Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Menciones: Comunicaciones Publicitarias y Periodismo
Trabajo de Grado

ANÁLISIS DE LOS DEBATES ENTRE LOS CANDIDATOS A LAS PRIMARIAS PRESIDENCIALES DE LA UNIDAD 2012

Tesistas:

Mercedes Del Castillo
Gabriel Bastidas

Tutor: Tiziana Polesel

Caracas, 6 de septiembre de 2012

DEDICATORIA

A todos los venezolanos que, han dejado su huella en la construcción del camino hacia la Venezuela del progreso para todos por igual, especialmente a los estudiantes, profesores, trabajadores y autoridades ucabistas, que están comprometidos con nuestra patria.

A nuestro país, Venezuela, por el fortalecimiento de los valores democráticos y el respeto a la pluralidad de pensamientos e ideas.

“Necesitamos romper el miedo, romper los muros que nos dividen”

José Virtuoso, S.J.

16 de noviembre de 2011

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser la fuerza espiritual en este camino.

A nuestras familias, por estar allí, siempre incondicionales, y que con su esfuerzo nos permitieron ser parte de la mejor universidad: la Católica Andrés Bello.

A nuestra UCAB, nuestros profesores, especialmente Ezenarro, Luengo y María Alejandra, de quienes nunca faltó un consejo. A ellos, disculpas por fastidiarlos tantos.

A nuestros amigos y compañeros, que no dejaron de preguntar "¿Cómo va la tesis?"... Nuestra presión psicológica.

A nuestros jefes y sitios de trabajo, que aguantaron nuestras faltas. Infinitamente agradecidos por todo tiempo y los recursos que nos cedieron para concretar nuestra tesis.

A nuestra tutora, por orientarnos en la selección de este tema de estudio, que tanto nos apasionó.

A quienes cooperaron con este trabajo de grado, aportando sus conocimientos y experiencias.

A todos, ¡gracias!

ÍNDICE DE CONTENIDO

Pág.

DEDICATORIA ii

AGRADECIMIENTO iii

ÍNDICE GENERAL iv

ÍNDICE DE TABLAS Y APÉNDICES vii

I. INTRODUCCIÓN 10

II. MARCO CONCEPTUAL 11

2.1 Debates Políticos 11

2.1.1 Los debates 11

2.1.2 Tipos de debates 12

2.1.3 Debates electorales de políticas 16

2.1.4 Componentes de un debate de políticas 18

2.2 Organización de Eventos 19

2.2.1 Públicos 20

2.2.2 Tipología de la organización de eventos en la comunicación 20

2.2.3 El proceso de la organización de eventos 22

2.2.4 Organización de debates electorales 22

2.2.5 Eventos televisados 25

2.3 Comunicación Política 27

2.3.1 La opinión pública en regímenes democráticos 27

2.3.2 Comunicación política y el régimen de opinión 30

2.3.4 Debates en el mercadeo electoral 31

34

III. MARCO CONTEXTUAL 38

3.1 Mesa de la Unidad Democrática 38

3.1.1 Sistema de partidos a partir de 1998 38

3.1.2 Primeros pasos para la coalición 40

3.1.3 Acuerdo de Unidad Nacional 43

Pag.

3.1.4 MUD: “somos mayoría” 45

3.2 Primarias de la Unidad 48

3.2.1 Antecedentes en Venezuela 49

3.2.2 Camino a las Primarias Presidenciales de la Unidad 51

3.2.3 Los candidatos 52

3.3 Medios de Comunicación en Venezuela 54

3.3.1 Los medios y el ascenso de Chávez 56

3.3.2 La “hegemonía comunicacional” 60

IV. MARCO REFERENCIAL 64

4.1 Debates electorales en el mundo 64

4.1.1 Debates en Estados Unidos 65

4.1.2 Debates en Perú 68

4.1.3 Debates en España 72

4.2 Debates en Venezuela 77

4.3 Debates para las Primarias de la Unidad 81

V. MARCO METODOLÓGICO 84

5.1 Objetivos 84

5.1.1 Objetivo General 84

5.1.2 Objetivos Específicos 84

5.2 Delimitación 84

5.3 Tipo de investigación 85

5.4 Diseño de la investigación 85

5.5 Sistema de Variables 86

5.6 Fuentes de información 89

5.7 Unidades de observación de análisis 89

5.8 Muestra 93

5.9 Instrumentos de medición 95

5.9.1 Matriz de Registro (Instrumento #1) 95

5.9.2 Análisis Morfológico (Instrumento #2) 96

5.9.3 Entrevistas (Instrumento #3) 97

Pag.

5.9.4 Validación de instrumentos 97

5.10 Criterios de análisis 98

5.11 Procesamiento de datos 100

VI. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 102

VII. ANÁLISIS DE RESULTADOS 136

VII. CONCLUSIONES 163

VIII. BIBLIOGRAFÍA 167

ÍNDICE DE TABLAS Y APÉNDICES

Pag.

Tabla 1: *Cuadro de operacionalización de variables* 88

Tabla 2: *Formato de vaciado de datos para matriz de registro* 100

Tabla 3: *Formato de vaciado de datos para análisis morfológico* 101

Tabla 4: *Formato de vaciado de datos para entrevistas* 101

Tabla 5: *Vaciado de datos de Matriz de Registro* 102

Tabla 6: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el primer debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Universal durante los días 14, 15 y 16 de noviembre de 2011.* 105

Tabla 7: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el segundo debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Universal durante los días 4, 5 y 6 de diciembre de 2011.* 106

Tabla 8: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el tercer debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Universal durante los días 17, 18 y 19 de enero de 2012*. 107

Tabla 9: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el cuarto debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Universal durante los días 23, 24 y 25 de enero de 2012.* 108

Tabla 10: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el primer debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Nacional durante los días 14, 15 y 16 de noviembre de 2011.* 109

Pag.

Tabla 11: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el segundo debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Nacional durante los días 4, 5 y 6 de diciembre de 2011*. 110

Tabla 12: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el tercer debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Nacional durante los días 17, 18 y 19 de enero de 2012.* 111

Tabla 13: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el cuarto debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario El Nacional durante los días 23, 24 y 25 de enero de 2012.* 112

Tabla 14: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el primer debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario Correo del Orinoco durante los días 14, 15 y 16 de noviembre de 2011.* 113

Tabla 15: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el segundo debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario Correo del Orinoco durante los días 4, 5 y 6 de diciembre de 2011.* 114

Tabla 16: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el tercer debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario Correo del Orinoco durante los días 17, 18 y 19 de enero de 2012.* 115

Tabla 17: *Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre el cuarto debate entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario Correo del Orinoco durante los días 23, 24 y 25 de enero de 2012.* 116

Tabla 18: *Vaciado de datos de entrevistas a grupo #1* 117

Pag.

Tabla 19: *Vaciado de datos de entrevistas a grupo #2, parte uno.* 121

Tabla 20: *Vaciado de datos de entrevistas a grupo #2, parte dos.* 126

Tabla 21: *Vaciado de datos de entrevistas a grupo #3* 132

I. INTRODUCCIÓN

2012, un año que marca un hito en la historia de Venezuela. Los venezolanos acuden a un proceso electoral para elegir al Presidente de la República que regirá los destinos del país en el periodo 2013-2018, luego de catorce años de mandato de Hugo Rafael Chávez Frías.

Los sectores opositores, agrupados en la Mesa de la Unidad Democrática, decidieron ir a la contienda con un candidato único, electo en elecciones Primarias celebradas el 12 de febrero de 2012. Pero este no es el único hecho novedoso que caracteriza este proceso electoral: luego de muchos años, los venezolanos han podido presenciar nuevamente debates televisados entre los aspirantes a la primera magistratura.

El primer encuentro tuvo lugar el 14 de noviembre de 2011 en el Aula Magna de la UCAB. El evento promovido y organizado por el Movimiento Estudiantil contó con la participación de Diego Arria, Henrique Capriles Radonski, Pablo Pérez, María Corina Machado y Leopoldo López. El segundo encuentro, **"El Gran Debate"**, se protagonizó en el canal de la Colina. Venevisión, estación televisiva con mayor sintonía en el país, reunió a los seis aspirantes el 4 de diciembre de 2011. El tercer evento tuvo lugar en el Estado Zulia el 17 de enero de 2012. "**El Gran Debate de las Regiones**", organizado por el diario Panorama, fue transmitido por más de una docena de televisoras y emisoras regionales. El cuarto debate, televisado por el canal de noticias Globovisión, se llevó a cabo el 23 de enero de 2012 en el CIEC en la Universidad Metropolitana y lo catalogaron como "**Carrera Presidencial**".

Todos estos encuentros han recibido reconocimientos y críticas de la opinión pública. El formato, el tipo de preguntas, la moderación, el escenario, son algunos de los temas evaluados.

El presente Trabajo Especial de Grado buscar estudiar cada uno de estos encuentros realizados, analizando sus características.

II. MARCO CONCEPTUAL

2.1 DEBATES ELECTORALES

2.1.1 Los debates

Debate. Una palabra en torno a la cual existen diversas visiones y opiniones sobre su significado.

Según el diccionario de la Real Academia Española el debate es "controversia, lucha, contienda, combate" (2012, www.rae.es).

El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), en su Centro Virtual de Técnicas Didácticas, considera que el debate sucede una vez existan posiciones contrarias o cuando se encuentren formados ciertos bloques de opiniones con la existencia de dudas sobre un tema en específico.

De acuerdo al instituto, el debate exige conocimientos previos sobre el tema que se tiene, para poder argumentar de una forma lógica en pro o en contra. Este puede surgir en una discusión, cuando una apreciación no logra unanimidad, y así se conforma un grupo que logra defender sus puntos de vista.

Por otra parte, Karl-Heinz Flechsig y Ernesto Schiefelbein, en la edición del texto 20 Modelos Didácticos para América latina, ponen en el tapete una diferencia para la ejecución de los debates. Para ellos, hay debates donde existen diversos temas en los que no se llega a una conclusión concreta; mientras que hay otro tipo de debates minuciosamente preparados por unas reglas de juego, que conducen a una conclusión. Flechsig y Schiefelbein, consideran que con estas discusiones se busca "tratar de obtener algún nuevo derecho o encontrar la verdad; reemplazar una posición o entremezclar varias, en todas sus formas posibles" (2003, p. 55).

Para Rita Moncada, representante del Instituto Venezolano de Debates, el debate es "persuasión, es poder convencer y lograr cambiar la opinión de una

audiencia” atribuyéndole también un choque de ideas. La investigadora señala que los debates políticos son un examen para poner a prueba las ideas y las cualidades de los candidatos: “los votantes debemos conocer su carácter, cómo se manejan en situaciones de estrés, si pierden los cabales, si se ponen a la defensiva, etcétera, porque todo esto, más sus conocimientos, determinará como gobernarán” (entrevista personal, mayo 21, 2012).

Moncada visualiza el debate como el contraste de las ideas, de las posturas y de las formas de pensar de un colectivo o individuo. “El debate te expone. Expone tus verdaderos conocimientos, debilidades, tu carácter y tu personalidad. El debate centra su esencia en la argumentación” (*ibíd*.).

La experta en debates recalca la diferencia entre la opinión y el argumento, donde el argumento exige un razonamiento, el cual debe estar exento de falacias. Los contrincantes pueden responder a los argumentos del otro o pueden proseguir con un argumento propio sobre la temática.

2.1.2 Tipos de Debates

Existen diversas formas de realizar un debate, todo depende de los distintos componentes, la interacción y el rol que juegan en este. La Sociedad de Debates de la Universidad Nacional Andrés Bello de Chile expone en su página web distintos formatos que se pueden desarrollar:

- Karl Popper:

> El formato Karl Popper busca contrastar proposiciones relevantes y decisivas, poniendo especial énfasis en el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y tolerancia. Para ello confronta a dos bancadas de tres integrantes cada una, las cuales deben investigar tanto la posición afirmativa como la negativa de la tesis a debatir, de ahí que la cooperación y el trabajo en equipo sean fundamentales a la hora de poner en práctica este tipo de debate.

El debate consiste en que el equipo afirmativo ofrezca argumentos en apoyo a la propuesta o asunto y una postura negativa discute contra ella. Se espera que ambos equipos respondan el uno al otro los argumentos de cada bancada y se comprometan cada uno a un intercambio abierto y honesto de ideas, ello a partir de la investigación neutral de ambas posturas, que cada bancada hizo antes del debate (UNAB, 2011 www.unab.cl).

- Lincoln Douglas

El nombre de este formato deriva de los debates sostenidos entre Abraham Lincoln y Stephen A. Douglas cuyos temas se centraban en asuntos como la esclavitud, la moral y los valores. Consecuente con la raíz de su nacimiento, este tipo de formato trata de controversias de índole valórica. Así, a diferencia del debate político, el formato Lincoln Douglas (LD), no requiere de argumentos que se basen en estadísticas u otros datos empíricos, sino que es un debate de carácter eminentemente valórico cuyo sustento son los principios morales y la lógica con que el orador los emplea para sostener su postura.

A diferencia de otros formatos, en el LD los Oradores no requieren hacerse cargo de las aplicaciones prácticas de su propuesta ya que lo que se pretende con este formato de debate es hallar un sustento filosófico en virtud del cual el Orador argumente los principios éticos y morales de su propuesta.

El formato LD enfrenta a sólo dos oradores en el debate y contempla tiempos diversos según discurso. Puede ser analizado en siete etapas, de las cuales dos corresponden a discursos argumentativos (uno por bancada), tres a discursos de refutación y dos a preguntas cruzadas. Cada orador en

competencia dispone de hasta tres minutos durante el debate para preparar su intervención (UNAB, 2011 www.unab.cl).

- Parlamentario Inglés

  Este tipo de formato nace del procedimiento utilizado en el parlamentario británico. Es justamente de tal fuente que toma los términos de Gobierno u Oposición para denominar a las diversas bancadas que enfrentarán sus posturas respecto del tema en debate.

  Un debate con este formato involucra a cuatro equipos de dos integrantes cada uno, dos equipos defienden determinada postura en torno al tema, mientras que los otros dos equipos, la contraria.

  Esta división argumentativa entre los cuatro equipos participantes, exige que los dos equipos que respectivamente defenderán determinada postura de la moción en debate, trabajen de manera coordinada a fin de plantear una argumentación coherente (UNAB, 2011 www.unab.cl).

- Parlamentario Norteamericano

  Recibe su nombre debido a que es comúnmente utilizado en Torneos organizados en Estados Unidos. Similar al Parlamentario Inglés, este tipo de formato agrega un integrante al debate denominado “líder de bancada” quien cuenta con un determinado tiempo para refutar los argumentos contrarios y defender los propios, limitándose siempre a no agregar nuevos argumentos al debate. Consta de dos equipos de dos integrantes cada uno (UNAB, 2011 www.unab.cl).

- Debate foro público

En este tipo de formato de debate se enfrentan dos equipos con diferentes posturas, compuestos de dos personas cada uno. El formato de Foro Público puede entenderse constituido por once etapas de las que ocho son discursos, dos son confrontación o “fuego cruzado” entre dos oradores (uno de cada bancada) y la última etapa corresponde a una confrontación o “fuego cruzado general” en el que intervienen todos los oradores del debate (los dos integrantes de ambos equipos)

Existen modalidades de este formato en el minutos antes de comenzar el debate se efectúa un sorteo mediante el lanzamiento de una moneda, de modo que el equipo que acierte en el resultado de su caída aleatoria, podrá optar entre comenzar el debate o elegir la postura (UNAB, 2011 www.unab.cl).

- Debate Político

La particularidad de este formato radica en que la postura de las bancadas se traduce en diferentes medidas prácticas a implementar como solución ante un mismo problema. El desarrollo de este tipo de debate se sustenta en evidenciar las ventajas y desventajas que tendría implementar tal o cual medida y así encontrar la mejor de ellas, para lo cual generalmente, este formato requiere de documentación e investigación previa, por cuanto su evidencia es fundamentalmente práctica y estadística (UNAB, 2011 www.unab.cl).

2.1.3 Debates electorales de políticas

El debate de políticas se encuentra en la clasificación de la Sociedad de Debates de la Universidad Andrés Bello, catalogado como debate político. Sin embargo, para Rita Moncada este debe ser llamado debate de políticas, ya que se "se tocan distintos temas para aplicar políticas". Es así como se pueden tratar temas de políticas públicas, políticas de seguridad, políticas comunicacionales; de allí que este formato ha sido adaptado a elecciones.

Para Moncada, estos debates se pueden dar tanto en el marco de la gobernabilidad como en el marco electoral, donde los últimos, han sido catalogados a nivel mundial como debates electorales.

Al profundizar en el formato de debates políticos, la Sociedad de Debates de la Universidad Andrés Bello, considera que:

> Es ideal para la discusión de asuntos políticos y de problemas prácticos de la sociedad. Así, en este formato la tesis o moción en debate no limita a una única solución, sino que deja abierta la posibilidad de múltiples medidas, para que cada bancada defienda la que considere más adecuada (UNAB, 2011 www.unab.cl).

La Comisión de Debates Presidenciales de los Estados Unidos (2012), en su portal web, distingue los estilos de formato para el debate de políticas. Para la comisión, los estilos pueden variar según la realización de las preguntas: Cuando la audiencia realiza las preguntas "*the town hall meeting*", cuando personas seleccionadas realizan las preguntas "*the panel approach*" o cuando una sola persona realiza las preguntas "*the single moderator*". En el último caso, la comisión recalca que un solo moderador hace que la audiencia enfoque su atención en los candidatos y menos en un grupo de personas seleccionadas para preguntar.

La comisión desarrolla una serie de aspectos que habrá que tratar una vez escogido el formato:

La selección a las personas que realizarán las preguntas dependerá: si se elige el primer estilo, donde las personas de la audiencia realizan las preguntas, dicha audiencia debe ser imparcial, para lo que recomienda apoyarse en una organización independiente (como un grupo de investigación), que pueda identificar las personas imparciales que sirvan como miembros de la audiencia. Si se trata de los otros dos estilos, donde un grupo de personas o un solo moderador son quienes realizan las interrogantes, estos deben tener ante el público una imagen profesional, imparcial y justa, además de un conocimiento mayor de los temas a debatir y del contexto en el que se realizan las elecciones, así como tener experiencia en el manejo de una transmisión.

En cuanto a la selección de los temas del debate, la Comisión de Debates Presidenciales de los Estados Unidos expone que esta puede ser muy amplia o muy limitada, obedeciendo a la duración del encuentro, elemento que dependerá de la cantidad de participantes y de la transmisión, principalmente.

Respecto a las intervenciones de apertura y de cierre, el organismo de debates en EEUU recomienda limitarlas, ya que dependiendo del tiempo podrían reducir el periodo destinado a las preguntas y respuestas, cuya duración determinará cuantos temas pueden ser abordados durante el debate, por lo tanto, también se deben establecer límites de tiempo para estas.

Para que no haya lugar a reclamos sobre injusticia o parcialidad, la comisión destaca, como elemento de suma importancia, la asignación de personas responsables de medir el tiempo de los discursos de apertura, de cierre, las respuestas y las réplicas, para que tanto el moderador como los candidatos estén al tanto al momento de sus intervenciones. Además, se establece que el orden de los oradores debería decidirse mediante un sistema de sorteo o azar, para mantener la imparcialidad.

2.1.4 Componentes de un Debate de Políticas

La investigadora del Instituto Venezolano de Debates identifica cuatro componentes y dos complementos necesarios para que suceda un debate. Entre los cuatro componentes, considera indispensables el choque, el moderador, los participantes y las preguntas; al tiempo que señala a las audiencias y el escenario como complementos del debate.

1. El choque: lo cataloga como “el componente principal de un debate. Si no existe un choque entre los candidatos, no existe el debate”
2. El Moderador: es el encargado de propiciare el choque y de llevar al debate hacia el momento crucial. Buscar el desarrollo de los temas, buscar la confrontación, llevar al debate en momentos donde este se estanca. Coordinar la realización de las preguntas.
3. Los participantes: son los protagonistas del evento, tienen que defender sus posturas y llevar al encuentro al choque. Su preparación, su contenido, su oratoria, su vestimenta y sus gestos corporales serán trascendentes para el rol que termine jugando en el debate para la audiencia.
4. Las preguntas: son el factor necesario para guiar el debate y dar paso a la confrontación, la realización de estas dará paso a la profundización del cara a cara, al interés de la audiencia sobre las temáticas, al éxito del contenido del debate y de los roles que puedan llegar a jugar los candidatos.

Como elementos complementarios que pueden promover estos eventos, mas no son indispensables para su organización, identifica a la audiencia y el escenario donde serán realizados.

1. Audiencias: Los participantes o candidatos se dirigirán a un público. La idea de los debates electorales es debatir ande el electorado, llegando a ser la audiencia uno de los principales complementos. El debate se puede llegar a dar perfectamente con los primeros cuatro componentes, pero las audiencias como factor, es un complemento esencial para que un debate electoral tenga éxito. El manejo de esta, cada vez es más especializado en

estos eventos debido a las altas cifras de sintonía que han llegado a tener en los últimos años.

2. Escenario: Algo como la escenografía puede llegar a influir en la imagen de los candidatos y del debate como tal. La colocación de muebles o de colores puede desestabilizar la neutralidad o parcialidad de la contienda donde se puede perjudicar o favorecer a un candidato.

2.2 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Actualmente, en diversos lugares del mundo, la organización de eventos es vista como una nueva forma de comunicación. Esta, es incluida entre las distintas herramientas que se pueden tener en la mezcla de mercadeo, siendo actividades extraordinarias que exigen una planificación y producción para una publico objetivo.

Un evento es un "suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva" (RAE, 2012, www.rae.es).

El periodista e historiador Carlos Alarico Gómez incluye a los debates dentro de su clasificación de técnicas específicas en eventos especiales, definiéndolos como "un evento en el que dos o más partes discuten civilizadamente sobre aspectos controversiales en que sostienen soluciones parcial o totalmente diferentes" (1995, p.53).

Considerando que la organización de los debates electorales implica distintos componentes de planificación y producción, es importante conocer los elementos claves para el desarrollo de un evento.

2.2.1 Públicos

De acuerdo a los teóricos James Grunig y Todd Hunt un público es “un sistema libremente estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema o tema, interactúan, ya sea cara a cara o por medio de canales interpuestos, y se comportan como si fueran una sola unidad” (2003, p. 236).

La profesora de la Universidad de Sevilla, María Teresa Otero Alvarado (2006), señala que para la gestión de los públicos implicados en la organización de eventos, se deben aplicar sistemas ceremoniales y normas de protocolo.

Los sistemas ceremoniales son los que definen la identidad organizacional y las normas de protocolo son “responsables de que la imagen percibida por los ciudadanos sea idéntica en cualquier coyuntura temporal o lugar geográfico” (Otero, 2006, p.255).

En su libro Dirección de Relaciones Públicas, Grunig y Hunt (2003) consideran que existen diversos tipos de públicos dependiendo de los problemas que vincula a los miembros con respecto a una organización dada:

- No público: cuando los miembros no tienen consecuencias sobre la organización ni la organización sobre ellos.
- Publico latente: cuando los miembros detectan un problema
- Publico informado: cuando los miembros reconocen el problema.
- Publico activo: cuando los miembros se reúnen para discutir y hacer algo respecto al problema

2.2.2 Tipología de la organización de eventos en la comunicación

Grunig y Hunt (2003) ven la organización de eventos enmarcada como una herramienta de las relaciones públicas, elemento de la mezcla de mercadeo. Los autores consideran a cada una de las actividades que se realizan dentro de las relaciones públicas como parte de una dirección y progresiva gestión de la comunicación existente entre una organización y cada uno de sus públicos.

Para Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, las relaciones públicas son "acciones que persiguen construir buenas relaciones con los consumidores a partir de una publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y evitando rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables, o haciendo frente a los mismos si llegan a tener lugar" (2004, p. 542).

Dentro de las relaciones públicas se puede ver distintas formas de relacionarse entre los sujetos que se están comunicando. Según las definiciones consultadas, en la organización de debates políticos están implicados dos tipos de comunicación: comunicación interpersonal y comunicación de masas.

La comunicación interpersonal "se produce entre un emisor y un individuo o un grupo reducido de ellos, que comparten la misma unidad espacio temporal, de un modo alternativo y sobre todo sin medios de comunicación de masas que sirvan de intermedio entre ellos" (Otero, 2009, p.19).

Asimismo, la comunicación colectiva masiva "se produce entre un emisor y un número elevado de individuos que no comparten la misma unidad espacio temporal, y siempre con la intermediación de medios de comunicación de masas" (*ibídem*).

En este sentido, en eventos como los debates políticos la comunicación interpersonal se produce entre las personas que se encuentran en el escenario (los candidatos) y las personas que están presenciando en el sitio, es decir, el público directo.

Además, la comunicación colectiva masiva se presenta entre los candidatos y las personas que reciben el debate a través de los distintos medios masivos, es decir, el público indirecto.

2.2.3 El proceso de la organización de eventos

La realización de un evento exige un proceso de organización continuo, con distintas fases y tareas específicas en un determinado plazo para poder lograr los objetivos que se quieren alcanzar.

Carlos Alarico Gómez (1995), en su libro Gerencia de Eventos Especiales, divide este proceso por fases: la fase pre-evento, la fase evento y la fase post-evento. En la primera de ellas, Alarico Gómez considera que se debe investigar, planificar y organizar el evento, consiguiendo establecer el objetivo, la justificación, el presupuesto aproximado, el cronograma tentativo y el sitio donde se realizará el evento. Durante el evento, lo cataloga como un momento de extremo dinamismo donde se realiza el montaje definitivo. Y el post-evento, donde se evalúan los distintos aspectos.

2.2.4 Organización de debates electorales

En el mismo texto, el autor explica a su vez todo este proceso centrado en la organización de debates políticos. En la primera fase, encuentra que la organización de debates tiene su justificación en utilizarse dentro de las campañas electorales o en temas que son de gran interés tanto nacional como regional que afectan la opinión pública. A su vez, define a dos públicos: el público directo como el que se encuentra en el sitio donde los candidatos están debatiendo y el público indirecto como la audiencia a la que llega el evento por los medios masivos. El comunicador atribuye a un comité organizador los roles de seleccionar al moderador, elegir la temática, el sitio donde se realizará, la fecha la hora, la promoción del evento y todo lo que implica el desarrollo de este.

La fase del evento, Alarico Gómez la define como el momento en que los candidatos están debatiendo y los públicos se encuentran en una constante comunicación. Por último, conceptualiza el post-evento, donde las herramientas para evaluarlo pueden ser la retroalimentación o los estudios de opinión.

En este sentido, la Comisión de Debates Electorales en Estados Unidos redactó una guía para la organización de un debate, detallando distintos criterios a tomar en cuenta:

En primer lugar, el presupuesto del evento, que va a depender del tamaño de la producción, de la promoción, la seguridad y el alquiler del sitio, entre otras cosas, para lo cual se deben identificar patrocinantes que puedan aportar para su financiamiento.

Para el manejo de los equipos, se va requerir personal profesional, especialmente los de la transmisión y conexiones eléctricas. Dicho personal debe estar identificado antes, durante y después del debate.

La comisión destaca que se debe considerar tanto el tamaño de la audiencia como los requerimientos acústicos y de luz, a la hora de seleccionar el lugar donde se realizará el debate, aunque se recomienda que se realice en un estudio, si el encuentro será transmitido por televisión o radio. Sin embargo, aunque este sitio reduce los problemas de logística, limita el tamaño para la audiencia y la oportunidad de que esta participe.

Además, la organización estadounidense experta en debates resalta otros elementos que se deben considerar para la selección del sitio, como: que sea un lugar imparcial; donde se puedan situar los equipos técnicos necesarios para la transmisión; con espacio suficiente para los candidatos, periodistas y demás invitados; la accesibilidad al sitio y el tráfico que puedan tener sus vías; y con un centro multimedia para que sirva como sitio de trabajar para los periodistas, tanto antes como después del debate.

La audiencia también representa un criterio importante, de acuerdo a la Comisión de Debates Electorales en Estados Unidos (2012), que señala la necesidad de establecer normas de comportamiento para esta, para evitar quitarles tiempo a los participantes y a los que ven la transmisión del debate, considerando también que mientras más grande sea la audiencia, más grande será el potencial del ruido.

Otra de las previsiones que se deben tener respecto al público es que, tan pronto el debate sea anunciado, muchas personas querrán ingresar al sitio, por lo que se debe decidir el tamaño de la audiencia y la distribución de las credenciales para el acceso, con un tiempo prudencial previo a la fecha del evento. Si el debate es televisado, se puede también contar con un espacio separado para que otras personas que quieran o se considere necesario que acudan, puedan verlo.

Esta comisión también enuncia que se tiene que asegurar que la seguridad sea acorde al tamaño de la audiencia, especialmente si el evento ha sido altamente promocionado, por lo que recomiendan verificar los códigos de seguridad que posee el lugar.

En cuanto a la negociación con los candidatos, se debe establecer entre los organizadores y los participantes tanto los detalles como términos para la realización del evento, para lo cual los aspirantes deben nombrar a un representante de su equipo de campaña.

La delegación de debates en EEUU también recomienda tomar en cuenta si se necesita tener de una plataforma en el escenario, en qué tipo de mueble se apoyarán los candidatos o el moderador. Igualmente, para el uso de los micrófonos, el sonido, las luces y la transmisión del debate se debe decidir cuál equipo adicional se usará para la capacidad de energía. Además, destacan que hay que prever todos los elementos necesarios y las personas encargadas si se desea tener material audiovisual o transcripciones.

A su vez, aseguran que la impresión del programa, de los afiches y de las credenciales dará no solo una ayuda para promover el debate, si no que ayudaran en la seguridad y la logística.

Finalmente, señalan que internet puede ser una gran herramienta para la promoción del debate, para encontrar voluntarios, y para recibir críticas o sugerencias sobre el evento

2.2.5 Eventos televisados

La debida organización de un debate electoral televisado también requiere tanto de una preparación en el ámbito audiovisual.

Quintas Froufe, Eva y Natalia (2010), señalan la distinción que realiza Cebrián Herrero sobre los ejes fundamentales dentro de los géneros informativos audiovisuales. Así, relacionan al debate televisado tanto con la modalidad interpersonal (cara a cara en la que se enfrentan los líderes de partidos mayoritarios), como con la modalidad grupal (tres, cuatro, cinco o seis bandas).

Asimismo, siguiendo la clasificación de Jaime Barroso sobre programas televisivos, caracterizan los debates electorales televisados de la siguiente manera:

- Por su periodicidad: la frecuencia de emisión es irregular ya que se trata de un evento de carácter excepcional.
- Por su contenido temático: se trata de un programa de información política.
- Por su formato o estilo de presentación: es un discurso narrativo autónomo.
- Por su lugar de producción: es una producción televisiva realizada en una localización que actuaría como estudio.
- Por su modalidad de producción, se trata de una retransmisión en directo (2010, p. 27).

Las hermanas Quintas consideran que la trasmisión de un debate es de carácter programado por contar con una localización donde controlan el espacio, los sujetos, la dinámica y es posible realizar una planificación. Las autoras siguen la clasificación de Jaime Barroso sobre el tipo de programas, guiándose por la realización multicámara en estudio:

> “La técnica por antonomasia de la realización televisiva y la que durante décadas, y aún hoy, permite y facilita la realización en vivo y en directo. Cada cámara tiene asignado un área de cobertura y

una determinada planificación o seguimiento de la acción" (2010, p. 31).

En la realización audiovisual toman en cuenta la planificación visual, el encuadre, los ángulos los movimientos de cámara, la asignación de tiempos y planos mediante el estudio de los debates enmarcados en las elecciones presidenciales españolas del año 2008.

Con respecto al encuadre, usan como referencia Zettl, quien considera que el emplazamiento de los candidatos en el centro de la pantalla ayuda a que la atención se centre en ellos, destacando así su protagonismo.

La asignación de tiempos, por el carácter de emisión directa hace imposible predecir el ritmo de las intervenciones, haciendo que se dificulte el control absoluto de una transmisión como esta.

Por último, la asignación de planos está realizada en gran medida por los planos cortos ya que estos enmarcan los rostros y parte de los hombros, tanto de los candidatos como del moderador, debido a la capacidad de estos planos de introducir a la audiencia en la psicología del candidato y facilitar detalles de su fisonomía.

Los planos medios sustituyen a los cortos en dadas ocasiones donde se necesita abarcar más campo de visión en momentos en que los candidatos muestran gráficos o revisan alguna documentación (reservados básicamente para los planos de escucha).

En los momentos donde alguno de los candidatos realizaba una intervención acusadora, se buscan la reacción del contrincante y se realizaba cambios de planos. Los planos generales se realizaban cuando el presentador marcaba el cambio de turno en las intervenciones. "Los grandes planos generales fueron empleados únicamente al comienzo y final del programa televisivo a modo de introducción y conclusión" (2010, p. 32).

2.3 COMUNICACIÓN POLÍTICA

En la sociedad actual las instituciones que ejercen funciones de carácter público son catalogadas como políticas. Dichas instituciones, dado a la naturaleza de su funcionamiento, desarrollan una relación muy estrecha entre política y comunicación.

La Doctora en Ciencias de la Información, María J. Canel define comunicación política como:

> "La actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de estas en la comunidad (2006, p. 27).

Dentro del desarrollo de los procesos electorales, el periodo definido como campaña electoral es el tiempo en que los candidatos o partidos políticos buscan influir en las decisiones de los votantes. Durante este proceso, la comunicación política juega un papel fundamental mediante la utilización del mercadeo electoral (variante específica del mercadeo político) usando distintas estrategias para lograr los objetivos planteados.

Los debates electorales se encuentran en estos periodos de campaña y han sido catalogados como herramientas dentro del mercadeo electoral y el manejo de la opinión pública.

2.3.1 La opinión pública en regímenes democráticos.

La opinión pública es un concepto importante en lo que se refiere a comunicación política. El desarrollo de este fenómeno en la sociedad reside en la conformación de un espacio público que está estrechamente relacionado con la

naturaleza del régimen político de una nación. Así, para poder entender la comunicación política en eventos electorales, debemos entender la opinión pública consolidada en regímenes de carácter democrático.

El jurista Norberto Bobbio, con su diccionario de política, desarrolla de una manera muy amplia la concepción de la democracia. En un principio usa como referencia a Kelsen, quien considera a la democracia como "un método para seleccionar a los jefes, y su instituto fundamental es la elección" (Bobbio, p.3, http://www.ildis.org.ve). Después, el mismo autor concreta una definición hacia este sistema político:

> "Es la forma de gobierno en la que rigen normas generales, las llamadas leyes fundamentales, que permiten a los miembros de una sociedad, por numerosos que sean, resolver los conflictos que inevitablemente nacen entre los grupos que enarbolan valores e intereses contrastantes sin necesidad de recurrir a la violencia recíproca (Bobbio, p.4, http://www.ildis.org.ve).

La Real Academia Española define al Estado como el "conjunto de los órganos de gobierno de un país soberano" (2012, www.rae.es), y a la Nación como el "conjunto de los habitantes de un país regido por el mismo gobierno" (2012, www.rae.es).

Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, en un informe publicado para el Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo, exponen que "la democracia presupone como condición necesaria la existencia de un régimen político que se desenvuelve en un Estado y una Nación que delimitan una población, un territorio y el poder que se ejerce en su interior" (2004, p.141, www2.ohchr.org).

> "No existe Estado sin monopolio de la fuerza legítima; pero a diferencia de lo que ocurre en los Estados autocráticos, el ejercicio exclusivo de la fuerza por parte del Estado democrático debe servir para garantizar el uso pacífico de las libertades civiles y políticas, y, a través de ellas, la definición de las decisiones colectivas mediante

el debate libre y el conteo de los votos" (Bobbio, p.4, http://www.ildis.org.ve).

En el documento del PNUD se nombran las condiciones necesarias para considerar un gobierno democrático:

- Autoridades públicas electas.
- Elecciones libres y limpias.
- Sufragio universal.
- Derecho a competir por los cargos públicos.
- Libertad de expresión.
- Acceso a información alternativa.
- Libertad de asociación.
- Respeto por la extensión de los mandatos, según plazos constitucionalmente establecidos.
- Un territorio que define claramente el demos votante.
- La expectativa generalizada de que el proceso electoral y las libertades contextuales se mantendrán en un futuro indefinido. (2004, p.141, www2.ohchr.org).

En este informe se considera también una condición necesaria la existencia de una agenda pública donde convergen los problemas de una sociedad, las formas de resolverlos, evidenciando las metas de un gobierno y el camino para lograrlas. "Esa agenda contiene el conjunto de cuestiones prioritarias alrededor del cual se centran el debate público, la definición y las opciones de políticas de la opinión pública" (*ibíd.*, p.57).

Ya dadas las condiciones necesarias para una democracia y la existencia de una agenda pública, surge lo que muchos autores denominan el espacio público. Margarita Boladeras, en una publicación de la Universidad de Barcelona, expone la concepción que tuvo Jürgen Habermas sobre espacio público: "constituye el eje de la cohesión social, de la construcción y legitimación - o

deslegitimación - política donde las libertades individuales y políticas dependen de la dinámica que se suscite en dicho espacio público" (2001, p.53).

> "Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público" (Cita de Habermas en Boladeras, p.53, 2011).

Pero Habermas va más allá, y en sus escritos genera una distinción en lo que es el espacio público político, definiéndolo como "las discusiones públicas tienen que ver con objetos que dependen de la praxis del estado" (Cita de Habermas en Boladeras, p.53, 2011).

Al analizar el concepto de opinión pública se encuentra que en primer lugar la opinión está definida como un "dictamen o juicio que se forma de algo cuestionable" (2012, www.rae.es), y lo público como algo "notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos" (*ibíd*.). Pudiendo definir a la opinión pública como "Sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados" (*ibíd*.).

2.3.2 Comunicación Política y el régimen de opinión

El desarrollo de la opinión pública exige la existencia de una sociedad civil que está separada del estado. Este público particular termina jugando un rol de control hacia la política del gobierno. Así, los ciudadanos tienen una activa participación política donde se encuentran en condiciones de discutir y manifestar sus propias opiniones sobre razones de interés público, principalmente, mediante el voto.

Dado este contexto, surge lo que expertos catalogan el régimen de opinión. El profesor de la cátedra de Opinión Pública impartida en la escuela de

Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), José Vicente Carrasquero, en sus guía de Libertad de Expresión define el régimen de opinión como “un sistema de gobierno que se legitima por la opinión pública y que tiene a la opinión pública como criterio y punto de referencia permanente” (2012). De acuerdo a su compendio, los elementos que constituyen este régimen son:

- Una sociedad en la que la opinión pública se forma libremente a través de la discusión racional
- La oficialización de la opinión pública por el intermedio de asociaciones y partidos y que llega al parlamento, donde se transforma en decisiones vinculantes
- El mecanismo electoral viene a ser el artificio en virtud del cual la opinión pública pasa de la indefinible situación en la que se encuentra en la sociedad, a su versión oficializada en el parlamento en el juego de mayorías y minorías de gobierno y oposición**.**

Para la catedrática Margarita Boladeras, la comunicación política hará que surjan los conflictos reales de una sociedad para que sean superados gracias al consenso y de la voluntad común. “Ha de ser el contrapeso necesario a las formas de presión y coacción del poder, que tiende siempre a superponerse opresivamente sobre la realidad social” (2001, p.62).

