



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN: COMUNICACIONES PUBLICITARIAS
TRABAJO DE GRADO

**USO DEL FACEBOOK EN LA CAMPAÑA ELECTORAL DEL 6D
MUD Y PSUV**

GAUDIOSO, Teresa

Tutora:

OLIVIERI, Giannina

Caracas, septiembre de 2015

A mi hermana SARA

AGRADECIMIENTOS

Por todo, gracias a Dios.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
 MARCO TEORICO	
1. Mercadeo Político	3
1.1 Campaña política y Campaña electoral	7
1.2 Estrategia electoral	10
1.2.1 Objetivos	13
1.2.2 Target	13
1.2.3 Mensaje	15
1.2.4 Los medios	17
2. Las Redes Sociales.....	19
2.1.1 El Facebook	22
2.1.2 Herramientas de interacción	23
3. Análisis del discurso	25
3.1.1 Teoría de la valoración	27
3.1.1.1 Lingüística Funcional Sistémica	28
3.1.1.2 Los subsistemas de la valoración	29
3.1.1.2.1 La Actitud	30
3.1.1.2.2 El Afecto	31
3.1.1.2.3 El Juicio	31
3.1.1.2.4 La Apreciación	34
3.1.1.2.5 El Compromiso	35
3.1.1.2.6 La Gradación	35
 MARCO CONTEXTUAL	
1. Partido Político	37
2. Mesa de la Unidad Democrática	37
3. Partido Socialista Unido de Venezuela	39
5.1 Características del Partido Socialista Unido de Venezuela	40
4. Contexto político y social de Venezuela en el 2015	42

MARCO REFERENCIAL

1. Campaña electoral diciembre 2015	44
-------------------------------------------	----

MARCO METODOLÓGICO

1. Objetivos	45
1.1. Objetivo General	45
1.2. Objetivos Específicos	45
2. Modalidad	46
3. Tipo de Investigación	47
4. Diseño de Investigación	47
5. Población	48
5.1 Mesa de la Unidad Democrática	49
5.2 Partido Socialista Unido de Venezuela	49
6. Muestra	50

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS

1. Matriz de Recolección de datos	56
1.1 Mesa de la Unidad Democrática	56
1.2 Partido Socialista Unido de Venezuela	59
1.3 Descripción de las reacciones. MUD y PSUV	61
2. Matriz de Análisis del Discurso	73
2.1 Mesa de la Unidad Democrática	73
2.2 Partido Socialista Unido de Venezuela	76
2.3 Análisis del discurso según la Teoría de la Valoración	78

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
--------------------------------------	----

FUENTES DE INFORMACIÓN	95
------------------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

1) Cuadro 1. Matriz de recolección de datos de la MUD	56
2) Cuadro 2. Matriz de Recolección de Datos del PSUV	59
3) Cuadro 3. Frecuencia de publicaciones por categoría, la MUD	61
4) Cuadro 4. Frecuencia de los tipos de publicaciones, de la MUD	62
5) Cuadro 5. Frecuencia de reacciones, de la MUD	63
6) Cuadro 6. Reacciones por categoría, de la MUD	65
7) Cuadro 7. Frecuencia de las categorías, del PSUV	66
8) Cuadro 8. Frecuencia de los tipos de publicación del PSUV	68
9) Cuadro 9. Tipos de reacciones en las publicaciones del PSUV	69
10) Cuadro 10. Reacciones según la categoría del PSUV	70
11) Cuadro 11. Reacciones totales de la MUD y el PSUV	71
12) Cuadro 12. Matriz de Análisis del Discurso de la MUD	73
13) Cuadro 13. Matriz de Análisis del Discurso del PSUV	76
14) Cuadro 14. Subtipos de juicios de la MUD y el PSUV	78
15) Cuadro 15. Categorías de los juicios de la MUD y el PSUV	79
16) Cuadro 16. Percepción de los juicios de la MUD y el PSUV.....	81
17) Cuadro 17. Valoración de los juicios de la MUD y el PSUV	83
18) Cuadro 18. Valoración según la Dirección de la MUD	84
19) Cuadro 19. Valoración según la Dirección del PSUV	86
20) Cuadro 20. Valoración según la Categoría de la MUD	88
21) Cuadro 21. Valoración según la Categoría del PSUV	90

Gráficos

1) Figura 1. Publicaciones por categorías, la MUD	62
2) Figura 2. Tipos de publicaciones, de la MUD	63
3) Figura 3. Reacciones de las publicaciones, de la MUD	64
4) Figura 4. Like por categoría, de la MUD	66

5) Figura 5. <i>Frecuencia de las categorías del PSUV</i>	67
6) Figura 6. <i>Frecuencia de los tipos de publicación del PSUV</i>	68
7) Figura 7. <i>Tipos las reacciones en publicaciones del PSUV</i>	69
8) Figura 8. <i>Like según las categorías del PSUV</i>	70
9) Figura 9. <i>Reacciones totales de la MUD y el PSUV</i>	72
10) Figura 10. <i>Subtipos de juicios de la MUD y el PSUV</i>	79
11) Figura 11. <i>Categorías de juicios de la MUD y el PSUV</i>	81
12) Figura 12. <i>Percepción de los juicios de la MUD y el PSUV</i>	82
13) Figura 13. <i>Valoración según la Dirección de la MUD</i>	85
14) Figura 14. <i>Valoración según la Dirección del PSUV</i>	88
15) Figura 15. <i>Valoración según la Categoría de la MUD</i>	90
16) Figura 16. <i>Valoración según la Categoría del PSUV</i>	92

INDTRODUCCIÓN

El mundo vive un constante cambio, todos los escenarios en los que las personas se desarrollan y desenvuelven cotidianamente se han ido transformando, y estos cambios han avanzado más rápido, con el desarrollo de las nuevas tecnologías. En los espacios tradicionales en los que se ha desenvuelto, la política también ha aprovechado el avance de los medios de comunicación, para llevar sus propuestas a sus posibles electores.

Cuando se analizan estos temas, crece el interés tanto del investigador como de los lectores, por conocer como las causas de esta transformación, tocan las estructuras tradicionales. Las mismas sociedades han cambiado, los intereses de las personas se han transformado, sus necesidades y las razones que los motivan a elegir a sus representantes en el gobierno. Por estas razones el tema a estudiar es de un interés creciente.

En Venezuela la tecnología ha abarcado múltiples áreas, y se ha extendido especialmente en las comunicaciones, posicionando al país como uno de los mayores consumidores de los nuevos medios de comunicación interactiva. El ámbito comercial se manifiesta como una de los campos de más uso en cuanto a las redes sociales, y la política no se ha quedado atrás.

Durante más de quince años, la realidad electoral en Venezuela se ha inclinado mayoritariamente hacia las elecciones de gobierno de los candidatos del oficialismo, dejando a la oposición con un menor grado de cargos públicos. Sin embargo, las pasadas elecciones parlamentarias del 6 de diciembre del 2015 consiguieron romper este esquema, logrando una consolidada mayoría para la Mesa de la Unidad Democrática, en la conformación de la Asamblea Nacional.

Antes de poder llegar a las mesas electorales, ambos bandos políticos (MUD y PSUV), participaron por el proceso de campaña electoral, cuya duración se había establecido con anterioridad. Y tal como había ocurrido anteriormente, se observó una

desventaja con respecto a los medios de comunicación que se utilizaron para este propósito, dando mayores posibilidades al Partido Socialista Unido de Venezuela en medios convencionales y de mayor alcance. Por ello, y siguiendo un modelo probado internacionalmente, a través del internet y las redes sociales, el partido de la Mesa de la Unidad Democrática logró captar la atención, incluso desde antes del comienzo del proceso de campaña electoral.

De esa forma, el punto focal que desarrollará este trabajo será el de conocer de qué manera utilizaron las redes sociales de internet, la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela, para conocer las características de las publicaciones y su contenido por parte de ambos grupos políticos. Todo ello, con el fin de comparar el tipo de comunicación empleada, para que más adelante se amplíen los datos del mercadeo político en el contexto venezolano actual.

Las nuevas tecnologías, la cantidad de información que se obtiene a través de los diferentes medios de comunicación es mucho mayor a la que se tenían años atrás, por eso esta investigación es tan atractiva. Se analiza una realidad que se está empezando a desarrollar, que puede presentar cambios para las sociedades como lo ha sido en nuestro país, y se podría asegurar que las nuevas investigaciones sobre estos temas serán de un interés general y ayudaran a comprender todas las transformaciones sociales y culturales que vivimos.

MARCO TEÓRICO

1. *Mercadeo Político*

El mercadeo es definido, según la Real Academia Española (2016), como el “conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía, desde su productor al consumidor” (Sitio web de la *Real Academia Española*, <http://www.rae.es/>), de manera que, el mercadeo implica determinadas acciones a tomar, que conforman el proceso que va desde la creación de un producto, hasta su entrega al cliente final.

De modo similar, una de las primeras definiciones presentada en 1935, por la National Association of Marketing Teachers, decía de que el marketing, o mercadeo, es “el resultado de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios, desde el productor hasta el consumidor” (España y Rivera, 2012, p.17). Esto quiere decir que, el significado de mercadeo se compone de acciones estratégicas, para lograr un proceso con un fin determinado, que en el caso del área comercial, es la entrega del producto a su cliente final.

En estas definiciones se resalta del mercadeo las operaciones del flujo de un bien hasta su consumidor final. A pesar de que esta definición proviene del ámbito comercial, este intercambio que ellos proponen, es una concepción aplicable a muchas áreas, y que se desarrollará en los siguientes párrafos, sobre el área política.

El hombre, como ser social, siempre ha tenido la tendencia de vivir con otros seres humanos, y con su desarrollo racional, se ha logrado organizar en sociedad, y alcanzar la distribución y mantenimiento de sus roles de trabajo. El ejercicio de la organización social, en el que actúa la política, es el método que le ha permitido a lo largo de la historia, alcanzar la convivencia pacífica de su especie, a través de la administración del poder.

El término de política es definido por García Pelayo en el Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de Manuel Ossorio (2006), como “una realidad específica, caracterizada por la conversión, mediante un proceso integrador de una pluralidad de hombres de esfuerzos en una unidad de poder y de resultados, capaz de asegurar la

convivencia pacífica.” (para.5, sección P). La organización social, en un tiempo y espacio determinados, que permiten la integración de sus miembros y la convivencia pacífica, se define como la política.

Cada individuo entrega voluntariamente su poder particular a un tercero, o a varios, para que ejerzan un poder sobre el colectivo, y logren así obtener un ambiente estable no-bélico y pacífico, a nivel interno como organización social, y además, afirmen su autonomía en el plano exterior entre otras organizaciones sociales.

Igualmente, Carlos Ollero, mencionado por Pelayo, en el Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales (2006) define la política como una actividad que se ejecuta a través del poder del control social, y propone la realización de un orden de convivencia. Por lo tanto, la política implica que, el hombre se organice en sociedad y establezca un equilibrio beneficioso para el colectivo.

Podemos agregar, además, que el poder, según el Diccionario de Manuel Ossorio (2006) es la “facultad para hacer o abstenerse o mandar algo” (para.4, sección P), esto conlleva la presencia de acciones que deben organizarse y llevar a cabo, para conseguir unos fines, que en la política son los de convivencia.

El Diccionario de la Real Academia Española (2016), le atribuye, entre otros significados, al término de político/a diciendo que es la “actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos” y la “actividad del ciudadano, cuando interviene en los asuntos públicos con su opinión, con su voto o de cualquier otro modo” (Sitio web de la *Real Academia Española*, <http://www.rae.es/>). Esto determina que en el ámbito político, se necesita realizar acciones de régimen, que para funcionar en la actual sociedad, deben haber estado bien planificadas. Esta planificación es lo que se logra con el mercadeo político, para todas las campañas contemporáneas, como un método para alcanzar los objetivos políticos.

