oropeza Colmenares (2005), reportaje que trata el surgimiento de la izquierda en América del Sur.

El Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB) posee un archivo de la revista *Comunicación* con un material sobre los medios, su agenda y *agenda-setting* de Abreu Sojo (2005), Cañizález (2004), y Martín Diez (1999). Además, allí se encuentra el libro de *Sociología de la comunicación de masas*, el cual incluye los textos de Janowitz y Schulze (1961) y Martín Serrano (1994) que hablan de la comunicación de masas y la mediación de los

medios. Allí también se ubica la tesis de Arteaga Arismendi y Quiroga Berrisbeitia (2007) que hace un análisis de contenido a dos medios electrónicos.

En el archivo de redacción del diario *El Nacional* se encontró el reportaje especial, “El fenómeno Chávez”, publicado el 20 de mayo de 2007 que comprende los artículos de *El Tiempo*, el Equipo de Reportajes de *El Mercurio*, Gallo, O’Brien, Reséndiz, Ríos Maury y Zerpa; los cuales exponen la política exterior del gobierno de Hugo Chávez Frías.

Asimismo, en internet se consiguieron diversas publicaciones que trabajan la teoría de liderazgo político y sus categorías, como las obras de Blázquez Vilaplana (2002); Deusdad (2003), obtenida de la Scientific Electronic Library on Line (SciELO); la de Fernández de Mantilla, Cáceres y Herrera Acero (2004), de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc); y la de Núñez Vargas (2003). Además, la página web del Instituto Centroamericano de Estudios Políticos (Incep) también habla de los tipos de liderazgo político.

En el portal electrónico de Analítica.com están disponibles artículos periodísticos de diversas publicaciones, a los que se accedió para obtener información de la política exterior del gobierno venezolano desde 2000 hasta 2008.

También se accedió a la página web de Nueva Sociedad para obtener los artículos de la edición 205 cuyo tema central era “América Latina en tiempos de Chávez”. Los textos de Touraine (2006), Dilla Alfonso (2006), González Urrutia (2006), Lagos (2006), Laclau (2006) y Rojas Aravena (2006) fueron de utilidad para exponer la situación de América Latina y el gobierno de Hugo Chávez.

Los textos de Koeneke Ramírez (2001) y Neyra Fernández (s.f.) que tratan de la personalidad de Hugo Chávez Frías fueron consultados a través de los portales de Veneconomía y la Universidad de los Andes, respectivamente.

Los artículos de los seis periódicos suramericanos en los que se habla de Hugo Chávez, que constituyen la muestra de la investigación, se obtuvieron de los portales digitales de cada uno de los periódicos seleccionados.

En general, se fotocopiaron los documentos extraídos de revistas y libros, en tanto que se transcribió la información de otras tesis que fueran pertinentes para esta investigación.

5. Método de análisis

5.1. Población

Se entiende por población o universo de estudio “un conjunto de unidades, para las que se desea obtener cierta información” (Sánchez Crespo, 1971; cp. Cea D’Ancona, 1998:159).

El universo del objeto de estudio de esta investigación está compuesto por todos los artículos publicados en los periódicos *Clarín*, de Argentina; *El Comercio*, de Ecuador; *Expreso*, de Perú; *El Mercurio*, de Chile; *La Razón*, de Bolivia; y *El Tiempo*, de Colombia durante los días comprendidos entre el 6 de noviembre de 2007 y el 15 de noviembre de 2007.

5.2. Muestra

La muestra, en el enfoque cualitativo, “es una unidad de análisis o un grupo de personas, contextos, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, de análisis; sobre el(la) cual se habrán de recolectar datos, sin que necesariamente sea representativo(a) del universo o población que se estudia” (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2003: 302). En una muestra no probabilística, “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las

características de la investigación o de quien hace la muestra” (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2003: 305).

En esta investigación se eligieron de forma intencional Argentina, Ecuador, Perú, Chile, Bolivia y Colombia. La elección de estos seis países suramericanos se debe a la su importancia económica y política dentro del subcontinente. Aunque Brasil se considera un país con importancia regional, no se tomó en cuenta por limitaciones lingüísticas de la investigadora. De igual forma, también se excluyó a Venezuela debido a la parcialidad de los medios de comunicación de este país como consecuencia del espectro político que presenta. Además, tampoco se consideró oportuno incluir a Venezuela en esta investigación, que trata de evaluar la visión que se tiene del Presidente Chávez más allá de las fronteras de este país.

Asimismo, para la elección de los medios de comunicación considerados en la investigación, se tomó como referencia que fueran medios de alcance nacional, con publicación diaria y que tuvieran portal electrónico con el archivo de las ediciones pasadas abierto al público. Fueron seleccionados *Clarín*, de Argentina; *El Comercio*, de Ecuador; *Expreso*, de Perú; *El Mercurio*, de Chile; *La Razón*, de Bolivia; y *El Tiempo*, de Colombia.

De los artículos obtenidos durante el período establecido tomando como punto de referencia un acontecimiento político regional, en este caso, la XVII Cumbre Iberoamericana (del 6 de noviembre de 2007 al 15 de noviembre de 2007), sólo se tomaron en cuenta aquellos en los que se nombrara o se hiciera referencia al Presidente de Venezuela, Hugo Chávez Frías.

La muestra quedó conformada por 261 artículos, de los cuales 18 son de *Clarín*, 81 de *El Comercio*, 51 de *Expreso*, 48 de *El Mercurio*, 38 de *La Razón* y 25 de *El Tiempo*.

A su vez, de los 261 artículos, con respecto a los géneros periodísticos, 208 son de información y 53 de opinión (ver Figura 1). Haciendo referencia a la procedencia de

los medios, 107 artículos provienen de agencias internacionales, 140 fueron elaborados por los propios medios y 14 vienen de otras fuentes, como otras publicaciones o de grupos de diarios (ver Figura 2).

Con respecto al contenido temático de la muestra, 32 artículos hacen referencia al tema de Hugo Chávez como mediador entre el gobierno colombiano y las FARC, 33 artículos hablan de las protestas estudiantiles que ocurrían en Venezuela a causa de la reforma constitucional, 22 artículos señalan el tema de la Cumbre Iberoamericana, mientras que 76 artículos tratan acerca del episodio de “¿por qué no te callas?” ocurrido en la Cumbre. Los 98 artículos restantes corresponden a diferentes temas que estaban en la palestra pública de cada país (ver Figura 3).

5.3. Periódicos seleccionados

Clarín es un diario argentino editado en la ciudad de Buenos Aires. Fue fundado por Roberto Noble el 28 de agosto de 1945. Es de formato tabloide y es el periódico con mayor tiraje en Argentina y de mayor circulación en América Latina. La directora es Ernestina Herrera de Noble, viuda del fundador y accionista del Grupo Clarín, empresa propietaria de la publicación (Grupo Clarín, s.f.).

El Comercio es un diario matutino de lineamiento conservador, de Ecuador. Fue fundado en 1906 por los hermanos César Mantilla Jácome y Carlos Mantilla Jácome. Su matriz principal se encuentra en la ciudad de Quito y es de circulación nacional.

Expreso es un diario peruano de circulación nacional que se edita en Lima. Fue fundado el 24 de octubre de 1961, siendo en la actualidad el segundo diario en circulación más antiguo de Lima. Generalmente se le asocia con el sector político de centro derecha. Su actual Director es Luis García-Miró Elguera (Wikipedia, s.f.).

El Mercurio es un periódico chileno de tendencia conservadora fundado por Agustín Edwards Mac-Clure en 1827. Es el diario más antiguo de lengua castellana, y es distribuido nacionalmente (Grupo de Diarios de América [GDA], s.f.).

La Razón, de Bolivia, es el diario con más periodistas en La Paz y es de circulación nacional (Peñaranda, 2000). Fue fundado en 1990. Actualmente su director es Grover Yapura Aruquipa.

El Tiempo es un periódico colombiano fundado el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo. Es en la actualidad el diario de mayor circulación en Colombia. Sus accionistas mayoritarios son el Grupo Planeta, que adquirió la mayoría de acciones en agosto de 2007, y miembros de la familia Santos. Es la base de un conglomerado de medios conocido como Casa Editorial El Tiempo (CEET). Su circulación promedio de lunes a sábado es de 240.964 ejemplares, que en la edición dominical asciende a 475.046 (2004). El editorial central del periódico se ha caracterizado por una postura pro-gobierno.

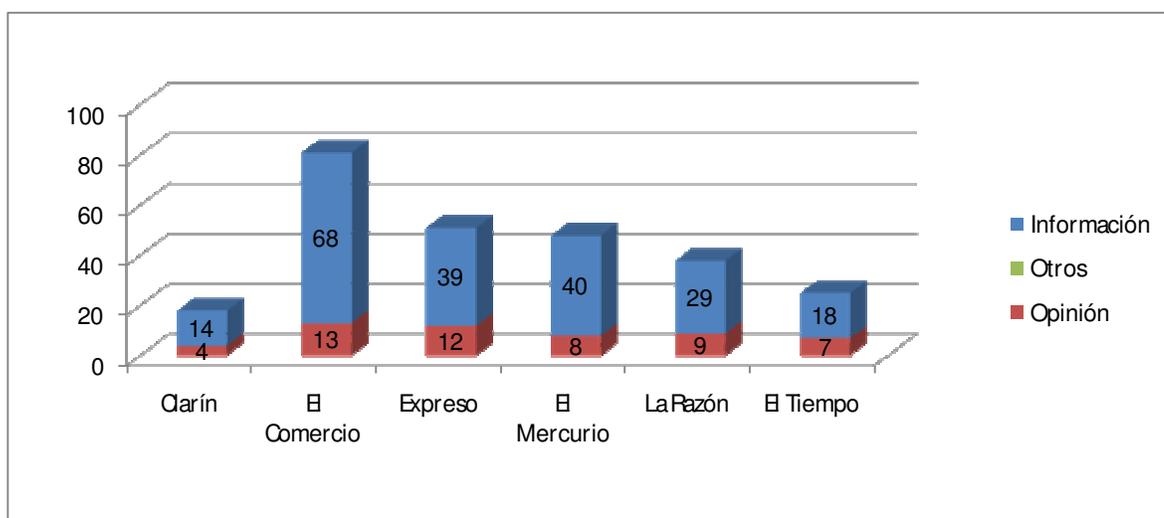


Figura 1. Distribución de artículos por género periodístico

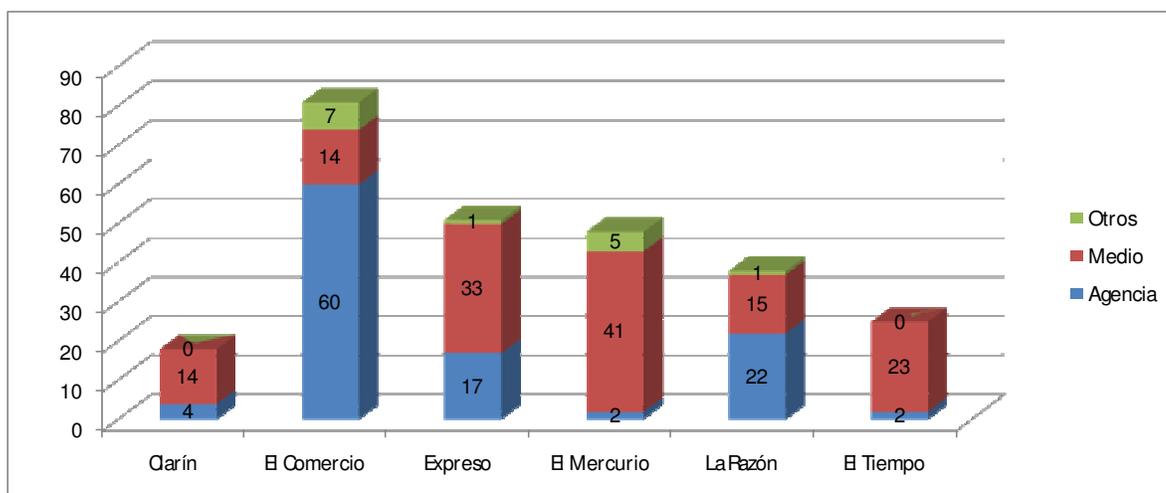


Figura 2. Distribución de artículos por procedencia

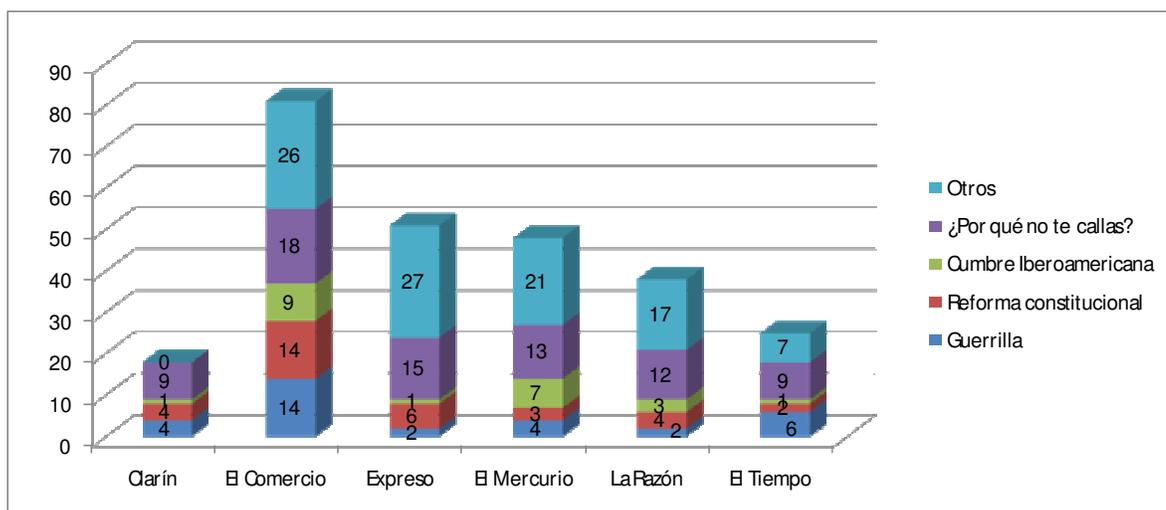


Figura 3. Distribución de artículos por tema

6. Tipo de análisis de medios y mensaje

6.1. Análisis de contenido

Krippendorff (1990) define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p. 28). Tiene como finalidad “proporcionar conocimientos, nuevas intelecciones, una representación de los hechos y una guía práctica para la acción” (Krippendorff, 1990: 28).