2.3.3 Mercadeo político y Mercadeo electoral:

El desarrollo de la comunicación política moderna encuentra su profesionalización en el mercadeo político. Dentro de este, aparecen vertientes como el mercadeo gubernamental y el mercadeo electoral que están diferenciados por ocasiones específicas.

El mercadeo, bajo su concepción general, busca satisfacer las necesidades de un mercado desde el producto a vender hasta la acción de la compra. Philip Kotler y Gary Armstrong definen el marketing como “un proceso social y

administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos de valor con otros" (2003, p.5); siendo en el caso del ámbito político, buscar satisfacer las necesidades del electorado desde el mensaje político hasta la acción del voto.

Gran parte de lo que es el mercadeo político está basado en el desarrollo de la persuasión como técnica dentro de la política actual y las campañas electorales.

La doctora en Comunicación de la Universidad de Navarra, Lourdes Martín Salgado explica que la persuasión se trata de un proceso mediante el cual "un comunicador intenta influir en las creencias, las actitudes y la conducta de otra persona o grupo de personas a través de la transmisión de un mensaje, ante el que el auditorio mantiene su libertad de elección" (2002, p.21).

A saber, el mercadeo político es definido por el catedrático Mario Herreros Arconada como el "conjunto de técnicas empleadas para influir en las actitudes y en las conductas ciudadanas a favor de las ideas, programas y actuaciones de organismos o persona determinadas que detenta el poder, intentan mantenerlo o consolidarlo o aspirar a conseguirlo", cita Muñoz Machado en su publicación sobre la gestión de calidad en la administración pública (1999, p.175)

Muñoz Machado también señala la distinción que hace Herreros entre el mercadeo político y el mercadeo electoral, diciendo que el último se refiere al "planteamiento, realización y difusión de unos determinados mensajes, con ocasión de la puesta en marcha de programas electorales para designar el gobierno de una determinada comunidad política", es decir, el que se realiza en una campaña electoral (*ibíd*.)

En este sentido, los debates electorales son parte del mercadeo político propio de toda campaña electoral, que terminarán siendo un arma de comunicación y el uso del mercadeo electoral.

El asesor político de numerosos gobiernos latinoamericanos, Daniel Zovatto (2011), señala en su artículo "*Debates electorales y calidad de la democracia*" que

estos encuentros tienen dos dimensiones: la primera es que considera los debates electorales como una herramienta clave en toda campaña electoral; en la segunda dimensión plantea que estos encuentros son “un mecanismo estratégico e institucional para enriquecer la calidad del debate político, informar de manera adecuada a los ciudadanos y, así, contribuir al fortalecimiento de la cultura ciudadana y de la calidad de la democracia y sus instituciones”.

> Para un buen número de “gurúes” electorales, quien lleva ventaja en las encuestas debería evitar los debates, ya que éstos benefician sobre todo a quienes vienen corriendo detrás.
>
> Otros, en cambio, sostienen que no participar en un debate, aun encabezando las encuestas, puede ser perjudicial para la imagen del candidato y llevarlo a una derrota.
>
> Las opiniones están igualmente divididas en cuanto al impacto real de los debates en el electorado. Un grupo sostiene que suele ser marginal, sobre todo respecto de los electores que ya decidieron su voto; por lo tanto, su influencia quedaría limitada a los indecisos.
>
> Otro sector estima, en cambio, que los debates pueden llegar a ser decisivos en el resultado de una elección, sobre todo en los casos de comicios con resultados ajustados. No me pronunciaré sobre esta primera dimensión, ya que es una cuestión subjetiva, altamente opinable, que pertenece al ámbito de los asesores de campañas y respecto de la cual, en la experiencia comparada, existen ejemplos que ratifican y contradicen, al mismo tiempo, las hipótesis principales descriptas (Zovatto, 2011, http://www.lavoz.com.ar).

2.3.4. Debates en el mercadeo electoral.

Se han desarrollado distintas delimitaciones para el estudio y ejecución del marketing electoral así como de las diversas herramientas que se utilizan para su aplicación en un momento dado. En su tesis doctoral, Francisco Paniagua analiza distintas áreas de estudio que han delimitado diversos autores. Ente esta delimitación, ubica a los debates políticos entre las formas que puede tomar y difundir el mensaje político centrados en las acciones de comunicación.

Paniagua considera el debate electoral como una herramienta de poca influencia en el voto, mientras que lo define como una técnica de comunicación del mensaje electoral que ha contribuido a la personificación de la política y a la creación de determinadas imágenes en los candidatos. "Es como un examen que el votante realiza al candidato, y todos los gestos, comentarios, vestimenta, etc." (2003, p.456, http://dspace.uma.es).

El catedrático de la Universidad de Málaga enumera ciertos criterios para lo cual es conveniente la celebración de debates como técnicas de comunicación en campañas electorales:

- Se predice una estrecha cercanía de resultados entre los partidos rivales, lo que implicará que el resultado dependerá de los indecisos.
- Hay una clara definición en lo que a mensaje electoral se refiere, del candidato que va a debatir y además éste es un buen debatiente.
- Siempre que el aspirante busque ser más conocido debe tomar la iniciativa para solicitar un cara a cara. También debe hacerlo si quiere que se le aprecie como un jefe de gobierno en las mismas condiciones que a su oponente
- Un candidato debe pedir un debate cuando las encuestas en intención de voto indican que está por debajo, respecto a su rival que es a priori el presunto ganador. En este caso, aunque

> su rival sea mejor, existen muchas posibilidades de subir, precisamente por la expectación que crean los debates. (2003, p.451, http://dspace.uma.es)

Asimismo, el autor resalta en su investigación aspectos que se deben trabajar con el candidato a la hora de presentarse en un debate:

- La apariencia física: la constitución física del candidato, sus gestos faciales pueden tener una repercusión positiva o negativa.
- La voz: el timbre, el ritmo o la inflexión pueden dar una imagen específica de la solidez de un candidato. Hay que entrenar al candidato en un tipo de dicción que le haga peculiar e identificable.
- Los gestos: es la expresión corporal específica para las cámaras de televisión. El movimiento de las manos, o las cejas, la sonrisa, la mirada, que ha de alternar entre la cámara y el adversario, etc.
- El vestuario: a diferencia de lo que ocurría antes, que se solía recomendar el rojo, hoy en día se suele usar más el azul, como color preferido para las comparecencias públicas de los políticos, por ser un color que inspira seriedad, armonía y ausencia de estridencias.
- A los aspectos citados que hay que cuidar, Philip Maarek añade el control de la emisión, mientras el debate está en el aire junto con el realizador de la emisora, para comprobar que todo lo pactado se está cumpliendo durante la emisión. Incluso en algunos casos, por muy extraño que parezca, se llega a la directa supervisión por parte de los realizadores contratados por los candidatos, que toman las decisiones sobre las tomas de sus asesorados, cuando estos están en pantalla (*ibíd*.)

Paniagua también hace mención al trabajo de la especialista en comunicación del sector público en España, María José Canel, donde destaca que “los debates atraen audiencias masivas. Los debates electorales influyen en la agenda del público. Los debates modifican las imágenes que la gente se forma de los candidatos. Los debates modifican poco y nada el voto” (2003, p.457, http://dspace.uma.es).

Sin embargo, a pesar de no considerar estos eventos como elementos influyentes en el voto, el comunicador sí considera que refuerzan tendencias políticas preexistentes en la audiencia.

> “El ciudadano se expone al debate electoral con un prejuicio declinado sobre sus propias tendencias políticas. Ve lo que quiere ver y tiende a ignorar lo que no quiere ver: percibe que su candidato ha ganado y defiende esta teoría entre la gente con la que se relaciona” (2003, p.458, http://dspace.uma.es)

Quintas Froufe, Eva y Natalia (2010), en su estudio sobre los debates electorales televisados, consideran que la celebración de estos se halla en un momento crucial en la campaña electoral dado al impacto mediático en las grandes audiencias, y el seguimiento que consiguen tener en el publico, los analistas, los políticos o los medios de comunicación.

Citando a Perlof, consideran a un público objetivo de los debates televisados son los electores indecisos, quienes “habitualmente constituyen una minoría poco representativa pero pueden llegar a ser decisivos en casos de victorias muy ajustadas; y por los electores que tienen su opción electoral formada ya que suelen mantenerla tras la celebración de los debates” (2010, p.26, http://www.mhcj.es/).

Arceo Vacas, J., Arceo Vacas, A., Castro Bobillo, y Sánchez Andrada comparten este fundamento, asegurando que “los debates electorales televisados sirven también habitualmente para reforzar a los públicos favorables. Y, lo que es

aún más importante, para atraer a los indecisos y públicos flotantes en general, muchos de los cuales propenden a la abstención" (2003, p.7).

La influencia que los debates televisados tienen en la opinión pública está dada también por la naturaleza del medio a través del cual se difunden.

> La televisión ostenta un lugar privilegiado como medio de información debido a la autoridad de la imagen televisiva. Lo que se ve parece real y consecuentemente, nos parece verdadero, aunque la imagen pueda llegar a engañar incluso más que las palabras. Este hecho se debe a que el ojo cree en lo que ve y la autoridad cognitiva en la que más se cree es precisamente en la visión (Quintas Froufe, E., Quintas Froufe, N., 2010, p.23).

El académico de la Universidad de Málaga habla sobre el rol que juega la televisión en el mercadeo electoral. "Las estrategias de Comunicación Política en esta zona se han modernizado, siendo la televisión el medio que un mayor cambio ha sufrido en las dos últimas décadas" (2003, p.92, http://dspace.uma.es).

Paniagua toma a consideración la definición que da J. Blumer sobre el surgimiento de las nuevas iniciativas de comunicación EN las campañas electorales: "la democracia del debate televisado". Señala que Blumer que estos "buscan la participación de la audiencia, por teléfono o en el plató realizando preguntas. Nace aquí una nueva forma de movilización política de los votantes, que por supuesto son también miembros de la audiencia" (2003, p.80, http://dspace.uma.es).

Las hermanas Quintas consideran que la televisión no solo es capaz de condicionar el proceso electoral, si no también decisiones y acciones de un gobierno. Las autoras plantean la principal característica de la televisión en un proceso electoral: La personalización. Esto porque "este medio audiovisual posee la capacidad de concentrar partidos, programas y promesas electorales en una sola persona: el candidato" (2003, p.24, http://dspace.uma.es).

III. MARCO CONTEXTUAL

Para poder entender el contexto en el que se realizan los debates entre los candidatos presidenciales a las primarias del 12 de febrero de 2012, primero hay que conocer cómo se llegó a dichas elecciones, y cómo se logró un acuerdo unitario de los partidos de oposición.

Asimismo, es necesario saber la realidad de los medios de comunicación venezolanos y su relación con el gobierno de Hugo Chávez, ya que los debates son transmitidos, y en otros casos organizados, por canales de televisión o periódicos.

3.1 MESA DE LA UNIDAD DEMÓCRATICA

Numerosos eventos y acciones, que se desarrollaron en torno a las elecciones celebradas entre 2006 y 2010, llevaron a la consolidación de la Mesa de la Unidad Democrática y la realización de las primarias como mecanismo para elegir un candidato unitario que representase a la oposición venezolana para competir contra el Presidente de la República en las elecciones convocadas por el Consejo Nacional Electoral para el 7 de octubre de 2012.

3.1.1 Sistema de partidos a partir de 1998

En un trabajo realizado por el politólogo de la Universidad de Los Andes, José Domingo Sánchez (2009), llamado *Presente y futuro del sistema de partidos en Venezuela*, se logra explicar el contexto en el que comienzan a surgir coaliciones dentro de la oposición al gobierno de Hugo Chávez Frías.

Sánchez cataloga una nueva recomposición de un sistema de partidos tras las distintas elecciones que se llevaron a cabo desde la llegada de Hugo Chávez a

la presidencia, donde “los partidos políticos tradicionales quedaron debilitados, casi desaparecidos, perdiendo la mayoría de sus votantes habituales y, por tanto, las posiciones de poder que ocupaban” (Sánchez, 2009, p.89).

Tras este debilitamiento de los partidos tradicionales, se deja atrás lo que el autor llama el modelo de partidos de pluralismo polarizado y surge el sistema de partido predominante. Para él, un partido predominante existe cuando es el partido más votado durante varias elecciones consecutivas y se caracteriza por llegar a tener numerosos partidos de oposición a este. Esta transformación dentro del sistema de partidos la describe como una nueva fase de la política venezolana.

En este sentido, destaca la mezcla de muchos factores para que surgiera esta trasformación. Primero, el predominio en los procesos electorales a partir de 1998 del partido MVR, que surgió para apoyar la candidatura presidencial de Hugo Chávez y que se ha ido trasformando y consolidando hasta convertirse en el Partido Socialista Unido de Venezuela – PSUV-. Resalta también como otros factores para esta transformación, la anti política y el anti partidismo que se desarrollo en el país, además de la reforma de la Ley Orgánica de Procesos Electorales (2009), que beneficia al partido mayoritario, y la Constitución del año 1999, que permite la participación política ciudadana sin necesidad de los partido políticos y la prohibición del financiamiento de las asociaciones con fines políticos con fondos provenientes del Estado.

En su estudio, Sánchez llega a visualizar un contexto político venezolano, en el que destaca una oposición diluida en numerosos partidos políticos y muchas personas independientes que no apoyan a Chávez pero tampoco militan en un partido opositor.

> De aquí que en esa disgregación de los votos y simpatías no se perfile ninguna organización con suficiente capacidad para asumir el liderazgo y se convierta en referencia a seguir. Por tanto, el PSUV que si manifiesta liderazgo, seguidores y disciplina,

> continuará consolidándose como partido predominante (Sánchez, 2009, p. 98).

Ante este contexto político, Sánchez asegura que la única forma posible de que la oposición posea una fuerza mayor al PSUV, es el surgimiento de otro partido mayoritario o de la conformación de una coalición que sea capaz de acumular la mayoría de los entes fragmentados dentro de la oposición.

3.1.2 Primeros pasos para la coalición

Los inicios de unidad entre los partidos políticos y demás entes de la oposición surgieron en el año 2006 para las elecciones presidenciales que se realizaron el 3 de diciembre, en las que Hugo Chávez se presentaría a la reelección.

> Los aspirantes presidenciales Teodoro Petkoff, Julio Borges y Manuel Rosales, suscribieron hoy un acuerdo de unidad nacional en el que pactaron inscribir a un solo candidato opositor ante el Consejo Nacional Electoral (CNE) para los comicios del domingo tres de diciembre (2006, www.eluniversal.com).

Según el artículo publicado en el portal web del periódico *El Universal*, en el compromiso suscrito el 5 de junio de 2006, se establecía que se crearía una comisión encargada de facilitar la conformación de un gobierno unitario y un proyecto país, mediante la utilización de diversos mecanismos como la búsqueda del consenso, la utilización de encuestas o las primarias, siendo cualquiera que sea el camino, la opinión mayoritaria de los venezolanos.

Días después, el 01 de julio, los medios de comunicación estarían anunciando un acuerdo entre los candidatos que resultó en la realización de primarias para la elección de un candidato que representaría a la oposición. “Los

precandidatos Julio Borges, Teodoro Petkoff y el mandatario regional Manuel Rosales, acordaron realizar las elecciones primarias (para la selección de un candidato único que represente a la oposición en las comicios presidenciales de diciembre), el próximo 13 de agosto" (2006, www.eluniversal.com). La Asociación Civil Súmate se comprometió con la organización y ejecución del proceso de elección para elegir un candidato único.

Sin embargo, a pocos días de la realización de las elecciones primarias, Teodoro Petkkof, anuncia el retiro de su candidatura a los medios de comunicación recalcando que "es obvio que si la oposición concurre dividida a las presidenciales no sólo tiene asegurada la derrota en diciembre, sino que redoblaría la voluntad abstencionista, la resignación y la pasividad existente". (2006, www.eluniversal.com).

Posteriormente, Julio Borges presenta ante el país la candidatura unitaria de Manuel Rosales, quien representaría a la oposición venezolana en las próximas elecciones contra el Presidente que optaba por la reelección. *El Universal* reseñó que "con la presencia de todos los precandidatos se inició el acto donde el gobernador del Zulia, Manuel Rosales, se presentó oficialmente como aspirante a la primera magistratura del país" (2006, www.globovision.com).

Según el portal web del Consejo Nacional Electoral, el 3 de diciembre de 2006 se realizan las elecciones presidenciales, resultando como ganador Hugo Chávez con 7.309.080 votos, que representaron el 62, 84% de los votantes; mientras que Manuel Rosales obtiene 4.292.466 votos, alcanzando el 39,9% de los votantes.

Al año siguiente, "el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, anunció planes para cambiar la constitución del país, incluyendo normas que le permitirían buscar la reelección indefinidamente" (2007, www.bbc.co.uk).

El periodista de la *BBC Mundo*, Carlos Chirinos (2007, www.bbc.co.uk) destaca que las propuestas del presidente Chávez debían ser aprobadas en la

Asamblea Nacional, con tres discusiones del proyecto en un lapso que planteaban de 3 meses donde después se convocaría a un referéndum para su aprobación. Recalca, que la única instancia en que la oposición podría intervenir en el proceso sería en el referéndum ya que la oposición no estaba en esos momentos dentro de la Asamblea Nacional.

Al aprobarse la propuesta y convocar el referéndum, algunos dirigentes de oposición promocionaban la conformación de un bloque para asumir una postura sobre esta consulta popular.

Además de los tradicionales dirigentes opositores, personalidades y organizaciones pertenecientes al chavismo expresaron su rechazo a la pretensión de reformar la Constitución. Raúl Isaías Baduel ex ministro de la Defensa del gobierno de Chávez, aseguró que la propuesta llevaba al "pueblo como ovejas al matadero", reseñó El Universal respecto a su llamado a votar en contra por ser una propuesta “atropellada” y “fraudulenta” que consumaría un “golpe de estado”, ya que “promueve la polarización y contribuye al enfrentamiento entre los venezolanos” (2007, noviembre 6, www.eluniversal.com).

Asimismo, el partido Podemos, que el año anterior le había conseguido 759.826 votos a Hugo Chávez para su reelección (2006, www.cne.gob.ve), esta vez decía “por la Patria, mejor NO” porque a juicio, con la propuesta de reforma se la Constitución “pretende ser violada para imponer un nuevo modelo de país que la mayoría no apoya” (2007, noviembre 7, www.eluniversal.com).

La página del consejo Nacional Electoral publica que el resultado de las elecciones dio como ganador a la opción del NO. En el bloque A con un 50,7% y en el bloque B con un 51,05%. Por primera vez se consumaría una victoria opositora como frente unitario contra el gobierno de Hugo Chávez. (2004, www.cne.gob.ve).

3.1.3 Acuerdo de Unidad Nacional

El 23 de enero de 2008, conmemorando la caída de la dictadura de Marcos Pérez Jiménez, distintas organizaciones proponen y promulgan un Acuerdo de Unidad Nacional. El uso de la fecha se debió al reconocimiento de que cincuenta años atrás volvió a surgir la democracia, gracias a la participación de todos los factores de la sociedad unidos por un fin común. El pacto lo titularon *La alternativa para el cambio*.

> Quienes suscribimos este Acuerdo, y los que lo hagan en adelante, acordaremos un Cronograma que nos permita a través del consenso, las encuestas y otros mecanismos que se consideren necesarios, presentarnos con suficiente antelación a la fecha de inscripción, con candidatos unitarios a todas las Gobernaciones, Alcaldías y Concejos Legislativos del país (2008, www.globovision.com).

En el Acuerdo de Unidad Nacional se expresa que esta iniciativa surgió después de la victoria sobre el rechazo de la Reforma Constitucional el 2 de diciembre de 2007, para hacer respetar la voluntad del país en ese proceso. En el documento dedican una gran parte a explicar las razones por las que deciden tomar acciones en conjunto, destacando la situación de un país dividido y con problemas de toda índole, por lo cual creen en la necesidad de una reconciliación nacional y la responsabilidad de garantizar un futuro a la juventud venezolana. La propuesta constituiría una plataforma unitaria cuyo principal objetivo sería el recate de la República y su autonomía.

> Para luchar juntos por la solución de los problemas de los ciudadanos, con igualdad de oportunidades para todos, con acceso por igual a la justicia y al conocimiento, y espera por iniciativas serias que concreten esa gran aspiración de nuestro pueblo que quiere paz y calidad de vida (2008, www.globovision.com).

El compromiso buscaba “escoger a los mejores y a los que tengan mayores posibilidades de triunfo, privilegiando la opinión de los ciudadanos por encima de los intereses partidistas” (2008, www.eluniversal.com). Así, comenzaba la preparación para las elecciones regionales del 2008, que se realizarían el 23 de noviembre de ese año, en las que se elegirían a los gobernadores, alcaldes y legisladores regionales a nivel nacional.

Para el 27 de febrero se sumaron nuevas organizaciones de tendencias políticas muy distintas a este acuerdo, haciendo que se convirtiera este compromiso en una representación mucho más diversa de la oposición venezolana.

Se plantearon fechas topes para la elección de candidatos unitarios. “La vía para escogerlos era el consenso entre partidos. De no llegarse a un acuerdo, se optaría por las encuestas y, en última instancia, se decidiría por elecciones primarias” (2008, www.globovision.com). Sin embargo, llegó la fecha de las elecciones y no se lograron las candidaturas unitarias en algunos sectores del país. La unidad no fue expresada en su totalidad.

Mientras tanto, a la vez que la oposición se estaba conformando y organizando como un solo bloque, los partidos que apoyaban en ese momento al presidente Chávez (PSUV, PCV, PPT, MEP) contrarrestaron las acciones opositoras mediante la creación de una alianza.

C*havismo concreta alianza y resucita al polo patriótico* tituló *El Universal* el 4 de abril de 2008, recordando los intentos que hacía Chávez desde hace un año para unir fuerzas y crear un solo partido del proceso. Estos negaron que se tocara el tema de las aspiraciones en las elecciones y afirmaron que “más allá de las candidaturas, abordar temas relacionados con la coyuntura política y el establecimiento de un frente ideológico unido” (2008, www.eluniversal.com).

> En este recorrido electoral, un punto importante fue el de las inhabilitaciones. A finales de febrero el Contralor General de la República, Clodosbaldo Russián, dio a conocer al Consejo

> Nacional Electoral (CNE) una lista de personas inhabilitadas que no podrán aspirar a cargo alguno para las elecciones regionales de 2008, basándose en el artículo 105 de la Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y del Sistema Nacional de Control Fiscal (2008, noviembre 23, www.globovision.com).

Llegó el día de las elecciones, los venezolanos acudieron a las urnas y el CNE anunció los resultados de los comicios.

"El mapa político, teñido casi totalmente en el 2004 por el rojo de la alianza Hugo Chávez, cambió de color luego que la oposición le arrebató al oficialismo la alcaldía mayor de Caracas y tres de los estados más poblados", analizó el periodista Jorge Rueda, de la Agencia AP (2008, noviembre 24, www.noticias24.com).

"La oposición venció en los estados de Zulia, Miranda y Carabobo— que son tres de los mayores del país— además de Táchira y Nueva Esparta, así como en la alcaldía mayor de Caracas, informaron las autoridades electorales" (*Ibídem*).

El 8 de junio de 2009, con miras a las Elecciones Parlamentarias de 2010, se reestructura el Acuerdo de Unidad Nacional dando paso a la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) formalizándose y materializándose todos los antecedentes que venían impulsando los partidos de oposición.

3.1.4 MUD: "somos mayoría"

El 8 de junio de 2009, con miras a las Elecciones Parlamentarias de 2010, se reestructura el Acuerdo de Unidad Nacional dando paso a la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) formalizándose y materializándose todos los antecedentes que venían impulsando los partidos de oposición.

> Se ha dividido el trabajo a realizar en 11 unidades organizativas que abarcarán temas tan amplíos como corrupción, relaciones con la

> sociedad civil, estrategia, programas, derechos humanos, descentralización, asuntos sociales, asuntos internacionales, organización y movilización, etc. Además la Mesa de la Unidad mantendrá contactos y presencia a nivel regional, municipal, parroquial, vecinal y comunal (NoticiasVe, 2009)

Para 2010, tano los partidos que conforman la Mesa de la Unidad como el Partido Socialista Unido de Venezuela, comienzan los preparativos hacia las próximas elecciones que se desarrollarían en el país, las elecciones parlamentarias que renovarían todos los escaños en la Asamblea Nacional, controlada en su mayoría por partidarios del chavismo. El proceso se regiría por una nueva Ley Orgánica de Procesos Electorales.

> La nueva Ley Electoral aprobada por los diputados del Partido Socialista Unido de Venezuela y del Partido Comunista limita la representación proporcional a los cargos de elección por lista, lo que en la práctica implica que Venezuela adoptará un sistema electoral que garantiza la sobrerrepresentación de las mayorías (2009, www.eluniversal.com).

En el artículo, el periodista electoral Eugenio Martínez da una explicación sobre el carácter de sobrerrepresentación de las mayorías que significaría en un contexto como este donde se vislumbra una votación polarizada con la consecuencia de que “el partido político que capitalice 50,01% de los votos se le adjudiquen hasta 85,37% de las curules”.

En el artículo, el periodista electoral Eugenio Martínez da una explicación sobre el carácter de sobrerrepresentación de las mayorías que significaría en un contexto como este donde se vislumbra una votación polarizada con la consecuencia de que “el partido político que capitalice 50,01% de los votos se le adjudiquen hasta 85,37% de las curules”.

Así, el contexto se desarrolla con reglas de juego distintas, pero también, con nuevas estrategias electorales y alianzas entre los distintos factores del país.

En el mes de febrero, Chávez dio a conocer que el Partido Socialista Unido de Venezuela, (PSUV) realizaría elecciones primarias para elegir a los candidatos oficialistas a la Asamblea Nacional, propuesta que fue aprobada por el congreso de delegados del partido. A su vez, consideró que era necesaria la alianza con el Partido Comunista de Venezuela (PCV) y Patria para todos (PPT), haciendo énfasis en las estructuras y bases que tenían cada uno de estos.

Por su parte, la oposición inicio el proceso de selección de candidaturas unitarias enmarcadas dentro del Acuerdo Nacional que había dado fruto a la Mesa de la Unidad Democrática. Los métodos a elegir estos candidatos fueron estipulados en el artículo 5 del "Reglamento para la aplicación de acuerdos unitarios" aprobado el 9 de diciembre por la MUD (2010, www.unidadvenezuela.com).

Así, el 10 de febrero de 2010, se promulga un informe de la comisión designada por la Mesa de la Unidad Democrática para analizar la realidad electoral y proponer los métodos de selección de los candidatos unitarios en los distintos estados del país. Este informe concluye que:

> Revisada la situación existente en los 24 Estados del país, hemos llegado a la conclusión de recomendar a la Mesa de la Unidad Democrática que de los 110 candidatos a Diputados a elegir nominalmente, 30 de ellos sean seleccionados por elecciones primarias a realizarse en 8 Estados del país, abarcando 20 Circunscripciones Electorales (MUD, 2010, p.2).

Pero el proceso no era fácil. Ramón José Medina, de la Mesa Técnica de Primarias de la MUD para ese momento, explicaba a la Agencia Reuters que "están participando en la Mesa de Unidad más de 30 organizaciones políticas y sociales. Ponerlas de acuerdo dentro de un proceso democrático no resulta tan fácil como pasa en un partido monolítico donde sólo una palabra basta" (Rondón Espín, P., 2010, Abril 15, www.noticias24.com)

Para el mes de abril, después de las decisiones de las distintas alianzas, el Consejo Nacional Electoral (CNE) convoca formalmente las elecciones parlamentarias para el 26 de septiembre de 2010. Durante esta rueda de prensa también anuncian la realización de elecciones primarias para la oposición el 25 de abril y para el oficialismo el 2 de mayo.

Llegó el 26 de septiembre de 2010, y ambos bloques acudieron a las elecciones con candidatos únicos.

> Con una participación del 66,45%, la oposición se alzó con 62 diputados nominales (60 MUD y 2 PPT), con lo que la oposición es mayoría con 52% de los votos populares. A su vez, quedaron 3 indígenas y 6 diputados por definir. El oficialismo, por su parte, obtuvo un total de 94 diputados (2010, septiembre 26, www.globovision.com)

Después de las elecciones parlamentarias, una vez que la imagen de la MUD estaba consolidada y era conocida, un estudio realizado en el mes de abril del año 2011 por el Instituto Delphos sobre las valoraciones sociales en Venezuela, en su sección III, estudian la pertenencia social de diversas instituciones en el país. Para este momento, la institución Mesa de la Unidad Democrática tiene un mayor índice de confianza en la muestra que hablar de la oposición en general como institución. Así, la percepción del venezolano se encontraba en un punto donde se reflejaban más sobre esta instancia y se identificaban menos al identificarse con la palabra oposición.

3.2 PRIMARIAS DE LA UNIDAD

De acuerdo a un encarte publicado por la organización no gubernamental Súmate las elecciones primarias son:

> Un mecanismo electoral por el cual los votantes de una jurisdicción escogen candidatos para una elección próxima. El fin de este tipo de consultas es lograr que los candidatos de los diferentes partidos

> políticos pasen por un proceso de elección interna, de modo que haya tan solo un aspirante por organización política, reduciendo así el número de candidatos para un proceso comicial. (Asociación Civil Súmate, Encarte Primarias Aragua 2008, p.2)

En América del Norte las elecciones primarias "se han utilizado a partir de 1968. Antes de esta fecha la organización del partido ejercía un grado de control mucho mayor sobre el proceso de nominación…el cual ha quedado en manos de los electores" (Driscoll, Núñez y Castro Rea, 2000, p. 133).

La ONG experta en materia electoral explica que existen dos tipos de primarias: las cerradas y las abiertas.

> Las Primarias Cerradas son aquellas donde sólo pueden participar las personas que previamente se han registrado en el partido u organización que convoca este proceso de elecciones de base.
>
> Mientras que las Primarias Abiertas, como las de Aragua, son aquellas en las que cualquier persona inscrita en el Registro Electoral, sin importar su vinculación o militancia política, pueden participar en la escogencia de un candidato para una elección próxima. (Asociación Civil Súmate, Encarte Primarias Aragua 2008, p.2)

3.2.1 Antecedentes en Venezuela

Las primeras primarias abiertas en Venezuela fueron llevadas a cabo por el partido Copei para seleccionar a su candidato presidencial en el año 1993. Así lo recoge el profesor de la Universidad de Oriente Steve Ellner, quien asegura que este proceso electoral "fue una innovación importante en la democracia partidista interna y creó grandes expectativas. Todos los venezolanos, no solamente los militantes de Copei, tuvieron derecho a votar en estos comicios supervisados por el Consejo Supremo Electoral" (1996, septiembre-octubre, Democracia,

tendencias internas y partidos políticos de Venezuela, *Nueva Sociedad*, 145, 42-54). En esta contienda resultó vencedor Oswaldo Álvarez Paz.

Asimismo, el académico de la UDO reseña que el partido Movimiento Al Socialismo (MAS) también ratificó el método de las primarias abiertas para escoger a sus candidatos al Congreso Nacional en 1993, en el estado Aragua.

Súmate explica que en el siglo XXI, los primeros intentos de organizar elecciones primarias abiertas surgieron en 2004 como complemento al desarrollo del Referendo Revocatorio Presidencial, propuesta que "finalmente no se ejecutó, por falta de decisión política de los actores políticos" (Asociación Civil Súmate, 2011, www.sumate.org).

Igualmente, en el año 2006 esta ONG desarrolló la infraestructura para elegir mediante primarias al candidato que competiría contra el presidente Chávez ese año.

En estas elecciones de base, previstas para el 13 de agosto de 2006, se inscribieron como candidatos Froilán Barrios, Julio Borges, Vicente Brito, Sergio Calderón, Pablo Medita (se retiró el 29 de julio de 2006), William Ojeda, Manuel Rosales, Enrique Tejera París y Cecilia Sosa. (Asociación Civil Súmate, 2006 julio, Monitor Electoral, 13, p.5-6); sin embargo, la contienda no se llevó a cabo "por decisión política de los actores correspondientes que seleccionaron al candidato a través de un acuerdo" (*Ibídem*).

El 27 de julio de 2008 se realizaron elecciones primarias abiertas para elegir al candidato de la oposición para la gobernación del estado Aragua. La cristalización fue "bajo a la administración integral de Súmate", mediante una votación manual en la que participaron 91.181 aragüeños (*up supra*).

Ese mismo año, el 28 de septiembre, los electores del estado Táchira acudieron a las urnas para escoger al candidato opositor a la gobernación, pero en esta ocasión mediante un proceso que contó con el apoyo técnico del Consejo

Nacional Electoral, y en el cual resultó vencedor, con el 44,86% de los votos, César Pérez Vivas, reseña Globovisión (2008, www.globovision.com).

Súmate asegura que la "aceptación de las Primarias encontró su clímax en Venezuela" en el año 2010, cuando tanto la Unidad Democrática, como el Partido Socialista Unido de Venezuela realizaron elecciones de base para escoger a sus candidatos a las elecciones parlamentarias del 26 de septiembre (Asociación Civil Súmate, 2010 abril, Monitor Electoral, 40, p.1).

Los opositores hicieron primarias abiertas el 25 de abril, en 15 circunscripciones de 8 estados del país, organizadas por la Mesa de la Unidad Democrática con la plataforma técnica del Consejo Nacional Electoral (Asociación Civil Súmate, 2011, www.sumate.org).

Por su parte, los oficialistas convocaron elecciones primarias cerradas para el 2 de mayo, organizadas por el CNE, y en las cuales participó el 38% de la militancia inscrita en el PSUV, informó El Universal (2010, www.eluniversal.com).

Además de estas consultas, en 2010 también se realizaron el 31 de octubre primarias para escoger al candidato de la Unidad a la alcaldía de Maracaibo, resultando vencedora Eveling Trejo de Rosales (2010, www.eluniversal.com).

3.2.2 Camino a las Primarias Presidenciales de la Unidad

El 13 de abril de 2011 el secretario general de la Mesa de la Unidad Democrática, Ramón Guillermo Aveledo, se dirigió al país para informar que los miembros de la MUD acordaban realizar elecciones primarias el 12 de febrero de 2012, para elegir al candidato presidencial de las fuerzas opositoras que se mediría en los comicios nacionales (Vásquez Benítez, M., 2011, www.eluniversal.com).

El diario El Universal señalaba que "destacaron las posiciones en contra del 12 febrero como fecha de la primeras de partidos como Primero Justicia, Causa R,

Podemos, por considerar que el tiempo era corto", es decir, muy cercano a las elecciones presidenciales del 7 de octubre (*Ibídem*).

"El órgano rector y la instancia superior de la administración de las elecciones primarias" sería la Comisión Electoral de Primarias (CEP), se estableció el 14 de junio de 2011 en el Reglamento que regiría sus funciones.

En dicha documento también se normó que el 12 de febrero de 2012, también se seleccionaría a "los candidatos a gobernadores y alcaldes… por elecciones primarias del estado o municipio respectivo, salvo en los casos en que se produzca un acuerdo unitario en torno a una determinada candidatura" (CEP, 2011, *Reglamento de la Comisión Electoral de Primarias*, p.6)

En total, un candidato a Presidente de la República, 18 candidatos a gobernadores de estado, y 275 candidatos a alcaldías serían electos en las elecciones primarias del 12 de febrero, anunció Aveledo luego de que se completara el mapa electoral con las candidaturas por consenso (2011, www.eluniversal.com).

3.2.3 Los candidatos

El martes 1 de noviembre se abrió la postulación de candidatos a ser el abanderado presidencial de la Unidad. El proceso de con Leopoldo López (Gómez, E., 2011, www.eluniversal.com), seguido por María Corina Machado, quien inscribió su candidatura independiente con el respaldo de "casi 200 mil firmas" (2011, www.eluniversal.com), informó El Universal.

El gobernador de Miranda, Henrique Capriles Radonski registró su postulación el día miércoles 2 (Gómez, E., 2011, www.eluniversal.com), mientras que el jueves 3 de noviembre lo hizo el gobernador del Zulia, Pablo Pérez, respaldado por ocho partidos políticos (*Ibídem*).

Igualmente, el día del cierre de postulaciones, también se inscribió por iniciativa propia el ex alcalde de Caracas, Diego Arria, y el ex diputado Pablo Medina, quien no cumplió con la totalidad de los requisitos establecidos en el Reglamento de la Comisión Electoral de Primarias, específicamente el artículo 12 referido al costo de las elecciones primarias, que señala que "los precandidatos postulados por partidos políticos y los precandidatos postulados por iniciativa propia contribuirán a sufragar los costos de las elecciones primarias" (CEP, 2011, p.5), registró el diario El Universal (2011, www.eluniversal.com).

Además de estos seis aspirantes que se inscribieron a las primarias, hubo otros precandidatos que se retiraron de la contienda. El dirigente político Eduardo Fernández hizo pública su dimisión mediante un comunicado difundido el 30 de octubre, mediante el cual aseguró que seguiría "llevando su mensaje de unidad para la construcción de la Venezuela que todos deseamos y a la cual apostamos" (2011, *Eduardo Fernández declina su candidatura a las Primarias*, Caracas).

Asimismo, el alcalde metropolitano Antonio Ledezma anunció en rueda de prensa su declinación a medirse en las primarias, pero dejando claro su disposición de ponerse "a la orden de todos los aspirantes de la candidatura de la unidad" (Díaz, S. y Giusti, R., 2011, www.eluniversal.com).

Por último, la ex magistrada de la Corte Suprema de Justicia, Cecilia Socia, confirmó su retiro el mismo día que le correspondía inscribir su candidatura, asegurando que no había logrado recaudar los fondos necesarios para cancelar la cuota exigida por la Comisión Electoral de Primarias (2011, www.ultimasnoticias.com.ve).

"Luego de revisar la documentación consignada, la Comisión Electoral de Primarias aprobó las candidaturas de Leopoldo López, María Corina Machado, Henrique Capriles Radonski, Pablo Pérez y Diego Arria", informó el 8 de noviembre la Mesa de la Unidad (2011, www.unidadvenezuela.org). La postulación de Pablo Medina no fue admitida "por cuanto ni en el momento de su postulación ni en las 48 horas subsiguientes fue consignado el comprobante de depósito de

cheque de gerencia ni depósito en efectivo de la cantidad estimada por la CEP como contribución para la participación en las Primarias" (*Ibídem*).

Sin embargo, el 18 de noviembre, luego de que ya se había realizado el primer debate entre los candidatos admitidos para medirse en las primarias, la Comisión Electoral de Primarias informó que analizó el recurso de reconsideración introducido por Pablo Medina el día 7 de dicho mes, y al respecto:

> La CEP consideró en su reunión de hoy el planteamiento y compromiso de Pablo Medina, analizando las consideraciones del caso y tomando en cuenta la necesaria apertura y espíritu participativo de la Mesa de la Unidad Democrática, y decidió admitir su postulación como precandidato a la presidencia de la República de la elecciones primarias de la Unidad Nacional a celebrarse el 12 de febrero del 2012 (MUD, 2011, www.unidadvenezuela.org).

3.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN VENEZUELA

El 15 de noviembre de 1953 sale al aire Radio Caracas Televisión. Aunque este no fue el primer canal en emitir su señal, sí es conocido como el pionero de Venezuela. Meses antes, en el canal 4 se vio la imagen de Televisa, pero en 1961 esta televisora sufre una crisis económica y es adquirida por el empresario Diego Cisneros, y la transforma en Venevisión.