Es así como, desde los significados asignados a los vocablos de mercadeo y política, se reconoce la realización de actividades políticas, ejercidas a través de la perspectiva del mercadeo, que buscan el intercambio de valores entre los dos principales actores políticos, que son el, o los, candidatos a elegir y el público elector. Este último

retribuirá las atenciones recibidas por los políticos con su voto, para que estos alcancen o se mantengan en el poder, durante un periodo de gobierno que se declare democrático y pueda haber elecciones.

Fernández y Reyes (2003), dicen que el mercadeo político es un método, que “brinda herramientas para la planificación, la organización y la toma de decisiones acertadas” (p. 11). Para obtener ese intercambio de valores, arriba mencionado, los políticos deberán usar este método de manera adecuada, para alcanzar los objetivos.

Igualmente, lo escribe Gabriel García Gómez (2014) en su Trabajo de Grado diciendo que el mercadeo político trata de optimizar los recursos e ideas de un ente político, para construir una estrategia efectiva, que concuerde con las ideas del partido de fondo y las expectativas de la gente. En otras palabras, brinda herramientas necesarias para optimizar recursos e ideas, con base en los ideales del partido y, lo que de él espera la gente.

El mercadeo político es la aplicación de los principios de mercadeo, que ayuda la difusión de la ideología de las organizaciones políticas, con las cuales pretenden satisfacer las necesidades y expectativas de los ciudadanos (España y Rivera, 2012). Se entiende entonces que, el mercadeo político se centra en la planificación estratégica de las acciones, de las comunicaciones políticas y de los recursos que se disponen, para presentarse como la mejor opción, que resuelve las necesidades de la población de un territorio y de un período dado.

Costa Bonino (1994), en su libro de Manual de Marketing Político, define el mercadeo político como “la búsqueda de votos con el auxilio de la tecnología.” (p. 3). Una definición actual, dado que, la vanguardia tecnológica en nuestros días es una ventaja importante para la difusión de la comunicación social, y es imprescindible en la actividad política actual.

En el trabajo de fin de grado de Gabriel García Gómez, *Marketing Político* (2014), se define el término mercadeo político como “el proceso mediante el cual los candidatos políticos y las ideas son dirigidas a los votantes en orden de satisfacer sus necesidades políticas y ganar su apoyo para apoyar al candidato y sus ideas” (p. 6).

En definitiva, se puede afirmar que es un método que ordena y planifica, las acciones y las comunicaciones políticas, que han de mostrarse al público. Y para darse a conocer por su audiencia, los políticos usan herramientas tecnológicas. Todas las acciones se muestran con la finalidad de modificar el comportamiento de los electores, para conseguir votos, especialmente en periodos electorales. En resumen el Dr. Julio Juárez (2003) define el mercadeo político como “un conjunto de actividades implementada a lo largo de una campaña para alcanzar un fin particular.” (p. 71).

Juárez (2003) indica que su uso fue asociado inicialmente a las campañas electorales de mediados del 1980, pero que tuvo su auge en 1990. Esta área de estudio se desarrolló bajo la convergencia de consultores políticos y académicos de ciencias políticas, administración y comunicaciones. Sin embargo, Fernández y Reyes (2003) explican que “el uso de las encuestas de opinión pública con fines electorales se identifica claramente en los inicios de los años ’60, con la campaña de John Kennedy”, y agregan “podemos hablar de modernas técnicas de comunicación política un poco antes, en los spots publicitarios, de finales de los ’50.” (p. 15).

Desde aquel momento, el resto del mundo y Latinoamérica, empezaron a contagiarse de estas técnicas de mercadeo, para usarlas en política. Venezuela fue uno de los primeros países latinoamericanos en adoptar estas técnicas. Fernández y Reyes (2003) escriben que:

La cercanía de los Estados Unidos, así como la abundancia de recursos monetarios en la década de los 60-70, y por supuesto el afianzamiento de la democracia, generaron el terreno propicio para que las técnicas de marketing político anclaran prontamente en nuestro país. (p. 11)

Su aparición más clara se puede ubicar en la campaña de 1973, cuando el entonces candidato Carlos Andrés Pérez, optó exitosamente a la Presidencia de la República.

Los primeros autores investigaron, preocupados por la relevancia del marketing comercial para la sociedad, y contribuyeron con las primeras bases para el mercadeo político. Al mismo tiempo, académicos de las ciencias sociales y políticas se interesaron

por el estudio de las campañas electorales. Con esta información, empezaron a responder preguntas sobre cómo vota la gente.

Anteriormente, los políticos trataban de conquistar los votos a través del conocimiento personalizado de la audiencia, y con la práctica de la elocuencia. Pero, con la grandes cantidades de personas que se sumaron, formando las nuevas audiencias y el aumento progresivo de la instrucción e información de la sociedad, los políticos tuvieron que planear con más cuidado sus acciones y comunicaciones. Los electores se multiplicaron por miles, y las viejas técnicas de persuasión, que se usaban en el reducido contexto, se desarrollaron con nuevas herramientas, para conocer mejor al electorado y a su vez, para que los personajes políticos se dieran a conocer.

Muchas de las técnicas usadas por el mercadeo político, son de proveniencia del mercadeo comercial, entre los cuales existen similitudes. Costa Bonino (1994) escribe que se pueden ver a los partidos políticos como empresas, y a los políticos como empresarios.

Según el autor, las propuestas políticas son las ofertas hechas para la población de un país, en un determinado momento. Esa oferta deriva de la demanda de esta sociedad, que conformaría los votantes (como los compradores), con necesidades de autoridad, de libertad, de justicia o de eficacia. La comunicación política, que sigue un proceso de mercadeo, lo hará de manera que sea percibida por el público como la más satisfactoria. Será indispensable, entonces, para los políticos comunicarse ingeniosamente, en comparación con la competencia, en especial en períodos electorales.

1.1 *Campaña Política y Campaña Electoral*

Según la Real Academia Española una campaña es “un período de tiempo en el que se realizan diversas actividades encaminadas a un fin determinado.” Igualmente, lo define el Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de Manuel Ossorio (2006), como “los esfuerzos coordinados que tienden a un propósito establecido” (para.5, sección C). En materia política, durante los períodos electorales, estas actividades están diseñadas con el fin de influir en la decisión de voto de los electores de un sector. De la misma manera que lo explica Javier García Gómez, diciendo que “una campaña electoral

es el conjunto de acciones que desarrolla un partido político con el objetivo de influir en la decisión de los votantes en unas elecciones” (p.2).

Kotler y Kotler (1999), mencionados por Julio Juárez (2003), sostienen, además, que “un campaña electoral guiada bajo las normas del mercadeo político, debe organizarse bajo un modelo centrado en la evaluación del ambiente electoral y en el marketing estratégico, con la finalidad de desarrollar los productos de comunicación de una campaña”. (p.63) Entonces, para realizar una campaña electoral, los políticos después de haber estudiado su entorno, buscarán conseguir votos, a través de sus acciones y comunicaciones, que deberán estar debidamente planificadas siguiendo las herramientas de mercadeo.

En el trabajo de grado *Propuesta de mensaje comunicacional del partido Primero Justicia, para las elecciones parlamentarias* (2005) de Ortega M. y Rodríguez (2012), se dice: “El mercadeo electoral no es más que una parte del mercadeo político, y tienen como objetivo más inmediato ayudar a los partidos políticos y a los candidatos, a poner en práctica una campaña electoral eficaz” (p. 23). Destaquemos aquí, que el mercadeo político incluye al electoral, cuyos objetivos se limitan a un periodo de elecciones. Como explica la cita, el mercadeo electoral ayuda a los partidos y candidatos a alcanzar una campaña eficaz, que le permita conseguir los votos requeridos. Con el término de campaña eficaz, se hace referencia a una campaña que alcance los objetivos planteados, dado que ese es el fin último de la campaña electoral.

La campaña electoral se limita a la planificación de las acciones y comunicaciones, que han de realizar los políticos, durante el período previo a las elecciones. Barrera (1997), mencionado por España y Rivera (2012), ratifica lo dicho hasta ahora: el mercadeo o marketing electoral es una campaña que “propone metas concretas para una contienda electoral específica” (p. 19).

A diferencia de la electoral, la campaña política es constante. En esta campaña, la planificación de la comunicación se prepara con base a diferentes fines, por ejemplo, a mantener una determinada imagen, y un cargo de poder. Nimmo (1999), mencionado por Julio Juárez (2003), la llama campaña permanente y sobre esta campaña dice que es “el uso de estrategias de mercadeo, en el diseño de la comunicación entre gobierno y

governados, a lo largo de períodos no electorales.” (p. 68). Durante periodo en los que no son previstas las elecciones, las organizaciones políticas continúan manteniendo una constante comunicación, para fomentar la recordación, y demostrar los logros alcanzados.

Así lo explican España y Rivera (2012), con la cita de Barrera (1997), que dice que, la campaña política abarca “la totalidad de las funciones, procesos y actividades” de los entes políticos, servirá para consolidar su imagen e ideología ante sus electores y ante la sociedad (p. 19). En general, es un enfoque a largo plazo de planificación, que plantea ser percibido como la mejor manera posible de resolver las necesidades de la población, y así conservarse en el poder, o mantener un cierto posicionamiento.

Para mantenerse en el poder, una vez ganadas las elecciones, la comunicación constante es esencial para dar a conocer a la población los avances realizados, y que se perciban positivamente. Fernández y Reyes (2003) dicen que mientras mayor sean los votos obtenidos, mayor será el desempeño esperado del candidato electo (p. 89). Por lo tanto este candidato, una vez en el poder, deberá poner en práctica un plan de comunicación, a través del cual mantenga informado al público, sobre las respuestas que este espera.

Sin embargo, para mantenerse en el poder, los políticos deben dar respuesta a las necesidades de la población, y para dar estas respuestas deben primero, conocer bien cuáles son las necesidades del público, o sea, cuál es la demanda. Esto quiere decir que el grupo al poder, o que pretende alcanzarlo, debe estar volcado hacia la sociedad, escucharla y actuar favorablemente según las preferencias colectivas. Por eso, Fernández y Reyes (2003), continúan diciendo que “la gestión exitosa estará basada, en una genuina orientación al ciudadano, como verdadero ‘cliente’ de la entidad de gobierno” (p. 90). Siguen escribiendo que la herramienta de la encuesta será útil sobre todo después de las elecciones, porque “les permite estar en sintonía con las necesidades de los ciudadanos, y darles una respuesta” (p. 90). En definitiva, los políticos que quieran gobernar, deberán actuar y comunicar en función de las necesidades de sus clientes de un modo constante, para alcanzar y mantenerse en el poder, y buscar concluir con éxito su mandato.

Fernández y Reyes (2003) recomiendan a la mañana siguiente de la victoria, organizar una actividad para agradecer a los medios, dar a conocer el primer discurso

como parte del nuevo gobierno, que deje en claro la intención de unificación del nuevo representante, ahora de todos, y no solo de la mayoría. Lo más importante es que no se abandone a los electores, una crítica que según dicen los autores, se le atribuía a los gobiernos latinoamericanos, que solo prestaban atención a los ciudadanos, en el momento de conseguir sus votos.

Por ese motivo, la campaña política permanente ayuda a la población a sentirse acompañada a lo largo del mandato de gobierno de un ente político. Al estar presente permanentemente da a conocer lo alcanzado por aquel, o aquellos que se votaron, evitando así defraudar las expectativas de sus votantes. Al comunicar constantemente, se refuerza la recordación, que ayudará en el momento de las elecciones para la campaña electoral.

1.2 *La estrategia electoral*

Barranco (2010) mencionado por Rodríguez Bustamante (2012), dice sobre las estrategias que “representan las órdenes de marcha para los distintos elementos de la operación del marketing político. Es un aspecto fundamental, pues sin programa de acción que respalde los objetivos no tienen ningún significado” (p. 14). El autor quiere decir, que las estrategias articulan todas las acciones a llevar a cabo para que se cumplan los objetivos.

Costa Bonino (1994) explica que la estrategia electoral “se construye para alcanzar los objetivos que la fuerza política en cuestión se plantea” (p. 15). Por lo tanto, la estrategia es la planificación, paso por paso de las acciones a realizar para alcanzar los objetivos en una contienda electoral.