Según Kientz (1976), el análisis de contenido toma los mensajes y “los fragmenta, los mide, enumera los elementos, calcula sus frecuencias de aparición, busca unas correlaciones” (p. 25).

Este método plantea que el objetivo del investigador debe estar claramente establecido, ya que dependiendo de la perspectiva con que se aplique arrojará resultados diferentes. A su vez, se necesita tener delimitados los datos que se van a examinar y la población de la cual se obtienen para, posteriormente, distribuirlos en categorías, de acuerdo con unidades de estudio.

En el caso de esta investigación, el objetivo es evaluar el liderazgo político que se proyecta del presidente Hugo Chávez Frías en Suramérica a partir de una muestra de artículos de seis periódicos suramericanos, y se van a examinar los artículos que nombren al Presidente venezolano publicados durante diez días por los diarios seleccionados.

Según Krippendorff (1990), “la tarea consiste en formular inferencias, a partir de los datos, en relación con algunos aspectos de su contexto, y justificar esas inferencias en función de lo que se sabe acerca de los factores estables en cuestión” (p. 38). En otras palabras, hay que tener en cuenta las circunstancias en las cuales se extrajo la información, así como los antecedentes de éstas, para poder extraer conclusiones incluso de lo que no está a simple vista.

Es por ello que en el marco referencial de esta investigación se expone la situación política de América Latina y, en específico, la política exterior que ha llevado a cabo el presidente Hugo Chávez en la región. Así se podrán establecer relaciones entre

las iniciativas del Presidente venezolano para convertirse en líder del bloque suramericano y los resultados obtenidos en esta investigación.

Debido a que los mensajes son representaciones de la realidad cuyos significados proceden de las convenciones de cada sociedad, en las comunicaciones simbólicas es todavía más necesario inferir los significados a partir de los sentidos y el entorno en el que surgen los mensajes. (Krippendorff, 1990).

Los mensajes estudiados en este trabajo de grado surgieron durante los días que se llevó a cabo la XVII Cumbre Iberoamericana. En este evento político, el Presidente venezolano obtuvo gran relevancia en los medios debido al episodio de “¿por qué no te callas?” que protagonizó junto al Rey de España.

La finalidad del análisis de contenido es obtener resultados que sean un reflejo de lo que ocurre en la realidad y que puedan ser verificables. Según Krippendorff (1990), si otros investigadores hacen uso de la misma técnica aplicada a los mismos datos el resultado debe ser el mismo al que se obtuvo la primera vez. Es por esto que en una investigación deben estar bien especificadas las reglas que lo guiarán.

Finalmente, es preciso determinar los cinco tipos de unidades de análisis. Sin embargo, para esta investigación sólo se tomarán en cuenta las unidades proposicionales y las unidades temáticas para poder establecer las diferentes categorías de liderazgo presentes y a su vez relacionarlas con los temas de los artículos en los cuales se encuentran.

Las unidades físicas “dividen un medio de acuerdo con el tiempo, la longitud, el tamaño o el volumen, y no de acuerdo con la información que transmiten” (Krippendorff, 1990: 87). Aunque en esta investigación las unidades físicas también podrían haber sido consideradas, no se tomaron en cuenta debido a que no se disponía de la información sobre la posición que ocupaban los artículos en la edición impresa, ya que todos fueron obtenidos en formato digital. Asimismo, la longitud de los textos no era necesaria para lograr los objetivos de esta investigación.

Por su parte, las unidades sintácticas buscan separar en componentes más pequeños los mensajes que provienen de los medios verbales o no, los cuales son estudiados en las partes en que puede ser dividida una fuente de investigación según su propia naturaleza. Krippendorff (1990), manifiesta que “la palabra es la unidad más pequeña de los documentos escritos, y en lo que concierne a la fiabilidad, la más segura” (p. 88). En el caso de esta investigación, no se tomaron como referencia las unidades sintácticas, ya que para clasificar el tipo de liderazgo político fue más conveniente estudiar los textos como un todo.

Asimismo, las unidades referenciales sirven para comprender la manera como se habla de un determinado fenómeno, al definirlo “a partir de determinados objetos, sucesos, personas, actos, países o ideas a los que se refiere una expresión” (Krippendorff, 1990: 88). Esto se refiere a los diferentes nombres que se le pueden adjudicar a una persona. Por ejemplo, para nombrar a Hugo Chávez Frías se puede utilizar mandatario venezolano, Presidente de Venezuela, líder socialista, etc. Si bien estas unidades sirvieron para identificar los artículos que iban a constituir la muestra, no fueron utilizadas para realizar las clasificaciones de esta investigación.

Del mismo modo, las unidades proposicionales permiten establecer relaciones entre las oraciones, más que entre simples palabras, al someterlas a determinadas estructuras para así ahondar en sus significados. Estas unidades fueron estudiadas para lograr definir el tipo de liderazgo político que se le atribuía a Hugo Chávez en los textos utilizando como referencia la clasificación que se elaboró específicamente para esta investigación.

Por último, las unidades temáticas “se identifican por su correspondencia con una definición estructural particular del contenido de los relatos, explicaciones o interpretaciones” (Krippendorff, 1990: 90). Al igual que las unidades proposicionales, estas unidades ayudaron a establecer la tipología de liderazgo político partiendo de la clasificación elaborada para este trabajo de grado.

6.2. Categorías del estudio

Se diseñó una tabla con el objetivo de examinar el contenido de los artículos publicados, durante los diez días seleccionados del mes de noviembre, en *Clarín*, *El Comercio*, *Expreso*, *El Mercurio*, *La Razón* y *El Tiempo*.

Algunos aspectos que contemplan las matrices de esta investigación, como género periodístico y procedencia, están basados en las categorías de análisis del estudio de Arteaga Arismendi y Quiroga Berrisbeitia (2007) titulado *Seguimiento de la campaña electoral venezolana 2006 en la BBC mundo y el Nuevo Herald*.

La variable de temas fue construida específicamente para esta investigación, al igual que la variable de liderazgo político.

Código	Medio	Fecha	Título	Autor	Género Periodístico	Procedencia	Temas	Liderazgo político		
								Según su relación con el pueblo	Según el ejercicio de la política	Según su forma de verse
CL00										
CO00										
EX00										
ME00										
RA00										
TI00										

Tabla 1. Identificación, clasificación y contenido de los artículos de la prensa suramericana publicados del 6 de noviembre de 2007 al 15 de diciembre de 2007

Leyenda Tabla 1	
Género Periodístico	1 Información
	2 Opinión
	3 Otros
Procedencia	1 Agencia
	2 Medio
	3 Otros
Tema	1 FARC
	2 Reforma Constitucional
	3 Cumbre Iberoamericana
	4 ¿Por qué no te callas?
	5 Otros
Liderazgo según su relación con el pueblo	0 No aplica
	1 Autoritario
	2 Paternalista
	3 Democrático
	4 Carismático
	5 Percibido
Liderazgo según el ejercicio de la política	0 No aplica
	1 Transformador
	2 Innovador
	3 Transaccional
	4 Situacional
	5 Creativo
Liderazgo según su forma de verse	0 No aplica
	1 Manipulador
	2 Maquiavélico
	3 Activo-Positivo
	4 Activo-Negativo
	5 Pasivo-Positivo
	6 Pasivo-Negativo
	7 Interpersonal
	8 Deliberativo
	9 Neurótico
	10 Narcisista

En la columna de código se colocaron los códigos de cada periódico más el número que corresponde a cada artículo. Para los artículos de *Clarín* corresponde CL y el número de los artículos comenzando por 01 (CL01), así sucesivamente para cada artículo. Para los de *El Comercio* es (CO01), *Expreso* (EX01), *El Mercurio* (ME01), *La Razón* (RA01) y *El Tiempo* (TI01).

En la segunda, tercera, cuarta y quinta columnas se escribieron los nombres de los medios a los que pertenecen los artículos, la fecha de su publicación, el título de cada artículo y el nombre del autor, en caso de no tener autor se colocó S/N (Sin nombre).

En la columna que corresponde a *género periodístico* se colocó (1) para información, entendiéndose por información “todo aquel texto periodístico que transmite datos y hechos concretos de interés para el público al que se dirigen, (...) no incluye opiniones personales del periodista ni, mucho menos, juicios de valor” (Grijelmo, 2003: 30). Este género incluye la noticia, la entrevista informativa, el reportaje informativo y la documentación.

Se colocó (2) para opinión, en referencia a los textos que “suelen reflejar el auténtico talante de un periódico. Del estilo de artículos y editoriales podremos deducir cómo afrontan la realidad y las transformaciones sociales los dueños y responsables de esa publicación” (Grijelmo, 2003: 124). En esta clasificación entran el editorial, la crítica, el artículo y el ensayo. Los géneros que no encajen dentro de las clasificaciones anteriores se denotarán con (3).

En la séptima columna, *procedencia*, se colocó (1) si el artículo publicado provino de agencias internacionales, (2) para el artículo elaborado por el propio medio y (3) para un artículo tomado de otro medio o de algún grupo de periódicos como el Grupo de Diarios América (GDA).

Para la columna de *temas* se tomaron los cinco temas más frecuentes que se publicaron durante los días en los que se recolectó la muestra. Se colocó (1) para

aquellos artículos que hablaran de la gestión del Presidente venezolano como mediador entre el gobierno colombiano y las FARC, (2) para aquellos artículos que mencionaron las protestas estudiantiles generadas por la propuesta de reforma constitucional en Venezuela, (3) para los artículos que hicieron referencia a la Cumbre Iberoamericana, (4) para los textos que hablaron del incidente de “¿por qué no te callas?” entre el Rey de España y el Presidente de Venezuela, y (5) para aquellos artículos que no se trataban de los temas nombrados anteriormente.

Para las columnas referentes a *liderazgo político* se elaboró una clasificación específica. Se analizaron los artículos según las palabras y oraciones que definen cada categoría de liderazgo político. Estos son los requerimientos utilizados para cada categoría:

A. Según su relación con el pueblo:

Autoritario: Entrarán en esta categoría los textos en los que el discurso incluya mandatos o prohibiciones imperiosas. Donde el sentido del texto se presente en modo imperativo, entendido como el “enunciado que expresa un mandato o una orden. Toma siempre una forma del tipo ‘debe hacerse algo’ (...). En realidad, un imperativo es una forma especial de enunciado prescriptivo, que indica la necesidad de hacer algo o de llevar a cabo determinada acción” (Babylon, s.f.).

Textos en los que se observen expresiones que denoten una figura déspota, tirana, dominante, absorbente, arbitraria, abusiva, opresiva. La figura se puede presentar como un cacique, ejerciendo el poder absoluto o injusto a través de amenazas y agresiones. Donde el actor elabore mandatos o tome decisiones sin considerar a los demás.

Paternalista: aquellos artículos en los que el discurso de los textos se presente lleno de protección, ayuda, defensa, regalos, subvenciones, concesiones, caridad. Donde el político defienda los intereses del otro, de las personas o los países que él considere que debe proteger.

En ellos el sujeto se identifica con el padre (*pater*), con todas las atribuciones que esta figura tiene, entre las cuales se encuentran el ser comprensivo, indulgente, benévolo o bondadoso.

Presencia de frases u oraciones en las que el actor es indispensable para la resolución de cualquier problema o conflicto.

Democrático: textos que presenten un discurso de participación, de integración, dándole una gran importancia a lo que el pueblo quiere. Presencia de frases donde el discurso haga uso de elementos democráticos como unidad y voluntad de la mayoría. Textos en los que se presenten frases en las que el pueblo tenga la última palabra.

Carismático: textos donde se haga referencia a las emociones, a las masas, a las muchedumbres, a los seguidores, las multitudes. Presencia de enunciados donde haya identificación con el pueblo o incluso representación de situaciones que en un momento dado afecten o movilicen a una comunidad.

En el discurso debe existir dramatismo, espectáculo, show mediático para así conducir a las masas al fanatismo. Presenta lugares comunes, historias, vocabulario y modismos propios del pueblo que pueden llegar a ser escatológicos. Presencia de refranes y aforismos. Donde el actor haga uso de un lenguaje ampuloso, que puede ser tan hueco como hinchado, con frases largas y altisonantes (Correa Calderón y Lázaro Carreter, 1969: 175). El discurso del líder apela a las emociones.

Como lo indica la raíz latina de carisma (*charisma*), uso de oraciones que denoten agradecimiento y hacer favores. (Real Academia Española, s.f.b).

Noticias donde se refleje un seguimiento casi ferviente por parte de los seguidores.