En 1964 comienza sus transmisiones la Cadena Venezolana de Televisión, a través del canal 8, el cual en un principio funcionó como un medio de capital privado, pero posteriormente pasó a manos del Estado venezolano.

Grosso modo, así fue el inicio de la televisión en el país, industria que tuvo su auge en los años 80, explican Pellegrino, Cañizález y Aguirre (1999). Los autores describen cómo en esta década se regionalizó la televisión venezolana.

> La década está precedida por la experiencia comunitaria de Teleboconó, en Boconó, que es motorizada por un grupo de ciudadanos desde el año 1979. La Televisora Andina de Mérida (TAM) fue fundada en septiembre de 1982 y depende de la Arquidiócesis de Mérida, que también posee una emisora y un diario.
>
> Amavisión (Puerto Ayacucho) se fundó en 1983, tiene una programación de varias horas y no es un canal comercial. Por su parte Telecaribe cubre los estados Nueva Esparta, Anzoátegui, Sucre y Monagas y comenzó sus transmisiones en 1989. A finales de ese año fue creada también la Televisora Regional del Táchira, y tres años más tarde fue entregada una concesión a la Arquidiócesis de Maracaibo, que dio pie a Niños Cantores TV, que luego se extendió a Barquisimeto y Valencia, con señales propias en esas dos ciudades (p.19)

En 1988 sale al aire en Caracas, por el canal 10, Televén, televisora fundada por el empresario Omar Camero. En poco tiempo, esta señal se amplió, llegando a otros estados del país.

La década siguiente estuvo marcada por la expansión las televisoras a las bandas UHF del espectro electromagnético. Estas nuevas televisoras tuvieron como característica común la especialización de sus contenidos. Globovisión en el canal 33, Meridiano Televisión en el 39 y Puma TV, canal 57, se posicionaron como los canales de noticias, deportes y musical, respectivamente.

Los académicos destacan que en los cuarenta años entre 1958 y 1998 “los medios masivos de comunicación tuvieron en Venezuela un crecimiento vertiginoso”, (*ibíd.*).

Pellegrino, Cañizález y Aguirre registran que en Venezuela existían 75 diarios, 163 emisoras de radio y 23 estaciones de televisión en 1990.

Sobre la prensa, en el estudio citado anteriormente, los investigadores tabulan que para 1996 el diario con mayor tiraje era Últimas Noticias, con una venta de 350.000 ejemplares mensualmente, seguido por Meridiano, diario deportivo que alcanzaba los 300.000 impresos, y 2001, con 260.000; estos dos últimos pertenecientes al grupo editorial Bloque de Armas.

El diario El Mundo, que para la fecha era un vespertino, era el cuarto con mayor tiraje mensual, seguido por los reconocidos El Universal y El Nacional, con 240.000 y 95.000 impresos, respectivamente.

3.3.1 Los medios y el ascenso de Chávez

Los años 90 inician en medio de una crisis social, económica y política, la cual llega a su punto de ebullición con las revueltas del 27 de febrero de 1989, y los intentos de golpe de estado del 4 de febrero y 27 de noviembre de 1992; ambos fracasados.

La periodista Mirtha Rivero (2011) recoge testimonios que dan cuenta de la realidad que se vivía para la fecha. “En los últimos dos años (…) habían ocurrido más de cien huelgas, las manifestaciones estudiantiles habían recrudecido, los ahorros del Estado se habían agotado y en todo el territorio escaseaban alimentos. El escenario no podía ser más tercermundista y desalentador” (p.55)

“Esta cadena de acontecimientos puso en evidencia el agotamiento del modelo político-económico que funcionó durante más de treinta años, e impactó significativamente en la estructura de poder dominante en el país”, como los partidos políticos, sostiene Agrivalca Canelón, Doctora en Comunicación Organizacional de la Universidad de Málaga (1996, p.13).

Al respecto, el historiador Manuel Caballero (1998) concluye que a partir de estos eventos “se inicia un proceso de cambios que dan cuenta sobre todo de la obsolescencia de las instituciones viejas ya de cuarenta años”. (p.169)

Canelón explica que “frente a la lógica de representación que no cumplen los políticos, los medios masivos se convierten en el espacio ideal para la escenificación de lo sociopolítico…proporcionando al ciudadano común la referencia social que éste no encuentra en las organizaciones tradicionales” (1996, p.14)

> El político ya no mira en forma directa, cara a cara. Lo hace a través de los medios de comunicación y por intermedio del periodista y/o de la imagen. El medio, el profesional de la comunicación y la imagen se han convertido en los mediadores sociales y tecnológicos de la construcción política actual (Pasquale y Bisbal, 1995, p.159)

En medio de los alzamientos fallidos de 1992 se dio a conocer Hugo Chávez, líder de la intentona golpista del 4 de febrero. Tras su detención, se le permitió dirigirse al país.

“Contó con televisoras y radios nacionales como amplificadores de su discurso. Contó además con el país entero como auditorio”, recuerda Rivero (2011, p.224) sobre el momento en el que el militar golpista exclamó su “por ahora”.

En marzo de 1993 el presidente Rafael Caldera firma un indulto que saca de la cárcel a Chávez. El Teniente Coronel rebelado comienza a recorrer el país y se suma a la carrera por la Presidencia de la República, comicios a realizarse en diciembre de 1998.

El periodista Juan Carlos Zapata (2000) reseña el comportamiento de los editores en dicha campaña electoral:

> Por primera vez los medios de comunicación no apoyaban directamente ninguna de las candidaturas de AD y Copei. En este sentido, abundan ejemplos:
>
> El Grupo El Nacional respaldaba a Hugo Chávez, aunque la revista Primicia, propiedad de esta organización editorial, se inclinaba hacia

Salas Römer. Así es la Noticia, el diario popular del Grupo El Nacional, respaldaba también a Chávez.

La Organización Cisneros apoyaba también a Hugo Chávez, aunque hacía esfuerzos porque en Venevisión se conservara un equilibrio hacia el resto de las opciones y en particular hacia Alfaro Ucero.

El Grupo 1BC [RCTV y RCR] estaba abiertamente con Salas Römer, aunque al perder éste las elecciones, se volcaron en alabanzas y grandes espacios al mandatario electo, Hugo Chávez, en un intento de remediar culpas.

El Universal se ubicó abiertamente a favor de Salas Römer.

La Cadena Capriles, como vivía un conflicto sucesoral por la herencia del desaparecido editor Miguel Ángel Capriles Ayala, conserva un equilibrio obligado, a pesar de que la viuda del empresario, Magaly Canizzaro, buscaba acercamientos con la hija de Luis Miquelena, Sonia Miquelena de Cárdenas, como último recurso en caso de ganar Chávez, alcanzar el apoyo del futuro gobierno en el lío judicial.

El canal 10, Televén, estaba con Chávez y Alfaro Ucero. Hasta el último momento el dueño de esta estación televisora, Omar Camero, apoyó al caudillo de AD. Cuando éste ya no era candidato, no existían razones para seguir al lado de la opción adeca. Camero entonces se colocó en un punto neutral, pero sus hijos, Martín y Omar Gerardo, declararon su respaldo a Chávez. La presencia de José Vicente Rangel, Carlos Croes y su socio Tobías Carrero, ayudaron a que Televén conservara el acercamiento hacia Chávez.

Globovisión y el diario El Globo, propiedades del banquero Nelson Mezerhane, movían sus respaldos entre Irene, Alfaro y por último Salas Römer (…) Hay que destacar sin embargo que el diario El

> Globo, en sus comienzos, fue uno de los grandes propagandistas de los golpistas del 4 de febrero de 1992.
>
> El Bloque De Armas y sus periódicos apoyaron sin máscara alguna la candidatura de Salas Römer, y siempre estuvo en contra de las opciones de Chávez y Alfaro Ucero.
>
> El grupo editorial de Rafael Poleo, El Nuevo País y la revista Zeta, fueron en cambio grandes apoyos editoriales de Alfaro Ucero.
>
> En regiones importantes como el Zulia, el diario Panorama respaldó la candidatura de Alfaro Ucero, hasta el último momento. Después, la de Salas Römer (…) En cambio el novel periódico La Verdad, respaldaba a Hugo Chávez y a Arias Cárdenas.
>
> En Barquisimeto, El Impulso y El Informador siempre estuvieron con Salas Römer. En Maracay, El Siglo y El Aragüeño, con Hugo Chávez. En Valencia, El Carabobeño, con Salas Römer.
>
> En Bolívar, el Correo del Caroní sí había cuadrado con Alfaro Ucero (p.129)

La noche del 6 de diciembre de ese año, el Consejo Supremo Electoral anuncia que el militar golpista triunfa en los comicios con el 56,20% de los sufragios, y a pesar del apoyo que obtuvo por parte de importantes grupos editoriales, estas buenas relaciones no se mantendrían por mucho tiempo.

> Meses después, el Presidente, en plena campaña electoral por el referéndum aprobatorio de la nueva constitución, aludió despectivamente a El Universal y sus dueños (…) Todos los medios y sus dueños recibieron el plomo verbal del mandatario: El Nacional, la Cadena Capriles, el Bloque de Armas. Evidente, a El Universal no le gustó la mención pública y desde entonces arreció sus críticas al gobierno de Chávez, (Zapata, 2000, p.38).

Bisbal (2012) explica que este distanciamiento se da, entre otras razones, porque los medios serían quienes le hicieron frente a los cambios radicales que el mandatario electo realizaba.

> Desde sus inicios el presidente Hugo Chávez Frías, como principal actor y comunicador privilegiado, inició todo un proceso de reestructuración del país. Algunos han llamado a ese proceso "la ola de resignificación democrática". Se empezó a dar una nueva "racionalidad política" del aparato del Estado de cuño realmente autoritario, aunque no del todo visible desde sus inicios (…) En esos primeros años el único actor que se opuso férreamente a los giros del cambio que se estaban dando fueron las comunicaciones privadas/comerciales del país.
>
> (…) Allí arrancó la polarización política que encontró en los *massmedia* de la vida colectiva del país, ante la ausencia y vaciado de los partidos políticos, el escenario privilegiado para la confrontación política (*ibíd*., p.2)

3.3.2 La "hegemonía comunicacional"

"Los medios de comunicación son enemigos de la revolución". De esta manera Hugo Chávez retaría a las televisoras, radios y periódicos en octubre de 2001.

Sin embargo, ya desde 1999 la ONG Provea, en la sección Derecho a la libertad de expresión e información de su Informe Anual, alertaba que la relación del Presidente con los medios estaba "caracterizada por las críticas públicas y abiertas sobre titulares y el tratamiento de algunas noticias en los medios de comunicación social" (p.2)

Esta situación también fue denunciada por el movimiento Amnistía Internacional, el cual aseguró que "el ejercicio de la libertad de prensa en

Venezuela se encuentra amenazado" (julio 2000), destacando que como consecuencia de las reiteradas presiones por parte de funcionarios del Estado, para la fecha ya se habían producido "la salida del director de un importante periódico, el cierre de un espacio radial y una columna en un diario local y el cese de la transmisión de dos espacios televisivos" (*ibíd.*)

Y a medida que el clima político se caldeaba más, los ataques a los medios de comunicación también aumentaban. El año 2002 fue un ejemplo de eso:

> Existió un amplio y elocuente debate de ideas; existió la posibilidad de expresar controversias, incluso cometiendo excesos en el ejercicio del derecho. Sin embargo, se registró un aumento de las agresiones físicas y ataques a comunicadores y medios por parte de particulares y desconocidos, la mayoría de las cuales permanecen impunes (Provea, 2002, p.1)

Carlos Correa y Andrés Cañizález (2004) resumen, en el Informe 2003 de Espacio Público, las consecuencias de esta conflictividad política ha tenido en el ejercicio de la libertad de expresión e información.

> El conflicto político con expresiones violentas que atraviesa a la sociedad venezolana tiene repercusiones en el espacio de los medios de comunicación, que se constituye en reflejo catalizador de la confrontación. La exacerbación de la diatriba y la polarización de la sociedad están afectando la posibilidad de un ejercicio del derecho a la libertad de expresión, que permita el encuentro de los valores comunes de la sociedad venezolana conflicto trae consigo la necesidad de acentuar la diferencia y los actores refuerzan sus posiciones negando al otro la cualidad misma de persona humana. Este hecho afecta la posibilidad de asumir la diversidad, en este caso política, y se arremete contra los profesionales de la comunicación, especialmente cuando realizan tareas de reporterismo, impidiendo en muchos casos el acceso a la información. Con ello se afecta el

> trabajo de los profesionales del periodismo y el derecho de los ciudadanos a conocer los hechos y sus distintas versiones (p.9)

La asociación civil Espacio Público, en conjunto con la Fundación Konrad Adenauer y el Instituto Prensa y Sociedad, ha registrado desde 2002 las violaciones la libertad de expresión e información, dentro de las que se incluyen agresiones, ataques, amenazas, censura, restricciones legales, hostigamientos verbales y judiciales, intimidación, restricciones administrativas, e incluso la muerte.

De acuerdo a los datos recogidos por la ONG, 2004 ha sido el año con mayor cantidad de hechos que afectaron la libre expresión durante el gobierno de Hugo Chávez, alcanzando las 305 violaciones (Correa, 2011, p.11).

Bisbal explica que este aumento en las limitaciones al libre ejercicio de los medios y los periodistas se da porque, luego de los hechos de 2002, “el gobierno se percató de la ausencia de una política comunicacional capaz de contrarrestar a los medios (…) se puso en evidencia el deterioro de los pocos medios de comunicación en manos gubernamentales y su escaso alcance e impacto” (2012, p.10)

> [A partir de 2002] se han venido expresando formalmente todo un conjunto de medidas que llamaría de carácter estructural –creación de nuevos medios como aparatos del gobierno- y de carácter jurídico/político –resoluciones, decretos, normas y leyes que tocan a los medios de forma directa o indirecta- que conforman lo que podríamos denominar la política comunicacional del régimen (*ibídem*, p.11)

Bien lo explicó el ex viceministro de Relaciones Exteriores, William Izarra, el 8 de enero de 2007: "nuestro socialismo necesita una hegemonía comunicacional y todas las comunicaciones tienen que depender del Estado como bien público" (Theis, R., 2007, mayo 28, www.eluniversal.com)

El investigador Marcelino Bisbal recoge lo que ha sido el avance del Estado en la creación de nuevos medios y la toma de otros bajo su control: “el Estado ha ido construyendo una plataforma de medios que no tiene precedentes ni en Venezuela, ni en América Latina” (2012, p.13).

> A lo largo de una década el gobierno cuenta con una red de cinco canales de televisión: Venezolana de Televisión (VTV), Vive TV, Ávila TV, TEVES y Telesur (…) Pudiéramos incluir al canal de la Asamblea Nacional (Asamblea Nacional TV – ANTV), pero está adscrito al Poder Legislativo, aunque su programación responde a la posición del gobierno y el partido PSUV.
>
> En el sector de la radio nos encontramos con el circuito Radio Nacional de Venezuela (RNV) que cuenta con 11 estaciones transmisoras de amplitud modulada a lo largo de todo el territorio nacional (…) El circuito YVKE Mundial que alcanza a todo el país por intermedio de YVKE Mundial Caracas (550 AM), Mundial Zulia (1070 AM), Mundial Los Andes (1040 AM) y Mundial Margarita (1020 AM); Radio Tiuna 106.1 FM de la Fuerza Armada Nacional. Hay que mencionar también a Radio Sur, hermana de Telesur (…) La Agencia Venezolana de Noticias (AVN) que no sólo tiene corresponsalías en todo el territorio nacional, sino que también se ha extendido hacia ultramar (*Ibíd.*)

El académico de la UCAB concluye que medidas como la no renovación de la concesión de RCTV, la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, y otras leyes que impactan al sector de las comunicaciones conforman “las bases de una comunicación autoritaria, que es una nueva forma de comunicación en donde el *control social* está presente combinando la represión jurídica, la represión impositiva, la represión publicitaria e incluso estableciendo mecanismos de supresión de libertad de expresión” (Bisbal, 2012, p.18).

IV. MARCO REFERENCIAL

4.1 DEBATES ELECTORALES EN EL MUNDO

Cuando se habla de debates electorales en Venezuela, gran parte de la referencia que se tiene proviene del mundo occidental, donde a pesar de las distintas variables que han podido asumir en torno a las formas de gobierno, los Estados se rigen por sistemas democráticos.

Al dividir las zonas en el mundo occidental que tienen mayor influencia en Venezuela, nos encontramos con tres realidades distintas: América del Norte, América Latina y Europa. Entre las referencias más desarrolladas en cuanto a debates electorales, encontramos que destacan tres países: Estados Unidos, Perú y España.

En América del Norte, Estados Unidos fue el primer país del mundo que desarrolló el debate televisado como evento electoral cuando, cuando John F. Kennedy y Richard M. Nixon se enfrentaron a las cámaras en 1960, atrayendo a más de 70 millones de espectadores, registra Ted Sorensen, entonces asesor de Kennedy (2010, www.nytimes.com). Desde entonces, se han desarrollado y profundizado de tal forma que ya son vistos como una institución, convirtiéndose hoy en día en uno de los factores más destacados dentro de una contienda, y siendo un trámite obligado en el periodo electoral.

Por su parte, en Latinoamérica, Perú comenzó con esta práctica desde hace 46 años. Hoy en día, eventos como estos que comenzaron siendo municipales, para la alcaldía de la capital, han llegado a realizarse ya en cuatro oportunidades ante elecciones presidenciales, convirtiéndose en una práctica en dicha nación y extendiéndose a otros países de la región.

En países europeos, como Alemania, Italia o Portugal resulta impensable que no ocurran debates electorales. A pesar de la poca trayectoria que tiene España en comparación a estos países europeos, las mayores referencias que

han llegado a Venezuela provienen de este país debido al nexo histórico que se tiene, al lenguaje y a la cultura, que es mucho más cercana a la venezolana.

4.1.1 Debates electorales en Estados Unidos

Estados Unidos es reconocido por muchos autores y por gran parte de la prensa mundial como el país que dio comienzo esta técnica. Los debates electorales son para este país, más que una herramienta, una tradición. El periodista del diario español El País, Antonio Caño, considera que los debates empezaron a formar parte de la política de Estados Unidos desde el siglo XIX, convirtiéndose en un elemento de las campañas presidenciales.

Para Caño, el momento donde estos eventos alcanzaron una influencia tan grande que llegaron a trascender hasta la fecha, fue en el año 1960 cuando Richard Nixon y Jhon Kennedy debatieron cuatro veces, por primera vez en televisión. Nixon no se pudo recuperar del impacto negativo que sufrió en el primero.

> El célebre debate en el que el senador demócrata apareció joven y optimista, mientras que el vicepresidente republicano, varonilmente contrario al maquillaje, se vio perjudicado por la imagen sombría que le confirió su mal afeitado, aquella famosa sombra de la cinco de la tarde (2011, www.elpais.com)

En el texto se explica que de este primer debate surgieron efectos letales y múltiples dificultades legales que no dejaron que se realizaran mas debates hasta el año 1976.

> Los debates de candidatos tienen una larga historia en la política americana. A cualquier nivel de gobierno –desde el ayuntamiento hasta la legislatura estadal, desde el Congreso hasta la Presidencia de los Estados Unidos– los candidatos participan en debates

ayudando a los votantes a entender quién y qué representan. (Traducción propia, Liga de Mujeres Votantes, 2008, www.lwv.org)

El Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) explica en el portal web de su proyecto "Agenda Presidencial", que muchos países regulan la organización de debates, sin embargo, "aunque los debates son una tradición arraigada al sistema político norteamericano, no existe ley que obligue a los candidatos presidenciales a debatir" (2012, http://www.agenda-presidencial.org). Pese a esto, aclaran que la ley sí regula las organizaciones que pueden llevar a cabo estos eventos.

El centro reseña que para el primer debate, el Congreso sancionó una ley para garantizar la igual previsión de tiempo para cada uno de los candidatos.

De acuerdo con las normas que regulan las elecciones, "solamente las organizaciones no lucrativas que están exentas de impuestos de acuerdo con las leyes fiscales y que no apoyan, favorecen, mantienen o son oponentes de candidatos, o partidos políticos, pueden llevar a cabo debates" (2012, http://www.agenda-presidencial.org). Desde la implantación de esta normativa, los mismos organizadores son quienes se encargan de definir los criterios para incluir o excluir a determinados candidatos en los debates.

Estados Unidos cuenta con una organización que se ha encargado durante los últimos años de hacer de la realización debates electorales, una práctica continua y recurrente. El portal web de la Comisión de Debates Presidenciales de los Estados Unidos publica cronológicamente los organizadores que han llevado a cabo estos eventos desde, el año 1960 que fue la primera vez que se transmitió por televisión. La comisión posee registro de debates anteriores pero que fueron realizados en localidades sin transmisión alguna o fueron transmitidos por radio.

El primer debate televisado en 1960 fue organizado por las cadenas de televisión American Broadcasting Company (ABC), CBS Broadcasting Inc y National Broadcasting Company (NBC).

Después de 16 años, cuando se reanuda la práctica de estos encuentros, el portal web de la comisión de debates registra que para el año 1976, la Liga de Mujeres votantes llevó a cabo la organización de los debates que se dieron durante ese año electoral. Según el registro, la organización llevó la organización de estos eventos durante las siguientes dos elecciones en el año 1980 y el 1984.

El diario New York Times publica el 19 de febrero del año 1987 una de las noticias más importantes de la historia de los debates electorales: los dos partidos mayoritarios habrían creado una comisión bipartidista para patrocinar debates presidenciales durante la campaña del año electoral 1988. El artículo menciona que desde el momento del pronunciamiento, La Liga de Mujeres Votantes respondió fuertemente anunciando planes para celebrar los debates de ese año.

Ya para el año 1988, la presidenta de la Liga de Mujeres Votantes de los Estados Unidos, Nancy M. Neuman, comunica el retiro de la organización para patrocinar y organizar los debates electorales de ese año: “la Liga de Mujeres Votantes retira su patrocinio del debate presidencial prevista para mediados de octubre debido a las demandas de las dos organizaciones de campaña sería cometer un fraude contra el votante estadounidense” (1988, www.lwv.org).

De acuerdo a la nota publicada en el portal web de la organización, Neuman expresó que los partidos de los candidatos querían que los debates carecieran de sustancia, espontaneidad y respuestas honestas a preguntas difíciles, sentenciando que "la Liga no tiene ninguna intención de convertirse en un accesorio de la de engañar al público estadounidense" (*ibídem*).

El New York Times recabó las declaraciones de los presidentes de los dos partidos, quienes expresaban que los demócratas y los republicanos buscan con esta medida “institucionalizar los debates y fortalecer el papel de los partidos políticos en el proceso electoral” (1987, www.nytimes.com).

El principal elemento que recalca el artículo es la participación de terceros en estos debates. Para los representantes de los dos partidos mayoritarios no existía participación de otros en estos debates organizados por esta nueva

comisión, mientras que la presidenta de la Liga de Mujeres Votantes consideraba que la organización que representaba estaba a cargo de estos eventos justamente por la necesidad de asegurar y tomar como legítimos a terceros candidatos.

Desde ese año hasta los momentos, la comisión de debates ha llevado la organización de los debates a la Presidencia y a la Vicepresidencia de la República, relevando totalmente a la Liga de Mujeres Votantes de los Estados Unidos.

> La Comisión de Debates Presidenciales (CDP) se estableció en 1987 para asegurar que los debates, como una parte permanente de cada elección general, proporcionen la mejor información posible a los espectadores y oyentes. Su objetivo principal es promover y producir debates para los candidatos a la presidencia y vicepresidencia de los Estados Unidos y llevar a cabo investigaciones y actividades educativas relativas a los debates (Traducción personal, www.debates.org)

Es su página web la comisión se define como una organización no lucrativa ni partidista que tiene en sus registros el patrocinio de los debates a la presidencia y a la vice presidencia de los años 1988, 1992, 1996, 2000, 2004 y 2008.

4.1.2 Debates electorales en Perú

En la historia de Perú, el desarrollo de los debates municipales posee una referencia mucho más extensa que los debates para elecciones presidenciales, teniendo innovaciones y metodologías diferentes al pasar los años.

El diario peruano El Comercio expone lo que fue el primer debate realizado en este país en periodos electorales. Para el periodista Miguel García Medina este evento se dio gracias a la influencia que habían tenido del primer debate

televisado en Estados Unidos seis años atrás, donde considera que el éxito mediático que tuvo este, puso a los políticos peruanos a probar esto.

El primer encuentro se dio en el marco de las elecciones municipales de Lima del año 1966 entre Luis Bedoya Reyes (con una gestión previa) y Jorge Grieve. El debate se realizó en la sala Alzedo en el centro de lima, fue transmitido por los canales 4 y 5, y moderado por el Presidente de la Federación de Periodistas del Perú, ente organizador del evento.

> Los registros periodísticos coinciden en que el match -que duró una hora y cuarto- fue parejo; de ida y vuelta, como dirían hoy los relatores de futbol, pero que el dominio de escenario y la facilidad de palabra de Bedoya opacaron “el rollo” técnico que expuso Grieve. Los comicios fueron ganados por el primero (2010, www.elcomercio.pe).

El autor explica que después de este primer debate llegó la dictadura militar que los privó de realizar eventos como esto, pero aún así, al recuperar la democracia, este país siguió manteniendo estos encuentros como una fórmula electoral.

Después de realizar el primer debate entre dos participantes, se realizó una nueva metodología, catalogada por García como el multidebate. En este participaron, en un llamado “todos contra todos”, cuatro candidatos: Alfredo Barnechea (APRA), Richard Amiel (PPC), Alfonso Grados Bertorini (Acción Popular) y Alfonso Barrantes Lingán (Izquierda Unida). El comunicador destaca que parte de la exposición de planes de gobierno, surgió la polémica en el debate. "El tono pausado y el humor provinciano del candidato Barrantes hicieron clic con los televidentes de aquellas épocas. Finalmente, el candidato de Izquierda Unida se llevó el triunfo" (*ibíd*.).

Seguidamente, se desarrollaron debates para la misma alcaldía en los año 1986 y 1995, donde la campaña electoral, ya estaba llena de herramientas de

mercadeo electoral, como las encuestas y las frases que identificaban a los candidatos, reporta El Comercio.

Para Noviembre de 2002 hubo una variante en la locación de estos eventos electorales a la alcaldía de Lima, ya que el encuentro se realizó en un espacio abierto. "El 10 de noviembre del 2002 la contienda fue en medio de los arenales de Manchay, entre el alcalde Alberto Andrade Carmona de Somos Perú y Luis Castañeda Lossio de Unidad Nacional, y estuvo condimentada de múltiples ataques y contraataques" (*ibíd*.).

En el año 2010, la última referencia de debates municipales realizado en Perú tuvo una variable distinta. Según el portal web de Programas del Perú, para estas elecciones las dos candidaturas mayoritarias pertenecían a dos mujeres y por primera vez se enfrentaban en un debate municipal, un hecho relevante para la historia del país. La prensa esta vez jugó un gran papel después del debate y en la formación de la opinión pública. El portal web de la red de emisiones de radio y el diario Los Andes titulaban "Lo mejor del debate entre Lourdes Flores y Susana Villarán" (2010, http://www.rpp.com.pe) y "¿Quién ganó el debate entre Susana Villarán y Lourdes Flores?" (2010, http://www.losandes.com.pe), respectivamente, resaltando las frases más destacadas del encuentro, el resumen de las propuestas y el rol de cada uno de las candidatas en el debate.

En la historia de Perú, el desarrollo de los debates municipales posee una referencia mucho más extensa que los debates ante elecciones presidenciales teniendo distintas innovaciones y metodología al pasar los años. Se puede ver la práctica recurrente de los debates en la Alcaldía de Lima donde incluyen a los representantes de los partidos inscritos y no es un sistema bipartidista de los dos partidos mayoritarios como el de Estados Unidos o España.

Veinticuatro años después del primer debate municipal, se desarrolló el primer encuentro para las elecciones presidenciales del país. El diario El Comercio expone en un artículo titulado "Los debates presidenciales que

marcaron nuestra historia política" (2011, www.elcomercio.pe) los cuatro debates que se han realizado en este país.

El primer debate presidencial se realizo en el año 1990, un 3 de junio, cuando Mario Vargas Llosa se enfrentó con Alberto Fujimori. Se llevó a cabo en el Centro Cívico de Lima, duró dos horas con 30 minutos y su moderador fue Güido Lombardi.

El segundo debate fue el 18 de mayo del 2001 entre Alan García y Alejandro Toledo. Este se realizó en el hotel Marriot, se extendió durante una hora y 40minutos, y el moderador fue nuevamente el periodista Lombardi.

El tercer encuentro se realizaría cinco años después, el 21 de mayo del 2006, nuevamente con la participación de Alan García pero esta vez contra Ollanta Humala. Tuvo lugar en el Museo de Antropología, Arqueología e Historia del Perú, en Pueblo Libre y duró de una hora con 18 minutos. "En esta ocasión el moderador fue el periodista Augusto Álvarez Rodrich, quien tuvo que retirar una banderita del Perú que Humala colocó sobre su atril" (*ibíd*.).

El último debate presidencial, en el año 2011 se desarrollo en un ambiente electoral de incertidumbre.

> Ante el empate técnico que a la luz de las últimas encuestas existe entre Keiko Fujimori y Ollanta Humala, el debate electoral que Perú vive esta noche se convierte en un 'round' decisivo en la encarnizada lucha que ambos candidatos enfrentan para llegar a la presidencia (2011, www.elmundo.es).

Esta vez, el organizador del debate fue el Jurado Nacional de Elecciones, (JNE), máximo órgano electoral de Perú. "El Jurado Nacional de Elecciones (JNE) organizará dos debates para la segunda vuelta electoral: uno entre los candidatos presidenciales Ollanta Humala y Keiko Fujimori y otro entre los equipos de plan de gobierno de Gana Perú y Fuerza 2011" (2011, www.elcomercio.pe).

El portal web del diario Los Andes reseñó el encuentro de la siguiente manera:

> El debate presencial realizado ayer en las instalaciones del Hotel Marriot, no permitió despejar las dudas, no hay un ganador absoluto, ambos coincidieron en algunas propuestas y hubo muchos puyazos. Ollanta Humala Tasso mostró solidez en las propuestas y Keiko Fujimori Higuchi manejó mejor el escenario por su fluidez. El debate duró una hora y 20 minutos (2011. www.losandes.com.pe).

4.1.3 Debates electorales en España

A diferencia de Estados Unidos y Perú, España no posee una larga tradición en cuanto a debates electorales presidenciales, siendo un país que solo ha celebrado cinco encuentros en su historia, y únicamente han tenido lugar en el contexto de tres procesos electorales: 1993, 2008 y 2011.

> Once elecciones generales y tres debates televisados entre los candidatos a La Moncloa. La cifra evidencia la escasa tradición en nuestro país de los cara a cara y la reticencia histórica de los políticos patrios a enfrentar sus ideas en directo ante una audiencia de millones de espectadores (2011, www.elmundo.es).

La cadena española La Sexta difundió en 2008 un programa especial sobre los debates electorales entre Felipe González y José María Aznar, realizados en el año 1993.

Según el programa, que contó con la opinión de los moderadores, los asesores y los realizadores que participaron en dichos debates, para las elecciones de 1989 ya se tenían iniciativas para promover un encuentro entre los dos candidatos de esa época, mostrándose el Partido Socialista Español (PSOE) a favor de esta idea. Sin embargo, no se logró concretar.

Miguel Ángel Rodríguez, director de comunicaciones del Partido Popular (PP), consideró que durante ese momento el Partido Socialista era tan hegemónico que nadie se planteaba un debate en televisión. Para Rodríguez, los debates se plantean en España como una necesidad por las nuevas televisoras y por una rivalidad visible en las elecciones que surgieron cuatro años después entre Gonzales y Aznar.

El programa especial enmarcó todo el desarrollo de los primeros dos encuentros realizados en torno a las elecciones del año 1993, los cuales se llegaron a concretar tras la negociación y firma de los partidos políticos de cada parte.

El primer debate de ese año resultó de una iniciativa del canal de televisión Antena 3. Manuel Campos Vidal, director general de la planta en ese momento, se dirige a los dos partidos en una carta para pedir un debate a la presidencia. La cadena había hecho previamente debates sectoriales, pero nunca un debate entre los dos aspirantes a la presidencia de España.

Con la moderación de Campos Vidal se comienza a promocionar el primer debate presidencial como "El debate más esperado, el futuro de España se decide en televisión", el cual se realizaría el 24 de mayo entre los candidatos José María Aznar como representante del PP y Felipe González como líder del PSOE.

Una semana después, el 31 de mayo, se celebró el segundo encuentro entre los mismos candidatos; esta vez siendo transmitido por el canal de televisión privada Telecinco, moderado por Luis Mariñas y promocionado como "El debate decisivo".

El periodista Jesús Osorio asegura en su artículo "La breve historia de los debates electorales en España", que la poca tradición que se tiene sobre estos eventos se debe a la falta de una legislación dedicada a regular su organización, dejando como único panorama la decisión y negociación de los partidos políticos, lo que hace depender de sus intereses. Para Osorio, también influye el hecho de que no existe un estudio que considere un efecto directo de los debates con la

decisión del voto y que solo es conveniente cuando las elecciones están con un alto índice de indecisos o muy parejas.

Estas negociaciones entre los dos partidos mayoritarios generan gran interés en los españoles. Días y jornadas para acordar detalles como la temperatura, la altura de las sillas, la duración de las intervenciones, la posición de las cámaras, la palabra "candidato" para tratar a los contendientes, y hasta el color de los decorados fueron objeto de intensas negociaciones.

Elementos tan básicos, como la posición de las cámaras, resultaron ser relevantes y marcaron una advertencia en los futuros debates electorales en todo el mundo. Para el PSOE, un mal entendido en el primer encuentro sobre la posición de las cámaras, hizo que su candidato apareciera en la televisión mirando de lado. Gracias a esto, una relación tan técnica como las cámaras, trascendió a la opinión pública como que Felipe González era un político que no miraba a su adversario.

La postura de los candidatos también resultó una variable distinta a los debates de Estados Unidos. A diferencia del país norteamericano, donde usan la tarima y el pódium como escenario, los españoles han optado por presentar a los contendientes sentados. Desde el primer debate el argumento fue la diferencia de altura entre los candidatos y la posibilidad de que esa diferencia pudiera dar una imagen diferente ante los espectadores. Al PP le parecía más cómodo estar sentado, principalmente para manejar papeles, que por una cuestión de altura.

A pesar de no contar con un público en el escenario, la transmisión de los dos primeros encuentros marcó una pauta. “Las estratosféricas audiencias que rondaban el 60% de share, cifra sólo alcanzada en grandes acontecimientos deportivos, dieron cuenta del gran interés de la población por ver a sus políticos debatir cara a cara sus ideas y programas” (2011, www.elmundo.es).

La cobertura de los medios de comunicación, especialmente de la prensa, desde el inicio uno de los principales actores en el desarrollo de estos eventos y su posterior trascendencia en la opinión pública, tanto en España como en el

mundo. En los dos primeros debates se establecieron acuerdos entre los dos partidos de que no se hicieran entrevistas previa ni posteriormente; esto con el propósito de no perturbar lo que sucediera durante los eventos.

A pesar de estas limitaciones, la prensa se adjudicó el papel de dar el ganador del debate desde un principio. Los periódicos comenzaron a dedicar numerosas páginas a los debates, sus contenidos y las anécdotas alrededor de estos. En los primeros debates la prensa supo que la palabra que más salió a relucir fue "España", repetida más de 338 veces. A su vez, atribuyo las frases más mencionadas por cada uno de los candidatos.

Después de estos dos primeros debates, no se celebró ningún otro encuentro en las elecciones posteriores. Fue luego de tres lustros que los españoles volvieron a presenciar un encuentro entre candidatos presidenciales, cuando en las elecciones de 2008 José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy participaron en de dos debates.

El diario El Mundo reseñó la aceptación de Rajoy a la propuesta a debatir:

> “Finalmente habrá debates entre el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, y el líder del Partido Popular, Mariano Rajoy, en las fechas previstas, 25 de febrero y 3 de marzo, después de que socialistas y populares llegaran a un acuerdo” (2008, www.elmundo.es).

Según el artículo, la junta directiva de la Academia de la Televisión fue la que realizó la invitación y la encargada de designar a las personas que prepararían el evento. Se eligieron siete profesionales que decidieron conformar dos equipos de trabajo para apoyarse: un equipo técnico y un equipo dedicado a la comunicación para logras el acceso de todos los medios al debate. “Serán en terreno neutral**,** en abierto para todos los medios que deseen ofrecerlos y con la organización de la Academia de la Televisión. La duración de ambos será de 90 minutos y se desarrollarán sin pausas publicitarias” (2008, www.elmundo.es).

Pero las negociaciones no fueron tan sencillas. “El escenario de la disputa fue el principal escollo, al igual que ha ocurrido con el debate que en el que se verán las caras Rubalcaba y Rajoy. Si los 'populares' no veían con buenos ojos celebrarlo en la pública, los socialistas tampoco estaban convencidos de realizarlos en alguna las televisiones privadas” (2011, www.elmundo.es).

El diario español destaca que a pesar de los conflictos, se llego al acuerdo final donde se eligió un terreno neutral entre ambos partidos, con una organización encardada imparcial. “La Academia de Televisión se encargó de producir y realizar la señal de los debates para que cualquier cadena pudiera retransmitirlo” (*up supra*).

Ya para las últimas elecciones que se realizaron en el año 2011, Mariano Rajoy y Alfredo Pérez Rubalcaba se enfrentaban por la Presidencia de la República, y se realizó el quinto debate en la historia España. Esta fue “la primera vez en Democracia que se celebran debates televisados en dos elecciones generales consecutivas. La última vez, en 2008 se habló incluso de la campaña del cara a cara" (*ibíd*.).

Sobre este quinto y último debate realizado en la historia de España, el portal web de Fórmula TV explica todo el desarrollo de la cobertura que se llevaría para este evento, destacando especialmente la realizada por de las cadenas de televisión sobre los encuentros. Especiales informativos, pases en directo al lugar, encuentros entre analistas, entrevistas a especialistas, especiales de investigación, encuestas sobre los resultados del ganador entre otros.

Aunque la tradición de debates en España no tenga una larga trayectoria, es resaltable la similitud que hay entre estos enfrentamientos y los de EEUU, especialmente en el esquema bipartidista, entre los dos partidos mayoritarios del país: el PP y el PSOE.

4.2 DEBATES ELECTORALES EN VENEZUELA

En Venezuela, aunque pocas, también hay algunas referencias de debates entre candidatos presidenciales, o iniciativas para llevarlos a cabo.

En el periodo electoral de 1963 se realizaron algunos “cara a cara” entre los candidatos, reseña el informe número 4 sobre Gobierno y Política de Veneconomía. Herbert Koeneke explica que se desarrollaron tres encuentros durante ese año. El primero de ellos fue el 28 de febrero de 1963 entre Rafael Caldera y Jóvito Villalba. La transmisión fue hecha por Radio Caracas Televisión (RCTV), y el debate estuvo centrado en la propuesta de Caldera de separar las elecciones presidenciales de las parlamentarias.