La Real Academia Española define estrategia como el “arte de dirigir las operaciones militares” (*Real Academia Española, 2016*) para dirigir tales operaciones, los entes políticos deberán tomar decisiones, unas generales que serán los objetivos últimos a alcanzar, y otros específicos, que dirigirán las decisiones concretas a tomar. En el Diccionarios en Internet de las Ciencias Económicas y Sociales de Arnoletto (2007), la decisión política se define como: “una prefiguración del camino a recorrer por el sistema

para lograr la meta, más un pronunciamiento de la voluntad sobre la asignación y puesta en acción, de los medios necesarios para tal fin.” (Sección P).

Es decir, que estas decisiones definirán la ruta a seguir para la campaña electoral, y dependerán de los medios con los que se cuenta, a nivel interno y externo de un grupo político.

Para venderse bien, un candidato, deberá proponer una oferta, ideológica, de organización social, económica, etc., de manera que sea percibida por la mayor parte de la sociedad, como la que mejor satisface su demanda política del sector, dice Costa Bonino (1994). Y para conseguir ser ‘comprado’, por las sociedades actuales, los entes políticos deben planificar sus estrategias para el período electoral, y así conseguir ‘compradores’, que apuesten por ellos en el momento de la votación. Para acertar sobre las preferencias de la sociedad, como ya dijimos, es necesario conocer sus necesidades, y sobre todo las de los posibles electores. E por eso que toda campaña electoral debe estar acompañada de un constante monitoreo de la opinión los electores.

Como lo indica Costa Bonino (1994), en primer lugar habrá que estudiar el cuerpo electoral y posteriormente se pasará a:

Explicitar los objetivos de la campaña, deberá decidirse hacia quiénes se orientará preferentemente el esfuerzo de comunicación. Se seleccionarán blancos prioritarios de la campaña o targets, según los objetivos y las características del partido o candidato, y según las peculiaridades del electorado. Por último deberá decidirse sobre qué ‘terreno’, que ‘tono’ y qué temas principales se articulará la campaña (pág. 15).

Todas estas decisiones tendrán que ser planificadas antes del periodo de campaña, pero tendrán que mantenerse flexibles para superar los posibles imprevistos, y lograr modificarlas a la medida que se requiera.

1.2.1 *Objetivos*

Los objetivos son el referente que orientará toda la estrategia. Son variables que ayudan a delimitar el alcance de la campaña, y a profundizar en los aspectos necesarios para el desarrollo electoral. Como lo explica Rodríguez Bustamante (2012) “un objetivo es la expresión de un propósito que se quiere conseguir y que debe permitir la articulación de una serie de acciones encaminadas a su consecución.” (p. 9). De manera que, cada objetivo indica qué se quiere alcanzar, y orienta así las próximas acciones.

Rodríguez Bustamante (2012) escribe que después de haber analizado los aspectos favorables y negativos, y el contexto en el que se encuentran los actores políticos, “la dirección [de cada partido o ente político] deberá decidir hacia dónde quiere ir y qué es lo que debe conseguirse. En otras palabras, determinar los objetivos.” (p. 11). Así que, lo primero que debe trazarse, para dirigir una estrategia electoral, son los objetivos.

Los objetivos de una estrategia electoral deben ser realistas. Costa Bonino (1994) indica que los objetivos de la contienda electoral para un grupo político, se pueden resumir en: la difusión de ciertas ideas, la obtención de un caudal determinados de votos y ganar las elecciones. (p. 16) Lo ideal para cada partido político sería ganar las elecciones, sin embargo no todos los políticos alcanzan ese nivel, por lo tanto se proponen objetivos alcanzables, con base a sus posibilidades.

En el primer caso de objetivos de estrategia electoral, se hace referencia a pequeños grupos que buscan difundir sus ideales a nivel político, para que puedan tener una aplicación a la práctica de gobierno o en la opinión pública. En el segundo caso, buscan obtener una cierta cantidad de votos aquellos partidos políticos pequeños o medianos que no tienen posibilidades de ganar, pero que el logro de un buen número de votos los colocaría en ventaja respecto a otros partidos, y le daría la posibilidad de formar coaliciones en las decisiones políticas.

1.2.2 *El target*

Los entes políticos que participan en la contienda electoral quieren obtener más poder, o retenerlo a través del respaldo de los resultados de las elecciones. Para lograr el

apoyo de la mayoría, en un régimen democrático, necesitan saber lo que los electores quieren y proponerlo como solución de sus necesidades. Sin embargo, Julio Juárez (2003) afirma que no existe una definición clara acerca de lo que la gente quiere, ni siquiera si esta se segmenta en pequeños grupos (p. 81). Aun así, agrega que el mercadeo político “ayuda a rellenar estos huecos de incertidumbre acerca de lo que la gente necesita y quiere.” (pág. 82). El mercadeo busca obtener los resultados de la manera más objetiva posible, sabiendo que, por la complejidad de una sociedad, el entorno, después de un cierto período de tiempo, cambia por su dinamismo. El mercadeo político puede, por eso considerarse como un método eficiente para lograr los objetivos trazados.

Hoy en día, el votante se ha convertido en un consumidor político, del cual no solo hay que conocer cómo vota o a quien, sino que se debe investigar, como dicen Adell y Alonso Coto (2011), “la globalidad de su actitud hacia los políticos y la política, cuál es su demanda, cómo quiere involucrarse, cómo cuestiona su autoridad, cómo quiere ser consultado y cómo quiere comprobar que los políticos le dan lo que le prometen” (p. 72). El votante de nuestro tiempo es un votante informado, y con experiencia en los sistemas de elecciones democráticas, es por eso que los emisores deben planificar con cuidado la comunicación electoral hacia su audiencia. Adell y Coto (2011) señalan los principales cambios del contexto social a ser tomado en cuenta por el mercadeo político, respecto a los años sesenta: los votantes ahora son más críticos con las instituciones y los políticos, han cambiado las bases tradicionales para la segmentación del mercado ahora se basan por ejemplo en el estilo de vida o la fase vital del votante, los medios se han vuelto cada vez más especializados y críticos hacia las élites políticas, el comportamiento de los votantes es más volátil y hay menos fidelidad absoluta hacia los partidos, los jóvenes se muestran escépticos a las cuestiones políticas, los tiempos de ocio solo se dedican a sí mismos y decrecen los simpatizantes registrados en los partidos.

Para formular el mensaje, y seleccionar el target a quien irá dirigido, dicen Fernández y Reyes (2003) que hay dos preguntas que hacerse. La primera es quién votará por mí, y luego, preguntarse el por qué. Los autores continúan explicando que al responder bien la primera pregunta, se conseguirá la audiencia, el target. El público elector se dividirá entonces, en tres audiencias principales: aliados, neutrales y enemigos. Los

esfuerzos de la campaña electoral deberán dirigirse a los neutrales y a los aliados, evitando los enemigos “quienes son por definición, invencibles” (Fernández y Reyes, p. 20). El presupuesto para cubrir la campaña electoral suele ser escaso, es por eso que Costa Bonino (1994) recomienda invertir una atención especial, a aquellos segmentos electorales, que sean de importancia e influencia para el resto del target.

Costa Bonino (1994) identifica estos segmentos en cuatro géneros, para dedicarle más esfuerzos comunicativos, por su influencia en la sociedad. Al primero lo denomina “los blancos naturales”, que son “los que se muestran más permeables a sus ideas o programas” (p. 17). Son esos grupos que se muestran tradicionalmente proclives a un partido determinado o algunas ideas, que este partido propone. Este grupo se caracteriza por ser homogéneo en sus características, y generalmente se aplica una buena inversión para incentivar su voto, al comienzo de la campaña electoral.

El segundo grupo son los líderes de opinión, que influyen notablemente la opinión pública, hacen de intérpretes entre el público general y los entes políticos. Los líderes de opinión no son necesariamente los analistas políticos de los medios de comunicación, sino todo aquel que tiene una cierta influencia, en la audiencia a la que se quiere comunicar. Es por esto que este género es muy heterogéneo, y por lo tanto no se recomienda comunicarse con ellos por los medios masivos, y debe dársele una atención privilegiada, para que su opinión se convierta en multiplicadora de votos, desde el comienzo de la campaña.

El tercer género es “El Marais”, como lo denomina el autor, Costa Bonino (1994, p. 18). Este segmento está compuesta por los “poco informados, desprovistos de una ideología estructurada y con opiniones políticas escasas o poco articuladas, es la categoría más sensible a la influencia de una campaña electoral. Para hablar en términos más duros, es la categoría a la cual se puede vender más fácilmente un candidato” (p. 18). Este grupo representa un 20% del cuerpo electoral, y al conseguir su voto se evita el abstencionismo para los menos interesados en política. Este segmento lo conforman el Latinoamérica, los más jóvenes, los más viejos, las mujeres de zonas rurales, los habitantes de bajos ingresos y de escasa educación formal.

Los electores indecisos son los del cuarto género. A diferencia de “El Marais”, este grupo de electores indecisos se mantienen informados y tienen una opinión política articulada. Su volumen depende de las condiciones de las elecciones, pero se pueden identificar a través de una encuesta.

1.2.3 *El mensaje*

El mensaje debe contener la propuesta de solución a las necesidades del target, deberá transmitir la razón de ser del lanzamiento político del partido o candidato político, y destacarse de la competencia con atributos particulares.

Los autores Fernández y Reyes (2003) explican cómo debe redactarse el mensaje. Dicen: “un buen mensaje debe contener las cinco C’s del mensaje exitoso. Ser claro, conciso, contrastante con los demás mensajes de los oponentes, capaz de conectarse con los sentimientos y creencias de nuestros electores y al mismo tiempo creíble o verosímil.” (p. 20) Estas son las características que exige la sociedad actual. Un mensaje breve pero completo, que contenga todo lo que necesite comunicarse de manera precisa, sin ambigüedades y evitando las confusiones. Además, que resalte la ventaja competitiva del candidato en cuestión, es decir, que el mercado electoral perciba de él una solución destacada, y lo considere por eso, la mejor opción entre los demás. Por supuesto, este mensaje debe ser creado de manera que sea percibido como la mejor opción, y para eso es necesario que sea atractivo y que el público lo entienda, le crea y lo recuerde.

Todo esto será de utilidad para que el mensaje se adapte a la vida de la sociedad actual, como lo escriben Fernández y Reyes (2003) “los ciudadanos llevamos vidas complicadas que no nos permiten prestar atención a todo lo que nos rodea, como mecanismo de defensa ante un entorno complejo, nuestra atención es muy selectiva y solo apunta a lo que verdaderamente nos interesa” (p. 21). Para que el ciudadano capte y se interese por el mensaje emitido por los políticos, este deberá tratar de impactar en los sentimientos del público.

Costa Bonino (1994) también explica que “el candidato en cuestión tendrá, obviamente, que hablar de una gran diversidad de asuntos, sin embargo, en beneficio de

la eficacia e impacto de sus mensajes, deberá darse una fuerte centralización y repetición en unos pocos temas cuidadosamente seleccionados” (p. 25).

Se debe tomar en cuenta además, que los tiempos de la campaña electoral no exigen el mismo tipo de mensajes audiovisual. Bonino (1994) explica que “a pocas semanas de las elecciones las vías argumentales y ‘políticas’ de persuasión ya no tienen una receptividad importante” (p.43). A finales de la campana se da pie frecuentemente a mensajes de tipo humorístico o emocional. Esto es debido a que las emisiones finales se dirigen al público desinteresado en la política, quien toma en cuenta el mensaje de la campaña si se le transmite con otro tono, fuera del racional o argumentativo del mundo político.

Para todos los trabajos audiovisuales, los estrategas políticos deben planificar en detalle cada movimiento, vestimenta, tono de voz, etc. del candidato en cuestión. Bonino (1994) escribe que todo debe estar cuidadosamente planificado. Está comprobado, como lo describe Bonino (1994) “el tono de la voz, los gestos y la actitud, es decir lo correspondiente estrictamente a su imagen, es lo que el espectador registra mucho más que la lógica de la argumentación” (p. 41). Este argumento le concede alta relevancia al cuidado de la imagen, antes que al contenido de las palabras del discurso político.