Percibido: artículos donde se encuentren conductas atribuidas o fabricadas por los medios para levantar la imagen de un líder. Textos en los que los periodistas magnifiquen o disminuyan las acciones o se resalte la opinión de alguien describiendo al

sujeto político con rasgos exagerados. En estos textos pueden estar presentes calificativos tanto positivos, como negativos para la persona a la que se aplique.

Presencia de un discurso afectado, es decir, apartado de lo natural o real para crear con palabras y generar una figura determinada en un momento determinado. Uso de apologías, defensa o elogio de algo o de alguien (Correa Calderón y Lázaro Carreter, 1969: p.176).

B. Según el ejercicio de la política

Transformador: presencia de textos donde se evidencien discursos emocionales, en los que la importancia del discurso esté en lo que el líder va a hacer. Hay énfasis en sus acciones renovadoras. Textos en los que el discurso se enfoque en los cambios radicales que concuerdan con una nueva visión de las cosas, donde el actor se valga de ejemplos para justificar una acción o propuesta.

Uso de un lenguaje sencillo. Estos textos presentan acciones como convencer, inducir, mover, seducir, fascinar, impresionar, atraer, inclinar, incitar, arrastrar, impulsar, instigar.

Innovador: textos donde estén explícitas o implícitas decisiones impulsivas, arriesgadas, poco comunes y arbitrarias. Donde se presenten calificativos como impetuoso, vehemente, exaltado, lanzado, arrebatado, nervioso, irreflexivo, violento, apasionado, pasional, efusivo, enérgico; con respecto al líder .

Transaccional: En estos textos el discurso del actor político siempre debe estar buscando u ofreciendo algo a cambio, algún beneficio o ganancia que vaya acorde a sus intereses.

Textos donde estén presentes palabras como cambio, trueque, canje, permuta, reciprocidad, suplencia, negocio, tráfico, transacción, favor. También donde se usen oraciones condicionales como si gano, entonces..., o, si me eligen, podrán...

Situacional: textos donde se haga referencia a resultados electorales, sondeos, consultas, referendos como punto de origen de una decisión. Presencia de conductas adaptadas, por parte del líder, según país de ubicación o situación internacional.

Textos en los que se aprecie un cambio considerable en la actitud del actor político, por ejemplo, pasar de un discurso belicoso a un discurso conciliador en cuestión de horas. Discursos donde el político tome decisiones en base a determinada respuesta de un actor o actores.

Presencia de frases calificativas como actitudes camaleónicas, diferentes caras, uso de máscaras; utilizadas para referirse al líder.

Creativo: textos en los que la importancia del discurso recae en la creación por parte del líder de nuevas leyes, nuevos organismos, nuevas instituciones, nuevos programas o nuevas alianzas. Donde se evidencien proyectos que surgen de la nada, creados por el propio actor político.

C. Según su forma de verse

Manipulador: textos en los que el líder exalte intereses propios, tergiverse los hechos y use un discurso demagógico. Donde el actor se coloque como víctima de algún enemigo.

Presencia de oraciones que denoten sacrificio o actos altruistas, por ejemplo, lo hago por ustedes, lo hago por su bien.

Maquiavélico: textos donde el discurso se presente totalmente racional y frío. Nada radical. Presencia de un comportamiento ceremonioso y protocolar, por parte del líder. Donde el actor político no utilice discurso personal, la opinión personal del actor no se conoce.

Artículos donde estén presentes calificativos como taimado, astuto, falaz, engañoso, mentiroso, calculador.

La palabra ideología está eliminada del discurso.

Activo-positivo: textos donde el actor tenga relaciones exitosas con los demás, en los que se presenten discursos donde colegas o miembros de su grupo de trabajo lo halaguen. Noticias donde se evidencien relaciones armoniosas entre él y otros líderes.

El actor político muestra un discurso centrado en una lucha por cosas buenas, a juicio del político.

Activo-negativo: textos donde el líder eche en cara los errores a otros. Presencia de un discurso retador, agresivo, temperamental. Uso de insultos, por parte del líder.

Pasivo-positivo: textos donde se califique al líder de sumiso o cooperativo.

El discurso utilizado por el político es completamente conciliador.

Pasivo-negativo: textos donde se evidencie al líder como un político sin experiencia.

Uso de calificativos despectivos como pobre, incoherente, inconclusa/o, inepto; con respecto al desempeño político del líder.

Interpersonal: textos en los que se evidencie que el actor político consulte a algún miembro de su gabinete o equipo de trabajo. Donde el líder notifique decisiones que resulten de consejos, reuniones o convenciones.

Textos en los que el líder adjudique el éxito o fracaso de una tarea a un grupo de personas o equipo y no a él mismo.

Presencia de oraciones en las que el actor político delegue tareas a subordinados.

Deliberativo: estos textos muestran a un líder cauteloso, conservador. Las decisiones del actor político son razonadas y conservadoras.

No hay presencia de comportamientos extravagantes ni llamativos.

Neurótico: textos donde el político resalte sus logros, en los que exprese que sin él nada hubiera sucedido. Donde el líder es indispensable para que se hagan las cosas. El líder busca vanagloriarse, ser el promotor de todo y el protagonista. Donde las acciones del político demuestren que espera con ansias la promoción de su persona, el ascenso político, ocupar la cúspide entre sus pares.

Presencia de frases como hice esto, hice aquello, gracias a mí.

Narcisista: textos donde el actor político sea promotor de su persona, no de sus actos, sino de lo grandioso que es. Todo lo suyo es bueno, perfecto. Donde el discurso del líder hable de sí mismo. Textos en los que el actor se preocupe de su destino como gobernante, de su indispensabilidad y de un futuro que no contemple su figura.

Uso frecuente de la tercera persona para referirse a él mismo.

VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Liderazgo de Hugo Chávez Frías

Con el objetivo de conocer el liderazgo político de Hugo Chávez Frías se procedió a relacionar cada variable de la Tabla 1¹ con el grupo de variables de liderazgo. De esta forma se harán las siguientes correlaciones:

- Medio vs. liderazgo político
- Género periodístico vs. liderazgo político
- Procedencia vs. liderazgo político
- Temas vs. liderazgo político
- Liderazgo político vs. liderazgo político

1.1. Medio vs. liderazgo político

Después de correlacionar las variables de medio y liderazgo político, según su relación con el pueblo, se obtuvieron los siguientes resultados:

¹ La Tabla 1 y los artículos que constituyen la muestra de la investigación se encuentra en el cd de anexos al final del trabajo de grado.

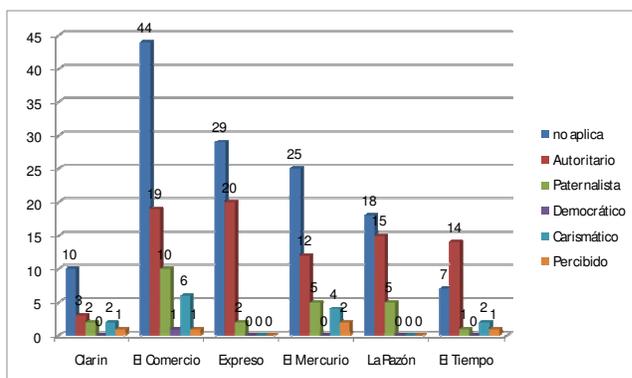


Figura 4. Artículos por periódico vs liderazgo según relación con el pueblo

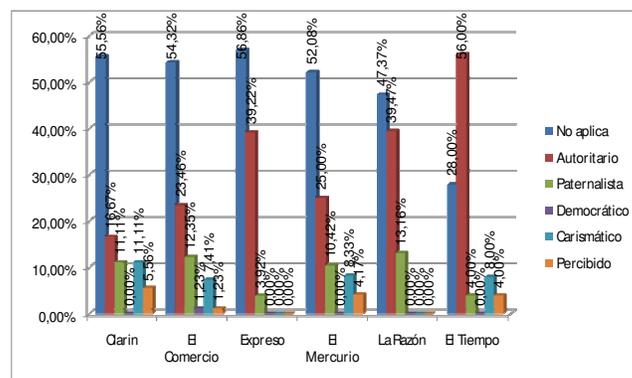


Figura 5. Porcentaje artículos por periódico vs liderazgo según relación con el pueblo

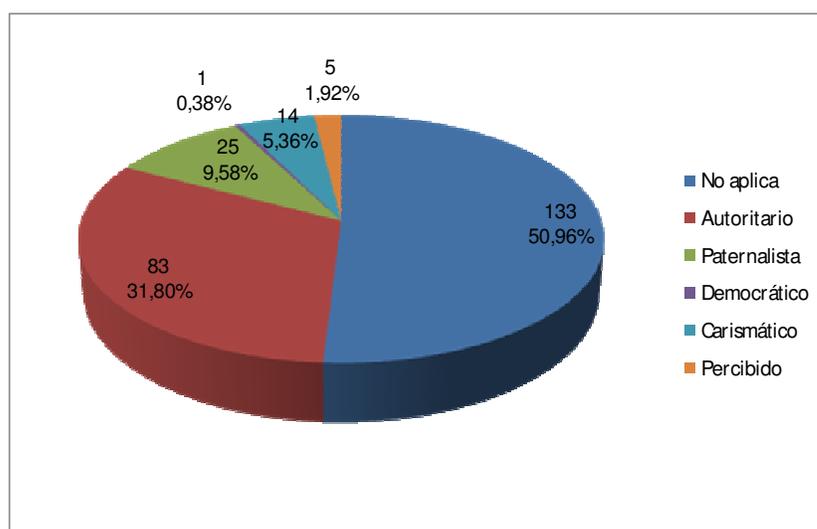


Figura 6. Artículos vs liderazgo según relación con el pueblo

A la vista de las Figura 4 y Figura 5, se puede comprobar que los seis periódicos bajo estudio sitúan el liderazgo de Hugo Chávez Frías, según su relación con el pueblo, siguiendo un mismo patrón: la mayoría de los artículos analizados lo califican como un líder autoritario, con menos frecuencia se lo califica como un líder paternalista, mientras que el resto son casos minoritarios siendo el democrático prácticamente inexistente. Esto se puede apreciar mejor en la Figura 6 que engloba los resultados de todos los artículos sin hacer distinción del medio comunicacional del que provienen.

En el texto del diario *Clarín* con el código CL17, se puede apreciar la clasificación de líder autoritario cuando se leen textualmente las palabras que pronunció Hugo Chávez amenazando a las empresas privadas españolas que operan en Venezuela: “esto no va a andar bien. España tiene aquí bastantes inversiones, empresas privadas. No queremos dañar eso, ahora, si se daña, se daña”.

También, en el texto del diario *El Comercio* con el código CO49, es posible distinguir que Hugo Chávez Frías se presenta como líder paternalista cuando intenta proteger a su homólogo Evo Morales: “Chávez volvió a amenazar a las ‘oligarquías’ y a Estados Unidos con que en Bolivia ‘tronarán los fusiles y las ametralladoras’ si pretenden derrocar a su colega y aliado político Evo Morales, jaqueado por la derecha de su país”.

A continuación se podrán observar los resultados obtenidos tras correlacionar la variable de medios con la de liderazgo político según el ejercicio de la política:

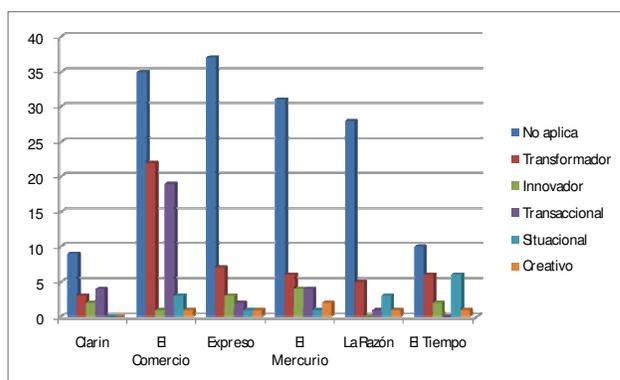


Figura 7. Artículos por periódico vs liderazgo según ejercicio de la política

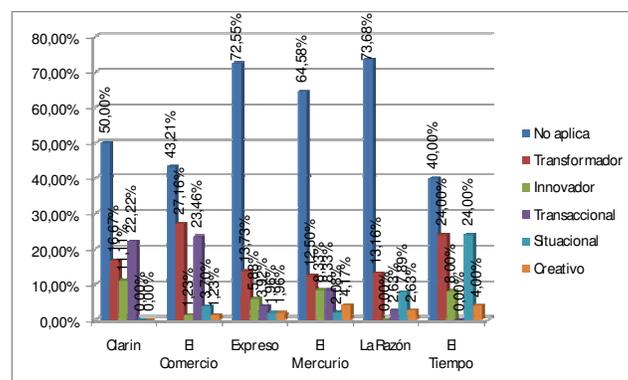


Figura 8. Porcentaje artículos por periódico vs liderazgo según ejercicio de la política

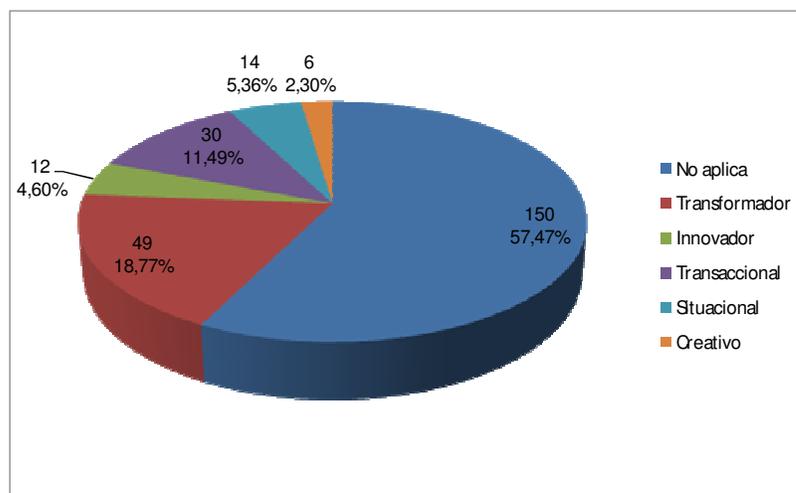


Figura 9. Artículos vs liderazgo según ejercicio de la política

Como se desprende de la Figura 7 y Figura 8, en todos los periódicos se sitúa el liderazgo político de Hugo Chávez Frías, según el ejercicio de la política, mayoritariamente transformador. Casi con la misma frecuencia, los periódicos *Clarín*, *El Comercio* y *El Mercurio* lo califican como un líder transaccional. Mientras que en *La Razón* y *El Tiempo* adquieren importancia el número de artículos que lo presentan como líder situacional. En general, como se observa en la Figura 9, el Presidente venezolano es calificado, en raras ocasiones, como líder creativo.