El segundo evento, también transmitido por RCTV, se realizó el 7 de mayo del mismo año, entre Arturo Uslar Pietri y Juan Pablo Pérez Alfonzo, quienes pusieron el foco en la política petrolera del país.

El tercero y último de este periodo se desarrolló el 22 de octubre, a finales de la campaña electoral de ese año. Rafael Caldera y Arturo Uslar Pietri discutieron sobre temas como el Pacto de Punto Fijo y la prioridad política de estabilizar la democracia.

La periodista Vivian Castillo recuerda en un artículo publicado por el diario El Universal, que el único candidato que no participó fue Raúl Leoni, quien resultara siendo el más votado en esas elecciones.

En la campaña electoral de 1968 no se produjo ningún careo de una manera simultánea, pero sí hubo un encuentro en el Teatro Lido de Caracas con cinco candidatos (Gonzalo Barrios, Germán Borregales, Luis Beltrán Prieto, Rafael Caldera y Alejandro Hernández). Koeneke relata que este fue transmitido por las estaciones de radio y televisión afiliada a la Cámara de radiodifusión. Además, hubo un conjunto de programas transmitido bajo el nombre “Contraste Público”, transmitidos por la estación CVTV (canal ocho) donde Rafael Caldera y Gonzalo

Barrios, de manera separada y secuencial, abordaron distintos temas de la agenda pública nacional.

En las siguientes dos elecciones no hubo debates entre candidatos presidenciales. Sin embargo, el investigador Yván Serrá asegura que para las elecciones de 1978, Luis Herrera ejerció una gran presión al candidato del partido de gobierno, Luis Piñerúa Ordaz, pero este no aceptó debatir. Durante este periodo, en el año 1982, se ve lo que Vivian Castillo cataloga cono un careo atípico: "entre el joven copeyano Eduardo Fernández y Luis Piñerúa Ordaz, pues ninguno de ellos aspiraba a la presidencia en ese momento".

> El debate entre Fernández y Piñerúa, que fue transmitido por Venevisión el 22 de marzo de 1982, ocupó un vacío en la escena política del país y sirvió como aperitivo al plato principal que, un año más tarde, tendría una vez más como protagonista a Rafael Caldera, ahora contra Jaime Lusinchi (2006, www.eluniversal.com).

Este "plato principal" al que Castillo hace referencia también es mencionado por Koeneke, quien explica que se llevó a cabo el 10 de mayo de 1983 y fue la primera transmisión de un encuentro de esta índole en cadena de televisión. "En el transcurso del mismo, Caldera, en virtud de la marcada tendencia al voto castigo, intentó desmarcarse de la administración copeyana de Luis Herrera Campins con el alegato de que no era un vocero del gobierno de turno" (2012, Veneconomía).

Serrá comenta que este debate se desarrolló en "un ambiente totalmente adverso, por la mala imagen del partido COPEI, erosionada por la gestión de gobierno de Luis Herrera". El investigador expone que debido a los resultados del debate, Caldera pidió una oportunidades que no fue aceptada y Lusinchi terminó siendo uno de los presidentes más votados.

En 1988 Eduardo Fernández retaría a Carlos Andrés Pérez a un debate, pero este se negó.

La periodista Alba Revenga relata que en las elecciones de 1993 el escenario del debate tuvo lugar “en El Ateneo de Caracas, bajo la promoción institucional de Carmen Ramia como Directora Ejecutiva del mismo”.

El encuentro tuvo una duración de dos horas, y contó con la moderación del comunicador Carlos Fernández y “un panel de tres personalidades, quienes planteaban las preguntas a los candidatos, dando a cada uno la oportunidad de expresar sus ideas sobre el mismo tema”, describe la productora del evento.

Claudio Fermín, de Acción Democrática; Andrés Velázquez, de La Causa Radical; Oswaldo Álvarez Paz, de Copei; y Rafael Caldera, de Convergencia, fueron los candidatos que se enfrentaron.

Revenga explica que el encuentro también tuvo la presencia de “cuatro relatores tras cámaras que iban sintetizando las repuestas de los candidatos, para el resumen de cierre presentado por el moderador al finalizar cada segmento”.

La comunicadora narra los detalles que se cuidaron para la organización del evento:

> Se procedió a hacer contacto con los jefes de campaña para explicar la mecánica y asesorar sobre vestimenta de los candidatos dada la escenografía de la transmisión televisiva (traje oscuro, camisa unicolor sin rayas, corbata de cualquier color deseado por el candidato pero evitando grafismo que produciría *moiré*). Se enseñó la escenografía (mobiliario e iluminación) del set que se armaría en el anfiteatro del Ateneo, se dieron las alturas de la mesa pódium de los candidatos y su ubicación, y se pidió la asistencia de los jefes de campaña para sortear quien iniciaba el debate, y para responder a cualquier pregunta de contenido o cronograma que pudiese tener el candidato. Se especificó la necesidad de tener al candidato *in situ* una hora antes de salir al aire, para revisar iluminación, altura de microfonía, entre otras cosas, con el propio candidato (Revenga, A., 2012, *Notas para tu tesis de Grado*).

Respecto al tiempo, este estuvo regulado “por un asistente de producción, quien tras cámaras cronometraba las intervenciones, e indicaba –por señal sonora- cuando quedaba un minuto del tiempo asignado a una intervención. Esto daba la oportunidad de cierre a cada candidato”, cuenta la periodista.

En la organización del encuentro estuvieron involucradas cerca de cuarenta personas, entre unidades móviles, cámaras, audio, iluminación, tramoyas, director y asistentes, describe Revenga sobre la producción del debate de 1993.

Finalmente, el último debate en el país se desarrolló en el periodo electoral de 1998, durante el mes de marzo. El académico Herbert Koeneke registra fue trasmitido por Globovisión y por Univisión en el programa “Polos Opuestos”, donde Claudio Fermín y Hugo Chávez confrontaron sus propuestas de gobierno y sus orientaciones políticas.

> Durante su escenificación, Chávez pretendió refutar a la moderadora del evento en torno a unas declaraciones suyas en las que llegó a afirmar que “por las buenas o por las malas tomaremos el poder”. Conminado posteriormente por el profesor Agustín Blanco Muñoz a responder si esa amenazante expresión había sido en verdad proferida por él, Chávez debió admitir que sí lo había hecho, pero aclarando que había sido “un año y tantos meses atrás” (2012, Veneconomía).

Serrá, explica que años después, en la campaña electoral del año 2000 Arias Cárdenas retaría a Chávez a debatir, este no aceptó, por lo que el proponente terminaría llamándolo gallina durante el proceso de campaña.

Para Koeneke en algunas campañas el vacío, en cuanto a debates se refiere, se dio por una decisión de los retados de no confrontar a sus candidatos opositores, más que por la falta de propuestas de parte de algunos, ya que sí se evidenciaron múltiples candidatos que instaban a realizar un debate. Para él, la negativa de debatir la mayoría de las veces es por el riego de los candidatos que

poseen una ventaja significativa a perder esa intención de voto, si cometen un error o, diferencias en cuanto a las habilidades retoricas de los contrincantes.

Pero el rechazo de los candidatos a debatir no quedó en el pasado lejano.

> En la campaña de 2006, Chávez, candidato a la reelección, rechazó nuevamente debatir con su principal contrincante electoral, Manuel Rosales. Más recientemente, el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) se negó a que sus candidatos a los comicios para elegir los miembros de la Asamblea Nacional (AN) y del Parlamento Latinoamericano (Parlatino), realizados el 26 de septiembre de 2010, debatieran con los candidatos de la oposición, tal como lo había propuesto el diario Últimas Noticias con la colaboración de la cadena radial Rumbera (2012, Veneconomía).

El investigador de mercado y opinión pública, Yván Serrá, reflexiona que contrario a la realidad de “otros países, donde los debates forman parte de las reglas de juego, en el caso de Venezuela y para perjuicio de sus ciudadanos, es sencillamente una táctica electoral, que se acepta o no de acuerdo a la conveniencia del momento” (2012, www.e-lecciones.net).

4.3 DEBATES PARA LAS PRIMARIAS PRESIDENCIALES DE LA UNIDAD

Los últimos encuentros entre aspirantes presidenciales de los que los venezolanos han sido testigos, fueron los debates entre los precandidatos de la Unidad, llevados a cabo durante el periodo de campaña previo a las Primarias del 12 de febrero de 2012. En total fueron cuatro eventos:

1. El Debate 14N, realizado el 14 de noviembre del 2011 en el Aula Magna de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) entre los cinco candidatos admitidos hasta el momento por la Comisión Electoral de Primarias. de los candidatos. Fue organizado por los estudiantes universitarios a nivel

nacional, y contó con una señal matriz libre para que cualquier medio que lo quisiera, pudiese transmitir el encuentro.

2. El Gran Debate, realizado el 04 de diciembre del 2011 en el estudio 1 de Venevisión. Fue organizado y trasmitido por el canal de televisión.

3. El Gran Debate de las Regiones, realizado el 17 de enero de 2012 en las instalaciones del Diario Panorama, en Maracaibo estado Zulia. Fue organizado y trasmitido por el medio impreso, a través de su plataforma web, además de televisoras y emisoras de radio regionales.

4. Carrera Presidencial, realizado el 23 de enero de 2012 en el Centro Internacional de Exposiciones de Caracas de la Universidad Metropolitana. Fue organizado y trasmitido por el canal de noticias Globovisión.

De cada uno de estos debates surgieron declaraciones de líderes de opinión y expertos, así como estudios de calle, de la popularidad en las redes sociales, y de los niveles de audiencia, los cuales sirven de referencia para la investigación.

El Instituto Delphos realizó un estudio flash sobre este debate. La cobertura geográfica fue a nivel nacional, con un universo de personas mayores de 18 años residentes de Venezuela, entrevistadas telefónicamente el día 15 de noviembre de 2011, seleccionadas mediante un muestreo probabilístico, estratificado. La muestra fue de 100 entrevistas y la precisión, de +/- 5,0% para la mayoría de las estimaciones de frecuencias simples. Los resultados generales obtenidos en el estudio fueron: Conocimiento acerca de la realización del debate 14N:

- La mitad de las personas mayores de 18 años de edad estaba enterada de la realización del debate 14N. Las dos terceras partes de las personas de 18 a 34 años de edad (66,7%) no estaba enterada de la realización del debate 14N. El 76,7% de las personas mayores de 34 años de edad sí estaba enterada de la realización del debate 14N.

- Penetración del debate 14N: De las personas que estaban enterados del debate, el 60,0% lo vio. Porcentaje de personas mayores de 18 años que vio el Debate 14N 30,0%.

- Evaluación del desarrollo del Debate 14N (Sólo para aquellos que vieron el debate): Cerca de las dos terceras partes de las personas que vieron el debate (66,4%) consideran que este fue excelente (46,3%) o Bueno (20,1%). El 21,0% tiene una opinión negativa.

- Evaluación del desempeño de los precandidatos durante el Debate 14N (Sólo para aquellos que vieron el debate) Escala del 1 al 10: Henrique Capriles Radonski 16.4, Pablo Pérez 14.5, Leopoldo López 14.2, María Corina Machado 13.7, Diego Arria 10.0

- Opinión acerca de si debe realizarse o no otro debate (Para todos los encuestados): La mayoría de las personas de 18 años y más del país (70,6%) consideran que debe realizarse otro. Por su parte, el 29,4% dice que no debe repetirse.

Igualmente, Venevisión informó el 7 de diciembre de 2011 que 20 millones de venezolanos habrían visto el Gran Debate transmitido por el canal de la colina. “Los números definitivos revelan que Venevisión obtuvo una audiencia de 60.1%, su más cercano seguidor 31.6 % [Televén] y el tercero 3.6 % [Globovisión]” entre las 9:00 y las 11:00 pm, reseñó www.noticierovenevision.net.

Además de estas dos mediciones, no se hizo público algún estudio de sintonía o de la opinión pública respecto a los debates de Panorama y Globovisión.

V. MARCO METODOLÓGICO

5.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1.1 Objetivo General

Analizar los encuentros televisivos de los candidatos presidenciales de la Unidad llevados a cabo en el marco de las Elecciones Primarias 2012.

5.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar la metodología de cada uno de los encuentros de candidatos de las Primarias Presidenciales de la Unidad.

- Comparar el manejo comunicacional y organizacional que se le dio a cada uno de los eventos.

- Estimar la importancia que los medios nacionales les destinaron a los encuentros.

5.2 DELIMITACIÓN

El estudio está delimitado a los cuatro eventos que se realizaron durante el lapso de propaganda establecido por la Comisión Electoral de Primarias de la Mesa de la Unidad Democrática. Según el cronograma publicado por la CEP, el periodo de campaña electoral se estableció entre la primera semana de noviembre y el 10 de febrero de 2012, dos días antes de la realización de las elecciones.

Dichos encuentros entre los candidatos de las Primarias Presidenciales fueron catalogados por la opinión pública como debates, por lo que así será el tratamiento que se les dará en este estudio a los cuatro encuentros.

5.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según las modalidades de estudio propuestas por la escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, el presente trabajo de grado corresponde a la modalidad de investigaciones descriptivas.

Este tipo de estudio mide o evalúa diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Los estudios descriptivos "buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis*" (*Dankhe, 1986).

La modalidad de investigación descriptiva exige un análisis de cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de estudio y cada uno de sus componentes, permitiendo detallar el fenómeno estudiado a través de la medición de una o más variables. Así, este trabajo de grado busca ser el paso previo indispensable para investigaciones de carácter explicativo, donde se pretenda profundizar y determinar variables condicionantes de los fenómenos descritos.

En cuanto al tipo de investigación, el estudio es de carácter exploratorio ya que se está ante un evento poco estudiado en la realidad venezolana, que carece de información suficiente y conocimientos previos. Sabino (1987) define que "son investigaciones exploratorias aquellas que sólo se proponen alcanzar una visión general, aproximada, del tema de estudio". Esta investigación, permitirá obtener nuevos datos y elementos que pueden conducir a formular con mayor precisión las preguntas de investigación.

5.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es no experimental, dado que no habrá manipulación de variables y las situaciones estudiadas no se verán manipuladas.

Buscando especificar las propiedad importantes del objeto a investigar, los trabajos descriptivos estudian situaciones que ocurren en condiciones naturales,

más que aquellos que se basan en situaciones experimentales. Es por esto que la observación que se hace sobre cada una de las variables es realizada sobre hechos existentes, no sobre situaciones simuladas.

5.5 SISTEMA DE VARIABLES

De acuerdo a Klaus Heinemann (2003), una variable es el "símbolo de un rasgo distintivo o de una propiedad del objeto de la investigación que, por lo menos, tiene dos valores antagónicos que se excluyen recíprocamente. En el caso más sencillo –cuando se trata de una medición nominal- los valores son «existe»-«no existe» o «pertenece a»-«no pertenece a»; en el caso más favorable se pueden medir los valores numéricos por medio de intervalos constantes" (p.26).

Similar definición ofrece la socióloga Leticia del Carmen Romero en su trabajo para la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (2006). "Las variables son atributos que se miden en las hipótesis. Son factores que explican los resultados y determinan las diferencias entre éstos para poder establecer comparaciones. Son los elementos que se relacionan en una hipótesis" (p.24).

Los estudios de carácter descriptivo miden de manera independiente las variables del objeto a estudiar. En esta investigación no se contará con variables dependientes, ya que el objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas, sino realizar las mediciones de cada una de estas.

Para la presente investigación se definieron cuatro variables a estudiar. Las mismas se refieren a los elementos que tienen que ver con la organización previa de los eventos, la metodología durante el desarrollo de los mismos, el manejo comunicacional y las evaluaciones posteriores por parte de la opinión pública:

- Metodología del debate

Se refiere a los elementos propios del desarrollo del encuentro. Quién es el moderador y cuál es su rol. Cómo y cuáles son las preguntas, además de quién

las realiza y de dónde provienen. Cuáles son los temas que se tratan y cómo es el desenvolvimiento de los candidatos participantes.

- Manejo de la organización

Son las características físicas y temporales del evento. El lugar donde se desarrolla, su ubicación y capacidad. La fecha en que se lleva a cabo el encuentro, el horario y la duración. Cómo es el escenario, el manejo audiovisual con su escenografía, manejo de cámaras e iluminación. También quiénes son los públicos y su manejo protocolar.

- Manejo de las comunicaciones

Tiene que ver con la promoción que se hace previamente del evento, por medio de la publicidad, ruedas y notas de prensa, y el posicionamiento de vocerías en los medios. También cuál es la cobertura del evento que hacen los medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales, y cuál es el alcance de la transmisión del mismo.

- Importancia Mediática

La trascendencia de los encuentros se puede medir de acuerdo a la importancia que los medios de comunicación les dieron a estos, la cual se refleja en la cobertura y el espacio ofrecido para sus reseñas y análisis.

Tabla 1: Operacionalización de las variables

Objetivo	Variables	Dimensión	Indicadores	Fuente/
Identificar la metodología de cada uno de los encuentros	Metodología	Temática	- Bloques - Contenido	Entrevistas y Matriz de Registro
		Moderador	- Rol	
		Formato	- Estilo en la realización - Dinámica en la realización - Cierre y Apertura - Repreguntas - Modalidades adicionales - Tiempos	
		Candidatos	- Posición - Cantidad	
Comparar el manejo comunicacional y protocolar que se le dio a cada uno de los eventos	Manejo organizacional	Organización	- Organizador - Nombre evento - Comité organizador -Comunicación entre factores	Entrevistas y Matriz de Registro
		Lugar	- Localidad	
		Tiempo	- Horario - Fecha - Momento	
		Público Directo	- Invitados - Control	
		Manejo Audiovisual	- Iluminación - Cámaras - Distribución actores - Escenografía	
	Manejo de la comunicación	Transmisión	- Señal - Medios	Entrevistas y Matriz de Registro
		Tratamiento a medios	- Invitación - Acreditación	
		Promoción	- Herramientas - Estrategias	
Estimar la importancia mediática que los medios nacionales le destinaron a los encuentros	Importancia Mediática	Cobertura de los medios	- Centimetraje - Relevancia - Autor	Análisis Morfológico

5.6 FUENTES DE INFORMACIÓN

En una investigación “las fuentes de datos son todos aquellos organismos, instituciones o personas que tienen la información requerida, sea ésta en forma oral, escrita o grabada” (p.114).

Eyssautier de la Mora (2006) explica que existen dos categorías de fuentes de datos:

“Las fuentes primarias, que son aquellos portadores originales de la información que no han retransmitido o grabado en cualquier medio o soporte de información” (p.115). Dichas fuentes primarias serán establecidas mediante técnicas como la observación y el diálogo. En este caso, los datos primarios se obtendrán de la observación de los encuentros de candidatos presidenciales de la Unidad, de la aplicación de entrevistas a los distintos factores influyentes en el desarrollo de estos eventos y en la medición de su repercusión en los medios de comunicación.

“Las fuentes secundarias se refieren a todos aquellos portadores de datos e información que han sido previamente retransmitidos o grabados en cualquier soporte” (p.115). Para la investigación, se utilizan fuentes documentales provenientes de tesis de grados previas, bibliografías, archivos de prensa, estudios de opinión y estudios de audiencia.

5.7 UNIDADES DE OBSERVACIÓN DE ANÁLISIS:

Con el fin de cumplir con los objetivos de la investigación se seleccionarán distintas unidades de observación que posteriormente serán objeto de análisis.

En un primer lugar, los eventos serán analizados mediante grabaciones de su trasmisión televisiva.

La selección de las unidades de análisis se llevará en torno a los cuatro eventos realizados previos a las Elecciones Primarias de la Mesa de la Unidad Democrática:

- Evento #1: **Debate14N**, grabación realizada el día del evento (14 de noviembre de 2011) mediante la transmisión de la señal del canal de televisión Globovisión.

- Evento #2: **El Gran Debate**, grabación realizada el día del evento (04 de diciembre de 2011) mediante la transmisión de la señal del canal de televisión Venevisión.

- Evento #3: **El Gran Debate de las Regiones**, grabación realizada el día del evento (17 de enero de 2012) mediante la transmisión de la señal del canal de televisión ATEL TV.

- Evento #4: **Carrera Presidencial**, grabación realizada el día del evento (23 de enero de 2012) mediante la transmisión de la señal del canal de televisión Globovisión.

En dichas grabaciones serán evaluados todos los elementos visibles de la transmisión: la metodología, la escenografía, aspectos audiovisuales y de promoción. Las grabaciones fueron realizadas durante las transmisiones en directo de los eventos, desde su comienzo hasta el final, con los tiempos de los comerciales incluidos.

En segundo lugar, los eventos serán estudiados mediante un análisis de medios, donde la observación se realizará en las versiones digitales de los medios de comunicación impresos, ya que es en estos donde se hace el análisis con mayor profundidad a las noticias, dándoles continuidad en los días sucesivos. Estas unidades redaccionales serán analizadas bajo aspectos como la página, la cantidad de palabras, la fotografía, y el autor del artículo.

Las unidades de observación serán ediciones en digital de los siguientes periódicos:

- Medio #1: **El Nacional**, periódico venezolano fundado por Miguel Otero Silva e 1943, reconocido por ser un medio inclinado hacia la izquierda política, aunque actualmente es crítico al gobierno de Hugo Chávez. Es un diario privado que circula matutinamente a nivel nacional. Cuenta con acceso a su edición diaria en digital, a través de un sistema por suscripción pago. el

- Medio #2: **El Universal**, periódico venezolano fundado en 1909 por poeta Andrés Mata, caracterizado por ser un diario de tendencia ideológica de "centro derecha". Tanto por su contenido como por su estilo de escritura y lentitud para adoptar cambios de formato es considerado como uno de los periódicos más conservadores del país. En su página web se puede acceder gratuitamente su edición diaria en digital.

- Medio #3: **Correo del Orinoco**, periódico venezolano matutino fundado por el presidente Hugo Chávez en el año 2009, el cual debe su nombre al histórico Correo del Orinoco creado por Simón Bolívar en 1818. Se trata de un periódico oficialista cuyo lema es "artillería del pensamiento", que aunque favorece las historias sociales y políticas del sector que apoya al gobierno, también brinda espacio para las informaciones de la oposición.

Por último, estos cuatro eventos serán analizados mediante tres distintos actores definidos para el análisis de la organización de estos eventos:

- Grupo #1: **Los Organizadores**, fueron los protagonistas en la organización de los encuentros. Tienen un conocimiento específico sobre su desarrollo, y la mayor parte del control sobre el evento. Las personas a entrevistar son las siguientes:

a) Cristofer Correia: Estudiante de Administración y Contaduría de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Representante estudiantil ante el Consejo Universitario 2011-2012, y una de las personas encargadas de la organización de encuentro televisado realizado en el Aula Magna de la UCAB.
b) Margarita Oropeza: Gerente de relaciones externas y opinión de Venevisión. Encargada de la organización del evento televisado El Gran Debate transmitido por Venevisión.
c) Luis Del Villar: Periodista, Jefe de Corresponsalía y Editor del diario Panorama en Caracas. Enlace en la capital del país para la producción de El Gran Debate de las Regiones. Además, fue uno de los panelistas que realizó preguntas a los candidatos en el encuentro.
d) Yelly Bernal: Periodista de Globovisión. Productora general del evento Carrera Presidencial realizada por el canal de noticias.

- Grupo #2: **Los Comandos de Campaña**, jugaron un papel secundario en la organización de los encuentros: proponían y negociaban, mas no llevaban el control de la organización de los eventos. Las personas a entrevistar son las siguientes:

a) Magaly Meda: Gerente de Campaña del comando de la candidata a las Primarias de la Unidad, María Corina Machado.
b) Johan Merchán: Coordinador de Medios del comando de campaña de Leopoldo López durante la campaña de las Primarias de la Unidad.
c) Oliver Blanco: Jefe de Campaña del comando del candidato a las Primarias de la Unidad, Diego Arria.
d) Pablo Medina: Candidato a las Primarias de la Mesa de la Unidad Democrática
e) Larissa Patiño: Periodista, ex gerente de opinión de RCTV, asesora comunicacional y gerente del programa regional Pablo Pérez Contigo.

Miembro del equipo de comunicaciones del candidato durante la campaña de las Primarias de la Unidad.

f) Anamaría Oxford: Comunicadora Social, encargada de comunicaciones en el comando de campaña del candidato Henrique Capriles Radonski durante las Elecciones Primarias de la Unidad.

- Grupo #3: **Los Analistas**, son entes externos a la dinámica de la organización de los encuentros. Serán observadores mediante su especialización y tendencia; plantearán críticas, propuestas y recomendaciones para la organización de este tipo de eventos. Las personas a entrevistar son las siguientes

a) Jhon Magdaleno: Politólogo. MSc. en Ciencias Políticas. Especialista en Análisis de Datos. Profesor universitario.
b) Nicmer Evans: Politólogo, M.Sc. Psicología Social. Conductor del programa “Cara o Sello” transmitido por Canal I.
c) Teresa Alvanez: Presidente de la Comisión Electoral de Primarias de la Mesa de la Unidad Democrática, ex directora regional de la Unicef para América Latina.

5.8 MUESTRA

El muestreo se realizó de forma no aleatoria, es decir, se seleccionó intencionalmente todos los elementos que conforman la muestra, lo cual se hizo de la siguiente forma:

Se escogió El Universal y El Nacional por ser dos medios cuya línea editorial es pro-oposición, de corrientes ideológicas diferentes, y que tienen un alcance nacional, además de ser importantes formadores de opinión, ya que sus primeras planas son leídas en los programas de opinión de las principales televisoras y emisoras de radio del país.

Por otra parte, la selección del Correo del Orinoco se realizó para evaluar la importancia que le dio un medio oficialista a la cobertura de los encuentros entre candidatos presidenciales de la oposición.

La muestra seleccionada está integrada por las ediciones de estos diarios del día de cada debate, para evaluar la promoción que se le dio; las del día posterior, para analizar la reseña del encuentro; y el día siguiente, para verificar los análisis del “segundo día”.

- Para el Evento #1 se seleccionaron las ediciones del 14, 15 y 16 de noviembre de 2011.
- Para el Evento #2 se seleccionaron las ediciones del 04, 05 y 06 de diciembre de 2011.
- Para el Evento #3 se seleccionaron las ediciones del 17, 18 y 19 de enero de 2012.
- Para el Evento #4 se seleccionaron las ediciones del 23, 24 y 25 de diciembre de 2011.

En cuanto a las entrevistas, la muestra se realizó de la siguiente forma:

Para el grupo #1, se seleccionó a una persona encargada de la organización de cada encuentro. Esta persona debió tener el conocimiento de toda la planificación, la ejecución y haber estado involucrada en la toma de decisión sobre el equipo y sobre el desarrollo del evento. A su vez, debe poder explicar cada una de las acciones que se dieron para organizar el encuentro y de la comunicación que se tuvo con los comandos de campaña.

Para el grupo #2, se seleccionó una persona representante de cada comando, que haya estado involucrada en las negociaciones para la organización de los encuentros. Estas personas podrían ser los jefes de campaña, los responsables de comunicaciones o el propio candidato, en caso de no estar establecido una estructura formal de comando de campaña.

Para el grupo #3, se seleccionaron personas que no hayan estado involucrados en la organización de los encuentros directamente, pero que por sus especialidades puedan evaluar y aportar para la futura realización de un debate presidencial.

Para esto, se eligió a Nicmer Evans y Jhon Magdaleno porque son politólogos de tendencias políticas distintas, con lo cual se puede hacer un contraste de sus opiniones, y resultar así un análisis representativo.

Asimismo, también se seleccionó a la Presidenta de la Comisión Electoral de Primarias, ya que como órgano rector de las Elecciones Primarias, su opinión es relevante para la evaluación de estos encuentros.

5.9 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Para la obtención primaria de datos se utilizarán instrumentos que permitan registrar los datos recabados, entre ellos la matriz de registro para la observación de los encuentros televisados y la revisión de los medios impresos, además, de la aplicación de entrevistas semiestructuradas.

5.9.1 Matriz de Registro (Instrumento #1)

Se observarán los eventos con el objetivo de recoger información que posteriormente será codificada en una matriz. El tipo de observación será de carácter no participante, ya que no se interviene de forma directa en el momento de la realización y desarrollo de los eventos a estudiar.

Los elementos observados se vaciarán en una matriz establecida en torno a unos criterios. Estos criterios surgen de los objetivos planteados en el trabajo de grado, teniendo como eje principal las dimensiones e indicadores que resultaron de la operacionalización de las variables.

El vaciado de información se llevará a cabo estrictamente por la observación de las grabaciones, sin dar paso a interpretaciones para que de ninguna forma se puedan alterar los eventos estudiados.

Mediante este instrumento se podrán analizar elementos como la metodología, así como también el manejo organizacional y el manejo comunicacional que se apreció durante la transmisión.

5.9.2 Análisis Morfológico (Instrumento #2)

El objetivo de realizar un análisis morfológico en el marco de esta investigación es indagar en el tratamiento informativo y de opinión dado por los medios estudiados a los encuentros televisados entre los candidatos a las Primarias de la Unidad.

Para estimar la importancia que los medios seleccionados le dieron a cada debate, se evaluará el espacio otorgado a la reseña previa del evento y del día posterior. Asimismo, para evaluar la trascendencia que tuvieron los debates, se analizarán las notas publicadas los dos días siguientes a los encuentros, incluyendo las columnas de opinión, considerando el espacio destinado para ello, y su ubicación. El objetivo de analizar estos días, es poder evaluar si hubo promoción de los encuentros, y qué reseñas hicieron los medios y sus columnistas al respecto.

Las Unidades Redaccionales a estudiar serán codificadas para su registro en la matriz. Este código estará compuesto por las iniciales del medio, acompañadas por la fecha de publicación, y seguido por el número de nota, de acuerdo a la cantidad que haya en dicha edición sobre los debates. Por ejemplo: EU141111-2.

Además, en la matriz se indicará el título de la Unidad Redaccional, el autor, el cuerpo y página donde salió publicado, y la cantidad de palabras que la

componen. También se especificará si es una noticia o un artículo de opinión, y si está acompañado de una fotografía.

5.9.3 Entrevistas (Instrumento #3)

La entrevista es “un intercambio conversacional entre dos o más personas con la finalidad de obtener información, datos o hechos sobre el problema y la hipótesis” (Eyssautier de la Mora, 2006, p.222).

Las entrevistas se realizaran en los tres grupos que fueron definidos anteriormente y cada uno de estos grupos estarán establecidos bajo su propia matriz de análisis. El formato a utilizar será el de la entrevista semi-estructurada, en la que “existe un formato abierto con preguntas generales que permiten enfocar la conversación entre el entrevistado y el entrevistador” (p.75)

Dicha semi-estructuración buscará tres aspectos distintos: en los organizadores, la realidad sobre el objeto de estudio; en los comandos, la crítica sobre el objeto de estudio y en los analistas una propuesta dada sobre el objeto de estudio.

Las entrevistas serán realizadas por vía personal buscando la interacción. En el caso de no poder realizar la entrevista por esta vía, serán realizadas por vía telefónica o por vía correo electrónico.

Es importante destacar que no depende de los investigadores el hecho de que las personas que fueron seleccionadas para realizar las entrevistas acepten otorgar la información o respondan la totalidad de las preguntas.

5.9.4 Validación de instrumentos

Con el fin de asegurar el funcionamiento y eficacia de cada instrumento, se realizó un proceso validación donde personas profesionales y especializadas en las distintas variables que intervienen en los eventos a estudiar, evaluaron los

instrumentos de recolección de datos para su progresiva aplicación y análisis de los resultados.

Los instrumentos fueron validados por Juan Carlos Carreño, psicólogo del Centro de Asesoramiento y Desarrollo Humano (CADH) de la UCAB y profesor en la misma universidad.

También fueron validados por el politólogo José Vicente Carrasquero, experto en opinión pública, cultura y comunicación política, comportamiento electoral, imagen política, gestión y política pública; y a su vez es profesor titular de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Por último, los instrumentos fueron validados por el profesor Néstor Luis Luengo, sociólogo y decano de Desarrollo Estudiantil de la UCAB.

5.10 CRITERIOS DE ANÁLISIS

Los criterios serán utilizados para el análisis de los resultados de todos los instrumentos implementados, para así poder alcanzar los objetivos establecidos en este trabajo de grado. Estos criterios surgieron de la operacionalización de las variables establecida anteriormente.

Para identificar la metodología de los encuentros, los criterios de análisis serán:

a) Temática: Los bloque temáticos y los contenidos que se trataron en los encuentros.
b) Moderador: la persona que moderó cada debate, cómo es visto ante la opinión pública y el rol que cumplió en el encuentro.
c) Formato: dentro del formato se incluyen múltiples indicadores que pueden hacer variar la definición de este.

    - Estilo de la realización de las preguntas
    - Dinámica de la realización de las preguntas

- Discursos de cierre y apertura
- Presencia de repreguntas
- Modalidades adicionales de preguntas
- Tiempos

d) Candidatos: Los candidatos que participaron, la ubicación que tenían y las posiciones que se les fue asignada según un método de selección.

Para comparar el manejo organizacional que se le dio a los encuentros, los criterios de análisis serán:

a) Organización: El nombre del evento, la naturaleza del ente organizador, su conformación y la comunicación que tuvieron con los distintos actores.
b) Lugar: La localidad donde se llevó a cabo el encuentro.
c) Tiempo: La fecha y el horario donde se llevó a cabo el encuentro así como el momento en el que sucedió en el contexto de las primarias.
d) Público Directo: El público que se encontraba en el estudio al momento del evento, las personas invitadas, el rol que jugaban y el control que se tenía sobre ellos durante el desarrollo y transmisión de los encuentros.
e) Manejo Audiovisual: Elementos como la iluminación, el manejo de las cámaras, la distribución que se le asignó a los distintos actores y la escenografía.
f) Financiamiento: la cobertura de los gastos y la existencia de financiamiento externo a la organización.

Para comparar el manejo comunicacional que se le dio a los encuentros, los criterios de análisis serán:

a) Transmisión: La generación de la seña y los medios por los que se transmitió el evento.
b) Tratamiento a medios: la invitación, la apertura, la acreditación y los implementos que utilizaron para convocar a los medios al evento.

c) Promoción: las estrategias y herramientas que se utilizaron para promocionar los encuentros en la audiencia.

Para estimar la importancia mediática que se le dio a los encuentros, los criterios de análisis serán:

a) Centimetraje: es la medida que ocupa la noticia en un medio impreso, de acuerdo a la cantidad de palabras usadas en el texto.
b) Relevancia: se refiere al lugar donde es publicado y si va acompañado por una fotografía.
c) Autor: si es un periodista del periódico, o una información proveniente de una nota de prensa. También si es una noticia o un artículo de opinión.

5.11 PROCESAMIENTO DE DATOS

El procesamiento de la información, tanto para la matriz de registro, como para el análisis de medios, como para la entrevista; se realizó de la siguiente manera.

Para la matriz de registro

a) Observación: detectar y asimilar los distintos aspectos que se dieron en la grabación que muestra la transmisión de los objetos de estudio.
b) Vaciado de datos: toda la información recabada en la observación de las grabaciones se organizará por criterios establecidos.

Tabla 2: Formato de vaciado de datos para la matriz de registro

Matriz de Registro				
	Evento #1	**Evento #2**	**Evento #3**	**Evento #4**
Criterio#1				

c) Análisis: Se determinarán según los criterios establecidos, aspectos comunes o diferentes que tuvieron los objetos de estudio, correlacionándolos y obteniendo resultados concretos.

Para la medición de los medios

a) Observación: detectar los elementos visibles en las notas publicadas, y contabilizar la cantidad de palabras.
b) Vaciado de datos: registrar los datos de las Unidades Redaccionales de acuerdo a los criterios establecidos.

Tabla 3: Formato de vaciado de datos para el Análisis Morfológico

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN

Para las entrevistas:

1. Diálogo: realización de preguntas, expresión de opiniones, establecimiento de críticas y propuestas sobre los objetos de estudio.
2. Vaciado de datos: toda la información recabada en las entrevistas se organizará por criterios establecidos.

Variable – Tipo de entrevista				
	Entrevistado #1	Entrevistado #2	Entrevistado #3	Entrevistado #4
Criterio#1				

Tabla 4: Formato de vaciado de datos para entrevistas

3. Análisis: Se determinarán según los criterios establecidos, las tendencias y opiniones comunes entre los entrevistas así como las que son diferentes, correlacionándolos y obteniendo resultados concreto.