En la presentación del candidato, se destacarán sus aspectos físicos favorables, y según lo que la demanda social exija. La imagen del candidato tampoco debe cambiarse abruptamente, sino que los cambios que se propongan deben entrar en la aceptación del público. Esto se debe hacer destacando los puntos más aceptados del candidato y de su mensaje y disminuyendo el resto.

En líneas generales, la mejor fórmula para comunicarse con el público es que el candidato sea él mismo, o sea que se comunique con la sinceridad. O como lo recomienda Bonino (1994) “el método de comunicación más eficaz es el SUM, es decir: Sea Usted Mismo”. (p. 42)

1.2.4 *Los medios*

El desarrollo tecnológico ha determinado cambios en la historia y en todos los aspectos del ser humano, y en especial esta era contemporánea donde es el cambio es visible en cuestión de pocos años, o incluso meses. Como se afirma en el Diccionario de Términos Usuales en el Periodismo Científico “todas las tecnologías favorecen en mayor o menor medida un determinado cambio” (s.f.), los instrumentos tecnológicos, están diseñados para ser usados en la vida cotidiana de las personas, y su introducción en la sociedad hace que cambie su estilo de vida, ya que las máquinas se vuelven parte de ella. En esta fuente continua la oración diciendo que “la organización socioeconómica que las utiliza [las tecnologías] puede determinar el sentido final de su orientación”, refiriéndose al uso que cada sociedad hace, de los nuevos inventos que son introducidos en ella, y los objetivos que con estas se pretenden alcanzar.

En el área de la información, los cambios tecnológicos que se han introducido en los últimos años, en todas las sociedades del mundo, han sido notables. Con estos medios se realizan ahora, más eficazmente los objetivos que se trazan quienes administran los medios. Por lo tanto, se logran alcanzar las metas, al menor costo posible.

En el área política, la tecnología de la información es un elemento esencial, en especial durante las campañas. Fernández y Reyes (2003) dicen en que:

El espacio público (...) es esa esfera en la que intervienen los medios de comunicación, por eso es amplio y hasta virtual. Ya no es, y tal vez nunca más será, la plaza pública. Ahora los medios masivos son esa plaza, donde se discute, se toman las decisiones y se ejecuta la política. (p.27)

Con esta cita se engloba la importancia de los medios de comunicación social, como desarrollo tecnológico, para el mundo de la política. El discurso político que dependía del contacto del público presente en ese momento y lugar, ahora es posible revivirlo de modo virtual, en otros espacios y tiempos, fuera del que se estuvieron produciendo los hechos. Y las discusiones y decisiones políticas se comunican a través de

estos medios, que han llegado a ser interactivos, o sea que permiten la bilateralidad de contenidos y la retroalimentación entre el emisor y el receptor.

En la Revista Latina de Comunicación Social se nombran los medios, y su uso para los efectos electorales. El autor Sala (2008), nombrado en la revista, habla de los siguientes medios:

- Medios que permiten el diálogo con el elector (visitas puerta a puerta, reuniones en domicilio, visitas, encuentros con prescriptores, actos públicos)
- Medios de tipo tradicional (publicidad en calle, material impreso producido por la campana, prensa de partido anuncios de prensa)
- Medios audiovisuales (Radio y TV)
- Marketing directo (postal, telefónico)
- Relaciones Públicas
- Actividades a pie de urna
- Nuevos medios (p.396)

En la clasificación de los nuevos medios, se incluyen las redes de internet. Estas permiten todos los anteriores tipos de medios, excluyendo la cercanía y espontaneidad que caracteriza los momentos de tipo presencial. En esta revista aparece la perspectiva del autor Castells (2000), quien declara que “en esta red cabe toda clase de proyecto e ideas” (p. 397), para una campaña electoral. Esta opinión le otorga a la comunicación digital, un peso esencial, de primordialidad en las comunicaciones políticas. En ella los estrategas pueden arriesgar proponer estos nuevos medios, como los principales de la comunicación social, de una campaña electoral.

Javier García Gómez (2015) sostiene que en los últimos años las campañas se han centrado en gran medida en internet, a las que se le ha asignado el término de “campañas interactivas”, por la interacción que se hace posible por este medio. Una de las herramientas más usada ha sido la de las redes sociales digitales. A través de ellas, se está permitiendo la fluidez interactiva entre los políticos y el mercado electoral.

A pesar de la importancia que ha estado cobrando el mundo digital, en Venezuela, el medio masivo por excelencia ha sido y sigue siendo la televisión. En ella se combinan las dos señales de emisión más influyentes para el ser humano: la imagen y el sonido, en señal abierta y de transmisión continua. Estas son dos emisiones, que van a la par para transmitir el mismo mensaje, creando un efecto potenciado para enviar el estímulo que será recibido. Esto quiere decir, que los usuarios captan con mayor facilidad una señal que está emitiendo el mismo mensaje por dos vías, la auditiva y la visual. Se puede agregar además, que el parecido que tienen estos estímulos con la realidad cotidiana de la comunicación, (o sea la comunicación oral) despierta un agradable recuerdo del mundo concreto, haciendo más atractiva la recepción del mensaje.

El uso de este medio para la realización de las campañas electorales, desde su aparición, siempre ha sido altamente cotizado. Sin embargo en nuestro país, como en otros países latinoamericanos, el espacio de comunicación televisiva ha dependido y depende de la capacidad financiera de los emisores. Al respecto Costa Bonino (1994) dice que en algunos países se distribuye de manera “equitativa y gratuita” el tiempo de exposición de los candidatos (p.40), permitiendo así un balance de información para la sociedad.

Sin embargo, la dificultad de comunicación que existe, por el difícil acceso a la televisión en nuestros tiempos se ha ido desmoronando, por la filtración que muestra tener la comunicación social, en la plataforma digital. El uso de las redes sociales se ha ido popularizando para cualquier actividad, sobre todo comercial, dejando que el individuo sea el protagonista, y su opinión pueda ser recibida por una gran cantidad de personas incluso al mismo tiempo.

2. *Las redes sociales*

La aparición del internet ha hecho migrar una gran cantidad de gente, desde los medios y mensajes tradicionales, a una herramienta de transmisión de ideas importantísima. En un principio, la web era llamada Web 1.0, y era entendida como aquel espacio donde se podía recaudar información acerca de un tema. Sin embargo, más adelante la web evoluciona a una Web 2.0, que posiciona al usuario como el centro del

contenido generado en ese espacio, y le otorga el poder de la emisión y al mismo tiempo de recepción de los mensajes.

La existencia de un medio como el internet, que posibilita a gran parte los individuos de expresarse a un nivel de gran alcance, abrió las oportunidades de la interacción comunicativa. Pero, es sobre todo a través de las redes sociales, que los usuarios se han vuelto generadores de contenido. Las redes sociales se han convertido en el gran fenómeno de comunicación colectiva y de retroalimentación, con la capacidad de mantenernos informados sobre qué hace el usuario, en tiempo real. Además, con las redes sociales ya no es sólo facultad de los periodistas dar la información bomba de un hecho real, todos los que pertenecen a una red social pueden comunicar masivamente un hecho ocurrido en tiempo real.

Como lo indica Sonia Blanco (2009), mencionada por Fernández Torres y Paniagua Rojano, “el ciudadano ha pasado de convertirse en receptor pasivo de la información a creador y generador de contenidos” (p. 5). Esto quiere decir, que con el internet, se permite la creación de un espacio a nivel popular, por el cual comunicarse. Y lo interesante de esta comunicación es su contenido, que ya no es producido por un canal, como sucede con la televisión o la radio, sino que es cada miembro de la red social, que produce y publica su propio contenido a través de las redes sociales. O sea, que el usuario consume lo que los demás usuarios (y él mismo) produce, gracias a la posibilidad que tienen de expresarse a una audiencia amplia, que actúa como receptor y emisor de contenido, al mismo tiempo.

Caristakis y Flower (2010), mencionado por Fernández Torres y Paniagua Rojano, definen las redes sociales como “un conjunto organizado de personas formados por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos” (p.4). En una red social lo más importante es la cantidad de personas suscritas a la red y conectada entre sí, y la interacción que entre ellos se genera, y que provoca el aumento o disminución de los usuarios y sus intervenciones.

Esto se debe a que la interacción entre el emisor y receptor ya no es lineal sino que alcanza, en esta época la multidireccionalidad, especialmente con las herramientas digitales. Ahora con las redes sociales, ya no existe una figura estática de emisor o receptor, sino que el límite de ambos se difumina, dado que los roles se intercambian entre ellos, y se conectan con otros es un mensaje con múltiples emisores y receptores contemporáneamente. Justamente esa es la función de las redes sociales: la interconexión comunicativa, para la generación de nuevo contenido de interés.

Con estos nuevos medios, que asignan poder comunicacional a los usuarios, ha cambiado la comunicación entre emisor, o vendedor, y receptor, o consumidor, tradicionales. El marketing por las redes sociales, consiste en la interacción, en la conversación, con los integrantes del espacio comunicativo. Como organización, no puedes dejar de responderle a tu interlocutor a través de las redes sociales, porque es él quien lleva ahora las riendas comunicativas, es él quien construye el espacio y quien decide qué comunicar sobre tu organización. Entonces, para cualquier vendedor es indispensable, en las redes sociales, el diálogo constante.

Según Amozurrutia y Maass (2007), citados por Rosalinda Borges Carillo (2013), en su Trabajo de Grado, ¿Quién gana en la web?, algunas características de las redes sociales son:

- Están en construcción permanente, se establecen nuevos vínculos o se refuerzan otros.
- Son multicéntricas: hay varias cabezas o líderes, dependiendo de la actividad que tenga la propia red.
- Todos los que forman parte de una red encuentran una razón de trabajo, sentimental, práctica, o de interés por lo que forman parte de ella. (p.31)

Entre las características se refleja el interés que motiva a los usuarios a seguir produciendo contenido, que por lo tanto se renueva constantemente. Además, se crean lazos de interdependencia social, dependiendo de la influencia que un personaje o agrupación ejercen sobre los demás.

En definitiva, para concluir y entender qué son las redes sociales, tomamos la definición de Rebeca Valenzuela Argüelles (2013), en la Revista Digital Universitaria, que dice que “una red social (...) es una estructura social formada por nodos (...), que están vinculados por uno o más tipos de interdependencia, tales como valores, puntos de vista, ideas, intercambio financiero, amistad, parentesco, conflicto, comercio, entre otros” (p. 7), en donde los usuarios intercambian sus roles de emisión y recepción, para generar y consumir, ellos mismos el contenido que más les interesa.

2.1 *El Facebook*

En el 2003 además de MySpace y LinkedIn, nace el Facebook, creado por Mark Zuckerberg. Esta red inicialmente estaba pensada como una plataforma, para conectar a los estudiantes de la Universidad de Harvard. Después de ese momento, nacen muchas otras redes. Aunque en el 2009, el Facebook ya había alcanzado los 400 millones de usuarios, en el 2010, los 550.

En la revista Ciencias, en el artículo La Comunicación y Las Redes Sociales, escrito por Silvia Climent Sanchis (2012), se explica que “a partir de 20 años, hasta los 45, se extiende el uso del Facebook” (p.6), de modo que en esta red prevalece la presencia de usuarios de edades mayores respecto a otras redes sociales. Esto es ideal para todo tipo de publicación, incluyendo temas de política racional, o de política emocional.

El Facebook es la red social con más usuarios inscritos, a nivel mundial. Así lo indica Rebeca Argüelles (2013), diciendo que “el Facebook ha superado los 800 millones de usuarios”, seguido de Twitter con 200 millones, y de Google+ con 62 millones (p.8). Según Merino-Bobillo, Lloves-bSobrado y B., Pérez-Guerrero, A (2013), el Facebook es considerada como la red adecuada para “frecuentar contactos, crear comunidad y generar fidelidad hacia una marca o producto” (p. 846). Esto indica que, esta red es considerada la más amplia como espacio comunicativo, para dividir en grupos con intereses distintos a todos los usuarios, y también por la variedad de sus herramientas.