En el diario *Expreso* (EX01) se puede apreciar a Chávez como líder transformador cuando se hace uso de frases como “la reforma constitucional impulsada por Chávez”. Por su parte, *El Mercurio* (ME17) presenta a Hugo Chávez como un líder transaccional escribiendo: “Chávez oficia de mediador desde agosto pasado en una negociación que busca el canje de 45 militares, políticos y policías, entre ellos la ex candidata presidencial colombiana Ingrid Betancourt, por unos 500 guerrilleros presos”.

Finalmente, se muestran los resultados obtenidos de la correlación de las variables medios y liderazgo político según la forma de verse:

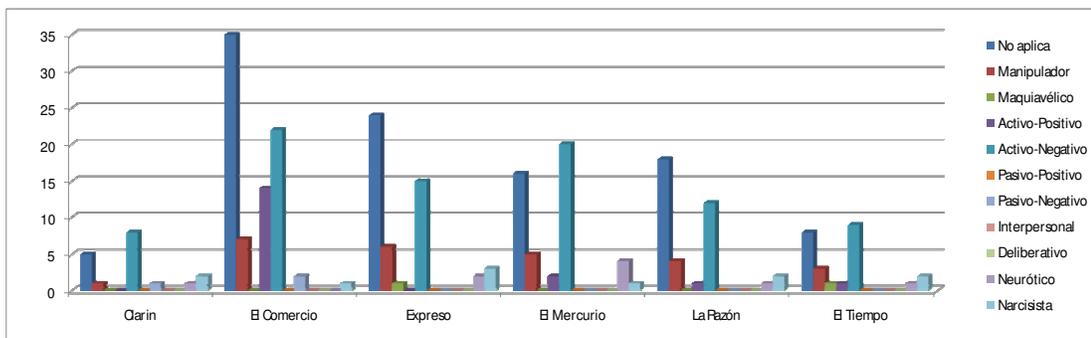


Figura 10. Artículos por periódico vs liderazgo según forma de verse

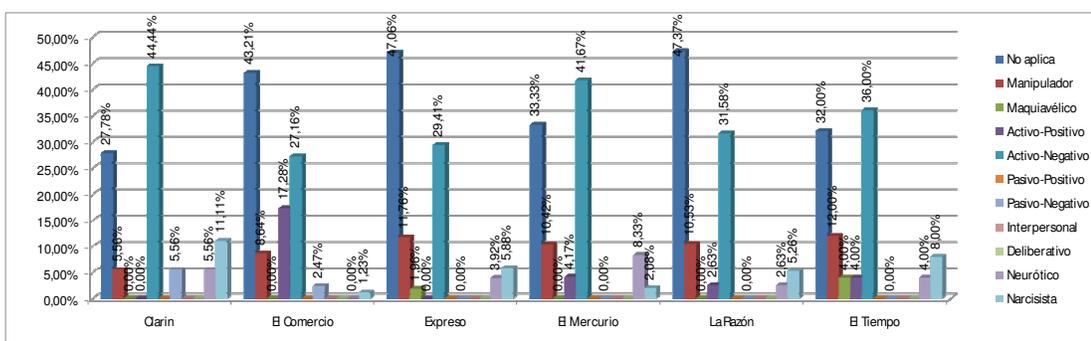


Figura 11. Porcentaje de artículos por periódico vs liderazgo según forma de verse

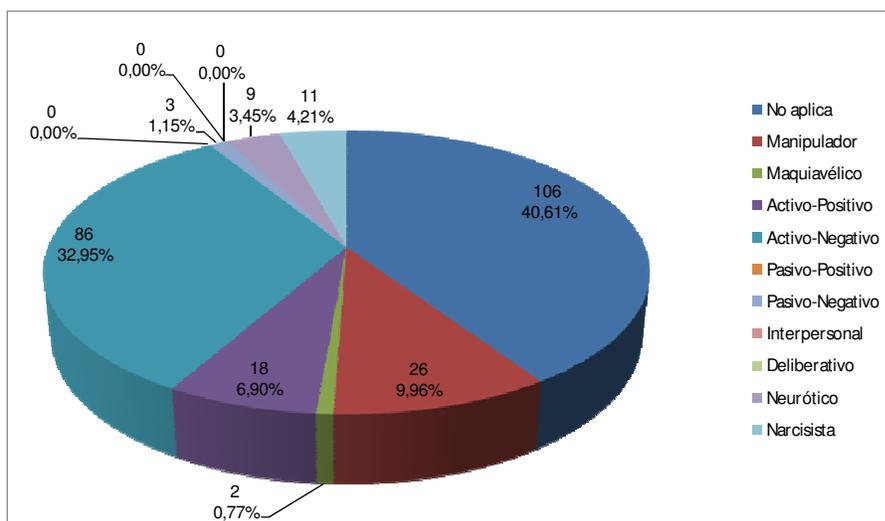


Figura 12. Artículos vs liderazgo según forma de verse

Interpretando la Figura 10, la Figura 11 y la Figura 12 podemos generalizar que todos los periódicos califican mayoritariamente a Hugo Chávez Frías como un líder activo-negativo. Con menor frecuencia, destacan los casos en los que lo califican como líder manipulador. Por último, destacan los liderazgos narcisista y neurótico prevaleciendo el neurótico en *El Mercurio* y el narcisista en el resto de los periódicos. Cabe señalar que son nulos o casi nulos los artículos en los que lo califican como líder maquiavélico, pasivo-positivo, pasivo-negativo, interpersonal y deliberativo.

En el diario *Clarín* (CL11) Hugo Chávez se destaca como un líder activo-negativo cuando el periódico hace referencia a que el dirigente venezolano insultó al ex presidente del gobierno español, José María Aznar: “Hugo Chávez, que llamó al dirigente conservador español ‘fascista’ y golpista”.

Asimismo, el Gobernante venezolano se ubica como un líder manipulador en textos como el del diario *La Razón* (RA07) en el que Hugo Chávez se coloca como víctima de un enemigo: “El presidente venezolano, Hugo Chávez, dijo que la ‘traición’ de su ex ministro de Defensa Raúl Isaías Baduel forma parte de una ‘conspiración internacional’ que busca un ‘golpe de Estado’ o una ‘invasión imperialista’ a Venezuela”.

1.2. Género periodístico vs. liderazgo político

En este apartado se relacionó el género periodístico con el liderazgo Político, según su relación con el pueblo, sin hacer distinción a los periódicos de los que proceden. Se obtuvieron los siguientes resultados:

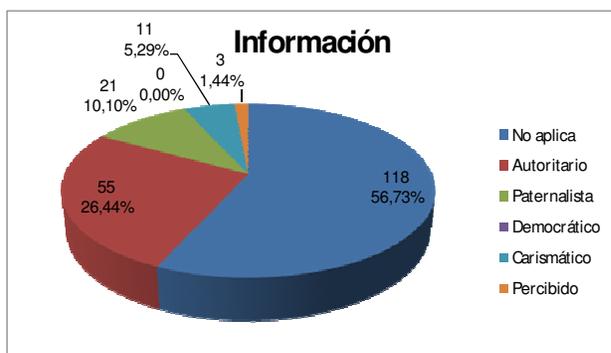


Figura 13. Artículos de información vs liderazgo según relación con el pueblo

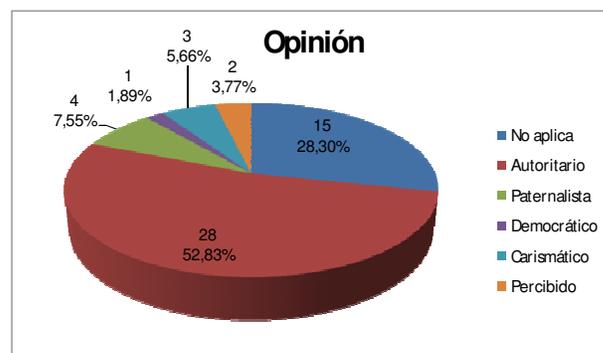


Figura 14. Artículos de opinión vs liderazgo según relación con el pueblo

A la vista de la Figura 13 y la Figura 14 se puede señalar que no existe una diferencia notoria entre los artículos de información y de opinión, ya que siguen la misma tendencia. Mayoritariamente, se califica a Hugo Chávez Frías como un líder autoritario. En los dos tipos de artículos, resulta de menor frecuencia que sea calificado como un líder paternalista y carismático. Mientras que son nulos o casi nulos los artículos en los que se lo califica como un líder democrático y percibido.

Aunque los resultados son prácticamente los mismos, se puede establecer una diferencia con respecto a como se expresan de Hugo Chávez los textos al calificarlo de líder autoritario, entendido como aquel que acostumbra a mandar y a amenazar; y al que se le asocia con una figura tirana, dominante, absorbente y arbitraria.

Ahora bien, mientras que *Clarín* (CL16) en un texto de género informativo escribe textual la amenaza que hace Hugo Chávez Frías a las empresas españolas en Venezuela: “España tiene bastantes inversiones, empresas privadas, no queremos dañar eso, pero ahora si se dañan, se dañan”; *El Comercio* (CO51) publicó un artículo de opinión en donde la voz del escritor se hace presente: “Hugo Chávez se equivocó de plano si pensó que la población venezolana iba a aceptar impasible su tiránico propósito de entornillarse indefinidamente en el poder, mediante una cuestionada reforma constitucional”.

Así sucede también cuando se habla de Hugo Chávez como un líder paternalista. Mientras que el editorial del diario *Expreso* (EX03) critica en forma directa que los dirigentes de la ultra izquierda peruana de los años 80 se hayan amparado en el dinero de Venezuela y del Presidente venezolano para subsistir económica y políticamente, *El Mercurio* (ME06) en un texto de género informativo remite a las palabras de Evo Morales para indicar la ayuda del gobierno venezolano al boliviano. Sin embargo, en ambos casos se hace referencia a un liderazgo paternalista caracterizado por la protección, ayuda, defensa, regalos, subvenciones, concesiones y caridad.

Entendiendo al líder carismático como aquel que hace uso del espectáculo y de un vocabulario propio del pueblo, *El Mercurio* (ME20) en un texto informativo hace referencia a esto cuando muestra: “Y haciendo gala de su histrionismo cantó ‘no soy monedita de oro pa’ caerle bien a todos’”. *El Comercio* (CO78), por su parte, hace referencia al mismo episodio en un artículo de opinión tildándolo de bochornoso. En este caso salta a la vista que mientras que la opinión particular del periódico en *El Mercurio* está ausente, en *El Comercio* sucede lo contrario.

A continuación se procedió a correlacionar la variable de género periodístico con la de liderazgo político, según el ejercicio de la política.

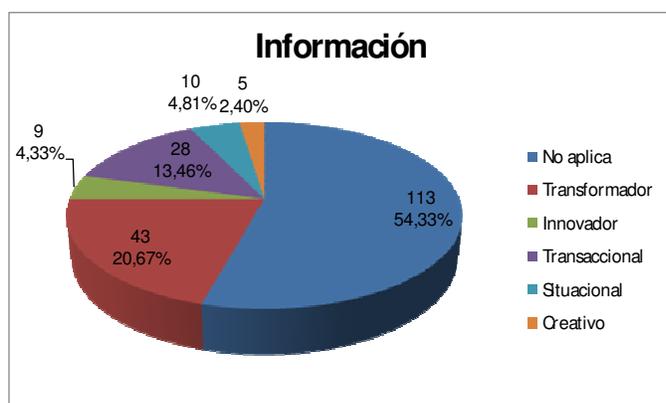


Figura 15. Artículos de información vs liderazgo según ejercicio de la política

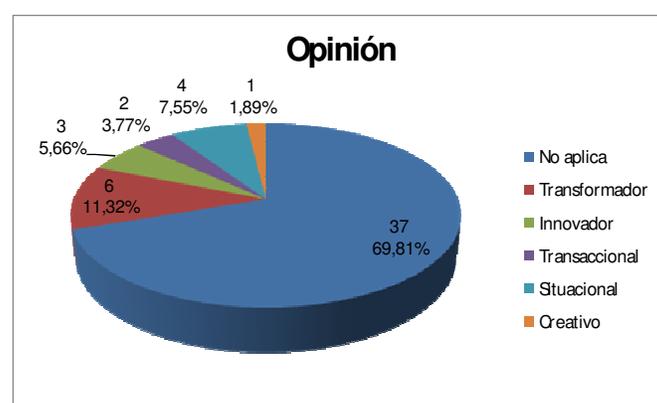


Figura 16. Artículos de opinión vs liderazgo según ejercicio de la política

Del análisis de la Figura 15 y la Figura 16 se desprende que, en esta ocasión, sí existe diferencia entre los artículos de información y los de opinión. Aunque los dos presentan, principalmente, al Presidente de Venezuela como un líder transformador, en los artículos de información se lo califica con mayor frecuencia como líder transaccional y con menor frecuencia como líder situacional; mientras que en los artículos de opinión destaca el liderazgo situacional sobre el liderazgo transaccional. Los casos de liderazgo innovador y creativo son minoritarios tanto en los artículos de información, como en los de opinión.