VI. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 5: *Vaciado de datos de Matriz de Registro*

Matriz de Registro				
Criterios	**Evento #1**	**Evento #2**	**Evento #3**	**Evento #4**
Nombre	Debate 14N	El gran debate	El gran debate de las regiones	Carrera Presidencial
Fecha	14 noviembre 2011 Lunes	04 diciembre 2011 Domingo	17 enero 2012 Martes	23 enero 2012 Lunes
Horario de comienzo	7:58 pm	9:00 pm	7:51 pm	8:00pm
Organizador	Estudiantes universitarios a nivel nacional	Noticiero Venevisión, canal de Televisión Nacional Venezolano	Panorama, diario del occidente de Venezuela	Globovisión, canal de televisión de noticias de Venezuela
Localidad	Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Caracas	Estudio 1 de Venevisión, Caracas	Sede del Diario Panorama, Maracaibo	Centro Internacional de Exposiciones Caracas (CIEC)
Tipo	Debate de Políticas	Debate de Políticas	Debate de Políticas	Debate de Políticas
Selección de posiciones	No se dice durante la transmisión	Sorteo Computarizado	Sorteo	Sorteo
Candidatos Participantes	Presentes 5 Candidatos 1) Diego Arria 2) Capriles Radosnki 3) María Corina Machado 4) Pablo Pérez 5) Leopoldo López	Presentes 6 Candidatos 1) Pablo Medina 2) Diego Arria 3) Capriles Radosnki 4) María Corina Machado 5) Pablo Pérez 6) Leopoldo López	Presentes 6 Candidatos 1) Pablo Medina 2) Diego Arria 3) Capriles Radosnki 4) María Corina Machado 5) Pablo Pérez 6) Leopoldo López	Presentes 6 Candidatos 1) Pablo Medina 2) Diego Arria 3) Capriles Radosnki 4) María Corina Machado 5) Pablo Pérez 6) Leopoldo López
Bloques Temáticos	-Seguridad -Empleo -Educación	No hubo bloques temáticos. Las preguntas fueron sobre “los temas que más interesan a los venezolanos” (José Manuel Dopazo)	-Seguridad -Infraestructura -Educación -Petróleo -Salud	-Institucionalidad -Estado Federal -Futuro de Venezuela en el Mundo -Sociedad Productiva
Estilo realización de preguntas	Personas seleccionadas realizan las preguntas	Personas seleccionadas realizan las preguntas	Personas seleccionadas realizan las preguntas	Una sola persona realiza las preguntas
Dinámica realización de preguntas	Un estudiante realiza una pregunta para todos los candidatos por ronda.	Un periodista realiza una pregunta a un candidato por ronda.	Un periodista realiza una pregunta a un candidato por ronda.	El moderador realiza una pregunta para todos los candidatos por ronda
Rol Moderador	Presentación y establecimiento de reglas. Apertura y cierre de negros.	Presentación y establecimiento de reglas. Apertura y cierre de negros.	Presentación y establecimiento de reglas. Apertura y cierre de negros.	Realiza las preguntas. Presentación y establecimiento de reglas. Apertura y cierre de negros
Moderador	Jesús María Casal, Abogado, profesor universitario	José Manuel Dopazo, ancla noticiero Venevisión.	Heilet Morales, editor de política del diario Panorama	Román Lozinski, Periodista de Globovisión
Personas que preguntan	Ocho (8) Estudiantes universitarios - Johan Infante, Universidad de Oriente (UDO)	Seis (6) Periodistas: - Manuel Sainz, periodista de Venevisión - Felipe Zuleta, invitado internacional,	Tres (3) Periodistas: -María Inés Delgado, directora de edición Panorama	No Aplica

	-Alberto Kabbabe, Universidad Simón Bolívar (USB) -Aron Rodríguez, Universidad de Carabobo (UC) -Adrián Egea, Universidad Monteávila (UMA) -Diego Scharifker, Universidad Central de Venezuela (UCV) -Andrés Pulido, Universidad Metropolitana (UNIMET) -Wolfang Villalba, Universidad Santa María (USM) -Wilson Garzón, Universidad Pedagógica experimental Libertador (UPEL)	Caracol Televisión de Colombia. - Karla Salcedo Flores, periodista de Venevisión - Felix de Bedout, invitado internacional, Univisión de Estados Unidos - Endrina Yepez, periodista de Venevisión - Eduardo Rodríguez, periodista de Venevisión	- Luis del villar, jefe de panorama en Caracas - Johana Villalobos, fuente de economía	
Número de Preguntas por candidato	Ocho (8) preguntas: - Seguridad: tres (3) preguntas - Empleo: dos (2) preguntas -Educación: tres (3) preguntas	Ocho (8) preguntas: - Realizadas por los periodistas; seis (6) preguntas por ronda - Por twitter: una (1) pregunta - Preguntas grabadas: una (1) pregunta	Seis (6) preguntas: -Seguridad: una (1) pregunta -Infraestructura: una (1) pregunta -Educación: una (1) pregunta -Petróleo: una (1) pregunta -Salud: una (1) pregunta -Tema libre: una (1) pregunta	Catorce (14) preguntas: -Institucionalidad: cuatro (4) pregunta -Estado Federal: tres (3) pregunta -Futuro de Venezuela en el Mundo: cuatro (4) pregunta - Sociedad Productiva: tres (3) pregunta
Rotación de preguntas	Preguntas iguales para todos los candidatos	Preguntas distintas para los candidatos	Preguntas distintas para los candidatos	Preguntas iguales para todos los candidatos por ronda
Preguntas por redes sociales	No	Si, vía twitter Pregunta realizada en el último bloque	Si, vía skype. Pregunta realizada al último candidato de cada ronda.	No
Preguntas grabadas en la calle	No	Si Pregunta realizada en el penúltimo bloque	No	No
Intervenciones de apertura y cierre	Apertura y Cierre	Cierre	Cierre	Cierre
Tiempo de intervenciones de apertura	30 segundos	No hay	No hay	No hay
Tiempo de intervenciones de cierre	60 segundos	60 segundos	30 segundos	90 segundos
Tiempo de Respuestas	60 segundos	60 segundos	60 segundos	Variaban entre 60 segundos y 90 segundos.
Presencia de repreguntas	No	No	Si	No
Tiempo Respuesta a repregunta	No hay	No hay	30 segundos	No hay
Bloques de transmisión	6	9	7	4
Tiempo de Transmisión con	1 Hora y 40 minutos	2 horas y 16 minutos	1 hora y 38 minutos	2 horas y 8 minutos

comerciales				
Medios que trasmitieron	No se dice en la transmisión	No se dice en la transmisión	- Web: www.panorama.com.ve - Radio: Éxitos 89.7 y Circuito Actualidad Unión Radio - Televisoras: Tele color, Global Televisión, Niños Cantores Televisión, Televisa, Canal 21 en San Cristóbal, DAT TV en Carabobo, TVR, Promar tv, Televisora andina de Mérida, Televisora regional del Táchira, TVS y ATEL televisión.	- Radio: Circuito Actualidad de Unión Radio y Radio Caracas Radio -Televisoras Regionales: Promar TV, Global TV, TVS, TAM, TRT. - Televisoras Internacionales: Globovisión DIRECTV América latina, TV Venezuela en Estados Unidos, Cable noticias Colombia y NTN24 Colombia.
Postura candidatos	Parados	Parados	Sentados	Sentados
Distribución actores	No había frontalidad entre los candidatos. Moderador frente a ellos en la mitad del auditorio. Personas que preguntan en la tarima diagonal a ellos	No había frontalidad entre los candidatos. Moderador diagonal a los candidatos Periodistas de frente a los candidatos	No había frontalidad entre los candidatos. Moderador diagonal a los candidatos Periodistas de frente a los candidatos	Formando un Semicírculo, solo existía frontalidad entere los dos candidatos que se encontraban en los extremos. El moderador estaba en el medio del semicírculo, con tres (3) candidatos a la izquierda y tres (3) candidatos ala derecha.
Escenografía	Fondo negro con los pódium unicolores y rectos. Iluminación sobria. .	Fondo azul con la imagen de Venevisión. Pódium con relieve y de dos colores con un bombillo que anuncia cuando se acaba el tiempo. Gran Iluminación y una pantalla diagonal a los candidatos. Mueble largo para los periodistas.	Fondo Negro con un poster guindado de la imagen del debate. Mueble de madera con la imagen del debate y del diario Panorama. Un mueble parecido al de los candidatos, pero para los periodistas. Pantalla diagonal a los candidatos.	Fondo blanco con la bandera de Venezuela animada ondeando y el nombre del evento. Mueble blanco en forma semicircular. Otro mueble colocado en el medio del semicírculo con la G de Globovisión encima. Todo esto estaba colocado encima de una plataforma que estaba iluminada. Los muebles encima de la plataforma también tenían distintas iluminaciones.
Vestuario de los candidatos	Informal	Formal	Formal	Formal
Acuerdos Claros	Se evidencia claridad de los candidatos en cuanto al desarrollo del evento	Se evidencia claridad de los candidatos en cuanto al desarrollo del evento	Leopoldo López no sabía de la existencias de pregunta por skype.	Se evidencia claridad de los candidatos en cuanto al desarrollo del evento

*Tabla 6: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el primer debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Universal** durante los días 14, 15 y 16 de noviembre de 2011.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EU141111-1	EL UNIVERSAL	14/11/2011	LOS CINCO PRECANDIDATOS MIDEN HOY SU VISIÓN DE PAÍS EN LA UCAB	EL UNIVERSAL	PORTADA	1	89	NO	1	
EU141111-2	EL UNIVERSAL	14/11/2011	HOY SE ENFRENTAN POR PRIMERA VEZ PRECANDIDATOS DE LA MUD	MARIA LILIBETH DA CORTE	1	2	526	NO	1	
EU141111-3	EL UNIVERSAL	14/11/2011	LÓPEZ DESEA QUE EL DEBATE DE HOY SE LLENE DE CONTENIDO		1	2	55	NO	1	
EU151111-1	EL UNIVERSAL	15/11/2011	PROPUESTAS E IDEAS PARA UNA VENEZUELA CON FUTURO	EL UNIVERSAL	PORTADA	1	182	SI	1	
EU151111-2	EL UNIVERSAL	15/11/2011	EN LA UCAB HUBO CINCO VISIONES DEL PAÍS PARA UNA GRAN SOLUCIÓN	ELVIA GÓMEZ	1	2	650	SI	1	
EU151111-3	EL UNIVERSAL	15/11/2011	CINCO PARA UNO	PEDRO PABLO PEÑALOZA	1	2	368	NO	1	
EU151111-4	EL UNIVERSAL	15/11/2011	PARA CHÁVEZ "LOS JINETES DEL APOCALIPSIS BUSCAN ENMASCARARSE"	MARIA LILIBETH DA CORTE	1	2	148	NO	1	
EU151111-5	EL UNIVERSAL	15/11/2011	LOS PLANTEAMIENTOS MÁS DESTACABLES DE LOS PRECANDIDATOS	ELVIA GÓMEZ	1	2	873	SI	1	
EU161111-1	EL UNIVERSAL	16/11/2011	JOSÉ VIRTUOSO: VENEZUELA NECESITA EL DIÁLOGO	EL UNIVERSAL	PORTADA	1	306	NO	1	
EU161111-2	EL UNIVERSAL	16/11/2011	AVELEDO: "EL GOBIERNO TIENE MIEDO DE QUE EL PAÍS NOS OIGA"	ELVIA GÓMEZ	1	2	606	SI	1	
EU161111-3	EL UNIVERSAL	16/11/2011	UN DEBATE CON GUANTES DE SEDA	ROBERTO GIUSTI	1	4	599	SI	1	
EU161111-4	EL UNIVERSAL	16/11/2011	LA DISCUSIÓN EN TIEMPO REAL	RAFAEL RODRÍGUEZ	1	4	219	NO	1	
EU161111-5	EL UNIVERSAL	16/11/2011	"LOS VENEZOLANOS ESTAMOS HARTOS DE LA POLARIZACIÓN"	GUSTAVO MÉNDEZ	1	6	910	SI	1	

*Tabla 7: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el segundo debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Universal** durante los días 4, 5 y 6 de diciembre de 2011.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EU041211-1	EL UNIVERSAL	04/12/2011	LOS PRECANDIDATOS SE VEN HOY FRENTE A FRENTE OTRA VEZ	MARIA LILIBETH DA CORTE	1	4	360	SI	1	
EU051211-1	EL UNIVERSAL	05/12/2011	PRECANDIDATOS CONFRONTARON SUS PROPUESTAS DE GOBIERNO	EL UNIVERSAL	PORTADA	1	309	SI	1	
EU051211-2	EL UNIVERSAL	05/12/2011	LAS RESPUESTAS CLAVE DE LOS PRECANDIDATOS	ROBERTO GIUSTI	1	6	1040	SI	1	
EU051211-3	EL UNIVERSAL	05/12/2011	UN RING PACÍFICO	JOSEPH POLISZUK	1	6	326	NO	1	
EU051211-4	EL UNIVERSAL	05/12/2011	LA COMPETENCIA ES ENTRE RADICALES, MODERADOS Y CENTRISTAS	ROBERTO GIUSTI	1	6	712	SI	1	
EU051211-5	EL UNIVERSAL	05/12/2011	LA LECCIÓN DEL DEBATE	HERMANN HUDDE			453	NO	1	
EU061211-1	EL UNIVERSAL	06/12/2011	DEVRIES PROPONE DEBATE CON DIÁLOGO MÁS ABIERTO Y EMOCIONAL	OCARINA ESPINOZA	1	2	335	NO	1	
EU061211-2	EL UNIVERSAL	06/12/2011	EL MENSAJE Y LA IMAGEN DE LOS ASPIRANTES EN EL SEGUNDO DEBATE	OCARINA ESPINOZA	1	2	447	NO	1	
EU061211-3	EL UNIVERSAL	06/12/2011	DEBATE "LIGHT"	YON GOICOECHEA	3	5	328	NO		1

*Tabla 8: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el tercer debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Universal** durante los días 17, 18 y 19 de enero de 2012.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EU170112-1	EL UNIVERSAL	17/01/2012	NO HUBO							
EU180112-1	EL UNIVERSAL	18/01/2012	NO HUBO							
EU190112-1	EL UNIVERSAL	19/01/2012	ARRIA QUIERE AMPLIAR CRITERIO DE LA AUTONOMÍA UNIVERSITARIA		1	4	230	SI	1	

*Tabla 9: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el cuarto debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Universal** durante los días 23, 24 y 25 de enero de 2012.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EU230112-1	EL UNIVERSAL	23/01/2012	NO HUBO							
EU240112-1	EL UNIVERSAL	24/01/2012	CANDIDATOS ASUMEN “PLAN PARAATENDER A LA GENTE”	EL UNIVERSAL	PORTADA	1	199	SI	1	
EU240112-2	EL UNIVERSAL	24/01/2012	LEOPOLDO LÓPEZ DECLINA HOY EN FAVOR DE HENRIQUE CAPRILES	ROBERTO GIUSTI	1	4	746	SI	1	
EU240112-3	EL UNIVERSAL	24/01/2012	EL ÚLTIMO INTERCAMBIO DE IDEAS	ROBERTO GIUSTI	1	4	1105	SI	1	
EU240112-4	EL UNIVERSAL	24/01/2012	POR CUARTA VEZ LOS PRECANDIDATOS EVITARON LA CONFRONTACIÓN	JOSEPH POLISZUK	1	4	242	NO	1	
EU250112-1	EL UNIVERSAL	25/01/2012	LÓPEZ: VOTAR POR CAPRILES ES VOTAR POR LEOPOLDO	EL UNIVERSAL	PORTADA	1	313	SI	1	
EU250112-2	EL UNIVERSAL	25/01/2012	"VOTEN POR CAPRILES QUE ESTARÁN VOTANDO POR LEOPOLDO LÓPEZ"	ELVIA GÓMEZ	1	2	830	SI	1	
EU250112-3	EL UNIVERSAL	25/01/2012	SUFRAGIOS POR LÓPEZ SERÁN CONTABILIZADOS COMO VOTOS NULOS	EUGENIO G. MARTÍNEZ	1	2	389	NO	1	
EU250112-4	EL UNIVERSAL	25/01/2012	DESDE EL EXTERIOR		1	2	81	NO	1	
EU250112-5	EL UNIVERSAL	25/01/2012	"EMPECÉ CON PLOMO EN EL PECHO"	REYES THEIS	1	2	469	NO	1	
EU250112-6	EL UNIVERSAL	25/01/2012	UNT: AVANCE DE PABLO PÉREZ PRECIPITÓ DUPLA CAPRILES - LÓPEZ	ALICIA DE LA ROSA	1	4	582	SI	1	
EU250112-7	EL UNIVERSAL	25/01/2012	PABLO PÉREZ: EN EL 98 HUBO PACTO Y CHÁVEZ GANÓ		1	4	397	NO	1	
EU250112-8	EL UNIVERSAL	25/01/2012	AD ANTE LA ALIANZA ELECTORAL: "NOS PARECE UN PACTO LÓGICO"	ELVIA GÓMEZ	1	4	162	NO	1	
EU250112-9	EL UNIVERSAL	25/01/2012	PÉREZ VIVAS: ALIANZA ES SEÑAL DE QUE UNIDAD AVANZA POR BUEN CAMINO		1	4	141	NO	1	

*Tabla 10: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el primer debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Nacional** durante los días 14, 15 y 16 de noviembre de 2011.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EN141111-1	EL NACIONAL	14/11/2011	PRECANDIDATOS PRESIDENCIALES LE RESPONDEN AL PAÍS	MARU MORALES	NACIÓN	3	990	SI	1	
EN151111-1	EL NACIONAL	15/11/2011	PRIMERA LECCIÓN	EL NACIONAL	PORTADA	1	105	SI	1	
EN151111-2	EL NACIONAL	15/11/2011	LA PROPESA DE UNA NUEVA VENEZUELA SE PASEÓ ENTRE CIRAS Y SENTIMIENTOS	ÁLEX VÁSQUEZ S., HERNÁN LUGO GALICIA	NACIÓN	4	1414	SI	1	
EN151111-3	EL NACIONAL	15/11/2011	HAY NECESIDAD DE ESCUCHAR PROPUESTAS, NO INSULTOS		NACIÓN	4	125	NO	1	
EN151111-4	EL NACIONAL	15/11/2011	APLAUSOS Y SONRISAS	ARMANDO DURÁN	NACIÓN	4	371	SI	1	
EN151111-5	EL NACIONAL	15/11/2011	HUGO SE ENCADENÓ PARA SABOTEAR	LA MANCHETA	NACIÓN	8	5	NO		1
EN161111-1	EL NACIONAL	16/11/2011	"SE MOSTRÓ OTRA MANERA DE HACER POLÍTICA"	ALÉX VÁSQUEZ S., JUAN FRANCISCO CASTRO	NACIÓN	2	606	NO	1	
EN161111-2	EL NACIONAL	16/11/2011	EL DEBATE	EDITORIAL	NACIÓN	6	470	NO		1
EN161111-3	EL NACIONAL	16/11/2011	A MÍ NO ME GUSTÓ EL DEBATE PORQUE NO DIJERON NI UNA GROSERÍA	PEDRO LEÓN ZAPATA	NACIÓN	6	13	SI		1
EN161111-4	EL NACIONAL	16/11/2011	DIEGO ARRIA SE LA COMIÓ	MARIANELLA SALAZAR	NACIÓN	7	581	NO		1

*Tabla 11: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el segundo debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Nacional** durante los días 4, 5 y 6 de diciembre de 2011.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EN041211-1	EL NACIONAL	04/12/2011	NO HUBO							
EN051211-1	EL NACIONAL	05/12/2011	PRECANDIDATOS PRESENTARON IDEAS PARA LA INCLUSIÓN Y EL CAMBIO DE RUMBO		PORTADA	1	310	SI	1	
EN051211-2	EL NACIONAL	05/12/2011	SEGURIDAD, ECONOMÍA Y SALUD FUERON LOS PRINCIPALES TEMAS DEL DEBATE		NACIÓN	4	1819	SI	1	
EN051211-3	EL NACIONAL	05/12/2011	DOS HORAS DE TRAVESÍA SIN RUMBO	ARMANDO DURÁN	NACIÓN	4	407	NO	1	
EN061211-1	EL NACIONAL	06/12/2011	DEBATE NO MODIFICÓ INTENCIÓN DE VOTO	DIANA LOZANO PERAFÁN	NACIÓN	2	381	NO	1	
EN061211-2	EL NACIONAL	06/12/2011	¿CAMINO A LA HAYA O A MIRAFLORES?	VLADIMIR VILLEGAS	NACIÓN	9	657	NO		1

*Tabla 12: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el tercer debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Nacional** durante los días 17, 18 y 19 de enero de 2012.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EN170112-1	EL NACIONAL	17/01/2012	NO HUBO							
EN180112-1	EL NACIONAL	18/01/2012	NO HUBO							
EN190112-1	EL NACIONAL	19/01/2012	NO HUBO							

*Tabla 13: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el cuarto debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **El Nacional** durante los días 23, 24 y 25 de enero de 2012.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
EN230112-1	EL NACIONAL	23/01/2012	NO HUBO							
EN240112-1	EL NACIONAL	24/01/2012	VAMOS A REEMPLAZAR EL CAUDILLISMO COMO ESTILO Y FORMA DE GOBERNAR	EL NACIONAL	PORTADA	1	86	SI	1	
EN240112-2	EL NACIONAL	24/01/2012	LEOPOLDO LÓPEZ DECLINA A FAVOR DE HENRIQUE CAPRILES	MARU MORALES, ÁLEX VÁSQUEZ S.	NACIÓN	2	1178	SI	1	
EN250112-1	EL NACIONAL	25/01/2012	ALIANZA CAPRILES-LÓPEZ DESCARTA PARA GOBERNACIONES Y ALCALDÍAS	EL NACIONAL	PORTADA	1	171		1	
EN250112-2	EL NACIONAL	25/01/2012	TIEMPO PERFECTO	CECILIA CARQUEZ	NACIÓN	2	101	NO	1	
EN250112-3	EL NACIONAL	25/01/2012	UNIDAD FORTALECIDA	CARLA NAVARRO, ÁLEX VÁSQUEZ S.	NACIÓN	2	451	NO	1	
EN250112-4	EL NACIONAL	25/01/2012	ALIANZA CAPRILES-LOPEZ NO INCLUYE CANDIDATOS LOCALES		NACIÓN	2	614	NO	1	

*Tabla 14: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el primer debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **Correo del Orinoco** durante los días 14, 15 y 16 de noviembre de 2011.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
CO141111-1	CORREO DEL ORINOCO	14/11/2011	LEOPOLDO LÓPEZ PLANTEÓ PAZ, SEGURIDAD Y PROGRESO EN SU PROYECTO DE PAÍS			6	419	SI	1	
CO151111-1	CORREO DEL ORINOCO	15/11/2011	PRECANDIDATOS DEL ANTICHAVISMO PROMETIERON EDUCACIÓN, SEGURIDAD Y EMPLEO SIN PLANES CONCRETOS	DOUGLAS BOLIVAR		10	909	SI	1	
CO161111-1	CORREO DEL ORINOCO	16/11/2011	CANDIDATOS Y MERCADOTECNIA	ENNIO DI MARCANTONIO		21	282	NO		1

*Tabla 15: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el segundo debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **Correo del Orinoco** durante los días 4, 5 y 6 de diciembre de 2011.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
CO041211-1	CORREO DEL ORINOCO	04/12/2011	NO HUBO							
CO051211-1	CORREO DEL ORINOCO	05/12/2011	POBLACIÓN CALIFICÓ DE MUY BUENA LA GESTIÓN DEL PRESIDENTE CHÁVEZ **(SE REFIERE AL DEBATE DE LA UCAB)**	JANET QUEFFELEC PADRÓN		5	650	SI	1	
CO061211-1	CORREO DEL ORINOCO	06/12/2011	GUANIPA ESTIMÓ QUE EN LAS PRIMARIAS PARTICIPARÁ 10% DEL PADRÓN ELECTORAL	DOUGLAS BOLIVAR		4	1004	SI	1	

*Tabla 16: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el tercer debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **Correo del Orinoco** durante los días 17, 18 y 19 de enero de 2012.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
CO170112-1	CORREO DEL ORINOCO	17/01/2012	NO HUBO	CO170112-1	CORREO DEL ORINOCO	17/01/2012	NO HUBO			
CO180112-1	CORREO DEL ORINOCO	18/01/2012	NO HUBO	CO180112-1	CORREO DEL ORINOCO	18/01/2012	NO HUBO			
CO190112-1	CORREO DEL ORINOCO	19/01/2012	NO HUBO	CO190112-1	CORREO DEL ORINOCO	19/01/2012	NO HUBO			

*Tabla 17: Corpus de Investigación. Unidades Redaccionales sobre **el cuarto debate** entre candidatos a las primarias, publicadas por el diario **Correo del Orinoco** durante los días 23, 24 y 25 de enero de 2012.*

CODIFICACIÓN	PERIÓDICO	FECHA	TÍTULO	AUTOR	CUERPO	PÁG	CANTIDA DE PALABRAS	FOTO	NOTICIA	OPINIÓN
CO230112-1	CORREO DEL ORINOCO	23/01/2012								
CO240112-1	CORREO DEL ORINOCO	24/01/2012								
CO250112-1	CORREO DEL ORINOCO	25/01/2012	LEOPOLDO LÓPEZ RENUNCIÓ A SU CANDIDATURA PARA RESPALDAR LA DE CAPRILES RADONSKI	JANET QUEFFELEC PADRÓN		5	848	SI	1	
CO250112-1	CORREO DEL ORINOCO	25/01/2012	ES UNA RESPUESTA AL AVANCE DE PABLO PÉREZ	JANET QUEFFELEC PADRÓN		5	195	SI	1	

Tabla 18: *Vaciado de datos de entrevistas a grupo #1*

Matriz de Entrevistas – Grupo #1			
Criterios	**Evento # 1 Debate 14N Cristofer Correia**	**Evento # 2 El Gran Debate Margarita Oropeza**	**Evento # 4 Carrera Presidencial Yelly Bernal**
Se considera Debate	Se vendió como debate a la opinión pública más no hubo confrontación	No fue un debate y no fue un debate en ningún debate. Aunque no hubo debates, hubo filones fuertes, contrapunteos. Eso me parece que no se dio en otros debates o en otros encuentros parecidos.	No se llamó debate, se llamó carrera presidencial justamente por eso. El programa era un encuentro de candidatos donde cada uno pudiera expresarle al país su punto de vista. En la opinión pública se llamó debate, para nosotros era un programa hacia la carrera presidencial.
Por qué factor no se dio el debate	Porque no se podía poner a confrontar a candidatos que estaban bajo un marco de unidad.	La MUD, específicamente Guillermo Aveledo, pidió expresamente que no podían atacarse uno al otro ni podían descalificarse porque era una competencia entre gente del mismo sector, de la misma oposición.	Situación país, si tú firmaste un acuerdo ante la MUD, era absurdo poner a debatir a seis personas que tenían una misma visión de país. La diferencia de los planteamientos estaba en el cómo, no en el qué. El formato de debate es válido, siempre y cuando hay algo que debatir.
Referencias utilizadas	Tuvimos referencias de las primarias del partido Republicano de Estados Unidos, de los debates en Colombia y los de Perú	No tuvimos influencia de nadie. Estuvimos viendo un poco los debates de estados unidos y los de España, ni la escenografía se parecía.	De los debates de Estados Unidos que se habían dado. Ahí si hay debate, dentro de un partido, dos visiones.
Definición Temática	Los temas que más le afectaban a los jóvenes	Nos reunimos con los comandos y definimos unos temas básicos dentro de los cuales se iba a discutir.	Obviamente temas que estaban sobre la palestra pública.
Candidatos invitados	Se invitaron 5 candidatos porque la inscripción de Pablo Medina aún no había sido aceptada	Se invitó a todos los candidatos	Se invitaron a todos. Esto es un canal puertas abiertas.
Posiciones de los candidatos	Por sorteo y fue trasmitido en vivo por Globovisión.	Fue por sorteo	Por sorteo. No había forma de tener ventajismo.
Proceso de redacción de preguntas	Preguntas confidenciales y en igualdad de condiciones. Un equipo cerrado redactó las preguntas lo más completas posibles uniendo las preguntas por twitter que mandó la gente y se fueron haciendo varios filtros.	A cada periodista, incluso los internacionales, los reunimos y les dijimos los temas acordados con los comandos. En base a esos temas ellos formularon las preguntas. Las preguntas grabadas se hicieron en distintas regiones del país. Usamos las redes sociales y nos fue bastante bien. En las dos cosas se seleccionaron bajo el criterio de representatividad y de aportar algo nuevo a lo que hayan preguntado los periodistas.	Las preguntas las hizo Román Lozinski. Se buscó que las preguntas estuvieran en igualdad de condiciones en cuanto a que algunos tuvieran puestos de poder o no en el momento, consiguiendo un equilibrio. Intentando que Pablo ni Capriles sacaran respuestas sobre sus gestiones como gobernadores.
Realización de preguntas	Se entregó una pregunta a los líderes de las diferentes universidades del país, buscando representar a las distintas universidades.	Se eligió más plural y que participaran mas periodistas de aquí. Que participaran periodistas que tienen su corazón opositor y su corazón hacia el gobierno, para garantizar el equilibrio. Nos fijamos en el de la UCAB que era una sola pregunta	Las realizaba una sola persona porque cuando tu vas a conducir un programa de ideas, tu lo que vas a hacer es lanzar un planteamiento. Si lo que quieres es oír a los candidatos para qué quitarles el tiempo de oírlos. Los protagonistas eran los candidatos, no Román.

		para todos los candidatos. No nos gustó, se volvía monótono y cuando llegabas al último, el candidato estaba pulido. Así, decidimos tener una batería de preguntas variada. Aquí queríamos que tocara el factor sorpresa, que los candidatos no supieran quien les iba a tocar. Fuimos el único canal que tuvimos dos invitados periodistas internacionales de mucho prestigio. Fue un ingrediente importante porque ellos preguntaron desde la óptica de Venezuela ante el mundo. Se hizo toda una metodología de cómo se rifaba el periodista que preguntaba con el candidato. Fue todo un despliegue de tecnología. Se pidió a los periodistas que tuvieran una base importante de preguntas para cada candidato de manera que como era aleatorio no se repitiera.	
Moderador	Como el centro del evento eran los candidatos queríamos un moderador sobrio, neutral e imparcial. Pasaron por perfiles del ámbito académico.	No aportó información sobre este criterio	Román viene del noticiero y ellos no opinan, no manejan la opinión como fuente de trabajo.
Momento	El comienzo de las primarias, una vez ya los candidatos estuvieran inscritos	Queríamos el debate para la fecha en la que fue. Se iban a hacer dos debates, el segundo iba a ser a finales de enero.	El 23 de enero, por la significación que tiene la fecha que marca el fin y el comienzo de dos épocas distintas.
Lugar	El Aula Magna donde se gestó gran parte de lo que fue el Movimiento Estudiantil desde 2007. Un símbolo importante.	Estudio 1 de Venevisión.	Se decidió el CIEC por espacio, Globovisión es muy pequeño. Y al sentar a 7 personas juntas, tienes que tener espacio.
Organización	Había un equipo que coordinaba aéreas como las políticas y las operativas. Participo ciudadanía activa y otros grupos que estuvieron ayudando.	Teníamos dos meses trabajando en el debate. Los estudiantes ya habían anunciado su debate. Les dijimos que si querían nosotros los invitábamos pero no podíamos desistir lo que nosotros estábamos organizando con tiempo. Teníamos ya los invitados internacionales, fue un despliegue técnico impresionante una escenografía que se mando a hacer	Éramos como 40 personas en producción. La parte de protocolo lo hizo la misma gente del canal.
Producción total o parcial	Parcial. Ciudadanía Activa y otros entes ayudaron en la producción	Total	Total
Financiamiento	Organizaciones que financiaron.	El canal corrió con esos gastos.	Todos los costos fueron cubiertos por Globovisión
Comunicación con comandos	Se realizaron reuniones con los respectivos jefes de campaña donde se llegaba a consensos respecto al formato y los detalles del debate.Los comandos exigieron cuestiones como seguridad y el acceso limitado de barras a los candidatos. Se dejaron los acuerdos claros con respecto a la metodología y los temas pero nunca se dijeron las preguntas. Se realizo una reunión con la MUD y nos dijeron que no era el momento para realizar un debate.	Con la MUD tuvimos cuatro reuniones, con los comandos cuatro reuniones también. Los acuerdos los estipulamos por escrito Se suprimió una pregunta de personalidad por el tiempo y nos daban casi las tres (3) horas. Se suprimió el día que se hizo el sorteo, se lo dijimos a los candidatos y María Corina se molestó mucho. El sistema computarizado se le fue mostrado a los comandos días antes para garantizar la trasparencia.	Nos comenzamos a reunir en enero para definir fecha y todo. Todos son amigos de la casa. Dejamos claro la dinámica, los tiempos menos las preguntas. Los acuerdos eran para equidad e igualdad para todos. Hubo tres reuniones. Una se conversó, otra se organizó y en la otra se definieron detalles. Hubo consideraciones, más no exigencias.

Público Directo	Estudiantes, comandos, partidos políticos, periodistas, autoridades universitarias, colegios profesionales. Representación del país. Se realizó por invitación personal y acreditación de medios. Se tuvo que distribuir a las personas y establecer lineamientos de comportamiento durante la grabación. Había como 700 personas	Se le pidió a cada candidato traer a su jefe de campaña y a un asesor y los dos en simultáneo no podían estar los dos. Cada uno, mandó una lista de 15 personas que se situaron en el salón de la preventa con una pantalla. Aparte se invitó a representantes de los distintos factores del país. Aparte en el salón diego Cisneros se dispusieron pantallas y ahí estuvo la prensa. En el estudio solo estaban los técnicos, los candidatos y los periodistas. Estaban las 15 personas por candidato, 110 personas invitadas y 50 de prensa	Invitados de los candidatos e invitados de Globovisión. Cada candidato tuvo la oportunidad de invitar hasta a 15 personas. Esta invitación era como una atención, es protocolo, es elegante, es ser educado. Había directivos de la MUD, secretarios generales de partidos y hubo apertura completa a los medios de comunicación tanto nacionales como internacionales. Nosotros no podíamos poner miles de sillas porque estamos en un programa en vivo y hay que controlar muchas cosas, tiene que haber silencio absoluto. Había como 200 personas
Manejo Audiovisual	Sobria y ecuánime buscando que los candidatos fueran los protagonista. Todos los aspectos audiovisuales para la grabación de la señal única, lo llevó Ciudadanía Activa. Los pasillos tenían que estar completamente libres para el movimiento de las cámaras y las personas durante el tiempo al aire tenían que estar sentadas en sus puestos.	El montaje, y todo lo trabajo Venevisión directamente. Se pusieron los pódium al mismo nivel. Se trato que las cámaras hicieran el mismo tiro de cámara a los candidatos y a los periodistas igual.	Se cuido que el movimiento de la bandera como fondo de los candidatos fuera exactamente el mismo para todos los candidatos. Cuando tienes a 7 personas juntas tienes que tener altura para la iluminación, tienes que tener espacio hacia atrás para poder mover las cámaras y una matraca de escenografía para poder abarcar a los candidatos y que ellos se sintieron cómodos. Pablo Pérez es muy grande.
Transmisión	Señal única para evitar que los canales grabaran cosas que no tenían que grabar, buscando un equilibrio. Transmitieron Globovisión y otros canales trasmitieron pases en vivo. También se trasmitió por una página que se creó para el debate y por la Patilla.	CNN y Univisión transmitieron segmentos.	Fueron muchos medios de televisión, de radio y a nivel web.
Tratamiento de medios	Nos contactaban por medio del correo del debate y se hacía todo el proceso de acreditación. Buscamos una zona al lado del Aula Magna para que los medios pudieran ejercer todas sus funciones.	Se le permitió acceso a todos los medios que quisieran venir. Todos los que mandaron. Antes de empezar el evento se trajeron a los candidatos para que los saludaran y que les pudieran tomar fotos. Una vez los candidatos estuvieran en el pódium, bajaron a los fotógrafos para tomar la foto oficial.	Apertura en cuanto a la cobertura. Manejar el tema fotógrafo fue difícil, eran como 50. Fueron muchos medios impresos. Todo el que quiso ir fue.
Promoción	Queríamos que se viera como un evento de los estudiantes del país: objetivo, imparcial y fresco. Por falta de recursos, usamos métodos distintos que no requerían gastos. Giramos a través de diferentes medios por todo el país. Se hicieron ruedas de prensa. Usamos las redes sociales. Los voceros principales éramos los dirigentes estudiantiles. La prensa escrita y las radios fue donde tuvimos más espacios.	El evento se promocionó dos meses antes. Se utilizó la pantalla de Venevisión. Se puso en la parrilla en prensa que Venevisión pone todos los fines de semana. Utilizamos nuestros propios medios: pagina web y twitter.	Somos medios de comunicación y generamos opinión pública. La G de Globovisión es una marca. La G estaba ahí, porque ese programa que captura la sintonía, tienes al día siguiente la foto en el periódico con la G alrededor de los candidatos. Estábamos diciendo que ahí estaba nuestro debate. Las cifras dicen que los programas previos entre cada candidato ayudaron a la promoción del debate. El anuncio de Leopoldo y Capriles nos impulso. Nos utilizaron para ser noticia. Nos beneficia porque nos

			utilizó como medio y entonces en todos los medios se nombraba a Globovisión, fue promoción para marca. Globovisión se montó las primarias en la espalda.

El Diario Panorama, organizador del evento #3 llamado el Gran Debate de las Regiones, fue contactado en múltiples ocasiones, a través de llamadas a su sede en Maracaibo como a su periodista responsable en Caracas; pero a pesar de tener comunicación con ellos, no otorgaron la entrevista solicitada.

Se contactó a Luis del Villar, editor encargado en Caracas, y a Heilet Morales, jefe de política en Maracaibo. Ninguno de ellos estaba “autorizado para dar información sobre ese evento”, ya que debían ser facultados la directora no la Directora, quien nunca se encontró disponible.

Insistentemente, se les realizaron llamadas telefónicas y se les envió por correo electrónico la solicitud con las preguntas de la entrevista adjunto, tal y como fue solicitado de su parte; sin embargo, nunca emitieron respuesta a estas mails.

Pese a los intentos, durante todo un mes, el medio de comunicación no quiso otorgar ningún tipo de información sobre la realización de su evento. Ante esto, Del Villar confesó que el periódico es “muy hermético en cuanto a dar estas informaciones”.

Tabla 19: Vaciado de datos de entrevistas a grupo #2, parte uno.