2.2 *Herramientas de interacción*

Cada red social se maneja a través de herramientas, que permiten la interacción entre sus miembros. En Facebook, es posible hacer diferentes tipos de publicaciones, como texto, imagen, o material audiovisual e interactivo, que pueden ser visibles para ti, en tu cuenta de usuario, para tus amigos o para todo público inscrito en la red, dependiendo de la opción que se tome. Cada usuario hará público un contenido esperando recibir algún tipo de feedback de otros miembros, a través de estas herramientas que indican, además, la repercusión que una publicación tuvo en el medio.

Las tres reacciones fundamentales, ante el contenido que sea visible para un usuario en Facebook, son el “Me gusta”, o “Like” (en inglés), que señala una interacción superficial entre los usuarios emisor y receptor, y entre ambos con el medio. Así lo indican los autores Merino-Bobillo, M., Lloves-Sobrado, B., Pérez-Guerrero, A. (2013), diciendo que “así, ‘me gusta’ representa el primer nivel de compromiso entre los usuarios y el medio, puesto que cuenta en sus estadísticas de seguimiento del perfil, aunque no implica la lectura o viralización del contenido” (p.848). Sabiendo que quien utiliza el “me gusta” como reacción ante una publicación, no necesariamente haya leído el mensaje. Además, el “me gusta” no estará aportando la réplica continuada del contenido, entendida como viralización digital, a través de las redes sociales.

La siguiente herramienta es la de “comentar”. Esta implica la decodificación del contenido por parte del receptor o receptores, y el resultado de una respuesta, afín al tema publicado. O sea un feedback directo, para los participantes de la comunicación. Los autores Merino-Bobillo, M., Lloves-Sobrado, B., Pérez-Guerrero, A. (2013) explican al respecto:

En este sentido, ‘comentar’ representa un grado mayor de implicación, ya que el usuario se involucra con la entrada publicada, aportando su opinión y responsabilizándose de ella. Además, le exige un mayor esfuerzo y dedicación de tiempo que el hecho de pulsar ‘me gusta’ (p.848).

El usuario que comenta produce un mayor esfuerzo de decodificación y entendimiento, y se involucra más con los participantes de la conversación y con el medio. Más adelante, los autores Merino-Bobillo, M., Lloves-Sobrado, B., Pérez-Guerrero, A. (2013) escriben que con los comentarios se resalta más el contenido de la publicación (p.484), llamando la atención de los usuarios, que por lo tanto tenderán a interesarse por el contenido y querer compartirlo, haciendo más cercana la viralización de tal contenido.

Los comentarios a pesar de aumentar la popularidad de una publicación, se prestan para expresar una opinión, que no siempre resulta favorable para el autor de la publicación o para los participantes de la comunicación del contenido. Los comentarios pueden considerarse de tal manera, negativos, cuando contradicen o son desfavorables para la publicación del contenido y por lo tanto para el usuario autor de ese mismo contenido. Son neutros cuando no aportan mejoras para la popularidad del usuario, y se consideran positivos cuando favorecen la popularidad y la buena imagen del usuario que publicó el contenido comentado.

El “compartir” una publicación es el grado más alto de interacción entre los usuarios. Además de mostrar acuerdo con el medio que proporciona esta herramienta. Merino-Bobillo, M., Lloves-Sobrado, B., Pérez-Guerrero, A. (2013) opinan que: “sin duda alguna, de todas estas opciones, la que denota un mayor grado de identificación con el medio es la opción ‘compartir’” (p.848), esta opción prevalece ante todas las demás porque permite duplicar el contenido que antes estaba presente en la red social de un usuario, a la red de otro. Al ser compartida la misma publicación, será visible para todos los amigos vinculados a esta nueva red. Por lo tanto su visualización se multiplicará a medida que vaya siendo compartido por cada usuario, que involucre a su vez a toda su red de contactos. Esta es la herramienta que permite la viralización del contenido, por excelencia.

3. *Análisis del discurso*

El análisis del discurso es un área relativamente reciente que ha surgido desde el estudio de otras disciplinas humanísticas y de las ciencias sociales, como la lingüística, la comunicación oral, la semiótica, la sociología, y otras.

En sus orígenes el análisis del discurso se fundaba en la práctica de la retórica. Van Dijk (1990) escribe que “algunos retóricos como Aristóteles clasificaron las diferentes estructuras del discurso y señalaron su efectividad en los procesos de persuasión en contextos públicos” (p. 36), para indicar los orígenes de la disciplina.

Van Dijk (1990) escribe que el análisis del discurso se encarga de “producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje, al que hemos denominado discurso” (p. 45). Así que, esta disciplina es la que describe las unidades en las que se divide un discurso.

En *El estudio del escándalo político en la prensa*, Romano (2014), explica como una de las dimensiones del análisis del discurso, la práctica textual: “cada evento discursivo es un texto oral o escrito. En este nivel la unidad de análisis es el texto.” (p. 38). El autor hace evidente que todo acto de discurso oral o escrito puede considerarse un texto, esto quiere decir que el discurso oral presente en un video, o un discurso político, magistral, etc, pueden ser evaluados todos como texto, oral o escrito. Y continúa diciendo que para evaluar, o analizar este texto se usan herramientas de la lingüística.

Para evaluar discurso, Van Dijk (1990) expresa que existen tres niveles principales del discurso, que son la forma de la oración, su significado y el acto de habla (p.48).

La sintaxis, “describe qué categorías sintácticas pueden aparecer en las oraciones y qué combinaciones son posibles” (p. 46). Son reglas que indican la forma de las palabras, oraciones y párrafos, y su combinación correcta. La sintaxis se aplica también, para describir la forma global del discurso, e incluso para otros ámbitos de comunicación, fuera de la lengua.

La semántica estudia el significado de las palabras, de las oraciones y del discurso completo. Tiene reglas que interpretan las unidades seleccionadas. Sin embargo, Van Dijk

(1990) escribe que para conocer el significado de estas unidades no solo se deben interpretar las palabras, oraciones, etc, si no que se debe conocer cómo se relacionan, este significado con los hechos a los que estas palabras, oraciones o discursos, se refieren (p. 47). El autor diferencia el significado de la unidad de análisis en sí mismo, llamándolo *intensional*, mientras que el término *extensional*, lo usa en referencia a los hechos que el significado de las oraciones se refieren.

Señala también, que existe el “acto del habla” (p.47), que es el acto social que se cumple al usar la lengua, según el contexto que nos rodea. Este contexto orienta el discurso que se emite que conforma el acto social del habla.

El estilo usado, según Tun A. Van Dijk (1990), es una dimensión del discurso que atraviesa los tres niveles anteriormente nombrados, y que el autor define como “el resultado de las elecciones que el hablante realiza entre las variaciones de las formas del discurso que pueden utilizarse para expresar más o menos el mismo significado” (p. 49). Por ejemplo la elección de decir “médico”, en vez de “doctor”. La variación de la pronunciación también cambia el estilo del discurso, en este caso fonológico. Al igual que las oraciones con diferente estructura sintáctica.

El autor agrega que, la variación en el estilo puede deberse a causas personales, o a motivos sociales, debidos a la situación del momento, como el desarrollo de una clase o un juicio, que requieren un estilo discursivo particular según lo indique el contexto social. Además, agrega que en la noticia debe prevalecer el el estilo formal, especialmente en los medios impresos.

Ahora, cuando operamos el análisis del discurso en un sonido, palabra, una oración y sus significados, operamos, según Van Dijk (p.48), en un micronivel, mientras que al conocer el significado global del texto, párrafos, capítulos o de todo el discurso, nos encontramos en un macronivel del análisis.

La retórica, también presente en el análisis del discurso, es definida por Tun A. van Dijk (1990) como una dimensión del discurso, que estudia el aspecto persuasivo de la comunicación, y que busca llamar la atención del receptor.

A pesar de las diferencias en cuanto al enfoque de esta disciplina, y los distintos intereses que los autores del área se han dedicado a estudiar, todos han tenido un objetivo principal de interés común, que es “elaborar una teoría explícita de las diferentes estructuras del discurso hablado o escrito” (p. 41, Van Dijk 1990).

3.1 *Teoría de la Valoración*

Dentro de los enfoques evaluativos del lenguaje existe uno llamado Teoría de la Valoración. Los analistas “se proponen describir y explicar los sistemas de opciones semánticas que el lenguaje ofrece, para evaluar (...) las posturas intersubjetivas que son en última instancia, ideológicas.” (Kaplan, 2004, p. 53).

La teoría evalúa la presencia de la actitud dentro del discurso, y de cómo se posiciona el emisor, dentro de un contexto interpersonal. También, analiza el modo de cómo el emisor busca forjar alianzas con los receptores, que se solidarizan con su opinión, mientras que se aparta de los que se oponen a ella.

Esta teoría se desarrolla a partir de un estudio científico de educación, realizado por el Departamento de Lingüística de la Universidad de Sidney. El proyecto se llamó *Write it right*, y los lingüistas que participaron, se encargaron de buscar los requerimientos de lecto-escritura, para que los niños de secundaria pudieran entender los discursos científicos, tecnológicos y mediáticos. Uno de las conclusiones a las que se llegó fue investigar con profundidad, la semántica interpersonal de los participantes.

La mayor parte de los analistas que participaron en este proyecto provenían de la corriente investigativa de la Lingüística Funcional Sistémica, que dejó para la Teoría de la Valoración muchos aportes.

A partir de allí muchos investigadores se han dedicado al estudio de esta teoría buscando, según Kaplan (2004):

1. Entender como el uso de los recursos evaluativos, puede variar según los géneros, registros o estilos.
2. Descubrir los supuestos ideológicos subyacentes

3. Develar las estrategias retóricas con las cuales se ocultan dichos supuestos ideológicos
4. Explicar la forma en que los textos construyen a lectores complacientes o resistentes.
5. Entender cómo se pueden interpretar ambivalentes o ambiguos unos textos
6. Comprender cómo se estructura un discurso, según los patrones evaluativos de un texto (p. 54)

3.1.1. *Lingüística Funcional Sistémica*

La Lingüística Funcional Sistémica (LFS), como se dijo previamente, fue una corriente de notable influencia para la Teoría de la Valoración, y estudia con énfasis la relación entre el lenguaje y el contexto social. Nora Kaplan (2004) escribe que “el lenguaje es un recurso sistemática para expresar significados en un contexto” (p. 54), es decir que es indispensable para la interacción social.

La LFS estudia el lenguaje como un sistema de opciones semánticas, de las que el emisor elige su combinación, para expresarse mejor. Esta combinación varía dependiendo del contexto del uso lingüístico y se registran en tres niveles: el semántico, el léxico-gramatical y el fonológico.

La LFS estudia también el proceso de producción de los mensajes, donde se eligen y se estructuran los significados, en tres planos que aquí se identifican: el plano del contenido (Metafunción Ideacional), de la interacción (Metafunción Interpersonal) y el del texto mismo (Metafunción Textual). De los tres niveles que abarca esta corriente lingüística, Nora Kaplan (2004) especifica que “la Teoría de la Valoración profundiza en el estudio de la Metafunción Interpersonal, a través de la cual se manifiesta la interacción social y se ubica la expresión de nuestros puntos de vistas sobre eventos y personas.” (p. 56).

Un concepto de la LFS, influyente en la Teoría de la Valoración fue la concepción del vocablo Registro que es el resultado de la consecuencia de la interacción en un

contexto de comunicación. Halliday (1978), mencionado por Nora Kaplan (2004), llama las variables como el Campo, refiriéndose a los tópicos de lo que se está realizando, el Tenor, que es la relación entre los participantes y sus aportes para la conversación, y el Modo, que es el rol del lenguaje en la actividad que se ejecuta. Sobre el nivel del Tenor, los analistas de la Teoría de la Valoración han desarrollado en profundidad ulteriores investigaciones.