Esto quiere decir que mientras los artículos de información colocan mayoritariamente a Hugo Chávez como un líder transaccional que negocia, que busca u ofrece algo a cambio de algún beneficio o ganancia; los artículos de opinión lo califican mayoritariamente como un líder que adapta sus conductas dependiendo de la situación en que se encuentre.

Por último, se relacionó la variable de género periodístico con la de liderazgo político y se obtuvieron los siguientes resultados:

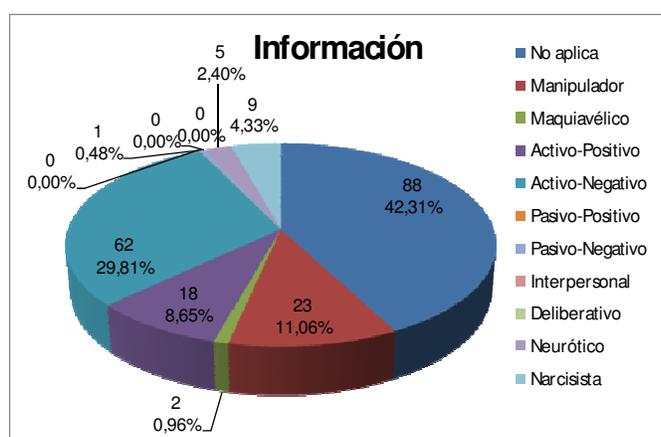


Figura 17. Artículos de información vs liderazgo según forma de verse

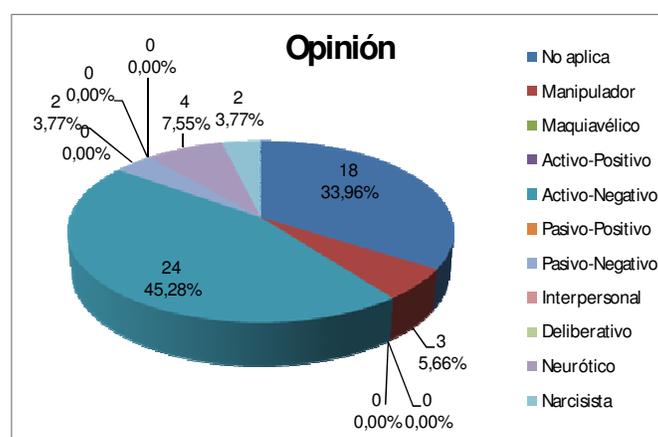


Figura 18. Artículos de opinión vs liderazgo según forma de verse

Después de observar la Figura 17 y la Figura 18, se puede afirmar que tanto en los artículos de información como en los de opinión se califica, mayoritariamente, al Presidente venezolano como un líder activo-negativo. También se lo califica, en menor frecuencia, como un líder manipulador. Es importante destacar que en un número considerable de los artículos de información se le adjudica a Hugo Chávez Frías un liderazgo activo-positivo, mientras que en los artículos de opinión en ningún caso se lo califica como tal. En ambos géneros periodísticos, los liderazgos neurótico y narcisista son minoritarios y presentan una frecuencia similar.

Nuevamente, cabe señalar que son nulos o casi nulos los artículos en los que lo califican como líder maquiavélico, pasivo-positivo, pasivo-negativo, interpersonal y deliberativo.

Aunque los artículos de información y de opinión ven a Hugo Chávez Frías mayoritariamente como un líder activo-negativo que utiliza un discurso retador, agresivo, temperamental y lleno de insultos; en el artículo de información de *El Comercio* (CO03) se expresa: “Chávez inició el domingo la campaña a favor del sí en el referendo en el cual acusó de ‘diablos’ a los obispos y de ‘violentos desesperados’ a los estudiantes universitarios”. Asimismo, en un artículo de opinión del mismo periódico (CO64), es el mismo articulista quien, al hacer referencia al episodio de “¿por qué no te callas?”, le describe como líder activo-negativo: “qué hace España en un grupo de países donde priman los demonios del populismo, la intransigencia ideológica y el infantilismo”.

1.3. Procedencia vs. liderazgo político

En este apartado se pueden observar los resultados obtenidos a partir de la correlación entre la variable de procedencia y la de liderazgo político, según su relación con el pueblo, sin hacer distinción a los periódicos de los que vienen.

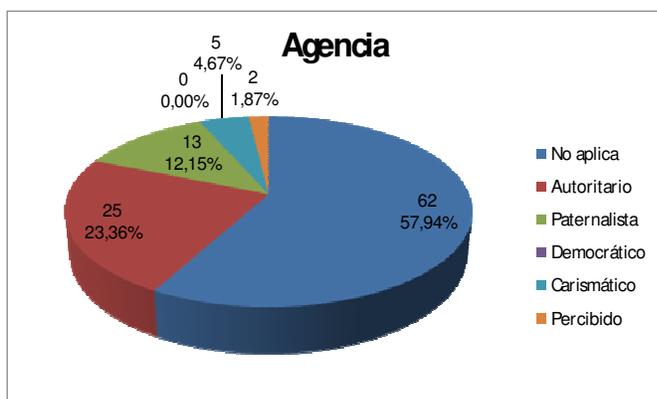


Figura 19. Artículos de agencia vs liderazgo según relación con el pueblo

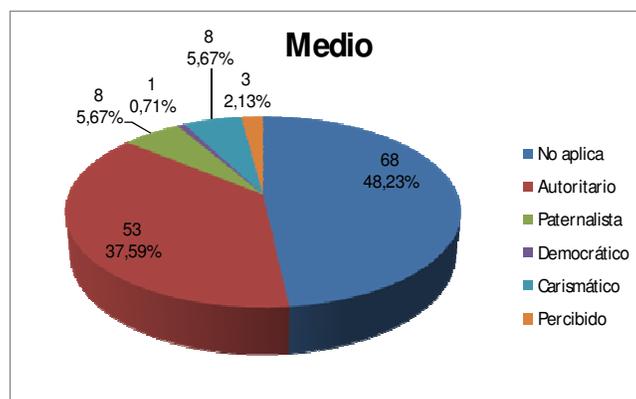


Figura 20. Artículos de medios vs liderazgo según relación con el pueblo

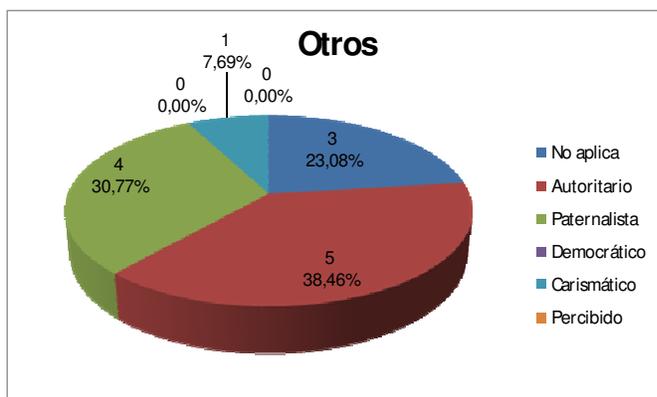


Figura 21. Artículos de otras procedencias vs liderazgo según relación con el pueblo

A la vista de las tres figuras (Figura 19, Figura 20 y Figura 21), se observa la misma tendencia de liderazgo político para cualquier procedencia: la mayoría presenta a Hugo Chávez Frías como un líder autoritario, entendiéndose como un líder que da órdenes, espera obediencia inmediata y evita el diálogo. Con menor frecuencia se le califica como un líder paternalista, definido como el líder sobreprotector, y pocas veces como un líder carismático, siendo este el líder de las multitudes, el líder mediático. El liderazgo democrático y el percibido son nulos o casi nulos en los tres casos, lo que quiere decir que Chávez se presenta como un líder que carece de una visión integradora y al que no le interesa la participación de otros en la toma de decisiones.

A continuación se correlacionó la variable de procedencia con la de liderazgo político, según el ejercicio de la política:

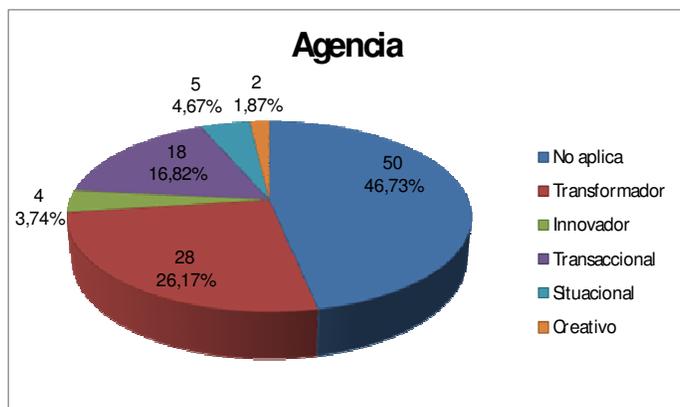


Figura 22. Artículos de agencia vs liderazgo según ejercicio de la política

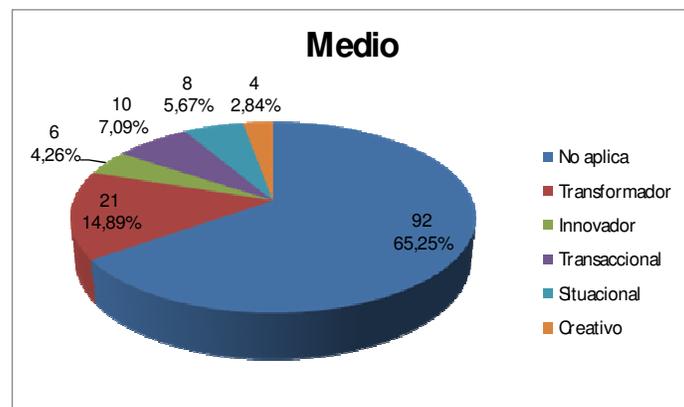


Figura 23. Artículos de medio vs liderazgo según ejercicio de la política

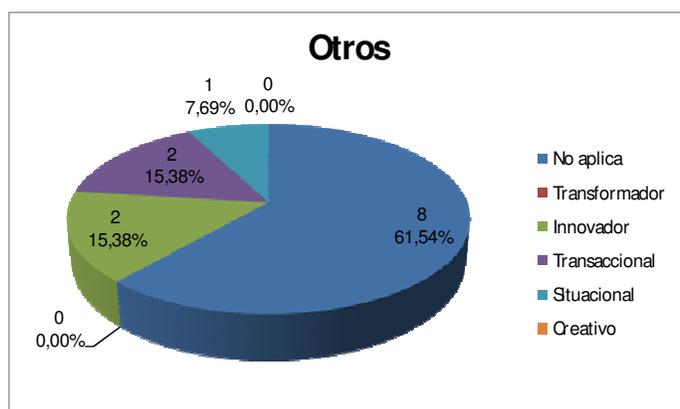


Figura 24. Artículos de otras procedencias vs liderazgo según ejercicio de la política

Al observar la Figura 22, la Figura 23 y la Figura 24 se pudo señalar que tanto los artículos que provienen de agencias internacionales, como los que provienen propiamente de los medios, califican a Hugo Chávez como líder transformador, entendido como el de los grandes cambios o reformas. Sin embargo, mientras que en los artículos de agencia prevalece el liderazgo transaccional, caracterizado por el líder que negocia y busca intercambios que le sean favorables, con menor frecuencia que el

liderazgo transformador, en los artículos de los medios no se distingue una diferencia considerable entre los demás liderazgos. Asimismo, se considera que los artículos de otras procedencias constituyen una muestra muy pequeña como para poder extraer interpretaciones significativas.

Finalmente, se relacionaron las variables de procedencia y liderazgo político, según su forma de verse.