Matriz de Entrevistas – Grupo #2 (Parte uno)			
Criterios	**Comando Pablo Pérez Larissa Patiño**	**Comando Henrique Capriles Anamaría Oxford**	**Comando Diego Arria Oliver Blanco**
Se considera debate	No. Tiene que haber una interacción. No hubo confrontación de ideas.	Un debate dentro de la constitución de debate que tenemos, no.	No se considera debate
Por qué factores no se dio el debate	El contexto. No poner a discutir ninguno puesto que todos iban a unas primarias de la oposición. Se veía como la oposición peleada entre sí. No era lo que se quería mostrar. Fue estratégico, se quería mostrar unidad. Al no ser debates, terminaron siendo unos requisitos que desgastaron a los candidatos.	Fue así por los organizadores. En ninguno había intención confrontar porque eran seis. Un debate hubiera restado a algunos candidatos, pudiéndose perder la dinámica del programa y quedando entre dos.	No aportó información sobre este criterio
Qué fue el evento	Exposición de motivos.	Se pudo ver contraste por expresión de ideas y no por confrontación. Un mismo objetivo pero llegaban de maneras distintas.	Representación de visiones en condiciones iguales. Momento para contrastar y diferenciar
Realización de preguntas correcta	No nos pusimos a buscarle las cinco patas al gato sobre eso.	Las preguntas estaban pre hechas.	Fue adecuada.
Posicionamiento de los eventos.	Los más parecidos fueron los de Venevisión y Globovisión.	Se diferenciaron por la puesta en escena o la moderación. Cosas más de forma que de contenido.	No respondió
Moderador rol indicado	No cumplieron rol. No sé hasta qué punto fueron positivos. No hay como medir eso. Pero creo que eso no sumo	El de la ucab se lleva la medalla de oro porque era nuevo, primera vez que hacía eso y lo hizo muy bien. Losinsky hizo un trabajo de moderación difícil, él solo llevando un tono que no inclinara a un lado es muy difícil.	En general fueron muy buenos, haber escogido a un profesor y especialmente al Dr Casal en la UCAB fue significativo tanto para el ambiente universitario como para el país. En el caso de Globovisión Román Losinsky ha sido siempre una figura equilibrada, lo que quizás pudo haberle permitido ser visto de esa forma por toda la audiencia.
Personas que realizaban preguntas rol indicado	No aportó información sobre este criterio	Me gustó el de Venevisión porque el panel daba pluralidad, era más dinámico. Al final quizás un periodista no expresa lo que quiere preguntar la gente.	Si
Temática	Fueron como los temas básicos.	No aportó información sobre este criterio	Los medios y los organizadores solamente siguieron los temas que ya la mayoría de los candidatos habían impuesto en la agenda. No hubo verdadera innovación y los temas se

			redujeron a evaluar la situación de Venezuela desde la forma sin tomar en cuenta el fondo. Llegamos al punto de pretender plantear el gran problema nacional, como un tema de gestión, como si el problema actual sea solo una gestión incompetente y no un régimen que ha venido acabando con nuestro sistema y con nuestros valores.
Preguntas por twitter o grabadas.	No está mal. Hoy día todo va a una apertura hacia los que no tienen acceso a estar ahí. El asunto es que como todo siempre hay un sujeto que filtra.	Es conveniente, al final la participación de la gente es lo que importa y es crucial. Lo que era difícil era que fuera en vivo y era lo mejor que podía pasar. Al final esto es para la gente.	No aportó información sobre este criterio
Rol Comandos en la organización	En el de la UCAB, nosotros estábamos esperando que realmente fueran todos y que fuera el otro candidato que estaba dentro de la decisión final. Estábamos esperando que Capriles confirmara.	Proponíamos. Creemos que le falta esto. En la ucab no proponíamos, más bien corregíamos. Donde más se intervino fue el primer debate. En el primero fue en el que más se discutió sin embargo llegamos a acuerdos. Invitados por candidatos. No se intervino en las cosas de fondo. No se intervino en los temas, si no en la forma. Propuesta de trasmisión en vivo sorteo. Cada organización planteaba su normativa. Nos poníamos de acuerdo, adaptábamos a los que veíamos podía ser, opinábamos, pero no cambiaba nada. Acompañamiento a los organizadores. Se adaptaban, opinión, pero no había cambios trascendentales. A la espera de la propuesta de los organizadores	No aportó información sobre este criterio
Transparencia en la organización	En ninguno hubo un acuerdo que no estuviera claro. Sabíamos las temáticas, la puesta en escena, la mecánica pero no sabíamos las preguntas.	Si. Problemas con el reloj en la ucab y en Venevisión.	Siempre
Evento organizado	Había buena organización en todos, cada uno puso su mayor empeño a sus propios estilos. No me gustó mucho que el control absoluto en el de los estudiantes, lo tuvieran ellos nada más. En la organización había como una camisa de fuerza. No es que en los otros debate no hubiera organización, pero las conversaciones previas fueron menos asfixiantes que en el de los estudiantes. No sé si fue así porque era el primero. Tú puedes tener 20 años de experiencia pero ellos eran los que sabían.	Desconocimiento tema televisión debate Ucab. Más largo para ponerse de acuerdo porque hubo que adaptarse a los tiempos de televisión a la trasmisión más que al contenido del debate. Panorama, primera vez que un medio de comunicación impreso organizaba un debate. Después hubo interés por las televisoras digitales Adaptaron las instalaciones de panorama. Tus periodistas impresos sentados para hacer televisión.	En su mayoría, si

Lugar y Momento adecuado	Lugar. El de la universidad te enmarcaba en un público netamente estudiantil Muchos tiempos muy pocos. Interrumpían la campaña. Eso no hizo que cada uno se luciera No le aporto nada a la campaña. Pudo haber aportado una cosa nueva después de 14 años. Si en el debate salió bien o mal. Los debates no le aportaron a la participación. Yo creo que en el caso del debate de los estudiantes, en las campañas tienes que esperar que se calienten las cosas. La esperadera de los dos candidatos que no aceptaban era esperar que le momento fuera más adecuado, que estuviera más caliente el tema político, cercano a las elecciones. Si los estudiante son hubieran ejercido tanta presión, no se hubiera dado ningún debate.	Lugar: en el de la UCAB, los debates públicos pueden irse de las manos. El más controlado por el estudio, fue el de Venevisión. El de Globovisión generó mucho interés porque fue al final. La emoción electoral comienza cuando la gente comienza a pasarse el switch de que pronto vienen unas elecciones porque hay una desconexión natural de la vida cotidiana de las personas con el evento electoral. Momento: el de la ucab no era momento del debate, por eso no queríamos participar. Generó poco interés. Estaban muy lejos de la elección. Era interesante pensar que unos estudiantes hicieran un debate, pero fue a destiempo y creo que tuvo muy bajo rating. Venevisión promociono full pero también estaba a destiempo. El de Panorama también fue una buena fecha, a menos de un mes de la elección. El que más capitalizó fue el de Globovisión.	Todos adecuados.
Mucho cuatro debates	Fueron demasiados, montar un debate era suficiente. Ninguno de los debates sumó. Estaban en campaña y los sacas de ese contexto donde los tienes que preparar. Los tiempos fueron muy pocos porque eran muchos. Esos debates no hicieron que cada uno se luciera. Al final los candidatos, a falta de debate, tenían que inventarse nuevas cosas.	Yo creo que fueron muchos, si los hubiésemos condensado en el esfuerzo de uno solo, hubiera sido mejor. Al final terminaron preguntando lo mismo. Me hubiese gustado uno con la participación de todos.	En general, es así
Favorecimiento candidatos	Tú ahí no podías medir nunca la altura entre uno y otro. Por eso decir quién ganó, no se podía.	Nunca porque además de sorteaba. Todos los asesores ahí sabíamos de televisión, si hubiera existido favorecimiento sobre alguno, el otro se hubiera dado cuenta.	No aportó información sobre este criterio
Público presente bien seleccionado	El de la universidad te enmarcaba en un público netamente estudiantil.	Estudio Venevisión. Controlado. No tenía público. Los debates públicos pueden irse de las manos. Globovisión, había un control de numero de gente. Más controlado donde los candidatos estuvieron más enfocados interactuaron mejor con sus equipos, el de Venevisión.	Siempre hubo limitaciones aunque muchos candidatos asistían con sus propias barras.
Manejo audiovisual adecuado	No se favoreció a nadie. Pero ahí tu pierdes la parte emocional del os debates. Cuando hay un debate, no estoy exponiendo, estoy debatiendo, lo	No hubo manera de favorecer en manejo de cámaras.	El manejo fue adecuado.

	ideal es que yo te vea a ti, porque tus gestos son los que van a evidenciar si te incomoda o no lo que estoy diciendo. Si no puedo ver el lenguaje corporal, estoy matando el 50% del debate. Para una cuestión de equilibrio colocar solo en pantalla al que está respondiendo, con el tiempo exacto que tenían, era netamente una exposición. Sin reacciones, sin gestos, sin nada. La posición de los candidatos no importaba porque solo servía para una toma abierta, de esto los metían en una caja con un plano medio mientras hablaban.		
Promoción	Venevisión buscaba alcanzar niveles de rating y diferenciarse totalmente del de los estudiantes. La gente tenía una expectativa del debate diferente por lo que el asunto del rating o el haber calado en la opinión pública, no ocurrió. El de Panorama la promoción fue muy regional. El debate inicialmente lo promueven los medios. En Estados Unidos los debates no pertenecen a un canal de televisión, pertenece a los comandos y ambos promocionan el debate con fuerza. La promoción fue una cosa de medios, no de comandos.	Nos parecía Interesante la promoción porque a Panorama lo han tildado de tendencia oficialista Venevisión promocionó muchísimo por todas partes, No solo te tienes que limitarte a tu medio.	Si. Siempre puede hacerse mejor, sin duda esto será un precedente positivo para cuando recuperemos la democracia y la libertad de expresión.
Tratamiento medios adecuado	Lo ideal es abrirse a todos los medios posibles. En ese aspecto, lo que hicieron los estudiantes es lo más parecido a lo que se debe hacer en un debate. En los otros casos era netamente mediático de ellos. En los otros si había periodistas invitados pero casi todos impresos, no había canales de televisión.	Todos convocaron medios, incluyendo Panorama. Las televisoras también entraban perfectamente.	No aportó información sobre este criterio
Transmisión	En el de los medios su señal matriz era su señal matriz. Por eso cada canal terminó pidiendo debate.	En el de los estudiantes no tenían asegurados la transmisión hasta el último momento, por eso no queríamos aceptar tampoco. Panorama siendo un medio impreso tomo como trasmisión un medio web, su objetivo fue migrar a una población por internet que abarca mucho más allá que el estado Zulia y quisieron probar mediante este mercadeo en una oportunidad interesante, su puesta en escena.	No aportó información sobre este criterio
Influencia en la participación de las primarias	Eso no le aportó nada a la campaña, quizás después de 14 años era algo nuevo. Pudimos diferenciarnos. No influyó en la participación de las primarias.	Si creo porque venimos de un país donde no existe el debate, donde el espacio para el debate de ideas no existe. El que no sabía si participar o no, esos debates le abrieron un espacio para la reflexión.	Por supuesto que sí, Generaron una emoción que logro más interés en el proceso.
Institucionalización	Yo creo que eso es fundamental, el ciudadano	Tenemos que debatir sobre los problemas del	Claro, podría organizarlos el CNE-cuando sea un

debates	merece que exista un debate, porque el elector tiene que ver cómo se comportan sus candidatos.	país, hay que hacer debates para que la gente tenga la capacidad de reflexionar sobre lo que está escuchando. No sé si debería estar en ley, de pronto las leyes te someten mucho. Si es por ley, lo veo muy rígido. Si debería estar promovido incluso por el CNE, debería promover espacio para la discusión de ideas. Incluso como organizador de los debates.	poder verdaderamente independiente- de la mano con empresarios, universidades, gremios etc.
Rol MUD	Realizamos un encuentro serio, todos de manera muy profesional, respondiendo a las solicitudes de cada uno de los organizadores. En el debate de la católica quien medio todo fue la MUD.	Respeto, camaradería. Ninguno se impuso.	No aportó información sobre este criterio

Tabla 20: *Vaciado de datos de entrevistas a grupo #2, parte dos.*

Matriz de Entrevistas – Grupo #2 (Parte dos)			
Criterios	**Comando Leopoldo López Johan Merchán**	**Comando María Corina M. Magaly Meda**	**Comando Pablo Medina Pablo Medina**
Se considera debate	No. Se supone que es el contraste de ideas. Aquí a la larga privo la exposición de ideas sobre determinados temas que les fueron preguntando.	No. Un debate tiene la particularidad que tú como candidato debes confrontar en un escenario, contestando las preguntas que los ciudadanos se hacen cotidianamente y comparando propuestas unas con otras.	No. Un debate es el cruce de ideas, es confrontar y que no solo uno pueda opinar en términos globales. Dilucidas aspectos cruciales que no se discutieron. El problema es que el esquema del conversatorio no se emitía un debate.
Por qué factores no se dio el debate	Las metodologías	Porque muchos no querían que se dieran. Había mucha presión departe de los comandos para que no se permitiera el debate. Siempre en aras de no generar ruido para que eso sirviera para que el chavismo montara una campaña en función de eso, en lo que no estaba de acuerdo. En el caso del debate de la UCAB, fue una presión ciudadana, ese fue el valor que tuvo ese debate. La presión para que se dieran los debates posteriores fue departe de los medios.	Yo espero que haya sido porque los candidatos no quisieron debatir que porque la misma metodología no dejaba debatir.
Qué fue el evento	Exposición de ideas por parte de los candidatos.	Planteamiento de ideas.	Conversatorio. Opinión de términos globales. Responder un minuto y más nada. Salir de la pregunta lo mejor posible sin tocar puntos.
Realización de preguntas correcta	No había la posibilidad de refutar ideas y los candidatos tuvieron que buscar herramientas para poder compensar esa falta de interacción. Tienes que meter la mayor cantidad de contenido en un minuto, tratando de dejar clara la idea principal de cada uno de los temas. El detalle está en la sustancia que se le dé al discurso.	Aquí tenías la posibilidad de decir cualquier cosa sin responder la pregunta y te ibas a la siguiente pregunta. Las preguntas estaban bien mientras hubiesen sido discusión, está mal cuando solo es responder. Quizás en el debate de Venevisión existieron preguntas de algunos periodistas fuera de contexto. No me gustó la metodología del de Venevisión y creo que para el canal que estábamos usando era un potencial gigantesco para hacer algo mas aterrizado y trataron de hacer un show de televisión	En un minuto tú no podías profundizar ni confrontar. Tiene que haber un espacio para que el candidato confronte al otro candidato.
Posicionamiento	UCAB, ecuánime organizado por el mundo académico y los estuantes, siendo objetivo e imparcial.	UCAB: iniciativa de los muchachos, vinculados a la nueva generación.	Venevisión, le puso un componente del show. Globovisión, tuvo un enfoque de canal informativo, promocionaron con programas

	Venevisión, alcance nacional. Panorama: se posición como regional Globovisión, el tema del primer anuncio de la alianza Leopoldo y Henrique de comió la trascendencia del debate.		previos que fueron creando un ambiente para su evento. En Panorama, lo enfocaron en el tema petrolero y el tema regional.
Moderador rol indicado	Quien hiciera la pregunta no influía. A la larga siempre ibas a tener una persona realizando la pregunta específica que le hubiese tocado al candidato. Ya los grandes temas estaban delimitados.	Son claves para tu llevar adelante un debate de altura, es fundamental. E importante la transparencia.	Jugaron el papel que estaba previsto en un esquema preconcebido.
Personas que realizaban preguntas rol indicado	Quien hiciera la pregunta era lo de menos, ya los temas estaban definidos.	En Venevisión, el nivel de los periodistas y el tipo de preguntas que hicieron realmente no se preguntaron con la gente tampoco.	La realización no cambiaba la metodología. Indistintamente a los personajes que realizaban las preguntas, el esquema seguía siendo el mismo.
Temática	Estaban los temas más importantes del país. El ideal de un debate es que haya interacción sobre un tema entre todos los candidatos, pudiendo ver efectivamente el contraste. En panorama se tocaron temas muy regionales.	Yo creo que ahí se tocaron temas muy importantes. Quizás en el caso de Venevisión las preguntas estuvieron fuera de contexto. En Globovisión, los temas empezaron a ser un poco repetitivos, aunque le hayan dado prioridad al tema social.	Está bien. En el caso de Venevisión lo que intento darle fue una autonomía o libertad al periodista para que pudiera hacer la pregunta de acuerdo a su criterio, reflejando que no había control por parte del canal. Las preguntas no estaban hechas por el canal si no por los periodistas . Hay que mejorar la calidad de los debates, hay que centrar mas los aspectos con relación a os programas de gobierno y el compromiso con esos programas.
Preguntas por twitter o grabadas	Todos aquellos mecanismos que permitan que la gente directamente pueda conocer la opinión de los candidatos eran validos. Oportunidad de vincular al común del ciudadano en la participación de estos temas. Siempre debe haber un filtro en esos temas. Si lo haces directamente en vivo te expones a una especie de sabotaje, dada la situación política actual. Fue una oportunidad de hacer masiva la inquietud de los venezolanos.	No aportó información sobre este criterio	Creo que es compartir los nuevos espacios que hay en la sociedad civil para que también sean protagonistas de los debates.
Rol Comandos en la organización	Previamente hubo conversaciones con los jefes de campaña de los candidatos donde se fueron en conjunto alineándose lo que sería la posición final de los debates. Pero a la larga cuando hubo la invitación final del debate ya era con esa metodología que estaba establecida. Las reuniones previas decían los temas. Los comités organizadores definían los temas.	Como algunos candidatos no se estaba seguro si iban, hasta que no se logró un acuerdo firmado de participación de todos, no se aprobó la fecha del primer debate. Nosotros asistimos a todas las reuniones, pero había dos candidatos que se negaban a participar. El único donde hubo un comité fue en el de la	Las candidaturas no tuvieron nada que ver en la escogencia de los temas y la forma de los temas. Que yo sepa no hubo negociaciones entre los comandos y los organizadoras. Ni aspectos con las cámaras, ni posiciones porque se sorteaban. Cada candidato designaba un representante para cada debate y las posiciones y los lugares se sorteaban.

	Donde más énfasis se hizo en los acuerdos fue en el de la católica por ser el primero. En el de Venevisión fuimos representantes de los candidatos a chequear el set y ver un ensayo. El de panorama y el de Globovisión no hubo ensayo pero pasaron la información del desarrollo del debate.	UCAB. Donde estaban los representantes de los candidatos, los estudiantes, distintas ONG y personas. En los demás la comunicación fue solo entre los medios y los representantes de los candidatos. Todas las propuestas fueron de parte de los organizadores, menos el de la UCAB. Los medios mandaron una propuesta. En cambio en la UCAB hubo un comité.	
Transparencia en la organización	Hubo algunos debates que no se garantizó que a todos los candidatos le preguntaran por todos los temas. Por ejemplo, en el de Venevisión Henrique salió beneficiado porque le ponían el tema de educación en cambio Leopoldo que su área en la campaña era la seguridad, nunca le preguntaron de ese tema. Siempre se hacían sorteos.	No me gusto la metodología de la escogencia que uso Venevisión, pero ellos quizás quisieron hacer un planteamiento distinto. El único por el cual yo doy garantía de la metodología, aunque no estoy ha blando mal de los demás, es el de la UCAB y el de Globovisión. Puro papelito, termina siendo cuestión de suerte. En el de Panorama no hubo sorteo, ellos decidieron quien arrancaba. En el de Venevisión era un sorteo muy raro, lo metías en una computadora que nadie comprobó. En Venevisión nosotros habíamos aprobado una metodología y antes de empezar cambiaron el sistema entonces había una pregunta personal y la quitaron a última hora. Eso hizo que cambiara quien cerraba. Cuando se cambian las reglas de juego a última presión a última hora, no es muy positivo.	Fue Transparente.
Evento organizado	Todos los eventos tuvieron buena organización, todos los candidatos se sentían bien atendidos y sus acompañantes. Hubo la información suficiente sobre el desarrollo.	Si. Panorama súper organizado. En la UCAB hicieron un esfuerzo con respecto al acceso al auditorio, pero era todo un problema. Ellos mismos trataron de evitar los aplausos.	Si estuvieron bien organizados
Lugar y Momento adecuado	A la larga el lugar depende del enfoque que se le dé.	El lugar no es nada simbólico. El evento está hecho para el país, no para el público presente. Yo creo que el momento del primer debate fue perfecto, pienso que si no hubiera pasado en ese momento, no hubiera existido lo demás. Se dio por la presión que hubo en el momento preciso.	Creo que el tiempo no tiene nada que ver. Un debate puede ser decisivo en el momento final de la campaña.
Mucho cuatro debates	No aportó información sobre este criterio	Teniendo esa forma, se hicieron en exceso. En el debate de globo ya se habían repetido mucho los planteamientos.	No aportó información sobre este criterio
Favorecimiento	A la larga no era tan evidente si no que se	No hubo un favorecimiento en los eventos. Hubo	No aportó información sobre este criterio

candidatos	analizaban otros elementos como desempeño si se puso o no nervioso, concreción con que realizaba las ideas, si se consumía el tiempo. Era más su desempeño, porque no se vio contraste. Surgieron candidatos temáticos.	momentos buenos y malos para los candidatos. AL final yo creo que eso no hizo ningún efecto, si no que incentivo a la gente a participar. A los candidatos con pocos recursos les favorecía el evento porque eran espacios importantes donde ellos podían plantear sus ideas.	
Público Directo	A lo mejor hacer debate donde haya mucho público presente, controlar quien entra y quién no entra te expones a que haya cierto sabotaje de la actividad. En el de la UCAB, una de las preocupaciones era con acceso público y como controlabas el tema de las barras pro candidato que puede incidir en la percepción del televidente. Los demás debate se ahorraron ese problema, tienes que incrementar tema de seguridad y a la larga era un show televisivo. .	En la UCAB trataron de limitar el tema de la gente de los candidatos, fueron más estudiantes. Los demás fueron más restringidos. El de Venevisión y el de Panorama fueron los más restringidos de todos en cuanto a público asistente. Tú estás haciendo esto no para la gente que está ahí, lo estás haciendo para un país. Siempre vas a tener que controlar que el público aplauda o no, que cambie la percepción en una audiencia por una barra. Tienes que procurar que la gente que está ahí entienda que ese debate no es para ellos si no son parte de la puesta en escena.	
Manejo audiovisual adecuado	En el primer debate, había grande fallas de iluminación. Los debates al aire se veían muy oscuros y Leopoldo se veía muy brillante porque le pusieron un foco que le quemaba la cara. Eso lo distraía y afectaba su desempeño. En cambio en los demás, hubo una producción acostumbrada. Quizás por las limitaciones de recursos, represento un tipo de inconveniente fue el de la UCAB. De resto, cada organizador hizo uso de sus recursos y su despliegue. En el manejo de las cámaras había normas delimitadas. Los planos eran los mismos para todos los candidatos. No se permitían hacer contra planos de otros candidatos mientras uno estaba haciendo su exposición.	En ningún caso hubo un mal manejo de las cámaras.	Manejo equilibrado.
Promoción	Cada evento de acuerdo a las características que tuvo y el organizador que tuvo, tuvo la promoción adecuada tomando en cuenta esas variables. Esos programas temáticos de Globovisión fueron muy positivos. Desde el punto de vista de fijación o de conocimiento de las propuestas, ese tipo de programas ayudaron.	El primero no tenía recursos, por eso entonces no se promocionó mucho. En Venevisión, para el canal que estábamos usando era un potencial gigantesco para hacer algo más aterrizado y ellos quisieron hacer más un show como un programa de televisión.	Cada quien de acuerdo a su tamaño y a su naturaleza promocionó.

	Sobre el debate de la Católica hubo mucha expectativa peor no tuvo el empuje de los canales audiovisuales. Los medios impresos se montaron mucho en darle difusión, quizás los medios audiovisuales no se emocionaron mucho con la idea. Ceder tiempo en televisión para algo que no es de ellos, representa costos. El de Venevisión hizo súper promoción del evento, es el canal más visto del país la proyección estaba garantizada, quizás ahí el tema fue que al ser el debate de Venevisión no permita que los otros canales le dieran fuerza a eso. El de panorama por mucha promoción que se le hiciera, era un debate regional. El de Globovisión tuvo mucha expectativa pero no es un canal nacional, el tipo de señal abierta se ve solo en cuatro estados del país. Ningún canal iba a transmitir una señal de Globovisión.	La noticia del debate de Globovisión no se dio por la alianza de Henrique y Leopoldo,	
Tratamiento a los medios adecuado	En Venevisión la cobertura fue muy cerrada. En Globovisión no fue tan cerrada. La idea de contraste llegó por la edición periodística, no fue algo que se veía evidentemente.	No aportó información sobre este criterio	No aportó información sobre este criterio
Transmisión	Al tener una ronda de 6 candidatos, más cortes comerciales el tiempo que tienes para explicar es reducido. El primero el único que se iba a pegar formalmente era Globovisión. Los demás iban a hacer como contactos. En cambio el de Venevisión era del canal de mayor sintonía por eso hubo tanta expectativa, pero quizás se quedo en expectativas. En el de panorama fue muy regional y no tuvo mayor trascendencia para el país, estuvo quizás en público zuliano y los canales regionales que se pegaron a la señal.	El de la UCAB hubiese sido mucho mejor que se trasmitiera por medios nacionales mucho más grandes que lo que es Globovisión. Creo que fue una lástima no tener los recursos y no lograr acuerdos con los medios. En la UCAB, usaron una señal única y estuve totalmente de acuerdo con eso porque eso te garantiza que quien está organizado el debate tiene el control sobre la proporcionalidad para todos los candidatos. Los canales con los cortes, los pases, no garantizan esa proporcionalidad. El de Panorama fue muy regional, creo que no lo vio nadie, no tuvo salida por ninguna parte. Se comentó en el periódico y no tuvo mucha relevancia lo que estuvo ahí. A pesar de que fue un evento que muchos medios los trasmitieron, porque estaba toda la red de televisoras regionales, fue el que menos proyección tuvo.	Venevisión rompió rating.
Influencia en la participación de las primarias	La participación de las primarias viene mas por la campaña que venían haciendo los candidatos y que recorrieron el país cara a cara.	Fueron importantes absolutamente. El discurso de María Corina fue un discurso poderoso que movilizó a la gente a votar.	Yo creo que esos 3 millones de personas que fueron a las primarias tienen que ver mucho con los debates

Institucionalización debates	Que los debates no se queden en una referencia o en la historia. Al menos un debate debería ser promovido por el órgano electoral previo a la elección presidencial, bajándolo a las regionales y a las municipales. Así como las primarias son una conquista de la alternativa democrática, los debates también deberían serlo.	Yo creo que esa es parte de la democracia política de hoy en día. Yo como venezolano quiero ver a los candidatos debatir, tener la posibilidad de que alguien confronte al presidente. Eso es parte de la exigencia de construir democracia, debería ser una bandera de la oposición. Yo creo que la organización de los debates debe tener la participación de personas con el nivel de preparación en todos los sentidos. Debería haber un equipo promotor y ese equipo debería tener una cabeza intelectual, una cabeza política, una cabeza a nivel de producción para que todo esto fluya. Yo creo que debería haber un comité incluyendo los participantes de los candidatos,	Se deben institucionalizar los debates.
Rol MUD	Imperó al final es que salieron estas iniciativas y luego la MUD llamó a todos los organizadores para hacer algo mas organizado y con sentido. Los candidatos tenían que hacer campaña y no podían pasar todo el tiempo en un debate. Los fejes de campaña se reunieron con la MUD por la cantidad de invitaciones que había de medios para debatir. Al final se decidió hacer un debate del bloque de prensa que fue el que hizo Panorama. La MUD trató de organizar un poco esas iniciativas. ¿Qué comunicación formal podía haber entre algunos comandos? Bueno, cuál es el debate que de alguna manera está abalado por el cronograma de la mesa de la unidad permitiendo organizarse a los comandos. La preocupación era la garantía de que los más ranqueados estuvieran presentes y no solo los menos ranqueados. [sic] Que la MUD entrara en juego garantizaba que fueran todos los candidatos. MUD: Garantía de equidad en asistencia. El día anterior del debate de la UCAB empezó a entrar en juego.	Siempre se dijo que la Unidad debería ser el organizador de propuestas como estas pero nunca paso. A pesar de que la MUD decía que estaban planificados 4 debates, estos se dieron no por planificación si no plenamente por el contexto. Después fueron medidas de presión. Después de la UCAB, había un compromiso con Globovisión. Empezaron a aparecer solicitudes de todos los medios de comunicación. Venevisión bajo su presión de ser un medio importante, también presionó. Y el regional se dio porque no se había hecho ninguno y la primera propuesta vino de parte de Panorama, Se creó todo un conflicto en medios nacionales y regionales.	No aportó información sobre este criterio

Tabla 21 : Vaciado de datos de entrevistas a grupo #3

Matriz de Entrevistas – Grupo #3			
Criterios	**Analista #1 Jhon Magdaleno**	**Analista #2 Nicmer Evans**	**Analista #3 Teresa Alvanes**
Actuación	No estuve asesorando a ninguno de los candidatos.	Pude ver el de la UCAB, el de Venevisión y parte del de Globovisión.	En el de la UCAB no estuvimos para que no se viera como si lo estábamos auspiciando. En el de Venevisión y en el Globovisión sí estuvimos presentes. Tuvimos dudas porque en el Reglamento de Primarias dejamos claro que no nos encargaríamos de la organización de debates. Desde la Comisión Electoral de Primarias no tuvimos nada que ver con los formatos.
Se considera debate	Lo que se conoce estrictamente como debate es más bien el formato de dos candidatos, eso es lo que se conoce como debate presidencial. Entre otras cosas porque el formato mismo permite la confrontación de las propuestas y visiones. Yo no estoy seguro si podríamos llamarlo debate. No hubo confrontación. El formato respondía a una necesidad estratégica. Fue correcto estratégicamente para la oposición como se planteó es decir si se utilizaba el formato de debate, probablemente la lectura que haya tenido la opinión pública haya sido de cisuras y de desacuerdos relevantes entre los precandidatos. Creo que de forma deliberada tanto el formato como el mismo desempeño de los precandidatos buscó no hacer tan visibles las diferencias y desacuerdos de fondo que pudiesen existir.	Eso no fueron debates. Eso fue un ejercicio de exposición de motivos candidaturales que permitieron de alguna u otra manera al electorado oposicionista escuchar un poco los planteamientos de cada uno de los candidatos pero el principio fundamental de argumentación y contra argumentación por parte de los candidatos no se dio entre otras cosas por una imposición de la misma Mesa de la Unidad Democrática. No hubo voluntad de debate por parte de MUD, y así se le estableció a diversos medios sobre la necesidad de no genera ningún tipo de confrontación entre ellos en aras de la unidad. En un segundo plano, los planteamientos que se dieron producto quizás de la dinámica, los tiempos y la formulación de pregunta perjudicó mucho la calidad de las respuestas. Pudo haber una mayor cabida expositiva por parte de cada uno de los candidatos. Quien menos sometió sus ideas al debate, quien menos se expuso, salieron mejor en las primarias. El formato no permitía indagar y profundizar sobre las ideas planteadas, lo que implico el hecho de que estos debates terminaron siendo encuentros de superficialidades a lo que realmente representaban.	En algún momento hubo elementos de debate, interacción. El formato no buscaba debate, fue una exposición muy rica de sus propuestas.
Temática	A pesar de la temática, los discursos de los candidatos se centraban en dos estrategias políticas desplegadas, siendo una más confrontacional que la otra. Los temas de la agenda mas confrontacionales, destacaban como más relevantes eran fundamentalmente temas de naturaleza política vinculados a la institucionalidad democrática, a la separaciones de poderes, al estado de derecho al respeto de la propiedad privada. En cambio, la otra	La división temática está bien, puede ser un elemento correcto si se logra cubrir la diversidad de temática de interés público. El problema fue que no hubo debate de esos temas. Se encuentra acompañada la discusión temática con la superficialidad del método.	Me hubiese gustado que se hablara más de políticas de infancia, de educación (pre-escolar), políticas de salud, que son los temas de mi interés.

	estrategia, se centraron más en temas de la agenda social como salud, educación y vivienda.		
Metodología Debate	Cuando son formatos distintos, responde a necesidades estratégicas distintas. El formato agradable es un panel de periodistas especializados en distintas áreas. Se llama a cada candidato uno a uno y permite profundizar un poco más sobre los debates. Es muy poco lo que se puede desarrollar en un minuto aunque obliga a los candidatos a concretar y decir sus mensajes lo más sencillo posible, sacando la esencia de sus propuestas. El formato más conocido es el de un moderador.	Puede haber varios esquemas. Una de ellas puede ser una misma pregunta para todos los candidatos. Lo que permite medir y confrontar en cada uno de los candidatos la diversidad de postura en relación a un mismo tema. La posibilidad de argumentar y contra argumentar sobre ese mismo tema. Una segunda ronda que permita contra argumentar. Disminuir la cantidad de preguntas pero centrar la atención en un mayor tiempo. El moderador en el caso de no ser organizado por organizaciones políticas, si no por los medios, implica la posibilidad de incidir en sus intereses sobre el favoritismo sobre un candidato. Un moderador debe tener un claro precedente de no haber tenido ningún conocimiento público a favor de ninguno de los candidatos, ese es el reto. Hubiese sido interesante que incluso el moderador haya mostrado algún tipo de oposición a los candidatos que estaban ahí, lo que hubiese permitido formular no preguntas complacientes si no preguntas cuestionadoras. La posibilidad de que sea un panel está bien. El hecho de abrir un espacio para generar preguntas de parte de actores políticos del mismo bando o de bandos contrarios, más allá de preguntas formuladas por el medio, permite de alguna u otra manera enriquecer el debate. Personas que pregunten como analistas políticos, factores sociales, especialistas económicos No garantiza que no haya una preproducción del asunto pero por lo menos demuestra la intención de la amplitud para poder hacer cualquier pregunta espinosa o no.	Los debates pueden tener distintos formatos, como en Colombia (Santos y Mokus), que sí eran verdaderamente un debate; (también hizo referencia al de Bush y Kerry) Hacer un debate con interlocución entre seis personas, hubiera tardado toda la noche.
Modalidades adicionales como redes sociales y grabaciones en la calle	Es provechoso que la gente pueda participar. Es más interactivo, menos controlado.	Ahí hay una premeditación demasiado calculada. El elemento de decidir que se va a preguntar y que no. Yo creo que debe haber de eso, pero no se puede centrar absolutamente en eso. Tú pudiste haber mandado el twitter, tú pudiste haber mandado a la persona a preguntar.	No aportó información sobre este criterio
Momento Oportuno	Fueron en el momento oportuno. El formato de un minuto se había acabado en un momento determinado. Fue provechoso porque le ofrece más información a los electores sobre los candidatos y su desempeño frente a la cámara y las audiencias.	El problema no fueron los tiempos. La privatización del evento del debate hizo que mermara que la gente lo viera y estuviese pendiente. Incluso perdió majestad. El primero concentro toda la atención, el de Panorama fue tan cercado que en Caracas no pudimos verlo, nadie lo trasmitió. El momento no tiene mucho que ver, si no la posibilidad del acceso al debate.	No aportó información sobre este criterio

Público	Puede ser conveniente. El de la UCAB genera mayor momentum, es decir, hay más emoción porque hay una reacción del público y por tanto se podían escuchar los aplausos hasta que a algún punto de limitaban los aplausos. Si se hace en un auditórium vas a ver las respectivas barras de los candidatos. Un estudio de televisión es más sobrio y no sería destinado a generar momentum. Extrañé que al público no lo dejaran expresar sus emociones.	Generalmente son meramente televisivos, el tratar de poner público genera problemas para la organización. Es un problema que distorsiona la presentación en ese sentido. Si es un debate para TV, debe tener esas características, debe ser un evento controlado. ¿Qué implica tener 50 personas en el estudio? Absolutamente nada.	No aportó información sobre este criterio
Promoción	Globovisión pudo haber hecho más promoción. El primer debate sirvió de promoción para los demás.	En todos los debates, excepto el primero, no hubo la promoción de un debate si no de un programa de televisión. Hubo un desfase muy grande con lo que pudo haber sido un elemento de interés mayor. Era muy segmentado, muy privilegiado de cada uno de los medios. La promoción de un debate tiene que estar también en manos de las organizaciones políticas, no puede estar en manos de los medios porque entonces se convierte en un show.	No aportó información sobre este criterio
Transmisión	Que dos de ellos hayan sido trasmitidos por Globovisión tenía mucho sentido en la medida en que la primaria era un evento destinado a la elección del candidato de oposición. El medio por el cual se le podía llegar a esa audiencia era Globovisión, era el canal adecuado. Me parece que fue adecuado también que se ampliara el espectro de un canal como Venevisión para que ellos fuesen visibles para todo el país, no solo para el mercado electoral de la oposición. Mientras más visible es para la mayor parte de la población un debate, tanto mejor. Mientras más abierto. Pero no está mal que haya sido organizado para un sector.	Todos, excepto el primero, fueron eventos exclusivos de canales, precisamente para poder generar la comercialización exclusiva de la trasmisión de estos canales. Hay una tergiversación del valor de la política, de la posibilidad de generar espacios públicos para el intercambio de ideas. Ese espacio aunque era de acceso público, estaba comercializado lo que implica una privatización de la política. Los debates no pueden tener exclusividad de parte de un medio y debe ser un debate planteado como debate, que no tenga interrupciones para pautas publicitarias, si no que el medio que quiera trasmitirlo si sobre eso quiere hacer pautas, es asunto del medio.	No aportó información sobre este criterio
Cantidad de debates	Cantidad de veces razonable. Cuatro debates pueden ayudar a pulir el discurso del candidato, a perfeccionarlo, como una oportunidad para crecer y que los electores los puedan evaluar y comparar con mayor suma de elementos. Aprendizaje, lecciones que arrojan estos diversos formatos. El formato de un minuto es par a usarlo una vez y ya. Se pueden usar distintos formatos para distintos momentos de la campaña.	Lo otro que entorpeció fue que los debates fueron totalmente distintos. Cada medio formulo su propia dinámica. No hubo una unificación de criterios entre los 4.	En términos generales fueron eventos frescos.
Influencia participación en las primarias	Si. Mayor información alrededor de los precandidatos y eso que ponía al final del día al país a debatir cerca de las propuestas de estos candidatos creo que estímulo al electorado a votar. Si hay evidencia de que antes de los debates la disposición a votar era inferior a lo que se	No creo que haya incidido. Igual tengo mis observaciones en relación a la participación de las primarias. Yo creo que la participación depende de la movilización de los factores políticos y de su organización.	Sí estimuló el apetito por participar en las Primarias.

	registra posteriormente		
Contribución debates	Contribuye mucho a que los electores se formen una opinión un poco más sustantiva y completa en tanto al desempeño de los candidatos y en tanto a quienes son o que representan. Los debates son provechosos para la formación de la opinión pública, para la configuración de las preferencias electorales y para el debate democrático porque ofrece información que de otra forma es difícil obtener	Un elemento importante que sopeso mucho es el hecho de que fueron un tremendo negocio. Fueron espacios para la televisión y los medios de comunicación directamente vinculados con los tiempos de las pautas publicitarias incorporadas en estos eventos. Cosa que desdibuja o mejor dicho clarifica, el hecho de entender la política como un negocio totalmente descarado. Como el interés político de escuchar a los candidatos se convirtió en un negocio por parte de los canales. Termina hablando no de un debate, si no de un show político.	Los debates contribuyeron a hacer del conocimiento de la gente lo que eran los grandes temas del país. Los debates fueron un aporte importante para la vulgarización de temas de la gente, con contenidos prácticos de políticas que muchas veces la gente no se plantea.
Organización de debates en un futuro	Sería provechoso que este por ley. Eso obliga al candidato que este de primero a enfrentarse a los demás. No estoy seguro que el CNE sea el que deba organizar eso. Me parece que se debe dejarse de forma espontanea a sectores que pidan el debate o si está establecido en la ley que se organice por intermedio de los diversos sectores y canales de televisión. Deberían estar constituidos por diversos sectores sociales pero eso depende de la circunstancia. Hay muchas variantes y muchos son validos.	Un debate, quienes menos tienen que formar parte son los medios. Tienen que formar parte organizaciones sociales y políticas. Porque el debate es sobre un asunto político. Los medios deben producir el evento, no deben organizarlo. Los medios deben ajustarse a las demandas estructuradas a las organizaciones políticas y sociales, donde los candidatos deben tener representación. Estamos hablando de un debate privado, en torno a unas primarias. El problema de la reglamentación ya es un ámbito ajeno a la posibilidad de establecerlo en ley. Por la salud de la libertad de las mismas organizaciones políticas. SI no van a decir que el dictador Chávez o que la asamblea nacional está imponiendo sus normas de cómo debe ser un debate. Lo que si debe estar normado es la posibilidad de el desarrollo de un debate ya cuando la campaña sea realmente presidencial y eso si es competencia del Consejo Nacional Electoral. Lo que creo que no debe hacerse es establecer como obligación el hecho de establecer el debate, yo creo que debe haber la libertad de los candidatos de decidir si quieren acudir a un debate o no. En relación a las primarias, quienes debieron haber establecido las normas, debieron ser las mismas organizaciones.	En un país ideal, con un CNE equilibrado, uno podría pensar que el ente electoral sea el organizador de los debates. Los partidos políticos pueden ponerse de acuerdo para llevarlos adelante (los debates).

VII. ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1 ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE REGISTRO

El análisis de la matriz de registro se hace en primer lugar sobre la metodología que se utilizó en cada uno de los encuentros, las cuales posteriormente se relacionarán con los aspectos de la transmisión que tuvo cada uno, y seguidamente con los elementos visibles del manejo organizacional y comunicacional.

De acuerdo a la clasificación establecida por la Sociedad de Debates de la Universidad Andrés Bello sobre los tipos de debate, y cuyo nombre modifica la representante del Instituto Venezolano de Debates Rita Moncada, los cuatro eventos entran en el marco de de los debates de políticas, ya que tratan temas para aplicar políticas, pero en un contexto electoral, no de gobernabilidad.

El evento organizado por los estudiantes fue el único que no tuvo a los 6 candidatos inscritos en las elecciones primarias, ya que Pablo Medina no había sido admitido por la Comisión Electoral de Primarias. Durante las transmisiones se informó que el método utilizado para elegir las posiciones de cada uno de los aspirantes fue mediante un sorteo. En el caso de Venevisión, se realizó a través un sorteo computarizado. El evento realizado por los estudiantes en ningún momento dice cómo se seleccionaron las posiciones durante la transmisión del evento, sin embargo, este fue realizado públicamente con cobertura de los medios de comunicación.