La Teoría de la Valoración ha constituido una perspectiva complementaria de la LFS, con énfasis en las interacciones interpersonales. Es por eso que estudia “cómo se sienten los interlocutores, que juicios emiten y qué valor asignan a los diversos fenómenos de su experiencia.” (Kaplan, 2004, p. 57).

3.1.2. *Los Subsistemas de la Teoría de la Valoración*

Kaplan (2004), en su Estudio de la Evaluación del Lenguaje, define como valoración “la construcción discursiva de la actitud y de la postura intersubjetiva” (p. 58). Comprende los usos del lenguaje, la posición que toman los interlocutores y su posibilidad de negociarlas.

La Teoría de la Valoración estudia de qué manera los participantes de la comunicación toman determinada postura. Kaplan (2004) explica que las posturas que pueden ser hacia el contenido (posicionamiento actitudinal), hacia los interlocutores (posicionamiento dialógico) y hacia el contexto intertextual (posicionamiento intertextual) (p. 59).

La Posición Actitudinal es la valoración positiva o negativa respecto a algo, una persona, una cosa, un lugar, tiene que ver con la opinión de una persona, de su aprobación o reprobación. El Posicionamiento Dialógico se relaciona con la negociación de los significados, entre los participantes del acto comunicativo. En cambio, el Intertextual se vincula con los usos lingüísticos, que muestran la posición que toman los interlocutores, al evaluar las proposiciones como “provenientes de fuentes externas” (Kaplan, 2004, p. 59), es decir desde un punto de vista diferente al de cada uno de ellos.

Para evaluar un discurso, según la Teoría de la Valoración, existen tres grandes categorías semánticas: la Actitud, el Compromiso y la Gradación. La Actitud incluye los valores que los receptores captan en los participantes, según su expresión lingüística. Es decir ocurre una evaluación intersubjetiva. El Compromiso implica los recursos lingüísticos, que se pueden usar para que un emisor tome una postura, en relación a las de los demás participantes. La Gradación, finalmente, representa el grado de fuerza que se le otorga a un vocablo, en cuanto a su disminución o intensificación, y la graduación del foco, es decir de su significado, para desdibujar o agudizar el significado de un término.

3.1.2.1 *La actitud*

Los enunciados actitudinales son aquellos que expresan una evaluación que puede ser positiva o negativa, o inducir a tomar una postura. Como dice Peter White (2004), “los hablantes le atribuyen un valor o una evaluación intersubjetiva a los participantes y los procesos” (p.7).

Estas categorías son el Afecto, que se caracteriza por la expresión de emociones; el Juicio que evalúa el comportamiento humano según las normas sociales, legales y morales, y la Apreciación que se relaciona con proposiciones discursivas que estiman los objetos, procesos, o textos en función de los principios estéticos y otros valores sociales. Se debe tener en consideración que la cultura es una variable, y que define las categorías discursivas. Esta clasificación se basa en la cultura occidental.

White (2004), explica que el afecto es el “sistema actitudinal básico” (p. 61), es decir que sobre la categoría de Afecto se basan las otras dos categorías. Por lo tanto el Juicio y la Apreciación son categorías ampliadas, respecto a la del Afecto porque, además de este, tienen las estructuras sociales del lenguaje, que conllevan las instituciones.

Kaplan (2004) explica que las actitudes pueden ser explícitas, cuando se transmite el sentido a expresarse de manera directa, e implícitas, cuando su significado requiere de la interpretación del lector y “depende de que el lector aporte sus sistemas de creencias y expectativas al texto” (p.61).

3.1.2.1.1 *El Afecto*

Es una evaluación en la que se transmite la emoción del hablante o de terceros, hacia personas, situaciones o cosas. Según la Teoría de la Valoración, las emociones se pueden agrupar en tres grandes binomios, es decir uno Positivo y otro Negativo, que son: la felicidad y la infelicidad, la seguridad y la inseguridad, la satisfacción y la insatisfacción. Estas pueden expresarse con verbos, adverbios, adjetivos, y nombres para indicar:

1. Una cualidad, atributo o circunstancia: “Un niño alegre”/ “El niño estaba alegre” / “El niño jugaba alegremente”
2. Un proceso: “El regalo agradó al niño” o “El niño sonrió”
3. Un comentario: “Felizmente durmió una larga siesta” (Kaplan 2004, p. 62):

La autora también explica que, el Afecto puede dividirse en autoral y no-autoral. Cuando el emisor, hablante, emite una valoración emocional desde su perspectiva, es decir su evaluación emocional, está asumiendo la responsabilidad de esa expresión. Al manifestar una emoción, el autor toma una posición actitudinal de Afecto, de la que aspira suscitar en el lector “un *rapport* interpersonal” (p. 63), es decir una relación de afinidad con su posición emocional, para que la compartan, la acepten, la comprendan o al menos simpaticen con ella.

El Afecto no-autoral, a pesar de que, quien describe las emociones no es el propio autor, sino que es un tercero que las reporta, de igual manera este está sustituyendo al autor, y de alguna manera también aquí, se busca establecer el efecto de *rapport*.

3.1.2.1.2 *El Juicio*

El Juicio puede entenderse como una evaluación del comportamiento humano, que puede ser socialmente aceptado o no, dependiendo de las normas sociales de comportamiento. Estas normas pueden ser regulaciones institucionalizadas, por ejemplo

las leyes, o normas de estimación social, es decir de qué modo espera la sociedad que los demás procedan.

Así pues, el Juicio se divide, según la Teoría de la Valoración, en dos tipos:

1. Juicio de Sanción Social y 2. Juicio de Estima Social

Los Juicios de Sanción Social provienen de regulaciones sociales, codificadas en cierto nivel según la cultura. Estas reglas pueden ser legales o morales, y al no respetar estas normas se produce una sanción acordada formalmente en la sociedad. Como ejemplo, White (2004) explica que desde una perspectiva religiosa de la tradición Cristiana Occidental, no cumplir una regla moral se considera un pecado, que traerá sus sanciones morales. Igualmente, al contravenir las leyes de un país, los ciudadanos se atienen a los castigos que esto implica (p.15).

Los Juicios de Estima Social, según White (2004), “implican evaluaciones según las cuales la persona juzgada tendrá una estimación más alta o más baja de su comunidad” (p. 15). Es decir que se considera al sujeto juzgado con una estima más alta (si el juicio es Positivo), más baja (si el juicio es Negativo) respecto a su grupo social. Esta clase de críticas no tienen un castigo moral o legal, pero se consideran disfuncionales dentro de la sociedad a la que el individuo pertenece.

White (2004) explica que el Juicio de Estima Social se divide en tres subcategorías, que son Normaildad o Costumbre, que evalúa qué tan “inusual es alguien, cuán habituales o rutinarios son sus comportamientos” (p. 15). La segunda es la Capacidad que incluye lo que sabe hacer, o no un sujeto. La Tenacidad en la que se considera qué tan responsable es alguien, qué tan bien dispuesto está, y si tiene buenas intenciones morales.

JUICIO		
ESTIMA SOCIAL		
	Ejemplos positivos (admiración)	Ejemplos negativos (crítica, sin implicaciones legales)
normalidad	corriente, común, normal, afortunado/a, moderno/a	excéntrico/a, extraño/a, raro/a, desafortunado/a, anticuado/a
capacidad	habilitoso/a, inteligente, intuitivo/a, atlético/a, fuerte	inhábil, lento/a, tonto/a, torpe, débil
tenacidad	heroico/a, valiente, confiable, infatigable, perseverante	cobarde, apresurado/a, no confiable, distraído/a, perezoso/a
SANCIÓN SOCIAL		
	Ejemplos positivos (alabanza)	Ejemplos negativos (condena, puede tener implicaciones legales)
veracidad	sincero/a, honesto/a, genuino/a, franco/a, directo/a	deshonesto/a, mentiroso/a, inauténtico/a, manipulador/a
integridad moral	moral, bondadoso/a, respetuoso/a de la ley, sensible, justo/a	inmoral, malvado/a, corrupto/a, cruel, injusto/a

Fuente: Nora Kaplan (2004)

El juicio hacia el comportamiento de las personas depende en gran medida de la cultura de la sociedad en la que se encuentren los sujetos. Es por eso que, Kaplan (2004) explica que, la manera en la que se evalúa la conducta moral, legal, las capacidades y otras características, dependerá de la cultura de la sociedad a la que se pertenece, como también del sistema de creencia y las experiencias individuales. Estos vocablos pueden ser adverbios, atributos o epítetos, sustantivos o verbos.

Al igual que el Afecto, pueden tener una gradación de escala mayor o menor, y pueden indicar una opinión Positiva o Negativa, hacia el emisor.

Una evaluación de Juicio puede ser emitida explícitamente o implícitamente. Al ser explícitos, dependen de un vocablo o proposición específica evidente, que determina la clasificación del juicio. Los Juicios explícitos, según White (2004) “se clasifican como expresiones de juicio ‘inscriptas’ porque la evaluación se ‘inscribe’ explícitamente en el texto mediante la elección del vocabulario”, es decir que con la presencia de un término delimitado, se transmite el juicio.

Los mensajes implícitos, en cambio, necesitan de la interpretación del lector, quien define su postura frente a ellos. Un ejemplo de los juicios implícitos lo proporciona Kaplan (2004): “*el gobierno no creó las bases para un crecimiento económico sostenido*” (p.65). Aquí no se usan uno solo, o pocos, términos despectivos contra el objeto de juicio, sino que con una oración se propone al lector la incapacidad del gobierno, sin el uso de críticas directas. “Aunque no contiene en sí mismo elementos evaluativos, es una señal de evaluación en nuestra cultura” (Kaplan, 2004, p. 65); es decir que se deben compartir los mismos significados convencionales, para poder entender la evaluación.

Se llaman, Juicios de Indicio las opiniones implícitas, que no aparecen directamente en el texto, pero que culturalmente son entendidas por el receptor para mostrar la postura del escritor, respecto a algún comportamiento.

White (2004) señala al respecto que “con esos indicios los juicios de valor son producidos por significados superficialmente neutrales, ideacionales, pero que, a pesar de todo, tienen en la cultura la capacidad de provocar respuestas enjuiciatorias” (p. 8)

3.1.2.1.3 *La Apreciación*

La Apreciación es el conjunto de evaluaciones negativas o positivas que crean un sistema de sentimientos humanos hacia productos, procesos e instituciones. En este sistema se evalúa la forma, la apariencia, la composición el impacto y la importancia. Es una opinión mayormente estética.

Según Martín (2000), mencionado por Kaplan (2004), la Apreciación se categoriza en tres dimensiones: la Reacción, que describe qué tanto nos atrajo el objeto evaluado y de qué manera nos impactó. La Composición se relaciona con la opinión del receptor, respecto a la proporción y los detalles, y la Valuación tiene que ver con lo que apreciamos de lo que la sociedad evalúa.

La Apreciación no evalúa algo como bueno o malo, correcto o incorrecto, dado que las cosas, los objetos no son los responsables de las consecuencias negativas que

puedan traer, Por ello, la valoración del comportamiento de las personas se evalúa con el juicio.

3.1. 2.2 *El Compromiso*

El Compromiso incluye los recursos lingüísticos que un lector puede usar para posicionar su mensaje, en relación con los de un texto. Además, estudia los significados por medio de los cuales los emisores llegan a conocer o ignorar, los puntos de vista que se transmiten en una comunicación.

Según White (2003), mencionado por Kaplan (2004), el compromiso se divide en dos categorías: la Monoglosia y la Heteroglosia. Según esta teoría, la Monoglosia ignora la diversidad de opiniones que existen en un acto de comunicación, lo que puede provocar relaciones interpersonales tensas, o incluso contrarias.

La Heteroglosia se refiere a enunciados, en los que se reconoce la existencia de diversas posturas, y permite que los emisores utilicen recursos ya sea para citar a otros o para hablar desde su autoría, en concordancia con el grupo comunicacional.

3.1.2.3 *La Gradación*

La Gradación incluye los recursos que permiten a los emisores intensificar o disminuir la fuerza de los términos usados, y de desdibujar o agudizar los significados de las palabras empleadas.