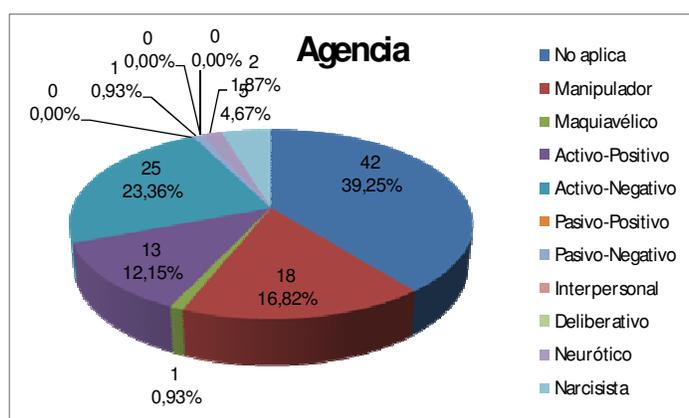


Figura 25. Artículos de agencia vs liderazgo según forma de verse

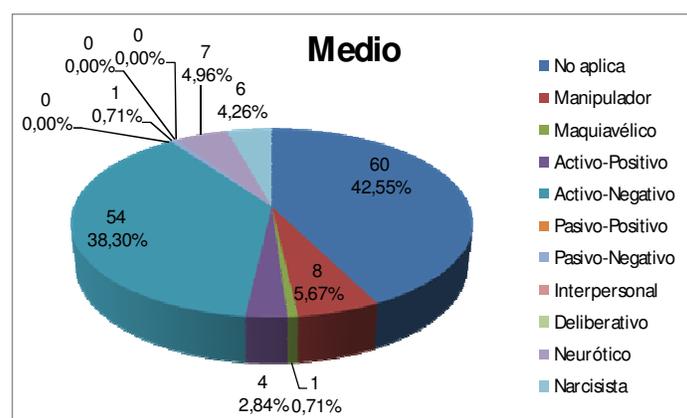


Figura 26. Artículos de medio vs liderazgo según forma de verse

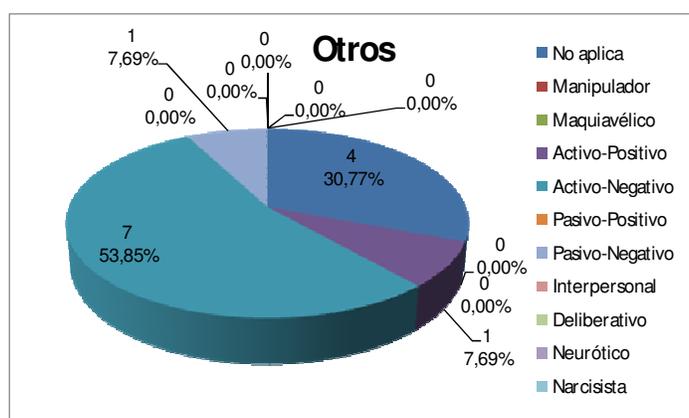


Figura 27. Artículos de otras procedencias vs liderazgo según forma de verse

Al analizar la Figura 25 se pudo distinguir que en los artículos que provienen de agencias internacionales se califica, de mayor a menor frecuencia, a Hugo Chávez Frías

como un líder activo-negativo, entendido como el líder agresivo, manipulador, que esconde sus verdaderos intereses, y activo-positivo, conocido como aquel que tiene relaciones exitosas con el ambiente. Mientras que en la Figura 26 y la Figura 27, se puede observar que en los artículos provenientes de medios y otras procedencias prevalece ampliamente la calificación de liderazgo activo-negativo sobre todas las demás.

Como viene siendo habitual, es importante destacar que son nulos o casi nulos los artículos en los que lo califican como líder maquiavélico, pasivo-positivo, pasivo-negativo, interpersonal y deliberativo. Lo que quiere decir que Hugo Chávez Frías se presenta como un líder que no suele tener un comportamiento calculado y falta de emociones, que no es sumiso, no parece inexperto, no es cauteloso y sus modales son bastos.

1.4. Tema vs. liderazgo político

En este apartado se correlacionaron la variable de tema y la de liderazgo político, según su relación con el pueblo, obteniendo los siguientes resultados:

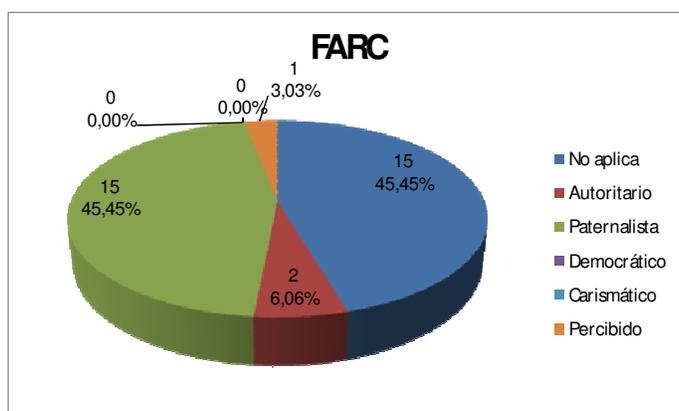


Figura 28. Artículos sobre FARC vs liderazgo según relación con el pueblo

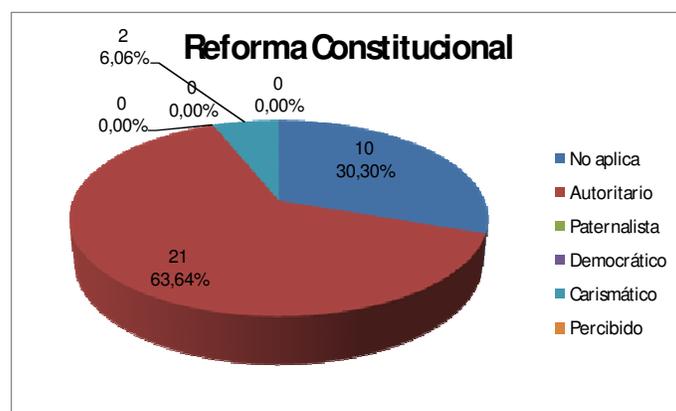


Figura 29. Artículos sobre Reforma Constitucional vs liderazgo según relación con el pueblo

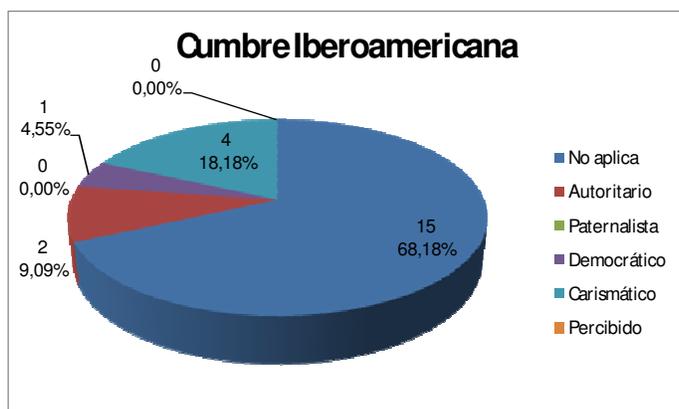


Figura 30. Artículos sobre Cumbre Iberoamericana vs liderazgo según relación con el pueblo



Figura 31. Artículos sobre "¿Por qué no te callas?" vs liderazgo según relación con el pueblo

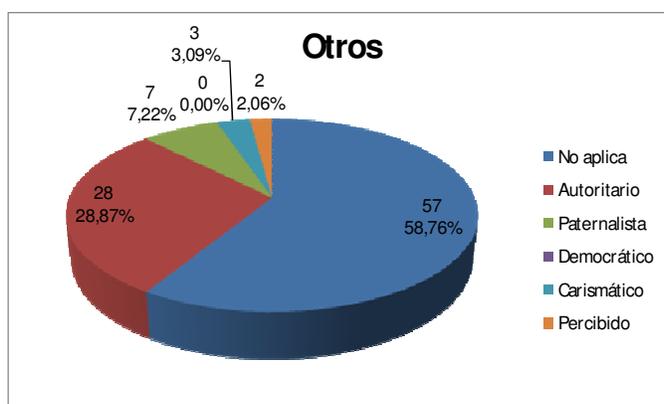


Figura 32. Artículos sobre otros temas vs liderazgo según relación con el pueblo

De la Figura 28 se desprende que los artículos que hablan de Hugo Chávez como mediador entre las FARC y el gobierno colombiano califican al Presidente venezolano como un líder paternalista. Esto se entiende debido a que siendo mediador para un intercambio de rehenes, su conducta se caracteriza por ser protectora y colaboradora. Por su parte, en la Figura 30 se puede observar que en los artículos que hablan sobre la Cumbre Iberoamericana el liderazgo carismático prevalece ligeramente sobre el resto, sobre todo si el Mandatario llegó a la Cumbre cantando una ranchera a la prensa. Mientras que en los temas restantes (Figura 29, Figura 31 y Figura 32) es el liderazgo

autoritario el que prevalece, ya que en las situaciones de la reforma constitucional y “¿por qué no te callas?” Chávez adopta una conducta en la que no cabe la negociación.

A continuación, se obtuvieron los siguientes resultados a partir de la correlación entre la variable de temas con la de liderazgo político, según el ejercicio de la política.

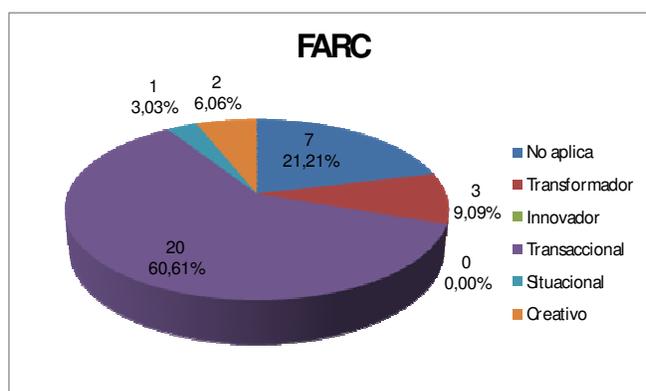


Figura 33. Artículos sobre FARC vs liderazgo según ejercicio de la política



Figura 34. Artículos sobre Reforma Constitucional vs liderazgo según ejercicio de la política

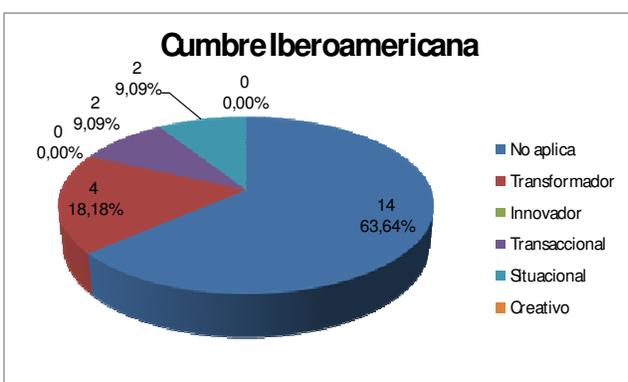


Figura 35. Artículos sobre Cumbre Iberoamericana vs liderazgo según ejercicio de la política

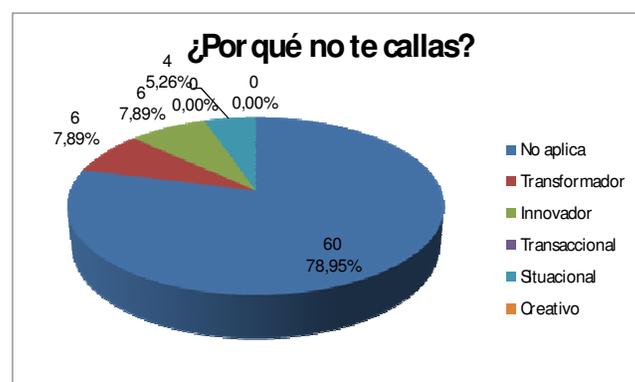


Figura 36. Artículos sobre “¿Por qué no te callas?” vs liderazgo según ejercicio de la política

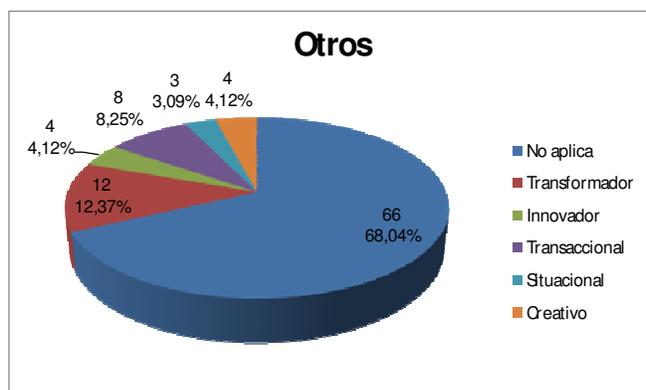


Figura 37. Artículos sobre otros temas vs liderazgo según ejercicio de la política

De la Figura 33 se desprende que en los artículos que hablan de Hugo Chávez Frías como mediador entre las FARC y el gobierno de Colombia se califica al Presidente venezolano como un líder transaccional, esto se debe a que en esta situación el político debía adoptar un rol de negociante para lograr el canje de rehenes. Por su parte, se puede apreciar en la Figura 34 y en la Figura 35 que los artículos que hablan de la reforma constitucional califican al mandatario como un líder transformador, al igual que los artículos que versan sobre la Cumbre Iberoamericana. En ambos casos se hacía referencia a los cambios propuestos por el presidente Chávez, en el primer caso se trataba de cambiar la constitución de Venezuela y en el segundo se hablaba de la propuesta de transformación social, en contraparte al enunciado de cohesión social, propuesto por Michelle Bachelet. De los artículos acerca del incidente de “¿Por qué no te callas?” y otros temas (Figura 36 y Figura 37), se puede señalar que en estos casos los artículos hacían poca referencia al tipo de liderazgo político, según el ejercicio de la política.

Por último, se correlacionó la variable temas con liderazgo político, según su forma de verse obteniendo los siguientes resultados.