Tres de los eventos enmarcaron sus preguntas en bloques temáticos previamente establecidos. En cambio, el evento organizado por Venevisión no estuvo regido por bloques temáticos.

Los bloques establecidos por los estudiantes se evidencia que son temas que interesan más a los jóvenes. Tanto el evento organizado por Venevisión como el de Panorama, se centraron más en temas de la agenda pública nacional, temas

de interés para los venezolanos. Globovisión, sin embargo, centro sus bloques temáticos en elementos de naturaleza más política.

Al profundizar en el análisis, se puede contrastar entre los elementos de cada encuentro:

El estilo de la realización de las preguntas que imperó fue mediante un panel, es decir, un grupo de personas que formularon las interrogantes a los candidatos. Globovisión, por otra parte, decidió utilizar el estilo de una sola persona realizando las preguntas. Por esto, el moderador en los primeros tres eventos, jugaba un rol de presentador y conductor, mientras que en el de Globovisión, ejercía este rol, pero además realizaba las preguntas. Los moderadores fueron todos periodistas, a excepción de Jesús María Casal, profesor universitario, durante el debate de los estudiantes.

Así, con estos estilos planteados, las dinámicas de los debates comenzaron a variar. De los tres eventos que utilizaron un panel, en el de los estudiantes, una persona realizaba una pregunta para todos los candidatos. Venevisión y Panorama aplicaron la dinámica de una persona realizando una pregunta a un candidato por ronda.

Debido a la dinámica de estos tres eventos, la rotación de preguntas fue mucho mayor en el de Venevisión y el de Panorama, porque se realizaban preguntas distintas para todos los candidatos, mientras que los estudiantes realizaron una sola pregunta para todos los candidatos.

La rotación de preguntas en Venevisión se manejo con seis periodistas, por lo tanto cada uno, según el sorteo, le preguntaba en una ronda a un candidato. En cambio, en Panorama solo tres periodistas estaban en el panel, por lo que preguntaban, según los bloques, a dos candidatos por ronda.

Cada uno de los eventos estableció elementos adicionales que usualmente se utilizan en los debate en otros países mundo; apreciándose los discursos agregados, las modalidades adicionales para preguntar, como interrogantes provenientes de las redes sociales o grabadas, y las repreguntas.

Entre los discursos agregados, solo el evento de los estudiantes utilizó el discurso de apertura, mientras todos los demás contaron dentro de su trasmisión con el discurso de cierre para todos los candidatos. El discurso de cierre más corto fue el de Panorama, con solo 30 segundos por candidato; el de los estudiantes y el de Venevisión destinaron 60 segundos, mientras que el de Globovisión les dio a los candidatos un tiempo mayor para cerrar sus ideas, el cual fue de 90 segundos.

Con respecto a las modalidades adicionales para preguntar, ni el evento realizado por los estudiantes, ni en el Globovisión se utilizaron. En cambio, Panorama si utilizó preguntas que grabaron por Skype personas de distintas partes del país, las cuales eran realizadas al último candidato de cada ronda. Venevisión por su parte, utilizó más modalidades adicionales al destinar sus dos últimas rondas a realizar preguntas grabadas en la calle y preguntas por medio de las redes sociales.

La utilización de las repreguntas solo fue establecida en el evento organizado por Panorama, otorgándoles a los candidatos 30 segundos para responder a las repreguntas. En el caso de las interrogantes que realizaron vía Skype al último candidato de cada ronda, un periodista en específico fue el encargado de realizar siempre las repreguntas.

Todas estas variantes que posee la metodología de un debate influyen en el desarrollo de estos eventos y en los tiempos de transmisión que les son otorgados.

En el evento organizado por Globovisión, al tener el estilo de una sola persona preguntando y la dinámica de una misma pregunta para todos, se puede ver un contraste entre los candidatos. A su vez, en un tiempo de trasmisión de dos horas y ocho minutos, se le pudo realizar a cada uno de los candidatos un total de 14 preguntas, cuyo tiempo para las respuestas fue más extenso que los demás encuentros, permitiendo así abarcar más temas y profundizar en ellos.

El evento realizado por Venevisión contó con un tiempo de trasmisión muy cercano al de Globovisión, con dos horas y 16 minutos, pero solo se realizaron

ocho preguntas a los candidatos. La utilización del panel como estilo, y la dinámica de preguntar una persona a un candidato, restaban tiempo para las preguntas y las respuestas. Los candidatos tenían en cada ronda temas totalmente distintos entre ellos, con poco tiempo para exponerlos. Así, en el evento organizado por Venevisión, a pesar de abarcar una mayor cantidad de temas, fue en el que menos contraste se pudo ver y el que menos profundización de las ideas pudo tener.

Tanto el debate organizado por Panorama como el organizado por los estudiantes, tuvieron un tiempo de trasmisión menor, con una diferencia uno del otro de solo dos minutos. A pesar de tener el mismo estilo, utilizaron una dinámica distinta que influyó en el desarrollo de cada uno:

En el debate organizado por los estudiantes, debido a su dinámica, tuvo una rotación mucho menor donde se abarcaron menos temas, pero se podía llegar a ver un mayor contraste entre los candidatos por ser la misma pregunta en una ronda. Debido a su dinámica se lograron realizar 8 preguntas a cada uno de los candidatos.

El evento de Panorama, sin embargo, tuvo una dinámica cuya realización de preguntas la llevaba un periodista por candidato. Aquí, a pesar de contar con bloques temáticos, las preguntas no eran iguales y no se permitía ver un contraste claro. También, al comparar la cantidad de preguntas que les realizaron a los candidatos, estas fueron solo 6 interrogantes. A pesar de que se abarcaron más temas en comparación a los estudiantes, se realizaron menos preguntas, aún y cuando los tiempos otorgados para responder eran los mismos, pero incluían la repregunta.

Con respecto al manejo organizacional y comunicacional que se le dio a los eventos, lo primero que se evidencia, es el nombre con el cual fueron promocionados. Tres de ellos, tienen en sus nombres la palabra debate, a excepción del que fue organizado por Globovisión, que fue llamado “Carrera Presidencial”. Así, es evidente que estos eventos se vendieron a la opinión pública nacional como debates.

El período de campaña establecido fue de tres meses durante noviembre, diciembre, enero y los primeros 10 días del mes de febrero. La realización de los eventos fue distribuida durante toda la campaña en intervalo de un mes, a excepción de los dos últimos que se realizaron con una diferencia mínima de 5 días. El de Panorama se realizó ya pasado la mitad del mes de enero, y el de Globovisión, teniendo aún posibilidad de llevarlo a cabo hacia el final de la campaña, lo realizaron también durante los últimos días de enero.

Los horarios en los que fueron realizados y transmitidos en vivo los eventos rondaron en las horas de la noche, cuando los medios televisivos registran mayor audiencia. Todos los eventos eligieron como horario de comienzo las 8pm de la noche, a excepción de Venevisión que lo hizo una hora más tarde.

La organización de los eventos fue llevada exclusivamente por un solo medio de comunicación, respectivamente, salvo el primer evento, que lo coordinó un factor de la sociedad como lo son los estudiantes universitarios.

Sobre el lugar donde se realizaron los eventos, solo el organizado por Venevisión fue un espacio que funciona exclusivamente como un estudio de televisión. El resto de los eventos se llevó a cabo en un auditorio, en una sala y en un centro de exposiciones.

Durante la observación de los eventos se evidenció que un acuerdo dentro de la metodología planteada no estaba claro para uno de los candidatos, cuando Leopoldo López dice que no sabía de la existencia de las preguntas que se realizarían por medio de Skype, en el encuentro de Panorama.

En cuanto al manejo audiovisual, la escenografía, la distribución de actores, la postura y el vestuario hicieron que también se diferenciaran cada uno de los eventos.

La escenografía del encuentro organizado por los estudiantes y el evento de Panorama fue muy sobria, con poca iluminación y con un fondo negro. Por su parte, Venevisión y Globovisión tuvieron un despliegue en su escenografía mucho más elaborado, con una utilización de luces, muebles y de su imagen.

La distribución de los actores en cada evento, a pesar de ser distinta, ninguna fue de forma tal que hubiera frontalidad entre ellos, si no frente a las cámaras y frente a las personas que preguntaban. El único caso que donde la persona que preguntaba no estaba de frente, si no al lado de ellos, fue en el de Globovisión, ya que el moderador se encontraba en el medio de los seis candidatos.

Por otra parte, mientras que en el evento de los estudiantes y el de Venevisión los candidatos se encontraban parados; en el de Panorama y el de Globovisión los aspirantes estaban sentados. Con respecto al vestuario, en los eventos organizados por los medios fueron muy formales, mientras que en el evento organizado por los estudiantes hubo candidatos que optaron por una vestimenta un poco más ligera.

Por último, los medios que trasmitían el evento fueron anunciados solo en el Gran Debate de las regiones y Carrera Presidencial. El evento organizado por Panorama tuvo una trasmisión vía web y por medios regionales, mientras que el evento organizado por Globovisión, tuvo una trasmisión por cable, por algunos medios regionales e internacionales.

6.2 ANÁLISIS MORFOLÓGICO DE MEDIOS

Al evaluar las Unidades Redaccionales registradas para el análisis morfológico de la prensa nacional, se obtuvieron los siguientes resultados:

Se revisaron nueve ediciones de la prensa nacional, correspondientes a los diarios El Universal, El Nacional y Correo del Orinoco, en las cuales se hallaron 64 unidades redaccionales en las que se hacía mención a los encuentros entre los candidatos a las Primarias de la Unidad, o noticias surgidas de estos.

6.2.1 Espacio

Respecto al espacio otorgado por los medios para la cobertura de los debates, el diario El Universal fue el que más publicaciones hizo sobre los encuentro, con un total de 36 notas, representando el 56,3%; seguido por El Nacional, con 21 publicaciones, que representa el 32,8%; y finalmente con siete unidades redaccionales, el Correo del Orinoco, es decir, 10,9% del total de notas.

Igualmente, al analizar tomando en cuenta la cantidad de palabras de cada nota publicada, El Universal también lidera con 15.727 palabras; seguido por El Nacional, con 10.855 palabras publicaciones sobre estos encuentros; y por último Correo del Orinoco, que utilizó 4.307 palabras.

Al evaluar específicamente por cada uno de los eventos, se halla que El Universal publicó igual cantidad de notas (13) sobre el debate del 14 de noviembre, organizado por los estudiantes universitarios, y el del 23 de noviembre, organizado por Globovisión. En segundo lugar estuvo el encuentro realizado en Venevisión el 4 de diciembre, con nueve publicaciones. El Gran Debate de las Regiones, simplemente contó con una nota en la que se hizo mención al encuentro, pero no como noticia principal.

Sin embargo, al evaluarlo de acuerdo a la cantidad de palabras, la Carrera Presidencial de Globovisión registró con mayor espacio, contabilizando 5.656 palabras, posteriormente el de la UCAB, con 5.531 palabras, seguido de las notas sobre el debate del canal 4, que alcanzó 4.310 palabras. Por último, el encuentro en Panorama, para el cual sólo se escribieron 230 palabras.

En el caso del periódico El Nacional, este ofreció mayor espacio para la cobertura del Debate 14N, publicando 10 Unidades Redaccionales con 4.680 palabras. El segundo encuentro, organizado por Venevisión, aunque tuvo cinco publicaciones, una menos que el de Globovisión, estas estuvieron compuestas por 3.574 palabras, cifra mayor a las 2.601 del último debate. Sobre el evento organizado en Panorama no se publicó nota alguna.

La situación en Correo del Orinoco fue particular, debido a que en las fechas analizadas para el debate de Venevisión, se publicó una nota donde se

hacía mención al encuentro realizado anteriormente en la UCAB, y no al segundo evento. Por esta razón, esta será contabilizada para la medición del debate organizado por los estudiantes, el cual obtuvo cuatro publicaciones con 2.260 palabras; seguido por el de Globovisión, con dos notas compuestas por 1.043 palabras; y finalmente el de Venevisión, con una nota de 1.004 palabras. El debate de las regiones no tuvo reseña.

6.2.2 Relevancia

En cuanto a la importancia dada por los medios, esta será evaluada de acuerdo a la página donde fueron publicadas las unidades redaccionales, y si estas estaban acompañadas por fotografía.

Es así como El Universal reseñó en su portada noticias sobre los debates en seis oportunidades, de las cuales cinco fueron la noticia principal de apertura. El diario El Nacional reseñó en portada informaciones de estos encuentros en tres ocasiones, mientras que Correo del Orinoco no lo hizo en ninguna de las ediciones analizadas.

Al revisar detalladamente por debate, se encuentra que El Universal publicó en su portada en 3 oportunidades noticias respecto el encuentro de la UCAB, una anunciando que ese día sería el primer debate, otra reseñando el evento, y una tercera sobre una entrevista especial al rector de la universidad, José Virtuoso, con motivo del encuentro entre los candidatos presidenciales de la Unidad.

En las páginas internas, el 53,8% de las notas publicadas sobre el debate de la UCAB se encontraban en la página 2, luego 15,4% en la página 4, y finalmente 7,7% en la página 6; todas estas del primer cuerpo del periódico. Del total de unidades redaccionales, el 46,2% estuvo acompañado por una o más fotografías.

Sobre el segundo encuentro, el de Venevisión, El Universal publicó 1 vez en su portada. La mayoría de las notas de las páginas internas estuvo registrada en

el cuerpo 1: el 33,3% en la página 6, el 22,2% en la página 2, y el 11,1% en la página 4. En la página 5 del cuerpo 3 se publicaron dos notas, representando el 22,2% del total. Del total de unidades redaccionales, el 44,4% estuvo acompañado por una o más fotografías.

En cuanto al debate organizado por Panorama, no tuvo reseña en la primera página de El Universal. Simplemente contó con una publicación en la página 4 del cuerpo 1 del periódico, la cual estuvo acompañada de fotografía.

Finalmente, El Universal publicó en dos oportunidades en su portada noticias sobre el encuentro llevado a cabo en el CIEC de la Universidad Metropolitana por Globovisión. En el interior del diario, el 53,8% de las unidades redaccionales se hallaron en la página 4 del cuerpo 1, y el 30,8% en la página 2. Del total de publicaciones, el 46,2% estuvo acompañado por una o más fotografías.

Por su parte, el diario El Nacional reseñó en su portada noticias sobre el encuentro de la UCAB en una oportunidad. En lo interno del periódico, publicaron sendas notas en las páginas 2, 3 y 7, mientras que en la página 6 se publicaron dos notas, y en la 4 la mayor cantidad de unidades redaccionales: tres. Del total de notas, el 50% estuvo acompañado por una o más fotografías.

Respecto al segundo encuentro, El Nacional publicó una vez en su portada, mientras que en sus páginas internas utilizó en dos oportunidades la página 4, y sendas veces en la 2 y la 9. Del total de unidades redaccionales, el 40% estuvo acompañado por una o más fotografías.

Por último, diario El Nacional publicó en dos oportunidades en su portada noticias sobre el encuentro organizado por Globovisión. En el interior del periódico, la totalidad de las notas estuvieron en la página 2 del cuerpo Nación. Del total de publicaciones, el 50% estuvo acompañado por una o más fotografías. Sobre debate tercer debate, llevado a cabo en Maracaibo, no hubo ninguna publicación.

En el caso de Correo del Orinoco, no se publicaron notas en primera página, pero en sus páginas sí hizo mención. Sobre el debate en la UCAB las cuatro notas estuvieron en las páginas 5, 6, 10 y 21; tres de estas acompañadas por fotografías.

Mientras que sobre el encuentro en Venevisión, la única mención se hizo en la página 5, también con una gráfica. Igualmente con motivo del evento organizado por Globovisión, cuyas dos notas estuvieron en la misma página 5, también con fotografías.

6.2.2 Autoría

En cuanto a la fuente de las notas publicadas, de las 36 Unidades Redaccionales analizadas en El Universal, solo una era un artículo de opinión. El resto fueron noticias (reseñas o entrevistas), de las cuales el 85,7% fueron redactadas por periodistas de la redacción, mientras que el 14,3% provenían de notas de prensa o cables internacionales: tres en el debate de Globovisión, y una en el debate de la UCAB y en el de Panorama.

En el diario El Nacional se pudo apreciar una mayor cantidad de artículos de opinión, alcanzando el 23,8%, los cuales en su mayoría correspondieron al encuentro organizado por los estudiantes. El resto, el 76,2%, fueron noticias redactadas por comunicadores del periódico.

Finalmente, en Correo del Orinoco seis de las siete unidades redaccionales registradas correspondían a noticias, todas escritas por la plantilla de periodistas de la redacción. Solamente una nota correspondía a un artículo de opinión, referido al debate de la UCAB.

6.3 ANÁLISIS ENTREVISTAS

6.3.1 Grupo #1: Organizadores

Durante las entrevistas realizadas, los organizadores de los eventos plantearon el rol que cumplieron dentro de la dinámica de la estructuración de los encuentros, explicando cómo se llevó a cabo y por qué sucedió de esa forma. Debido a la negativa por parte de Panorama para dar información, se realizará el análisis sin el evento número tres, ya que no se tienen resultados en esta matriz.

Se analizará la metodología que le otorgaron al evento, el manejo que le dieron a la organización y el manejo comunicacional.

En primer lugar, ninguno de los organizadores considera que el evento que realizaron puede ser catalogado como un debate. Globovisión si estaba consciente de que no sería un debate y por eso no lo denominaron así. Sin embargo, los estudiantes y Venevisión, aunque aceptan que no fue un debate, lo promovieron ante la opinión pública como tal.

La razón que los organizadores encuentran para argumentar por qué no se dio el debate y la confrontación de ideas, reside en la unidad y el proceso de primarias en el que estaban enmarcados estos eventos. La intervención de la Mesa de la Unidad Democrática, al exigir que no se confrontara, hizo que los organizadores no establecieran una metodología que diera cabida a la una discusión de ideas más profunda.

Las influencias externas que tuvieron para la realización de sus eventos y las referencias que tomaron en cuenta, provinieron de los debates electorales internos de los partidos de Estados Unidos, y de los debates recientes que se habían realizado en Colombia y en Perú. Venevisión consideró que no había tenido influencia de ningún ente externo y las iniciativas surgieron de ellos mismos.

Sobre la temática, los estudiantes plantearon temas que les afectaban principalmente a los jóvenes, mientras que Globovisión planteó temas de la palestra pública nacional. Venevisión, al no tener bloques temáticos, establecieron temas básicos en los cuales los periodistas harían preguntas.

El método con el que se seleccionaron las posiciones de los candidatos fue realizado por todos los organizadores mediante el sorteo. En la entrevista que se les hizo a los estudiantes, se conoció que el candidato Pablo Medina no fue invitado al encuentro, porque aún su inscripción no había sido aceptada por la CEP.

La redacción de las preguntas por parte de los organizadores sí se realizó de distintas formas. La diversidad de las preguntas se planteó dependiendo del estilo y la dinámica que le otorgaron a la metodología del debate. El estilo del evento de Globovisión llevó a que le moderador redactara las preguntas, el de Venevisión llevó a que los periodistas las redactaran. El de los estudiantes, sin embargo, las preguntas no fueron redactadas por las personas que preguntaban, fueron redactadas por un grupo íntimo. La apertura a la redacción de las preguntas se aprecia más en el evento de Venevisión, porque se hizo con periodistas de diversas proveniencias, mientras que los estudiantes se realizó por un grupo muy cerrado y el de Globovisión fue mucho más cerrado ya que las redactó una sola persona.

Con respecto a la realización de las preguntas, los estudiantes buscaron ser representativos haciendo que preguntaran dirigentes de diversas universidades del país. Globovisión y Venevisión centraron la realización de preguntas de una forma totalmente distinta, ya que el primero buscó centrar la atención en los candidatos, haciendo que una sola persona preguntara, con el objetivo de no quitarles tiempo para que hicieran sus planteamientos. El segundo, buscó centrar la atención en la realización de las preguntas, en factores sorpresa y en los invitados especiales internacionales, tratando así que el evento no se volviera monótono.

Asimismo, los estudiantes buscaron a un moderador sobrio para que la atención se centrara en los candidatos; Globovisión hizo lo mismo, eligiendo a un periodista que no manejara la opinión como fuente de trabajo, haciendo que se viera lo más neutral posible.

Al momento de organizar los eventos, las fechas seleccionadas fueron por iniciativa de los organizadores. Para los estudiantes, era importante realizar el evento como el que marcara el inicio de la campaña, mientras que para Globovisión fue relevante organizarlo el 23 de enero debido a la significación de la fecha. Ninguno de ellos se centró en la organización de sus debates con respecto a los periodos cúspides de la campaña, si no por elementos simbólicos.

Para el lugar, los estudiantes se siguieron guiando por lo representativo de realizarlo en el aula magna de una universidad, mientras que los otros dos se guiaron por elementos de producción con respecto al espacio y a la puesta en escena para televisión.

La forma en la que se organizaron internamente para poder llevar a cabo los eventos y la dinámica entre los comandos, varió: los estudiantes no llevaron la producción total del evento, ya que contaron con la cooperación de otros factores, creando un comité entre los comandos de campaña, donde fueron acordando los elementos de la metodología y la organización del evento; por su parte, Venevisión y Globovisión llevaron la producción total del evento, siendo la dinámica de la organización del evento totalmente distinta. Los medios les mostraron una propuesta a los comandos y estos aceptaban o criticaban, pero no hubo una construcción entre ambas partes de lo que sería el evento.

Sobre el público presente durante la transmisión también hubo grande diferencias. El evento realizado por los estudiantes tuvo mucha más apertura, una cantidad de personas mucho mayor y se permitió el acceso a muchos más medios.

Al contrario, los otros dos eventos fueron más cerrados en cuanto al público. En el de Globovisión, a pesar de ser un lugar muy grande, se invitó a pocas personas para ahorrarse problemas logísticos. El de Venevisión fue el más cerrado de todos, porque se manejo netamente como un estudio de televisión, dejando a los pocos invitados en otras salas.

En los tres casos, el acceso se manejo de la misma manera: el tratamiento de los medios fue por acreditación y el tratamiento de público directo, a través de invitaciones por parte de los organizadores, con una cantidad de personas que los candidatos llevaban.

Con respecto al manejo audiovisual, la mayor diferencia que hubo fue que el escenario de los estudiantes era más difícil adaptarlo para televisión, por el público presente; el de Globovisión fue menos complicado, pero también hubo que condicionarlo; mientras que el de Venevisión fue el más apto, ya que era el espacio natural de grabaciones en televisión. La trasmisión del evento se llevó de la misma manera en los tres encuentros, se generaba una señal matriz a la que otros medios de comunicación podían pegarse, y todos usaron plataformas por internet.

La promoción de los eventos fue distinta, de acuerdo a los recursos que tenía cada organizador. Los estudiantes universitarios usaron las redes sociales y la generación de noticias, a través de ruedas y notas de prensa, por lo que dependían de los medios; mientras que Venevisión utilizó sus propios medios para la promoción de su evento. Igualmente hizo Globovisión.

6.3.2 Grupo #2: Comandos

En primer lugar, los seis comandos aseguraron que ninguno de los cuatro encuentros fue realmente un debate, esto por diversos factores: algunos consideraron que fue el contexto en que se desarrollaron, es decir, las Primarias para lograr la Unidad; y otros por decisión de los organizadores, que escogieron unas metodologías que no permitían la confrontación. Sin embargo, el comando de la candidata María Corina Machado afirmó que fue porque algunos otros aspirantes no querían que se diera un debate de verdad.

Para las estructuras de campaña, los encuentros fueron simples exposiciones de motivos y planteamientos de ideas, llegando al punto de catalogarlos como unos “conversatorios”.

En cuanto a la realización de las preguntas, todos coincidieron en que estuvieron bien hechas, sin embargo criticaron el tiempo otorgado para las respuestas, ya que no había la posibilidad de refutar ni profundizar.

Sobre quienes realizaban las interrogantes, hubo divergencias. Para algunos les fue indiferente; la jefa de campaña de la candidata independiente, fue crítica con el encuentro de Venevisión, asegurando que algunos de los periodistas que preguntaban estaban fuera de contexto, pero la opinión de la encargada de comunicaciones del candidato Capriles Radonski fue positiva para el panel del canal 4, considerando que daba pluralidad.

Respecto a la moderación de los encuentros, en general fueron evaluados positivamente por los comandos, destacando el papel ejercido por el ex decano de la UCAB, Jesús María Casal, y el periodista de Globovisión, Román Lozinski.

La apertura de un espacio para que el público realizara preguntas también fue considerado por los comandos. Estos lo vieron como positivo, ya que permitía que los ciudadanos participaran a través de las redes sociales y las grabaciones en la calle.

Los comandos no tuvieron mucho qué decir en cuanto a las temáticas tratadas en los encuentros. Para ellos, los temas fueron los básicos, los temas de importancia en la agenda de los ciudadanos. Sin embargo, el Jefe de Campaña del candidato Diego Arria se mostró inconforme, porque la mayoría de los temas que se tocaron fueron de gestión pública, y no sobre el sistema y los valores democráticos.

Sobre las negociaciones para la organización de los encuentros, los entrevistados coincidieron que en el encuentro en el que más intervinieron y aportaron -en temas de forma, principalmente- fue en el de la UCAB, el cual habría sido el único donde se constituyó un comité organizador realmente, según aseguró la vocera del comando de Machado; aunque Larissa Patiño, del comando de Pérez, estuvo inconforme con el “control absoluto que tuvieron los estudiantes”.

Para el resto de los eventos, los candidatos designaron un representante que mantenía comunicación con los medios organizadores.

Los comandos confesaron que la Mesa de la Unidad Democrática también fue un factor en las negociaciones, especialmente para organizar cuáles serían los debates que en definitiva se realizarían, ya que surgieron más de siete propuestas.

En cuanto a la transparencia en la organización de los debates, los comandos no se mostraron totalmente conformes. Anamaría Oxford, por Henrique Capriles Radonski, recordó que hubo problemas con el reloj en el encuentro de la UCAB y el de Venevisión. Igualmente, Johan Merchán, encargado de medios del candidato Leopoldo López, señaló que en el debate de Venevisión no se garantizó que todos los candidatos pudieran hablar sobre todos los temas, beneficiando a otros aspirantes. Y finalmente Magaly Meda, representante de María Corina Machado, expresó que la única garantía de transparencia que tuvo fue en los encuentros de la UCAB y de Globovisión. A pesar de esto, todos estuvieron de acuerdo en que no se favoreció, al menos con intención, a ningún candidato.

Al evaluar el lugar donde se realizaron los cuatro eventos, algunos equipos de campaña consideraron que es algo simbólico, y tenía más que ver con el enfoque que se le quería dar. Otros, como el caso del comando de Capriles, consideraron que en la UCAB el debate se podía salir de las manos, por el público; apreciaron como más controlado el de Venevisión, por ser en un estudio. Respecto a los públicos, destacaron que lo importante es controlar que no haya un desequilibrio en cuanto a las posibles barras presentes.

Igualmente, sobre el momento en que se llevaron a cabo, algunos tuvieron críticas. Las representantes de Pérez y Radonski aseguraron que el encuentro organizado por los estudiantes fue realizado a destiempo, por lo que creen que quien mejor capitalizó fue Globovisión, al hacerlo en el clímax de la campaña. Por su parte, Machado, Arria, López y Medina, señalaron que el momento fue el adecuado.

Los entrevistados coincidieron en que la cantidad de debates realizados no fue la correcta, fueron muchos.

Sobre el manejo audiovisual, el comando de Pablo Pérez se mostró en desacuerdo con el manejo de las cámaras, ya que al no mostrar las reacciones de los otros aspirantes, se habría perdido la parte emocional del debate. En el caso del comando de López, apreciaron fallas en la iluminación del encuentro en la UCAB, que habrían afectado su desempeño.

La promoción de los encuentros fue de acuerdo a los recursos de cada uno de los organizadores. De acuerdo a los comandos, el medio que tuvo la posibilidad de dar a conocer mucho más fue Venevisión, llegando a catalogarlo como “un show”. Sin embargo, consideran que los programas temáticos individuales que hizo Globovisión, previos a su encuentro, sirvieron de antesala a este debate. Respecto a Panorama, expresaron que fue una promoción enfocada en su región de influencia.

En cuanto a la transmisión, reconocieron que el debate realizado en el Zulia tuvo poca proyección. Destacaron que el de Venevisión fue el que tuvo la mayor sintonía, pero valoraron que en el de la UCAB hubiese una señal matriz libre, aunque lamentaron que no lo hayan retransmitido otros canales nacionales.

En este sentido, al evaluar la apertura que hubo hacia otros medios para la cobertura de los encuentros aseguraron que lo ideal es abrirse a todos. Aunque Oxford aseguró que todos convocaron medios para la cobertura, Merchán señaló que en el de Venevisión el acceso estuvo más limitado. La representante de Pablo Pérez reflexionó que “lo que hicieron los estudiantes es lo más parecido a lo que debe hacer en un debate”, ya que permitieron el ingreso de todos los medios que quisieron cubrir el evento.

Finalmente, los comandos señalaron las características que distinguieron a los cuatro encuentros, asegurando que el de la UCAB fue ecuánime e imparcial, vinculado a las nuevas generaciones; el de Venevisión, con un formato más televisivo, o como señaló Medina, “show”; y el de Panorama por su alcance

regional. Para el representante del comando de López, el encuentro en Globovisión se vio opacado por el anuncio de su candidato de declinar a favor de Capriles.

Por último, los equipos de campaña concluyeron que es fundamental la institucionalización de los debates como un elemento fundamental de los procesos electorales en el sistema democrático venezolano, apreciando como posible promotor al Consejo Nacional Electoral o a un comité compuesto por intelectuales y especialistas en producción.

6.3.3 Grupo #3: Analistas

Los analistas que fueron entrevistados no estuvieron involucrados de ninguna forma en los eventos, ninguno asesoró a los candidatos ni fue parte de la organización de estos, por lo que actuaron como unos espectadores más.

Sobre el desarrollo del debate, los tres analistas consideran que no se dio tal. Para ellos, el formato buscaba una exposición de ideas, que nunca tuvieron argumentaciones o contra argumentaciones. Tanto Jhon Magdaleno como Nicmer Evans consideraron que el debate no se dio por decisiones estratégicas del contexto en que se daban estos eventos, es decir, el proceso de Unidad, por lo que el formato fue condicionado para que no existiera ningún tipo de confrontación.

Sobre la metodología y la temática establecida, dos de los analistas expusieron un condicionamiento hacia estas por parte de los candidatos. Evans reflexionó que los participantes que menos se adaptaron al formato establecido, fueron los que más expusieron sus ideas, siendo más francos, pero salieron menos favorecidos en las primarias; mientras que los que se adaptaron al formato, simplemente expusieron motivos, salieron mucho mejor en los resultados de la primarias. Para Magdaleno, los candidatos centraron sus exposiciones en sus estrategias discursivas, a pesar de los temas planteados.

Los analistas tuvieron un consenso sobre la metodología de los debates, ya que se plantea según la variables que intervienen y respondiendo a estrategias distintas. Los tres analistas hacen alusión a los tiempos, tomando en cuenta que de estos depende la profundización de los temas planteados, al disminuir la cantidad de preguntas centras tu atención en los tiempos para que los candidatos respondan.

Dentro de la metodología, el uso de las modalidades adicionales, como preguntas grabadas en la calle o por Twitter, para que la gente pudiera participar, es catalogada como provechosa, pero también consideran que exige un tipo de control.

Para el panel que realiza las interrogantes, Evans sugirió que este estuviera constituido por actores políticos del mismo bando o bandos contrarios, analistas políticos, factores sociales y especialistas en las materias a tratar, para así lograr darle amplitud al debate.

Sobre el momento en que se realizan los debates, los analistas no adjudicaron a esto una gran importancia, ya que cualquier debate en cualquier momento es necesario. Para ellos lo importante es que se produzca el debate, porque si no los formatos pierden interés en la gente.

Con respecto al público, los analista si disienten en sus opiniones. Para Jhon Magdaleno, la existencia de un público presente genera un mayor *momentum*, mientras para Nicmer Evans, la presencia de público no genera absolutamente nada. En lo que sí coinciden es que con estas dos opciones, lo que sí hay que tener claro es que al tener público se necesitara un mayor control del evento para evitar que genere problemas durante el debate, mientras que al ser sin acceso un público, puede ser más controlado y más sobrio.

Sobre la cantidad de debates, los analistas consideraron que la cantidad es razonable si se busca la forma de lograr hilarlos entre sí, unificando criterios. Para Magdaleno, se pueden usar distintos formatos para distintos momentos de la

campaña, así el formato de un minuto se debe utilizar una sola vez y ya, porque se agota.

De la promoción y transmisión que se le dio a los eventos, surgieron resultados interesantes. Magdaleno, fue más complaciente considerando que no está mal que haya sido organizado para un solo sector, aunque sí acotó que mientras más abierto sea el evento, mejor. Sin embargo, Evans tuvo una postura mucho más radical en cuanto a esto. Para él, los debates no pueden tener exclusividad de un medio, ya que la promoción que se llevó no fue de un debate sino de un programa de televisión, haciendo que fuera muy segmentado y para un sector en específico. Propuso que la promoción debe ser también de las organizaciones políticas sin dejarse completamente en las manos de los medios, porque se convierte más en un show que en un debate. Sobre la transmisión propuso que no fuera exclusivo de un medio, siendo planteado como debate sin tener interrupciones para pautas publicitarias por parte de los organizadores, sino que esto sea decisión de los medios que lo transmitan desde la señal matriz libre.

Sobre la influencia de los debates en el resultado de las Elecciones Primarias, los analistas tienen opiniones opuestas:

Para Teresa Albanes y Jhon Magdaleno los debates sí influyeron en esto, mientras que para Nicmer Evans no tuvieron nada que ver. Magdaleno considera que estos eventos ponían al país a debatir acerca de las propuestas, estimulando al electorado a votar.

Por último, los analistas aseguran que los debates sí contribuyen, siendo un aporte para la sociedad y en un futuro deberían seguir organizándose en el país. Sobre la posibilidad de establecer en alguna normativa la realización de estos y sean organizados por el ente electoral, los analistas se mostraron en contra porque es visto como una obligación y en la situación actual del país, a pesar de las distintas tendencias que tenían los analistas, creen que es mejor dejarlo de forma libre para las organizaciones políticas donde también puedan participar distintos factores de la sociedad.

Evans, considera que un aporte que se le puede dar a la organización de los debates es que quienes menos deben intervenir son los medios. Los organizadores tienen que ser de los factores sociales y políticos del país, ya que el debate es un asunto político, no un asunto comunicacional. El politólogo hace este planteamiento porque tiene una gran crítica acerca de los debates estudiados, donde los medios convirtieron el interés político de escuchar a los candidatos en "un gran negocio", siendo programas de televisión que estuvieron directamente vinculados con los tiempos para las pautas publicitarias, en vez de debates. Terminó catalogándolos como un show político.

6.4 RESULTADOS DE OBJETIVOS PLANTEADOS

6.4.1 Objetivo #1: Identificar la metodología de cada uno de los encuentros de candidatos de las Primarias Presidenciales de la Unidad

a) Debate 14N:

La metodología de este evento se identifica por la combinación entre el estilo del panel (un grupo de personas realizando las preguntas a los candidatos) y la dinámica donde se realizaba una sola pregunta por ronda para todos los candidatos. Lo positivo de esta dinámica es que se puede ver un mayor contraste entre los candidatos y debido a la existencia de bloques temáticos, se puede tener la posibilidad de profundizar sobre el tema durante los bloques. A pesar de esto, la rotación de las preguntas fue mucho menor, haciendo que se abarcaran muchos menos temas, llegando a abarcar tres bloques enfocados en una temática que interesaba a los jóvenes venezolanos, donde se realizaron en total ocho (8) para los candidatos.

Hubo ocho (8) estudiantes encargados de realizar cada una de las ocho (8) preguntas, por lo tanto fueron personas distintas por ronda. Esta combinación entre estilo y dinámica, dio paso a que la actuación del moderador del evento se

limitara a conducir el programa realizando la presentación del evento, de los candidatos y de los estudiantes que realizarían las preguntas.

La metodología del evento contó con aspectos adicionales como los discursos de cierre y apertura otorgados a los candidatos. Modalidades adicionales para realizar preguntas como redes sociales o grabaciones, no fueron utilizadas en este evento.

Por último, los tiempos planteados en la metodología del evento, según los resultados, fueron un factor fundamental para este. Los tiempos otorgados a las preguntas fueron muy cortos, por lo que permitía más tiempo para que los candidatos pudieran responder sus preguntas. Sin embargo, el tiempo otorgado para que se respondieran estas preguntas fue de sesenta (60) segundos por candidato, lo que coartaba la posibilidad de profundizar las ideas, exigiendo a los candidatos concretar sus discursos.

b) El Gran Debate

La metodología de este evento se identifica por la combinación entre el estilo del panel (un grupo de personas realizando preguntas a los candidatos) y la dinámica donde se realizan distintas preguntas por ronda, para todos los candidatos. Lo positivo de esta dinámica es que la rotación de las preguntas es mucho mayor, haciendo que se abarquen muchos más temas, donde no se tenían bloques temáticos si no temas libres. A pesar de esta dinámica, a cada candidato le tocó responder igual una cantidad de ocho (8) preguntas. A su vez, la dinámica no estaba establecida bajo unos bloques temáticos si no de forma libre y no se pudo ver un contraste entre los candidatos, ni se pudo realizar una profundización temática porque a cada uno le tocaban temas totalmente distintos por cada ronda.

Hubo seis (6) periodistas encargados de realizarle una pregunta a cada uno de los seis (6) candidatos, por lo tanto en ningún momento los periodistas tuvieron que preguntarle a más de un candidato en una misma ronda de preguntas.

Esta combinación entre estilo y dinámica, dio paso a que la actuación del moderador del evento se limitara a conducir el programa realizando la presentación del evento, de los candidatos y de los periodistas que realizarían las preguntas.

La metodología del evento contó con aspectos adicionales como un tiempo para el discurso de cierre de los candidatos. También contaron con preguntas por grabadas en la calle y preguntas por la red social Twitter que fueron realizadas en el penúltimo y último bloque respectivamente.

Por último, con respecto a los tiempos planteados en la metodología del evento, los periodistas que realizaban las preguntas tenían más libertad al momento de formularlas, quitándoles más tiempo de la trasmisión a los candidatos para responderlas. El tiempo otorgado para responder las preguntas fue de sesenta (60) segundos, coartando mucho más a la profundización de los contenidos que surgieran, dado a que en este evento como ya se dijo, no existían bloque temáticos.

c) El Gran Debate de las Regiones:

La metodología de este evento se identifica por la combinación entre el estilo del panel (un grupo de personas realizando preguntas a los candidatos) y la dinámica donde se realizan distintas preguntas por ronda, para todos los candidatos. Esta dinámica, tuvo como diferencia, que a pesar de realizar preguntas distintas, si existían bloques temáticos. Lo positivo de esto, es la rotación de preguntas que siendo mucho mayor, se enfoca en temas predeterminados, haciendo que se abarque más cuestiones y se logre una mayor profundización por bloque temático. Aun así, con esta dinámica, a pesar de tener bloques temáticos, al ser preguntas distintas por ronda, se hace también difícil evidenciar un contraste entre candidatos. A pesar de esta dinámica y a un menos tiempo de trasmisión que tuvieron, a cada candidato le tocó responder una cantidad de seis (6) preguntas

Hubo seis (3) periodistas encargados de realizarle una pregunta a cada uno de los seis (6) candidatos, por lo tanto los periodistas tuvieron que preguntarle a más de un candidato en una misma ronda de preguntas.