Este subsistema se divide a su vez, en dos categorías: de la Fuerza y del Foco. La Fuerza tiene una escala, que va de alta a baja y se produce con ítems individuales, introducidos en el enunciado. Aunque, cuando la gradación es implícita, la modificación de la fuerza puede ejercerse, a través de toda la oración.

En cuanto al Foco, este se relaciona con la consistencia de un significado, es decir que la escala de valores va desde lo más agudo del significado de una palabra, hasta lo más suave. Kaplan (2004), propone los siguientes ejemplos. Para un significado agudo

escribe “un *verdadero* amigo” o “*pura* maldad” (p. 73). Aquí, cada adjetivo intensifica el nombre al que acompaña. Aunque el sustantivo en sí incluye el significado de *amigo* o de *maldad*, el adjetivo acentúa lo que ya se conocía, sin aclaraciones.

En el significado suave del Foco, los valores que se expresan son “borrosos y tiene límites imprecisos” (Kaplan, 2004, p. 73). Es decir que el significado de estas oraciones no es exacto, puede ser ambiguo, vago. Aquí se opera en un área no graduable, en la cual sin embargo, se atenúan los significados. Según los ejemplos de Nora Kaplan (2004), se tienen: “estaba *medio* nervioso” o “una ballena es *como* un pescado” (p.73).

MARCO CONTEXTUAL

1. *Partido político*

Según Manuel Ossorio (2006), en su Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, los partidos políticos son agrupaciones de personas que se reúnen según su ideario, y que difieren de otras. Estas agrupaciones, “sostienen opiniones políticas, que pretenden hacer prevalecer a efectos de la orientación y de la gobernación del Estado” (para.2, sección P).

El autor subraya la importancia de los partidos políticos para todo sistema democrático, y no sólo para gobernar durante un período gubernamental. Los partidos políticos no electos, que no entraron a hacer parte del gobierno de turno, “ejercen desde la oposición, una fiscalización de los actos de los gobernantes” (para.2, sección P), esto significa que las decisiones del gobierno electo estarán bajo la constante vigilancia del resto de los partidos políticos: los partidos no electos para ese período de gobierno. En definitiva, los partidos que no llegan a formar parte de determinado gobierno, continúan presionando al, o los partidos de gobierno, exigiendo las mejores actuaciones de su parte.

2. *Mesa de la Unidad Democrática*

En su sitio web, la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) se define como “una plataforma de pensamiento y acción, para promover la transformación que requiere Venezuela” (Sitio web, Mesa de la Unidad Democrática, 2016). La MUD es una organización política formada por múltiples partidos políticos, que es, y se percibe, como la oposición formal al actual, y anterior, gobiernos de Venezuela.

Sus orígenes se remontan al año 2006 y será el 23 de enero del 2008 cuando nazca formalmente en Caracas como una coalición de partidos unidos en oposición al gobierno de Hugo Chávez Frías. La alianza se conforma por los partidos de Voluntad Popular, Un

Nuevo Tiempo, Acción Democrática, Primero Justicia, Vente Venezuela, Proyecto Venezuela, COPEI, La Causa Radical, Alianza Bravo Pueblo, Movimiento al Socialismo y Vanguardia Popular. Luego se agregaron los partidos de Movimiento Republicano, Solidaridad Independiente, Unión Republicana Democrática, Movimiento Laborista, Democracia Renovadora, Fuerza Liberal y Visión Emergente, pequeños partidos venezolanos que a pesar de no tener tantos seguidores, en descontento con las ideas de la Revolución Bolivariana, decidieron aliarse para oponer resistencia, dentro de un proceso democrático y legal.

El 8 de junio del 2009, al reestructurar el acuerdo, se da forma a la MUD que se divide en 10 mesas de trabajo. Estas trabajan en los asuntos de relaciones con la sociedad civil, estrategia, programas, derechos humanos, descentralización, asuntos sociales, asuntos internacionales, organización, movilización y temas electorales. Además, esta organización se descentraliza en Mesas de la Unidad regionales, de donde también se busca fomentar también la formación de mesas municipales y parroquiales, comunales y vecinales.

La aglomeración opositora se presenta para los venezolanos, como una confiable alternativa legal de oposición contra el gobierno, primero de Hugo Chávez, y ahora del actual presidente Nicolás Maduro. La Mesa de la Unidad Democrática (MUD) ejerce una presión sobre el gobierno, para proponer nuevas formas de organización político-social, basadas en ideas diferentes de las que han existido, desde hace más de 15 años en el gobierno de Venezuela.

Los objetivos que presenta la oposición son:

1. Fortalecer el sistema democrático venezolano
2. Garantizar los derechos humanos
3. Consolidar la soberanía nacional
4. Alcanzar una sociedad productiva, justa y libre, y el mayor nivel de bienestar para sus ciudadanos

(Sitio web, Mesa de la Unidad Democrática, 2016)

3. *Partido Socialista Unido de Venezuela*

El Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) es un partido político venezolano que se fundó el 14 de marzo de 2008, por el ex presidente la república, Hugo Chávez Frías, con la inscripción de millones de personas, aspirantes a militantes, y que se autodefine como “herramienta política de masas (...) democrática, antiimperialista y anticapitalista.”(Sitio web, PSUV, Somos un faro para América Latina y el Mundo, 2016).

El partido se originó desde la disolución de partidos políticos menores, para la fusión de uno mayor, en apoyo a las ideas de Hugo Rafael Chávez. Al principio solo se unieron algunos partidos como el Movimiento Quinta República, el Movimiento Independiente Ganamos Todos, la Clase Media Revolucionaria, la Liga Socialista, el Corriente Marxista Internacional y el Movimiento por la Democracia Directa. Más adelante se unieron el Movimiento Electoral del Pueblo, Unidad Popular Venezolana, el Movimiento Cívico Militante, y otros pequeños grupos.

Actualmente el partido se encuentra en coalición con otros que, si bien no llegaron a formar parte del PSUV directamente, lo apoyan ahora en sus lineamientos filosóficos. Esta unión es llamada El Gran Polo Patriótico Simón Bolívar (GPPSB), y es conocida como el Gran Polo Patriótico. Actualmente, también los diputados de la Asamblea Nacional, en apoyo a las ideas oficialistas del gobierno actual, se presentan como miembros de este Gran Polo Patriótico.

A la coalición oficialista pertenecen partidos como el Partido Socialista Unido de Venezuela, el Partido Comunista de Venezuela, Unidad Popular Venezolana, Patria Para Todos, Por la Democracia Social, Movimiento Electoral del Pueblo, y otros.

En su Libro Rojo, el PSUV se declara como: “anticapitalista, antiimperialista, anti corrupción, socialista, marxista, bolivariano, comprometido con los intereses de la clase trabajadora y el pueblo, (...) ético y con moral revolucionaria (...)” (p. 45 y 46). Estos y

otras características, se señalan como principios generales de la organización. En este libro, también se indica que “el propósito fundamental del PSUV es la construcción del Socialismo Bolivariano,” (p. 50).

Actualmente, el registro del PSUV tiene 7.632.606 militantes inscritos, con el actual presidente Nicolás Maduro como presidente del partido y Diosdado Cabello como vicepresidente. El color rojo lo identifica como partido político, y cuenta internamente con la organización juvenil de “Juventud del Partido Socialista Unido de Venezuela” (JPSUV).

3.1 *Características del PSUV*

En su trabajo de grado, *Características del Partido Socialista Unido de Venezuela: conformación y desarrollo*, Mora (2010), describe las características distintivas del PSUV, algunas de estas son “la integración simbiótica del Estado-Partido de Gobierno” (p. 23), el populismo, el carácter hegemónico y el pretorianismo.

Para el primer aspecto, el autor señala que el partido se presenta en “una combinación y confusión entre Estado y partido de gobierno, hasta niveles en donde es imposible separar uno del otro.” (p. 24) En esta característica, se evidencia la confusa limitación de poder que existe entre el partido, y el propio poder ejecutivo del gobierno. Por la cercanía que existe entre ambos, se confunden los límites de poder de cada uno.

Este aspecto lo certifican diferentes prácticas, que enumera Eleazar Mora en su investigación. Por ejemplo, el hecho de que el partido de gobierno utilice la infraestructura del Estado venezolano, como propias: anfiteatros, inmuebles y bienes de la nación. El uso de las máquinas del CNE, para inscribir militantes al partido de gobierno, como indica Mora “se apreció en el primer proceso de inscripción de militantes del PSUV” (p. 24). El uso de los medios de comunicación para la propaganda del partido, y el lema de “Patria, Socialismo o Muerte” (p. 24), usado hasta julio de 2011, en el que se vincula directamente la responsabilidad de la patria, o el Estado venezolano, con el partido de gobierno.

Siguiendo uno de los conceptos del populismo, nombrados por Mora, el PSUV se une a esta línea porque, nació de la propuesta de un líder, Hugo Chávez, quien se posiciona desde el principio como el líder del partido, haciendo presente el carácter personalista del populismo, a quien el partido sigue con obediencia. Además, en su política existe la evidencia de eliminar la estructura de gobierno anterior, haciendo referencia al pueblo como protagonista de la nueva estructura. El PSUV pretende conformar una “democracia participativa y protagónica que conduce a la democracia socialista” (Mora, 2010, p. 34), es decir una democracia directa que el partido llama el poder popular.

Otra característica del populismo, presente en el partido, y estudiada por Eleazar Arturo Mora, es la baja institucionalidad del PSUV. Chávez al ser escogido como presidente del partido tiene la potestad de elegir a los vicepresidentes, asumiendo también algún cargo destinado a ellos. En los estatutos no se explica el tiempo en cargo del presidente, que bien puede ser ilimitado, sobre todo tratándose de la figura de Chávez, que es el gran líder carismático, y la pieza fundamental del partido.

El carácter hegemónico del poder hace referencia a la pretensión de acumular en un mismo partido, todo el poder del estado y buscar tener el control ideológico con la vigilancia del flujo de información, prensa, universidades, etc. Esta clase de regímenes monopólicos, mantiene una constante propaganda a su favor, para exaltar el sistema existente.

Un partido hegemónico concentra en sí todo el poder de gobierno, pero permite de modo controlado la participación de “partidos satélites” (Mora, 2010, p.38.), para mantener la apariencia democrática necesaria, frente al pueblo. Esta “democracia ilusoria” (Mora, 2010, p.39) se trata de que la oposición solo pueda actuar en los espacios que este partido hegemónico les permita.

El pretorianismo es definido como “el influjo desmedido de los militares en la política” (para.3, sección P), Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de

Manuel Ossorio). Eleazar Mora estudia este aspecto del PSUV, debido a la referencia constante de términos militares, y por el pasado militar del presidente del partido. Concluye finalmente que, a pesar de no ser un partido pretoriano, “es un partido con bastante influencia militar” (p. 46).

4. *Contexto político y social de Venezuela en el 2015*

Durante el año 2015, e incluso antes, Venezuela experimentó un progresivo descenso en muchos sectores, que marcó en gran medida los resultados electorales del 6 de diciembre del 2015, fecha pautaada por el Consejo Nacional Electoral para las elecciones parlamentarias nacionales. Muchos artículos publicados en la prensa, a lo largo del 2015 y el 2016, exponen y analizan la situación del país.

En un artículo, el 10 de diciembre 2015, en la página de Banca y Negocios, Alejandro Werner, director del Departamento del Hemisferio Occidental del Fondo Monetario Internacional describe como Venezuela cerró el 2015 con “la mayor inflación del mundo” con un porcentaje que va alrededor de 160%, una cifra que se acerca a la de hiperinflación, y se pronostica para el país una contracción económica del 10%, al cierre del 2015. Sin embargo, Werner afirma que los problemas económicos en Venezuela están llevando a una voluntad de cambio, que se registró en las elecciones legislativas del 6 de diciembre. (Banca y Negocios, *FMI: Venezuela cerrará 2015 con la mayor inflación del mundo*, 10 de diciembre de 2015)

En otro artículo de la página de Banca y Negocios (2015), se presentan los indicadores económicos de Venezuela como los más deteriorados entre los países que integran la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR). En el artículo se explica que el país “tiene la inflación más alta, la caída del crecimiento más severa, una de las deudas externas más grandes y ha mermado la capacidad productiva de la industria manufacturera, según cifras oficiales del Latin Focus Consensus” (Banca y Negocios, *Venezuela presenta los peores indicadores económicos entre los países que integran Unasur*, 2 de noviembre de 2015). El Producto Interno Bruto, que indica la cantidad de

bienes y servicios que produce una nación, ha tenido una caída de 6,6% en el 2015, la peor respecto a los demás países de la UNASUR.