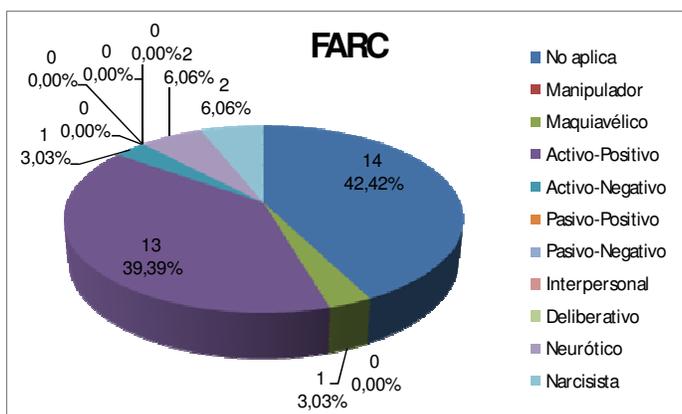


Figura 38. Artículos sobre FARC vs liderazgo según forma de verse

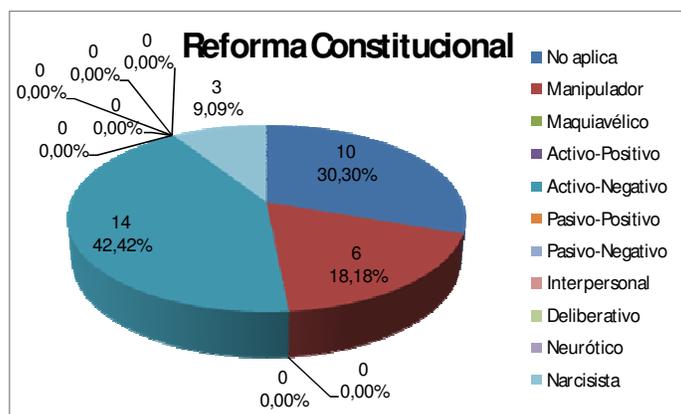


Figura 39. Artículos sobre Reforma Constitucional vs liderazgo según forma de verse

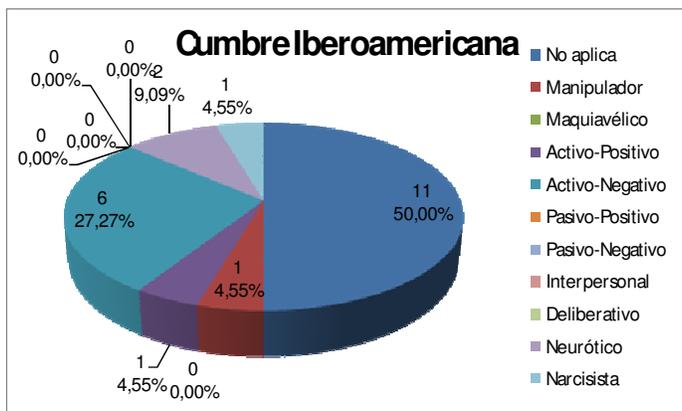


Figura 40. Artículos sobre Cumbre Iberoamericana vs liderazgo según forma de verse

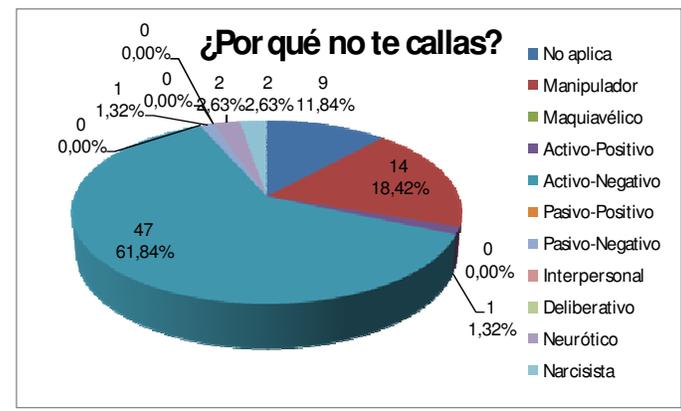


Figura 41. Artículos sobre "¿Por qué no te callas?" vs liderazgo según forma de verse

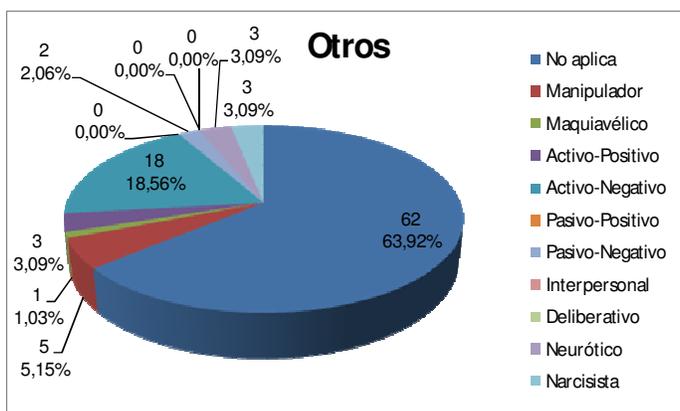


Figura 42. Artículos sobre otros temas vs liderazgo según forma de verse

Todos los artículos, excepto los que hablan sobre la mediación de Hugo Chávez entre las FARC y el gobierno colombiano, los cuales le adjudican un liderazgo activo-positivo (Figura 38), entendido como el liderazgo que busca mantener buenas relaciones con su entorno; califican mayoritariamente al Gobernante venezolano como un líder activo-negativo mayoritariamente (Figura 40, Figura 41 y Figura 42). Esto se debe principalmente al vocabulario que usó el Presidente para referirse al rey Juan Carlos I y a José María Aznar en el episodio ocurrido en la Cumbre. En el caso de los artículos que versan sobre la reforma constitucional (Figura 39), se califica al Presidente venezolano como líder activo-negativo, manipulador y narcisista, de mayor a menor a mayor frecuencia respectivamente.

1.5. Liderazgo político vs. liderazgo político

En este apartado se relacionaron las tres variables de liderazgo. De este modo se pudo obtener información sobre las combinaciones de liderazgo político más frecuentes.

Se empezó relacionando el liderazgo político según la relación con el pueblo con el liderazgo político, según el ejercicio de la política, obteniendo la siguiente tabla.

Tabla 2. Liderazgo según relación pueblo vs liderazgo según ejercicio de política

Liderazgo según relación con el pueblo VS Liderazgo según ejercicio de política							
	No aplica	Autoritario	Paternalista	Democrático	Carismático	Percibido	total
No aplica	91	38	9	1	8	3	150
Transformador	20	25	1	0	3	0	49
Innovador	3	9	0	0	0	0	12
Transaccional	14	2	13	0	0	1	30
Situacional	1	8	1	0	3	1	14
Creativo	4	1	1	0	0	0	6
total	133	83	25	1	14	5	261

Se pudo observar en la Tabla 2 que el caso más frecuente es aquel en el que un artículo que califica a Hugo Chávez Frías como un líder autoritario, también lo califica como un líder transformador. Asimismo, se dan otras combinaciones no tan frecuentes como la anterior que son la paternalista-transaccional y la autoritario-innovador.

Es decir, que es probable que el que describa a Hugo Chávez como un líder autoritario, también lo va a calificar como un líder transformador. Lo mismo ocurre con el caso de paternalista-transaccional y en menor frecuencia con la relación autoritario-innovador.

En la siguiente tabla se muestra la correlación entre el liderazgo político, según su relación con el pueblo, y el liderazgo político, según su forma de verse.

Tabla 3. Liderazgo según relación pueblo vs liderazgo según forma de verse

Liderazgo según relación con el pueblo VS Liderazgo según forma de verse							
	No aplica	Autoritario	Paternalista	Democrático	Carismático	Percibido	total
No aplica	78	16	7	0	3	2	106
Manipulador	9	11	2	0	4	0	26
Maquiavélico	0	1	1	0	0	0	2
Activo-Positivo	6	1	9	0	1	1	18
Activo-Negativo	34	41	5	1	4	1	86
Pasivo-Positivo	0	0	0	0	0	0	0
Pasivo-Negativo	1	2	0	0	0	0	3
Interpersonal	0	0	0	0	0	0	0
Deliberativo	0	0	0	0	0	0	0
Neurótico	3	6	0	0	0	0	9
Narcisista	2	5	1	0	2	1	11
total	133	83	25	1	14	5	261

En la Tabla 3 se observó que los artículos en los que se califica al Presidente venezolano como un líder autoritario, también se le califica como un líder político activo-negativo, con una marcada diferencia sobre las dos combinaciones también

destacadas: autoritario con manipulador y paternalista con activo-positivo. En este caso es probable que quien califique al líder de autoritario, también lo califique de activo-negativo. Ocurriendo lo mismo para las relaciones autoritario-manipulador y paternalista-activo-positivo.

Por último, se correlacionaron las variables de liderazgo político, según el ejercicio de la política, y el liderazgo político, según su forma de verse.

Tabla 4. Liderazgo según ejercicio de política vs liderazgo según forma de verse

Liderazgo según ejercicio de política VS Liderazgo según forma de verse							
	No aplica	Transformador	Innovador	Transaccional	Situacional	Creativo	total
No aplica	68	20	1	11	3	3	106
Manipulador	13	6	5	0	2	0	26
Maquiavélico	1	1	0	0	0	0	2
Activo-Positivo	0	1	0	15	1	1	18
Activo-Negativo	60	17	3	2	3	1	86
Pasivo-Positivo	0	0	0	0	0	0	0
Pasivo-Negativo	2	0	1	0	0	0	3
Interpersonal	0	0	0	0	0	0	0
Deliberativo	0	0	0	0	0	0	0
Neurótico	4	1	0	1	2	1	9
Narcisista	2	3	2	1	3	0	11
total	150	49	12	30	14	6	261

En la Tabla 4 se demostró que en los casos en los que se calificaba a Hugo Chávez Frías como un líder transformador, también se le calificaba como líder activo-negativo. La otra relación relevante, aunque ligeramente menos frecuente que la anterior, es la existente entre el liderazgo transaccional y el liderazgo activo-positivo. En el primer caso quien se refiera al Presidente venezolano como un líder transformador lo va a calificar también como un líder activo-negativo. Asimismo, el que lo califique como un líder transaccional también lo va a ubicar como un líder activo-positivo.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

A partir del análisis de contenido realizado y utilizando como referencia los objetivos planteados en esta investigación, se identificó que en los artículos de los seis diarios que constituyen la muestra de la investigación el perfil más común que se proyecta del liderazgo político de Hugo Chávez es el de un líder autoritario, transformador y activo-negativo. Es decir que se le presenta como un líder que da órdenes y espera obediencia inmediata, sin cuestionamiento a su autoridad y sin que exista la posibilidad del diálogo. También se le califica como un líder que busca grandes cambios y que tiene una manera de actuar agresiva. Esto demuestra que, independientemente de la geografía y de la relación que pueda tener el Presidente de Venezuela con los gobernantes de cada país, la percepción del liderazgo político del Mandatario es generalizada en la región.

De igual forma, se pudo reconocer que los artículos de información y de opinión, sin que se hiciera distinción entre los periódicos, reflejaron a Hugo Chávez Frías como un líder autoritario, transformador y activo-negativo. Es decir, que tanto los artículos de opinión, que ofrecen una visión subjetiva de los acontecimientos, como los artículos de información, que narran objetivamente los hechos, coinciden en que la imagen que se proyecta del líder venezolano es la del líder déspota, absorbente, arbitrario, abusivo y opresivo; la del líder que va en la búsqueda de acciones renovadoras; un líder que hace uso de un discurso retador, agresivo y temperamental. Esto lleva a concluir que la opinión que genera el presidente Chávez en Suramérica es mayoritariamente unánime y consecuente con la realidad.

Atendiendo a los resultados obtenidos del estudio del liderazgo político de Hugo Chávez de acuerdo con la procedencia de los artículos analizados, se pudo observar que, tanto los artículos que provenían de agencias internacionales, como los que fueron realizados por los mismos medios de comunicación y los que tenían otras procedencias, coinciden en que el político venezolano es un líder autoritario, transformador y activo-negativo. Esto conduce a reconocer que el tipo de liderazgo que se proyecta de Hugo Chávez Frías es uniforme y traspasa los límites del subcontinente suramericano, convirtiéndose en un perfil generalizado internacionalmente.

También se verificó, basándose en los temas que dominaron la agenda mediática en noviembre de 2007, que cuando se hablaba del tema de Hugo Chávez como mediador entre las FARC y el gobierno colombiano se veía al Presidente venezolano como un líder paternalista, transaccional y activo-positivo, debido a que su función de mediador requería un tipo de comportamiento específico. Mientras que en los demás temas de la agenda, la imagen que predominaba era la de un líder autoritario, transformador y activo-negativo, siendo consecuente con los resultados que se obtuvieron anteriormente. Lo que lleva a señalar la capacidad de Hugo Chávez Frías de adaptar su estrategia política según lo requiera la situación, incluso si ello significa aplicar dos estrategias políticas dramáticamente opuestas como pueden ser pasar de ser un líder activo-positivo que se caracteriza por las buenas relaciones con el entorno, a ser un líder activo-negativo que se caracteriza por el discurso agresivo y ofensivo.

En consecuencia, se puede afirmar que de manera generalizada la imagen que se tiene de Hugo Chávez en América del Sur es la de un líder autoritario, transformador y activo-negativo. Es decir, un liderazgo que basa su discurso en mandatos y órdenes, que evita el diálogo, en el que los esfuerzos se concentran en lograr un cambio radical, y que busca poder mediante un comportamiento poco diplomático y protocolario.

Terminadas las conclusiones sobre qué tipo de liderazgo político se le atribuye al Presidente venezolano en la prensa suramericana, que cumplen con los objetivos

formulados en esta investigación, es imperante volcarse al asunto de si Hugo Chávez Frías es considerado o no un líder regional.

Como se señaló en el marco teórico, los medios de comunicación son una herramienta fundamental para que un actor político se convierta en líder de una región. De hecho, Hugo Chávez Frías logra imponerse en la agenda de los medios haciendo uso de su carisma y, más notorio, logrando captar toda la atención en la Cumbre cuando en su afán por desprestigiar al derechista ex presidente del gobierno español, José María Aznar, acaba con la paciencia del Rey de España y este lo manda a callar. Este acontecimiento, que ocupó la primera página de todos los periódicos, fue el tema de conversación de esas semanas, en consecuencia, gran parte de Suramérica habló de Hugo Chávez Frías, para bien o para mal.