Esta combinación entre estilo y dinámica, dio paso a que la actuación del moderador del evento se limitara a conducir el programa realizando la presentación del evento, de los candidatos y de los periodistas que realizarían las preguntas.

La metodología del evento contó con aspectos adicionales como un tiempo para el discurso de cierre de los candidatos. También contaron con preguntas que realizaron personas que grabaron sus inquietudes mediante la red social skype y estas eran realizadas al último candidato de cada ronda, donde al final del programa todos los candidatos contarían con una pregunta realizada de este tipo. A su vez, la cuestión adicional que caracterizó a este encuentro fue el uso de las repreguntas donde a cada periodista preguntaba de nuevo inquietudes, una vez el candidato haya respondido su pregunta inicial. En el caso de la pregunta por skype, la repregunta era realizada por un periodista ya que no se tenía a la persona que lo realizó en vivo.

Por último, con respecto a los tiempos planteados en la metodología del evento, los periodistas los periodistas que realizaban las preguntas también tenían más libertad al momento de formularlas, quitándole más tiempo de la trasmisión a los candidatos para responderlas. El tiempo otorgado para responder las preguntas también fue de sesenta (60) segundos, coartando la profundización de los temas.

d) Carrera Presidencial:

La metodología de este evento se identifica por la combinación entre el estilo del moderador (una sola persona realiza las preguntas de los candidatos) y la dinámica donde se realizaba una sola pregunta por ronda para todos los

candidatos. Debido a esto, la actuación del moderador esta vez no solo se limitó a ser un conductor, sino que también asumió la realización de las preguntas.

Debido a que se establecieron bloques temáticos y que era una sola pregunta por ronda para todos los candidatos, se pudo ver un mayor contraste entre ellos con una posibilidad de profundizar más los temas.

Como era un solo moderador y se realizaba una sola pregunta por ronda, los tiempos para responderlas fueron mayores, con tiempos de sesenta (60) segundos y noventa (90) segundos dependiendo de las preguntas. Los tiempos, la división temática y la rotación de preguntas establecida, permitió que los temas se pudieran profundizar mucho más y se pudiera realizar una totalidad de catorce (14) preguntas por candidato.

La metodología del evento contó como aspecto adicional el establecimiento de un tiempo al final del encuentro otorgado para realizar los discursos de cierre de los candidatos. Además de esto, no se tuvo aspectos adicionales en la metodología.

6.4.2 Objetivo #2: Comparar el manejo comunicacional y organizacional que se le dio a cada uno de los eventos

El manejo organizacional de los eventos la mayor diferencia que tuvo fue que tres de ellos fueron organizados por medios de comunicación y uno de ellos fue organizado por un factor de la sociedad. Debido a esto, producción de cada uno de estos eventos se llevaría de forma diferente.

Con respecto al momento de los eventos en la campaña electoral, se dividieron los cuatro durante tiempos distintos. El de Panorama y el de Globovisión estuvieron muy cercanos pero como hablaremos posteriormente, fueron dirigidos a públicos distintos. A pesar de que para el de los estudiantes no era el momento ya que tan solo estaba comenzando la campaña, al ser el primero que se hacía

durante muchos años, también fue aprovechado su momento. Por otro lado, el otro evento que aprovecho del momento fue el de Globovisión porque además de la simbología de la fecha, ya la campaña electoral se estaba acercando.

Tanto el lugar donde se realizaron, el público directo que tuvieron y el manejo audiovisual, son cuestiones que van de la mano. Los medios eligieron realizarlo en lugares más cerrados al público, donde tuvieran un mayor control de la situación; mientras que los estudiantes lo realizaron en un auditorio donde el control del público era necesario para la correcta grabación y transmisión del evento. Mientras más se centraron en el tema televisivo, menos personas se encontraban en el lugar, tomando como ejemplo el organizado por Venevisión que solo dejó que los candidatos y uno de sus asesores ingresara al estudio de televisión.

Sobre el manejo audiovisual, los estudiantes como el diario panorama eran organizadores cuya naturaleza no tenían la preparación para realizar estos eventos televisados. Así podemos ver que con respecto a la escenografía y la iluminación tuvieron mucho más énfasis los que fueron realizados por Globovisión y por Venevisión. A pesar de esto, el manejo de las cámaras en todos los eventos fue considerado como impecable por la totalidad de las personas entrevistadas.

Ahora bien, centrándonos en el manejo comunicacional, quedó evidenciado que el manejo que se le dio a los eventos realizados por los medios fue totalmente distinto al manejo que le dieron los estudiantes. Los estudiantes tuvieron una apertura total al tratamiento de los medio, a las estrategias utilizadas para su promoción y a la búsqueda de la trasmisión. A pesar de que por falta de recurso, estos no lograron la promoción que más alcanzara a la mayoría del país, ni hayan logrado trasmitir por los medios con más audiencia, estos realizaron un tratamiento de medios mucho más abierto que los demás.

A diferencia de esto, los medios de comunicación se limitaron a establecer todas estas acciones por ellos mismos, evidenciando cerrarse en cuanto a otros medios de comunicación. En este caso, se manejaron mucho con respecto a su

competencia ya que los medios audiovisuales si tuvieron apertura con los medios impresos, mientras que el medio impreso tuvo apertura con los medios audiovisuales. También, los medios audiovisuales tuvieron apertura con medios audiovisuales cuya competencia no era directa por ser canales internacionales.

6.4.3 Objetivo #3: Estimar la importancia que los medios nacionales les destinaron a los encuentros

De acuerdo a los resultados del análisis morfológico realizado a la muestra de la prensa nacional seleccionada, el diario El Universal fue el que mayor importancia otorgó a los debates entre los candidatos a las primarias de la Unidad, ya que fue el que más espacio les otorgó para su promoción, reseña y análisis.

Al evaluar específicamente por encuentro, el organizado por los estudiantes en la UCAB fue al que más importancia se le dio, hallando 27 notas con 12.471 palabras; luego el encuentro llevado a cabo por el canal de noticias Globovisión, con 21 publicaciones de 9.300 palabras; seguido por el Gran Debate de Venevisión, que logró 15 notas con 8.888 palabras; y por último el realizado en el Zulia por Panorama, con una sola nota de 230 palabras.

Igualmente, en cuanto a la relevancia, en general el debate que contó con una mejor ubicación en las páginas de los periódicos fue el de la UCAB, especialmente en El Universal. Este evento también registró la mayor cantidad de fotografías acompañando las notas.

Asimismo, en cuanto a la autoría de las publicaciones, en su gran mayoría fue por periodistas de los diarios, lo que indica que estos medios designaron reporteros para cubrir estos eventos y sus repercusiones. Al evaluar los artículos de opinión, se evidencia que el debate más comentado por los articulistas fue el primero, realizado en la UCAB, el cual contó con cinco artículos en la muestra seleccionada, mientras que el de Venevisión registró dos.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Venezuela es un país con poca tradición en cuanto a debates electorales se refiere. A pesar de haber tenido influencia de países en el mundo donde estos debates suceden con mayor frecuencia, al país le queda mucho camino por recorrer para llegar a plantear estos eventos como cuestiones más frecuentes.

Los debates electorales en el marco de las elecciones primarias de la Unidad fueron un inicio para este camino que hay que empezar a recorrer. Un camino necesario para el fortalecimiento de la democracia, el respeto a la pluralidad del pensamiento y la búsqueda del voto consiente de los venezolanos.

Aspectos como la metodología del evento, el manejo comunicacional, el manejo organizacional y la importancia mediática que se le otorgue, son pieza fundamental para el correcto establecimiento de este tipo de eventos.

Los eventos desarrollados no fueron debates, se vendieron a la opinión pública como debates y por eso fueron planteados en este trabajo de grado bajo esa forma. Concluimos que fueron encuentros donde no se desarrolló confrontación alguna entre los candidatos, terminando por ser una exposición de ideas.

La metodología de eventos como estos dependerá en gran medida de diversas variables que intervengan en el momento. Cuestiones como la cantidad de participantes y los temas de la agenda pública. La mayoría de los eventos estudiados tuvieron una metodología adaptado a un programa de televisión, adaptada a las pautas publicitarias y a los tiempos de la televisión. En algunos casos, por la falta del debate y de la confrontación, se centró una mayor atención en el panel de personas que preguntaban, en la realización de las preguntas y en las cuestiones adicionales que le ponían a los encuentros en vez de centrar la atención en el debate de las idea y la postura de los candidatos ante diversas temáticas que importan a los venezolanos. Así, mientras más elementos se el agregue a este tipo de eventos, menso atención tendrán los candidatos.

El manejo organizacional que se le dé a un evento como este debe tener como pilar fundamental que será trasmitido a miles de personas por las pantallas y que la presencia de un público en el sitio exige un control absoluto de estos para evitar interrupciones durante la puesta en escena.

Otro de los resultados más importantes recabados es el momento del debate. El mejor momento para realizar estos eventos siempre será en el momento cúspide de la campaña, donde el electorado es más atento a estos temas y muestra un mayor interés.

Por otra parte, la frontalidad de los candidatos, en el caso de estos eventos no se pudo dar porque eran muchos y podía dar paso a desequilibrios. En futuras oportunidades, donde haya dos candidatos, la posición que tienen que tener debe ser frontal uno al otro, ya que es un debate, no una exposición de ideas.

En los debates electorales televisados, el buen manejo audiovisual es esencial. Cuestiones como la escenografía, el manejo de las cámaras, la iluminación y las posiciones son de gran importancia para la búsqueda del equilibrio entre los candidatos.

Podemos concluir también, que dentro de la organización de los eventos, la comisión electoral de la mesa de la unidad democrática si permaneció distante y fueron espectador, mientras que propia mesa de la unidad democrática si interfirió en la realización es estos, siendo un ente de equilibrio y de aprobación.

Respecto al manejo comunicacional, surgió un aporte muy grande para la realización de este tipo de eventos en Venezuela. Los eventos que fueron realizados por los medios fueron cerrados y para un sector en específico. Los debates electorales, son eventos realizados para que llegue a la mayor cantidad de habitantes posibles y tienen que tener una apertura mucho más masiva.

Sobre este mismo inconveniente detectado, los entrevistados se dirigieron a aportar propuestas en torno a la realización de debates por otro ente que no

fueran los medios de comunicación ya que la naturaleza del debate, se tergiversa en algo propiamente mediático de los canales de televisión.

Dado este planteamiento, muchos arrojaron la idea de que el ente electoral debería promover este tipo de iniciativas, por la imparcialidad que debería caracterizar al organismo, por el alcance que pueden tener, donde se puedan pegar todos los medios de comunicación y por la tradición que puedan dar a este tipo de iniciativas para prevalecer en el tiempo.

Ya en el momento en que el trabajo de grado arrojaba esta propuesta, se decidió entrevistar a Vicente Díaz, rector del Consejo Nacional Electoral, para poder conocer la opinión de parte del mismo ente electoral.

Díaz, comentó que ya se había tenido este tipo de iniciativa de parte del consejo en el año 2007 cuando se realizaba el referéndum constitucional pero a pesar de las dos partes aceptaron realizar el evento, una de ellas no termino yendo.

> Sí creo que los debates son importantes, al punto de que en el año 2007, cuando se daba la contienda de la reforma a la Constitución, yo propuse que se hiciese un debate entre los que estaban a favor del Sí y los del No. Yo lo presenté en la comisión que yo presido; allí se aprobó. Lo subimos a la consideración del Consejo; el Consejo lo aprobó. Y se invitó a los partidos para armar el debate; se les convocó: los partidos de la oposición asistieron, el partido de gobierno dijo que iba a asistir a las reuniones preliminares, y después se negó a participar (entrevista personal, 2012, septiembre 1)

El Presidente de la Comisión de Participación Política y Financiamiento del CNE considera que los debates sí influyen en la participación del electorado en los comicios, “porque eso hace que el ciudadano sienta que lo están respetando, que

los políticos se han preocupado por hacerle llegar un mensaje y de exponer sus puntos de vista con respeto”.

Para Díaz, el comité organizador de un debate debe estar integrado, por las dos partes y un organizador de confianza para ambas, que desempeñe el papel de arbitraje.

En cuanto a la señal para la transmisión, el Rector asegura que esta debe ser libre, para que cualquier medio pueda difundir el encuentro.

Por último, para el representante del CNE, “podría ser interesante que los debates estuvieran establecidos en normativa. Los ciudadanos tienen la posibilidad de hacer peticiones al ente electoral; esto podría estar en la Ley o en los Reglamentos”.

Finalmente, recomendamos a futuros investigadores la realización de trabajos cuyos resultados influyan en el establecimiento de los debates electorales como elementos fundamentales del sistema democrático, y no como estrategias, dándole apertura a todos los factores de la sociedad que intervengan en este tipo de eventos.

IX. BIBLIOGRAFÍA

-Agenda Presidencial (2012, septiembre 5) *Algunos países regulan la organización de debates.* [Artículo en línea] Disponible: http://www.agenda-presidencial.org/index.php?option=com_content&view=article&id=331&Itemid=212. [Consulta: 2012, mayo 25]

-Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, (2004) *La democracia en América Latina, hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos* [Documento en línea]. Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo (PNUD), Buenos Aires. Disponible: http://www2.ohchr.org/spanish/issues/democracy/costarica/docs/PNUD-seminario.pdf [Consulta: 2012, marzo 14]

-Alarico Gómez, C. (1995). *Gerencia de eventos especiales.* Caracas: Editorial Panapo

-Arceo, J. Arceo, A. Castro, A. y Sánchez, J. (2007) *Debates electorales televisados*. [Libro en línea] Netbiblo, S.L, España. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=bmxzXB_7w7MC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=jose+luis+arceo+Indecisos+que,+estando+informados+se+encuentran+dubitativos+respecto+a+qu%C3%A9+partido+votar+e+incluso,+en+menor+medida,+si+votar+o+abstenerse.&source=bl&ots=Y6L7KQxCzZ&sig=Jnaj4hE-SKxfjFbf2rKHhie8bbE&hl=es-419#v=onepage&q&f=false [Consulta: 2012, marzo 19]

- Asamblea Nacional (*s.f*) *CNE: 66,45 % de participación en parlamentarias.* [Información en línea] Disponible: http://www.asambleanacional.gov.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=27398%3Acne-resultados&catid=333%3Agenerales&Itemid=248&lang=es-

%20Oposici%C3%B3n%20es%20mayor%C3%ADa%20con%2052%%20del%20voto%20popular. [Consulta: 2012, mayo 24]

-Asociación Civil Ojo Electoral. (2009, junio 8) *Comunicado* [Documento en línea] Disponible: http://www.ojoelectoral.org/admin/informes/Comunicado_Ojo_Electoral_LOPE.pdf [Consulta: 2012, marzo 27]

-Barboza, O. (2010, febrero 10) *Informe de la comisión designada por la mesa de la unidad democrática para analizar la realidad electoral y proponer los métodos de selección de los candidatos unitarios en los distintos estados del país. .* [Documento en línea] Disponible: http://www.unidadvenezuela.org/wp-content/uploads/2010/04/Propuesta-de-m%C3%A9todos-de-selecci%C3%B3n-de-los-candidatos-unitarios-en-los-distintos-estados-del-pa%C3%ADs.pdf. [Consulta: 2012, marzo 24]

-BBC Mundo (2007, agosto 16) *Chávez: reelección indefinida* [Artículo en línea] Disponible: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_6948000/6948954.stm [Consulta: 2012, marzo 26]

-Bisbal, M. (2012). *Las dimensiones comunicacionales del régimen*. Para la *Revista Comunicación* No. 158. Datos no publicados.

-Bobbio, N. *(1786). Democracia* [Documento en línea]. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales. Disponible: http://www.ildis.org.ve/website/administrador/uploads/Democracia_Bobbio.pdf [Consulta: 2012, marzo 14]

-Boladeras Cucurell, M. (2001) *La opinión pública de Habermas.*

-Caballero, M. (1998) *Las crisis de la Venezuela contemporánea*. 1ª edición. Caracas, Venezuela.

-Canell, M. (2006*) La comunicación política. Una guía para su estudio y práctica* [Libro en línea]. Madrid, Editorial Tecnos, Disponible: http://conoces.org.sv/mcp/media/archivo/6677a5_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf [Consulta: 2012, marzo 14]

-Canelón, A. (1996). Los medios de comunicación social en Venezuela, actores sociopolíticos. *Revista Comunicación*. *96*. 13-17.

- Caño, A. (2001, noviembre 7) *Debates made sin USA* [Artículo en línea] Blog El País. Disponible: http://blogs.elpais.com/ala-oeste/2011/11/debates-made-in-usa.html [Consulta: 2012, mayo 25]

- Carrasquero, J. (2012) *Opinión Pública* [Hoja informativa]

- Casanueva, M. (2008, marzo 17) Rajoy acepta la invitación de la Academia de Televisión para dos debates con Zapatero. [Artículo en línea] El Mundo. Disponible: http://www.elmundo.es/elmundo/2008/02/14/eleccionesgenerales/1203006888.html [Consulta: 2012, julio 15]

- Castillo, V. (2006, octubre 30) *El debate favorece a los opositores* El Universal. [Artículo en línea] El Universal, Nacional y Política. Disponible: http://noticias.eluniversal.com/2006/10/30/pol_art_48057.shtml [Consulta: 2012, mayo 15]

-Castro, M. (2006, julio 1) *Proponen el 13 de agosto para realizar primarias.* [Artículo en línea] El Universa. Disponible:

http://www.eluniversal.com/2006/07/01/pol_art_01104A.shtml [Consulta: 2012, marzo 21]

- Centro Virtual de Técnicas Didácticas (2010) . [Información en línea] Tecnológico de Monterrey Disponible: http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/debate.htm [Consulta: 2012, enero 15]

- Chirinos, C. (2007, agoto 16) [Archivo de Audio] Corresponsal BBC Mundo.

- *Comission on Presidential Debates*. (2012) [Página web en línea] Disponible: http://www.debates.org/index.php?page=guide-to-hosting-your-own-debate [Consulta: 2012, enero 20]

- Conejero, F. (2011, noviembre 06) Así será el debate del 7N entre Rajoy y Rubalcaba en la televisión [Artículo en línea] Formula TV. Disponible: http://www.formulatv.com/noticias/22027/debate-7n-rajoy-rubalcaba-television/ [Consulta: 2012, julio 15]

- Consejo Nacional Electoral (2007, enero) *Elección Presidencial – 3 de diciembre de 2006.* [Página web en línea] Disponible: http://www.cne.gob.ve/divulgacionPresidencial/resultado_nacional.php [Consulta: 2012, marzo 28]

- Correa, C. (2011). *Informe 2010: Venezuela, Situación del derecho a la libertad de expresión e información*. Espacio Público. Venezuela.

- Correa, C. y Cañizález, A. (2004). *Informe 2003: Venezuela, Situación del derecho a la libertad de expresión e información*. Espacio Público. Venezuela.

- Díaz, S. (2008, abril 4) *El chavismo concreta alianza y resucita al polo patriótico* [Artículo en línea] El Universal. Disponible:

http://www.eluniversal.com/2008/04/04/pol_art_chavismo-concreta-al_788565.shtml [Consulta: 2012, marzo 27]

- Driscoll, B. Nuñez, S. y Castro, J. (2000) Los proceso electorales en América del Norte. [Libro en línea] Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=7Bgg_lmafkkC&pg=PA20&lpg=PA20&dq=Driscoll,+N%C3%BA%C3%B1ez+y+Castro+Rea&source=bl&ots=WV2kJo0WiE&sig=zQpZZJ0dltFHd9OwHgIdWmgmDZw&hl=es-419#v=onepage&q=Driscoll%2C%20N%C3%BA%C3%B1ez%20y%20Castro%20Rea&f=false[Consulta: 2012, marzo 27]

- El Comercio (2011, abril 12) *El JNE organizará debates entre Humala y Keiko y sus equipos* [Artículo en línea] Disponible: http://elcomercio.pe/politica/742020/noticia-ollanta-humala-keiko-fujimori-volveran-debatir-segunda-vuelta [Consulta: 2012, mayo 15]

- El Comercio (2011, mayo 20) *Los debates presidenciales que marcaron nuestra historia política* [Artículo en línea] Disponible: http://elcomercio.pe/politica/760456/noticia-como-fueron-anteriores-debates-presidenciales [Consulta: 2012, mayo 13]

- El Universal (2006, junio 25) *Petkoff, Borges y Rosales se comprometen a escoger candidatura unitaria antes del 31 de julio* [Artículo en línea] eluniversal.com, Nacional y Política.
Disponible: http://www.eluniversal.com/2006/06/05/pol_ava_05A717355.shtml [Consulta: 2012, marzo 29]

- El Universal (2006, agosto 4) *Petkoff retiró candidatura a las elecciones presidenciales El Universal [*Artículo en línea] Nacional y política. Disponible: http://www.eluniversal.com/2006/08/04/pol_ava_04A759423.shtml [Consulta: 2012, marzo 26]

- El Universal. (2007, mayo 28) Bisbal señala que se instauró "el monopolio de la palabra. [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/2007/05/28/pol_art_bisbal-senala-que-se_301470.shtml [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal. (2010, mayo 02) *38% de militantes del PSUV participó en las primarias.* [Artículo en línea] Disponible:http://www.eluniversal.com/2010/05/02/pol_ava_38-de-militantes-de_02A3844171.shtml. [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2010, octubre 31) *Evelyng Trejo de Rosales gana primarias en Maracaibo*. [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/2010/10/31/pol_ava_evelyng-trejo-de-ros_31A4677413.shtml [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal. (2011, abril 13) *Unidad acuerda realizar primarias el 12 de febrero de 2012.* [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/2011/04/13/unidad-acuerda-realizar-primarias-el-12-de-febrero-de-2012.shtml. [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2011, noviembre 1) *Ledezma: No es tiempo de dejar que nos conduzca la ambición* [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/111101/ledezma-no-es-tiempo-de-dejar-que-nos-conduzca-la-ambicion [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2011, noviembre 2) López: "Es un momento de sumar y multiplicar" [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/111102/lopez-es-un-momento-de-sumar-y-multiplicar [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2011, noviembre 2) *Machado se postuló con su capitalismo popular* [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/111102/machado-se-postulo-con-su-capitalismo-popular [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2011, noviembre 3) *Capriles: "Para descalificar con nosotros no conteis"* [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/111103/capriles-para-descalificar-con-nosotros-no-conteis [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2011, noviembre 4) *"Hay que recuperar el valor de la palabra empeñada"* [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/111104/hay-que-recuperar-el-valor-de-la-palabra-empenada [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2011, noviembre 4) *Comisión Electoral cerró postulación presidencial* [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/111104/comision-electoral-cerro-postulacion-presidencial [Consulta: 2012, mayo 23]

- El Universal (2011, noviembre 8) *29 de los 52 alcaldes de oposición van a la reelección* [Artículo en línea] Disponible: http://www.eluniversal.com/nacional-y-politica/111108/29-de-los-52-alcaldes-de-oposicion-van-a-la-reelecion [Consulta: 2012, mayo 23]

- Espinoza, O. (2010, abril 14) CNE realiza convocatoria oficial para las elecciones del próximo 26 de septiembre. [Artículo en línea] El Universal. Disponible: http://www.eluniversal.com/2010/04/14/pol_ava_cne-realiza-convocat_14A3738851.shtml. [Consulta: 2012, marzo 27]

- Flechsig. K y Schiefelbein. E*. (2003) 20 Modelos Didácticos para América Latina*. Organización de los Estados Americanos. [Libro en línea] Disponible: http://www.tecnoeduka.uuuq.com/documentos/unesco/20%20modelos%20didacticos/20%20modelos%20didacticos.pdf [Consulta: 2012, enero 15]

- Gailey, P. (1987, febrero 19) *Democrats and republicans form panel to hold presidential debates* [Artículo en línea] The New York Times. Disponible: http://www.nytimes.com/1987/02/19/us/democrats-and-republicans-form-panel-to-hold-presidential-debates.html [Consulta: 2012, mayo 25]

- García, M. (2010, septiembre 14) *La pelea de los debates electorales.* [Artículo en línea] El Comercio de Perú. Disponible: http://blogs.elcomercio.pe/huellasdigitales/2010/09/la-pelea-de-los-debates-electo.html. [Consulta: 2012, mayo 27]

- Globovisión. (2006, agosto 9) *Manuel Rosales es el candidato unitario de la oposición* [Artículo en línea] Nacionales. Disponible: http://www.globovision.com/news.php?nid=35042 [Consulta: 2012, marzo 26]

- Globovisión. (2007, septiembre 24) *ABP y AD piden unidad a la oposición ante la reforma constitucional*. [Artículo en línea] Disponible: http://movil.globovision.com/not.php?nid=66101 [Consulta: 2012, marzo 27]

- Globovisión. (2008, enero 23) *Propuesta de Un Acuerdo de Unidad Nacional "La Alternativa para el Cambio", firmado por las organizaciones políticas de oposición el 23 de enero de 2008.* [Artículo en línea] Documentos. Disponible: http://www.globovision.com/news.php?nid=76943 [Consulta: 2012, marzo 27]

- Globovisión. (2008, septiembre 28) *César Pérez Vivas es el candidato unitario de la oposición en el Táchira con 44,86% de los votos.* [Artículo en línea] Disponible: http://www.globovision.com/news.php?nid=99825 [Consulta: 2012, mayo 23]

- Globovisión. (2008, noviembre 23) *Hoy se eligen gobernadores y alcaldes en todo el país*. [Artículo en línea] Globovisión Disponible: http://www.globovision.com/news.php?nid=103029 [Consulta: 2012, marzo 27]

- Globovisión. (2010, septiembre 26) *Oposición es mayoría con 52% del voto popular.* [Artículo en línea] Disponible: http://globovision.com/news.php?nid=163106 [Consulta: 2012, mayo 23]

- Gómez, E. (2008, noviembre 23) *Candidatos unitarios ya tienen acuerdo de país para campaña.* [Artículo en línea] El Universal Disponible: http://www.eluniversal.com/2008/01/24/pol_art_candidatos-unitarios_684760.shtml [Consulta: 2012, marzo 27]

- Grunig, J. y Hunt, T. (2003). Dirección de relaciones públicas [Libro en línea]. Ediciones Gestión 2000, S.A. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=scRB8FGWEvgC&printsec=frontcover&dq=Grunig&hl=es&sa=X&ei=CIAHT-joKYHX0QHh_62fAg&redir_esc=y#v=onepage&q=Grunig&f=false [Consulta: 2012, enero 18]

- Jiménez, B. (2011, mayo 30) *Ollanta y Keiko, frente a frente* [Artículo en línea] El Mundo. Disponible: http://www.elmundo.es/america/2011/05/30/noticias/1306708755.html [Consulta: 2012, mayo 13]

- Koeneke, H. (2012, enero) Los debates electorales de los precandidatos: ¿Positiva o negativa? [Documento en línea] Veneconomia. Nacional y Política. Vol. 29 No. 4 [Consulta: 2012, febrero 21]

- Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio (2006). *Marketing*. 10ma edición. Editorial Pearson. Madrid, España.

- League of women voters. (1988) *League refuses to "help perpetrate a fraud"* [Información en línea] Disponible: http://www.lwv.org/press-releases/league-refuses-help-perpetrate-fraud [Consulta: 2012, mayo 25]

- League of Women Voters (2011) *Debate Watching 101.* [Información en línea] Disponible: http://lwv.org/content/debate-watching-101 [Consulta: 2012, mayo 25]

- Los Andes (2010, septiembre 28) *¿Quién ganó el debate entre Susana Villarán y Lourdes Flores?* [Artículo en línea] Política. Disponible: http://www.losandes.com.pe/Nacional/20100928/41446.html [Consulta: 2012, mayo 13]

- Martínez, E. (2009, agosto 14) *Chávez aprueba la Ley Orgánica de Procesos Electorales.* [Artículo en línea] El Universal. Disponible: http://www.eluniversal.com/2009/08/14/pol_art_chavez-aprueba-la-le_1524443.shtml. [Consulta: 2012, marzo 27]

- Matín, L. (2002) *Marketing Político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. [Libro en línea] Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=Ez8qmN6r9fwC&printsec=frontcover&dq=Lourdes+Mart%C3%ADn+persuasi%C3%B3n&source=bl&ots=iAqNsVVDbt&sig=E1aGnVe5_1ivPxv94y3sTHf0d_E&hl=es-#v=onepage&q=Lourdes%20Mart%C3%ADn%20persuasi%C3%B3n&f=false. [Consulta: 2012, marzo 15]

- Muñoz, M. (1999) *La gestión de la calidad total, en la administración pública.* [Libro en línea] Ediciones Díaz de Santos S.A, Madrid. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=tPSDtdQ86CkC&pg=PA175&lpg=PA175&dq=c

onjunto+de+t%C3%A9cnicas+empleadas+para+influir+en+las+actitudes+y+en+las+conductas+ciudadanas+a+favor+de+las+ideas,+programas+y+actuaciones+de+organismos+o+persona+determinadas+que+detenta+el+poder,+intentan+mantenerlo+o+consolidarlo+o+aspirar+a+conseguirlo+herreros+mercadeo+pol%C3%ADtico&source=bl&ots=xV9-3Ddtyu&sig=Erkr8YfF5A_kEd-0dd5ZnBB8vE0&hl=en&sa=X&ei=A1k9UJn3JsPm0QHosIGwCA&ved=0CCkQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false [Consulta: 2012, marzo 15]

- Noticiero Venevisión. (2011, diciembre 07) *Veinte millones de venezolanos vieron el Gran Debate de los candidatos a las Primarias.* [Información en línea] Nacionales. Disponible: http://www.noticierovenevision.net/nacionales/2011/diciembre/7/8631=veinte-millones-de-venezolanos-vieron-el-gran-debate-de-los-candidatos-a-las-primarias. [Consulta: 2012, mayo 21]

- Obelmejías, Y. (2010, febrero 11) *Chávez: PSUV realizará primarias para elegir candidatos a parlamentaria.* [Artículo en línea] El Universal. Disponible: http://www.eluniversal.com/2010/02/11/pol_ava_chavez:-psuv-realiza_11A3421895.shtml [Consulta: 2012, mayo 01]

- Oficina en México del alto comisionado de las Naciones Unidas para los derechos humanos *(s.f) Consideraciones para la investigación y documentación de la tortura en México* [Libro en línea] México. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=AX2lxTLWWGkC&pg=PA75&lpg=PA75&dq=entrevista+semiestructurada&source=bl&ots=QxqO8aujPx&sig=_ga3YKybyatrlrJHUEkky_4uFZg&hl=es&sa=X&ei=zuhDUOrnFu-e6gHu3YHYBw&ved=0CEoQ6AEwBg#v=onepage&q&f=false [Consulta: 2012, julio 12

- Ossorio, J. (2011, octubre 17) La breve historia de los debates electorales en España [Artículo en línea] El Mundo. Disponible:

http://www.elmundo.es/elmundo/2011/10/17/espana/1318802884.html [Consulta: 2012, julio 15]

- Otero, M. (2006). *Relaciones públicas y gestión de públicos en eventos: los principios rectores del ceremonial y el protocolo.* [Revista en línea] Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura. Publicación Universidad Autónoma de Barcelona. 34, 255-269. Disponible: http://ddd.uab.cat/record/15681. [Consulta: 2012, enero 17]

- Otero A., María Teresa. (2009). *Protocolo y Organización de eventos* [Libro en línea] Editorial UOC. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=68k27-ICip4C&pg=PP1&dq=teresa+otero&hl=es&sa=X&ei=xYylT4l2yrjRAbmD0aYF&redir_esc=y#v=onepage&q=teresa%20otero&f=false [2012, enero 15]

- Paniagua, Francisco Javier. (2003) *Comunicación Política Electoral. Elecciones Autónomas de Andalucía en 2000.* [Versión completa en línea] Trabajo de grado doctoral. Universidad de Málaga. Disponible: http://dspace.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/2655/16700272.pdf?sequence=1 [Consulta: 2012, marzo 18]

- Pellegrino, Cañizález y Aguirre. (1999). *Los medios de comunicación social en Venezuela*. (1ª). Caracas, Venezuela. Fundación Centro Gumilla.

- Primarias de la Unidad. (2001, noviembre 8) Anuncian precandidatos presidenciales admitidos a las primarias de la Unidad Nacional [Información en línea] Disponible: http://www.unidadvenezuela.org/2011/11/anuncian-precandidatos-presidenciales-admitidos-a-las-primarias-de-la-unidad-nacional/ [Consulta: 2012, mayo 23]

- Primarias de la Unidad. (2001, noviembre 18) CEP admite postulación de Pablo Medina a las Primarias de la Unidad Nacional [Información en línea] Disponible:

http://www.unidadvenezuela.org/2011/11/cep-admite-postulacion-de-pablo-medina-a-las-primarias-de-la-unidad-nacional/ [Consulta: 2012, mayo 23]

- Programa Venezolano de Educación – Acción en Derechos Humanos. (2000). *Situación de los Derechos Humanos en Venezuela, Informe Anual octubre 1999 / Septiembre 2000*. Caracas, Venezuela.

- Programa Venezolano de Educación – Acción en Derechos Humanos. (2002). *Situación de los Derechos Humanos en Venezuela, Informe Anual octubre 2001 / Septiembre 2002*. Caracas, Venezuela.

- Quintas, E. y Quintas, N. (2010) *Cara a cara electoral televisado. Análisis audiovisual de los debates entre los candidatos a la Presidencia del Gobierno Español.* [Revista en línea] Miguel Hernández Communication Journal, Disponible: http://mhcj.es/2010/01/23/quintas-froufe [Consulta: 2012, enero 17]

- *Real Academia Española* (2001) [Página web en línea] Disponible: http://lema.rae.es/drae/?val=evento. [Consulta: 2012, enero 06]

-*Real Academia Española* (2001) [Página web en línea] Disponible: http://lema.rae.es/drae/?val=estado. [Consulta: 2012, marzo 14]

- *Real Academia Española* (2001) [Página web en línea] Disponible: http://lema.rae.es/drae/?val=opinion. [Consulta: 2012, marzo 06]

- *Real Academia Española* (2001) [Página web en línea] Disponible: http://lema.rae.es/drae/?val=publica. [Consulta: 2012, marzo 06]

- *Real Academia Española* (2001) [Página web en línea] Disponible: http://lema.rae.es/drae/?val=debate [Consulta: 2012, enero 06]

- Rivero, M. (2011). *La rebelión de los náufragos*. (4ª). Caracas, Venezuela. Editorial Alfa.

- RPP Noticias (2010, septiembre 28) *Lo mejor del debate entre Lourdes Flores y Susana Villarán.* [Artículo en línea] Disponible: http://www.rpp.com.pe/2010-09-28-lo-mejor-del-debate-entre-lourdes-flores-y-susana-villaran-noticia_298549.html [Consulta: 2012, mayo 13]

- Rueda, J. (2008, noviembre 24) *Análisis AP: Oposición gana terreno en el mapa político venezolano.* [Artículo en línea] Noticias 24. Disponible: http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/20555/analisis-ap-oposicion-gana-terreno-en-el-mapa-politico-venezolano/ [Consulta: 2012, marzo 27]

- Sánchez, J. (2009) *Presente y futuro del sistema de partidos en Venezuela*. [Artículo en línea] Provincia º22. Disponible: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/29791/1/articulo4.pdf [Consulta: 2012, marzo 21]

- Serra, Y. (*s.f*) Opinión: Los debates electorales en Venezuela. [Artículo en línea] e-lecciones.net. Disponible: http://e-lecciones.net/opinion/?numero=394&showb=3&p=d&Buscar=gobierno. [Consulta: 2012, febrero 21]

-Sociedad de debates Universidad Andrés Bello (*s.f*) *Debate según formato Karl Popper.* [Documento en línea] Disponible: http://www.unab.cl/extension/sociedad_debates/formato_karl_popper.pdf. [Consulta: 2012, enero 15]

-Sociedad de debates Universidad Andrés Bello (*s.f) Debate según formato Lincoln Douglas.* [Documento en línea] Disponible:

http://www.unab.cl/extension/sociedad_debates/formato_lincoln_douglas.pdf [Consulta: 2012, enero 15]

-Sociedad de debates Universidad Andrés Bello (*s.f*) *Debate según formato Parlamentario Inglés.* [Documento en línea] Disponible: http://www.unab.cl/extension/sociedad_debates/formato_parlamentario_ingles.pdf [Consulta: 2012, enero 15]

-Sociedad de debates Universidad Andrés Bello (*s.f*) *Debate según formato Parlamento Norteamericano.* [Documento en línea] Disponible: http://www.unab.cl/extension/sociedad_debates/parlamentario_norteamericano.pdf pdf [Consulta: 2012, enero 15]

-Sociedad de debates Universidad Andrés Bello (*s.f*) *Debate según formato Foro Público.* [Documento en línea] Disponible: http://www.unab.cl/extension/sociedad_debates/formato_foro_publico.pdf [Consulta: 2012, enero 15]

-Sociedad de debates Universidad Andrés Bello (*s.f) Debate según formato de Debate Político.* [Documento en línea] Disponible: http://www.unab.cl/extension/sociedad_debates/formato_debate_politico.pdf pdfpdf [Consulta: 2012, enero 15]

- Sorensen, T. (2010, septiembre 25) *When Kennedy Met Nixon: The Real Story* [Artículo en línea] The New York Times, the opinion pages. Disponible: http://www.nytimes.com/2010/09/26/opinion/26sorensen.html?_r=1&hp [Consulta: 2012, mayo 25]

- Súmate. (*s.f*) *Rumbo a las elecciones 2012* [Información en línea] Disponible: http://www.sumate.org/Especiales/2012/sumate-primarias.html [Consulta: 2012, mayo 23]

- Últimas Noticias. (2011, noviembre 2) *Ledezma: Cecilia Sosa retira su candidatura a primarias* [Artículo en línea] Disponible: http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/cecilia-sosa-retira-su-candidatura-a-primarias.aspx [Consulta: 2012, mayo 23]

- Univisión. (2008, noviembre 24) *Los venezolanos eligieron a 22 gobernadores y 328 alcaldes* [Artículo en línea] Disponible: http://m.noticias.univision.com/america-latina/venezuela/article/2008-11-24/los-venezolanos-elegieron-a-22?id=48198 [Consulta: 2012, marzo 27]

- Yanes, R. (2009, junio 08) *Partidos de oposición conforman Mesa de la Unidad Democrática* [Artículo en línea] NoticiasVe Disponible: http://www.noticiasve.com/partidos-de-oposicion-conforman-mesa-de-la-unidad-democratica/ [Consulta: 2012, marzo 27]

- Youtube (2008, febrero 19) *González vs. Aznar* [Video en línea]. Disponible: http://www.youtube.com/watch?v=ifng-gIzatQ&feature=related [Consulta: 2012, mayo 27]

- Zapata, J. (2000). *Plomo más plomo es guerra: proceso a Chávez*. (1ª). Caracas, Venezuela. Alfadil Ediciones.

- Zobatto, D. (2011, junio 28) *Debates electorales y calidad de la democracia. Diario* La Voz Opinión. [Artículo en línea] Disponible: http://www.lavoz.com.ar/opinion/debates-electorales-calidad-democracia [Consulta: 2012, marzo 16]