En la muestra recogida durante diez días de noviembre de 2007, que se examinó en esta investigación, se pudo constatar que Hugo Chávez Frías apareció en los seis periódicos suramericanos todos los días, lo que implica que el Presidente venezolano tiene cierto dominio en los medios de la región. Sin embargo, la imagen que se reflejó de él en la prensa fue la de un líder autoritario, transformador y activo-negativo, como se ha demostrado previamente. Esto quiere decir que su liderazgo no está visto con buenos ojos por parte de la prensa. Aunque el liderazgo transformador “está más cercano del prototipo de liderazgo que la gente tiene en mente cuando describe su líder ideal” (Abreu Sojo, 1998: p.78), el liderazgo autoritario y el activo-negativo no son vistos generalmente como liderazgos positivos. Teniendo esto en cuenta se puede concluir que, por el número de seguidores en Suramérica, por su notorio intento de convertirse en un líder regional mediante las ayudas económicas y por la presencia diaria en la prensa suramericana, Hugo Chávez Frías puede considerarse un líder regional del que se mantiene una crítica poco favorable en los medios.

2. Recomendaciones

En próximas investigaciones puede resultar interesante abordar este mismo tema añadiendo una comparación entre el liderazgo de Hugo Chávez en la región y el de otro líder de la región como Lula Da Silva.

Para investigaciones posteriores se recomienda estudiar la línea editorial de cada periódico, con respecto al liderazgo de Hugo Chávez, a partir de un análisis detallado de los artículos de opinión.

También se recomienda identificar el tipo de liderazgo que se le atribuye al Presidente de Venezuela en las diferentes agencias internacionales.

Asimismo, se puede realizar una investigación sobre el liderazgo de Chávez en un país suramericano basándose en la comparación de diferentes medios de esa nación.

Para próximas investigaciones que utilicen prensa electrónica, se recomienda elegir medios que hayan digitalizado su edición impresa para así poder obtener la importancia que se le da a un actor político mediante la ubicación de las unidades redaccionales dentro del periódico.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

1. Hemerografía

- El Tiempo. (2007, mayo 20). Las redes en la política colombiana. *El Nacional*, p.GDA 7.
- Equipo de reportajes El Mercurio. (2007, mayo 20a). La revolución se aloja en el Hotel Ritz. *El Nacional*, p.GDA 4.
- Equipo de reportajes El Mercurio. (2007, mayo 20b). La “ayuda” popular. *El Nacional*, p.GDA 4.
- Equipo de reportajes El Mercurio. (2007, mayo 20c). Los tratados de libre comercio de Chile frenan retórica de Chávez. *El Nacional*, p.GDA 6.
- Gallo, D. (2007, mayo 20). El presidente venezolano casi manda en Argentina. *El Nacional*, p.GDA 3.
- O’Brien, P. (2007, mayo 20). Con asistencia médica y apoyo al pymes capta voluntad política. *El Nacional*, p.GDA 11.
- Reséndiz, F. (2007, mayo 20). El chavismo con picante. *El Nacional*, p.GDA 8.
- Ríos Maury, H. (2007, mayo 20). Chavismo caribeñista. *El Nacional*, p.GDA 10.
- Zerpa, F. (2007, mayo 20). Los imanes de la política exterior de Venezuela. *El Nacional*, p.GDA 2.

2. Internet

- América Económica (2005). *La Comunidad Suramericana de Naciones comienza a tomar forma en Brasilia*. Recuperado en agosto 17, 2008, de <http://www.americaeconomica.com/numeros4/313/noticias/gvcomisionsuramericana.htm>
- Babylon (s.f.). *Definición de Imperativo*. Recuperado en agosto 2, 2009, de <http://diccionario.babylon.com/Imperativo>
- Barrios Nieves, F. (2006). *El Presidente del Mundo y la integración*. Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/2665455.asp>
- Berrocal, S. (s.f.). Una aproximación a la nueva retórica del líder político televisivo: acciones, cualidades y discurso. *Doxa Comunicación, número 2*. Recuperado en junio 11, 2008, de <http://www.uspceu.com/usp/doxa/aproximacion.pdf>
- Blázquez Vilaplana, B. (2002). Liderazgo político y gobernabilidad: cuestiones abiertas, futuro incierto. *VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*. Recuperado en junio 11, 2008 de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043418.pdf>
- Bracho, F. (2006). *Auge y declive de la Política Exterior Chavista-Bolivariana*. Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/6463742.asp>
- Burgos, E. (2008). *Bolivia: protectorado de Venezuela*. Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/5954075.asp>
- Concha Vergara, M. (2006). *Peligra la Comunidad Andina*. Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/3449726.asp>

- Délano, M. (2007). XVII Cumbre Iberoamericana: Mucho ruido, algunas nueces y nuevos movimientos. *Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE), Comentario, noviembre*. Recuperado en octubre 31, 2008, de <http://www.fride.org/publicacion/297/xvii-cumbre-iberoamericana-mucho-ruido-algunas-nueces-y-nuevos-movimientos>
- Deusdad, B. (2003). El concepto de liderazgo político carismático: Populismo e identidades. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales, volumen 19, número 41*. Recuperado en junio 11, 2008, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S101215872003000200002&script=sci_arttext
- Dilla Alfonso, H. (2006). Hugo Chávez y Cuba: subsidiando proposiciones fatales [Versión electrónica]. *Nueva Sociedad, número 205*. Recuperado en octubre 29, 2008, de http://www.nuso.org/upload/articulos/3388_1.pdf
- Fernández de Mantilla, L., Cáceres, E. y Herrera Acero, O. (2004). *Perfil del Liderazgo Político en Santander-Colombia (Avance de investigación)*. Recuperado en junio 11, 2008, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11061213>
- Garavini di Turno, S. (2000). *Multipolaridad y Venezuela*. Recuperado en agosto 15, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/7685658.asp>
- Gerson Revanales, J. (2005). *Ni el ALCA ni el ALBA son esquemas de integración*. Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://analitica.com/va/internacionales/opinion/8756314>
- González Urrutia, E. (2006). Las dos etapas de la política exterior de Chávez [Versión electrónica]. *Nueva Sociedad, número 205*. Recuperado en octubre 29, 2008, de http://www.nuso.org/upload/articulos/3389_1.pdf

- Grupo Clarín. (s.f.). *Diario Clarín*. Recuperado en agosto 17, 2009, de http://www.grupoclarin.com/content/publi_clarin.html
- Grupo de Diarios América. (s.f.). *Los 180 años del diario en español más antiguo*. Recuperado en agosto 17, 2009, de http://www.gda.com/consulta_noticias.php?idArticulo=432215
- Instituto Centroamericano de Estudios Políticos (2002). Liderazgo Político para un nuevo siglo [Versión electrónica]. *Cuadernos de Formación para la Práctica Democrática, número 4*. Recuperado en junio 11, 2008, de <http://www.incep.org/publicaciones/cdeformacion/liderazgo.pdf>
- Koencke Ramírez, H. (s.f.). Personalidad presidencial y medios de comunicación social: el caso de Hugo Chávez Frías. *Ponencia dictada en la Universidad Católica Andrés Bello*. Recuperado en julio 10, 2009, de http://www.iaeal.usb.ve/documentos/nro_91/herbertk.pdf
- Koencke Ramírez, H. (2001). Chávez y Narciso: La Presidencia como espectáculo [Versión electrónica]. *Veneconomía hemeroteca, volumen 19 número 1*. Recuperado en julio 10, 2009, de http://www.veneconomia.com/site/files/articulos/artEsp2002_1500.pdf
- Laclau, E. (2006). La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana [Versión electrónica]. *Nueva Sociedad, número 205*. Recuperado en octubre 29, 2008, de http://www.nuso.org/upload/articulos/3381_1.pdf
- Márquez, H. (2000). *Suramérica dibuja su propio mapa político y comercial*. Recuperado en agosto 15, 2008, de <http://analitica.com/va/internacionales/fuentes/9079587.asp>
- Michelena, A. (2007). *Venezuela: ¿éxito en CARICOM?* Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/2686721.asp>

- Neira Fernández, E. (s.f.). *Venezuela: IVa y Va Repúblicas (1958 - 2006)* [Versión electrónica]. Recuperado en julio 10, 2009, de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/14385/1/articulo1.pdf>
- Núñez Vargas, E. (2003). *Liderazgo Político*. Recuperado en junio 11, 2008, de http://www.fiiapp.org/uploads/descargas/Diccionario_Liderazgo.pdf
- Paramio, L. (2006). Giro a la izquierda y regreso del populismo [Versión electrónica]. *Nueva Sociedad*, número 205. Recuperado en octubre 29, 2008, de http://www.nuso.org/upload/articulos/3382_1.pdf
- PDVSA (s.f.). *ALBA*. Recuperado en agosto 5, 2008, de http://www.pdvsa.com/index.php?tpl=interface.sp/design/salaprensa/readesp.tpl.html&newsid_obj_id=214&newsid_temas=54
- Peñaranda, R. (2000). *Prensa boliviana: desafíos y virtudes*. Sala de Prensa. Recuperado en agosto 17, 2009, de <http://www.saladeprensa.org/art141.htm>
- Portal ALBA (s.f.). *¿Qué es el ALBA?* Recuperado en agosto 5, 2008, de <http://www.alternativabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=1>
- Real Academia Española (s.f.a). *Líder*. Recuperado en junio 11, 2008, de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=líder
- Real Academia Española (s.f.b). *Carisma*. Recuperado en agosto 2, 2009, de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=carisma
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria* [Versión electrónica]. Recuperado en enero 20, 2008, de <http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>

- Rojas Aravena, F. (2006). El nuevo mapa político latinoamericano [Versión electrónica]. *Nueva Sociedad*, número 205. Recuperado en octubre 29, 2008, de http://www.nuso.org/upload/articulos/3386_1.pdf
- Romero, A. (2000). *Chávez y América Latina*. Recuperado en agosto 15, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/2756681.asp>
- Tagliavini, A. (2005). *Petróleo financia los sueños de Chávez*. Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/8755902.asp>
- Taylhardat, A. (2005). *La exportación de la Revolución Bolivariana*. Recuperado en agosto 16, 2008, de <http://analitica.com/va/internacionales/opinion/1693165.asp>
- Touraine, A. (2006). Entre Bachelet y Morales, ¿existe una izquierda en América Latina? [Versión electrónica]. *Nueva Sociedad*, número 205. Recuperado en octubre 29, 2008, de http://www.nuso.org/upload/articulos/3380_1.pdf
- Villarroel, G. y Ledezma, N. (2007). Carisma y política. El liderazgo de Hugo Chávez desde la perspectiva de sus partidarios [Versión electrónica]. *Revista Politeia*, número 39, volumen 30. Recuperado en junio 20, 2008, de <http://www2.scielo.org.ve/pdf/poli/v30n39/art01.pdf>
- Wikipedia. (s.f.). Expreso (Perú). Recuperado en agosto 17, 2009, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Expreso_\(Per%C3%BA\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Expreso_(Per%C3%BA))

3. Libros y revistas

- Abreu Sojo, I. (1998). *Líderes e imagen pública en Venezuela*. (1ª edición, pp. 247). Venezuela. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela.

- Abreu Sojo, I. (2005). Opinión pública: entre el interés académico y los estudios aplicados. *Comunicación*, 128, 48-55.
- Boersner, D. (2005). Gobiernos de izquierda en América Latina: tendencias y experiencias. *Nueva Sociedad*, número 197, 100-113.
- Cañizález, A. (2004). Medios y constitución de lo público. *Comunicación*, 126, 32-39.
- Cea D'Ancona, M. (1998). *Metodología Cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. (1ª edición, pp. 415). Madrid. Editorial Síntesis, S.A.
- Correa Calderón, E. y Lázaro Carreter, F. (1969). Cómo se comenta un texto literario. (5ª edición, pp. 199). Salamanca. Ediciones Anaya.
- Grijelmo, A. (2003). El estilo del periodista. (10ª edición, pp. 609). México. Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la investigación*. (3ª edición, pp. 705). México. Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Janowitz, M. y Schulze, R. (1961). Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas. M. De Moragas Spá. *Sociología de la comunicación de masas*. (p. 24-50). México. Ediciones G. Gili, S.A.
- Kientz, A. (1976). *Para analizar los mass media*. (2ª edición, pp. 187). España. Fernando Torres – Editor.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. (1ª edición en castellano, pp. 279). España. Paidós.
- Martín Diez, M. (1999). Latinoamérica en la comunicación mundial. *Comunicación*, 114, 18-25.

- Martín Serrano, M. (1994). La mediación de los medios de comunicación. M. De Moragas Spá. *Sociología de la comunicación de masas*. (p.141-162). México. Ediciones G. Gili, S.A.
- Petkoff, T. (2005). Las dos izquierdas. *Nueva Sociedad*, número 197, 114-128.
- Vilas, C. (2005). La izquierda latinoamericana y el surgimiento de regímenes nacional-populares. *Nueva Sociedad*, número 197, 84-99.

4. Tesis

- Arteaga Arismendi, M. y Quiroga Berrisbeitia, A. (2007). *Seguimiento de la campaña electoral venezolana 2006 en la BBC Mundo y el Nuevo Gerald*. Tesis de grado de Licenciatura en Comunicación Social, mención Periodismo, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- García Sáiz, M. (1992). *Habilidades sociales del líder político*. Tesis de Doctorado en Psicología Social, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Oropeza Colmenares, V. (2005). *El sur busca su norte por la izquierda. Reportaje sobre Venezuela, Chile, Brasil y Uruguay*. Tesis de grado de Licenciatura en Comunicación Social, mención Periodismo, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.