En este artículo, el economista Víctor Álvarez (2015) asegura que la situación de crisis de Venezuela, se debe a la mala administración de la abundancia de la riqueza petrolera pasada. Explica también que la inversión en el país, ha sido para mantenimiento y no, para crecimiento, una situación que desplaza la economía venezolana para el mercado internacional.

Según Vicente Brito (2015), presidente de la Red para la Defensa del Trabajo, la Propiedad y la Constitución, en un artículo de Banca y Negocios, prevé que el déficit alimenticio, en diciembre podría alcanzar un 40%. Siendo este un aspecto fundamental para el descontrol social, que también vivió en el país durante el 2015. El descontento se evidencia también con los resultados de una encuesta realizada en el país por la firma Keller y Asociados, que indicó que el 70% de los venezolanos rechazan la economía socialista.

MARCO REFERENCIAL

1. *Campaña electoral diciembre 2015*

Según las Disposiciones Generales de la Ley Orgánica de campaña electoral, esta comprende las actividades de carácter público, efectuadas por los candidatos, organizaciones y grupos para estimular al electorado a que vote por un determinado candidato, dentro de un lapso de tiempo.

La campaña electoral para las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre de 2015, comenzó formalmente el 13 de noviembre de ese año, y culminó el 3 de diciembre de 2015 a la medianoche.

La campaña de la MUD se enfocó en resaltar la crisis económica en la que se encontraba Venezuela, proponiendo cambios y alternativas a la situación del momento. Además, se promovió la unidad opositora con su tarjeta única, ubicada abajo y a la izquierda. Optó, en su mayoría, por la comunicación digital a través de las redes sociales, la distribución electrónica y el contacto directo con los electores, debido a las dificultades del uso de los medios masivos tradicionales y también, por bajo presupuesto con el que contó.

La campaña del oficialismo estuvo impregnada de la figura del ex-presidente Chávez, como símbolo de identidad del partido y como estímulo emocional para conectarse con su público. El bando oficialista contó con la ventaja de utilizar para su campaña mediática los recursos del Estado. Por ejemplo, se utilizaron murales, medios impresos, vallas, espacios televisivos obligatorios, etc.

MARCO METODOLÓGICO

1. *Objetivos de la Investigación*

Según Gil Malca (1999), mencionado por el Glosario de Investigación de la Universidad Privada del Norte, los objetivos de una investigación son los “enunciados de los propósitos de la investigación ya sea en forma general o en forma específica.” (p.24). Además, la definición continúa explicando que el objetivo general contiene todas las variables del problema, mientras que los específicos se redactan separadamente en secuencia. Todos parten de un verbo redactado al infinitivo, que se relaciona directamente con el problema planteado.

Además, Hernández, Fernández y Baptista (2006) dicen que los objetivos “tienen la finalidad de señalar a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio” (p. 47). Estos son entonces, los que marcan la meta a alcanzar, por lo tanto orientan los pasos de la investigación.

En el presente trabajo de investigación, los objetivos son los siguientes:

1.1 *Objetivo General*

Comparar el uso de la red social *Facebook* por parte de la Mesa de la Unidad Democrática y del Partido Socialista Unido de Venezuela durante la campaña electoral para las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre de 2015

1.2 *Objetivos específicos*

Clasificar el tipo de publicaciones hechas en Facebook por parte de la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela durante la campaña electoral parlamentaria del 2016.

Conocer las reacciones obtenidos en las publicaciones de Facebook de la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela para cuantificar la participación de los usuarios de la red.

Analizar, según La Teoría de la Valoración, el discurso empleado en las publicaciones de la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela, en Facebook

2. *Modalidad*

Esta investigación corresponde a la modalidad de análisis de medios y mensajes.

Según el Manual de Trabajos de Grado, de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, dicha modalidad corresponde a:

“La aplicación de las diferentes concepciones metodológicas propias de la comunicación social al estudio de distintos tipos de mensajes (desde el análisis de contenido hasta las diferentes corrientes que se han desprendido de la semiótica o la semiología) o a los medios más adecuados para transmitirlos.”

(<http://w2.ucab.edu.ve/trabajo-de-grado-6902.html>)

Para cumplir con la modalidad especificada, se llevó a cabo el análisis de las publicaciones de la campaña electoral para las Elecciones Parlamentarias de 2016, que comunicaron las organizaciones políticas de la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela, a través de la red social de Facebook.

3. *Tipo de Investigación*

Este trabajo de grado entra dentro de la categoría de los tipos de investigación descriptiva, porque como indican Hernández, Fernández y Baptista (2010) los estudios descriptivos “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p. 80).

Esta investigación busca describir y comparar el uso de la red social de Facebook, de las cuentas de las organizaciones políticas de la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela. Se describirán las variables seleccionadas presentes en las publicaciones de la campaña electoral, de las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre de 2015, de ambas organizaciones políticas.

Caballero Romero (2000) y Hurtado (2002), en el *Glosario de Investigación* dicen lo siguiente de la investigación descriptiva:

Investigación que busca describir en forma analítica el comportamiento, propiedades o características de un determinado fenómeno, objetos o grupo humano. Contribuye a ordenar, agrupar o sistematizar los objetos de estudio de la investigación y constituye una base diagnóstico para trabajos posteriores de mayor amplitud. (p. 18)

4. *Diseño de Investigación*

El diseño de este trabajo de investigación es no experimental, ya que no se realiza por parte del autor ninguna manipulación de las unidades a evaluar. Así como lo indican Hernández, Fernández y Baptista (2010), en el *Glosario de Investigación* de la Universidad Privada del Norte. Escriben que el diseño no experimental es:

Aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. En este tipo de investigación se observan, describen y explican determinados fenómenos de la realidad. (p. 9)

Como lo explican los autores, en el presente trabajo solo se pasará a describir fenómenos ya ocurridos, sin pretender modificarlas, ni crear resultados diferentes a los existentes. Predominará la observación, la descripción y la explicación de lo ocurrido con el uso del Facebook en las cuentas de la MUD y del PSUV, durante la campaña electoral del 6 de diciembre.

5. *Población.*

Cepeunt, (1974) en el *Glosario de Investigación de la Universidad Privada del Norte* dice que la población es un “grupo de personas, seres vivos, objetos, casos, situaciones, etc. sobre los cuales el investigador está interesado en estudiar (...). Esto es denominado también Universo Objetivo, constituido por todos los componentes o elementos (...)” (p. 25).

Para esta investigación se utilizará el término de Corpus, para referirse al conjunto de todas las publicaciones realizadas en el *Facebook* por parte de la MUD y el PSUV durante la campaña política para las elecciones del 6D. Es decir, Corpus se utiliza como sinónimo de Población. Según lo establecido por el CNE, la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela realizaron su campaña electoral, desde el 13 de noviembre hasta las 12 de la medianoche, del día 3 de diciembre de 2015, para las elecciones parlamentarias, que se efectuaron el 6 de diciembre de 2015.

5.1 *Mesa de la Unidad de Democrática:*

En portal de Facebook de la Mesa de la Unidad Democrática, hubo, según el registro de este trabajo, 58 publicaciones de contenido variado. Entre las publicaciones de la MUD, se pueden clasificar los programas informativos, titulados como Reporte Unidad, que desarrollan casi a diario, reportajes sobre eventos recientes ocurridos en relación con la Unidad. Los Titulares preceden a los Reporte Unidad, y contienen la información resumida en pocas frases, que luego se desarrollan en el reporte.

Otra de las publicaciones frecuentes en la cuenta de Facebook de la MUD, es el programa llamado Cuenta Regresiva, que lleva la cuenta de los días que faltan para las elecciones. El programa comienza con el saludo del presentador, y la presentación del invitado de la sesión. Cada invitado da su opinión sobre las elecciones.

Entre las publicaciones también hay algunas de contenido variado. Hay videos explicativos, sobre cómo comportarse en caso de ser testigo o miembro de mesa el día de las elecciones, y cómo funciona un centro electoral y cada uno de los personajes participantes. Las demás publicaciones son de contenido variado. Muestran estadísticas sobre las dificultades de las necesidades de los venezolanos, otras son imágenes, canciones o dramatizaciones de protestas, o de situaciones de necesidad social.

5.2 *Partido Socialista Unido de Venezuela*

En el portal del Partido Socialista Unido de Venezuela hay 46 publicaciones, según los registro de esta investigación. La mayor parte de las publicaciones del partido a lo largo de la campaña son fotografías, es decir imágenes visuales estáticas. Gran parte de estas imágenes están precedidas por una breve noticia. Algunas publicaciones contienen la cuenta regresiva del conteo de los días restantes, para las elecciones y otras publicaciones son de frases célebres, de Simón Bolívar.

Todas las noticias que aparecen como imagen publicadas en el portal de Facebook del PSUV, constan de una misma estructura: un breve título y dos o tres breves párrafos

de desarrollo. Estos textos noticiosos desarrollan contenido respecto a los asuntos del PSUV, o sobre la oposición.

6. *Muestra*

Según Hernández, Fernández y Baptista (2004), la muestra es “un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de esa población” (p. 236).

Por la naturaleza de la investigación, la muestra se manejó de manera de cubrir la naturaleza de los objetivos; por ello se trabajó con dos muestras según el objetivo a cubrir.

Para el primer objetivo específico, se tomaron en cuenta todas las publicaciones hechas por ambas organizaciones políticas en *Facebook*, a lo largo del plazo pautado para la campaña electoral. Es decir que se registrará la reacción obtenida en todas las publicaciones de ambos partidos: 58 publicaciones de la MUD y 46 del PSUV. Aquí la muestra coincide con la población. Se toma de esta manera para poder tener una medición completa de las reacciones obtenidas.

Para cumplir con el segundo objetivo propuesto, la muestra seleccionada para ambas organizaciones son los titulares de las noticias presentadas. En el caso del PSUV resultaron 25 unidades de análisis, que corresponden a los titulares de las noticias que anteceden las fotografías. Para la MUD se seleccionaron también los titulares de las noticias expuestas en los Reporte Unidad. De allí surge la muestra de 49 unidades de análisis. Este criterio de selección se debe a que los titulares recogen la información más relevante de la noticia. La muestra de la MUD es más amplia, debido a que publicaron una cantidad mayor de titulares en sus reportes.

7. *Diseño de la investigación e Instrumentos*

Las técnicas que se usarán en esta investigación serán la observación y el análisis del uso del Facebook por parte de la MUD y el PSUV, y se analizarán siguiendo la Teoría de la Valoración y la cuantificación de las reacciones.

Así mismo, se recurrirá a la medición de las interacciones hechas por los usuarios a las publicaciones de la MUD y el PSUV. En primer lugar se medirá el uso del botón “Me Gusta”, con el que puedes señalar tu opinión sobre la imagen publicada. A través de este botón se pueden emitir las siguientes emociones: Me Gusta, Me Encanta, Me divierte, Me Asombra, Me Entristece, Me Enoja.

La siguiente herramienta es el “Comentar”, que deja un espacio para poder escribir debajo de la publicación. También está la herramienta de “Compartir”, que significa publicar el contenido en tu cuenta de Facebook, haciéndola visible a tus contactos. Para los tipos de publicaciones audiovisuales, es decir los videos, se permite saber cuántas veces fue reproducido tal video. También se medirá el contenido de las publicaciones para poder categorizarlos.

La siguiente tabla se utilizará para el registro de estas reacciones:

PSUV o MUD					
Unidad de análisis	Contenido	Cantidad de reacciones (Like, Love, Ahah, Wow, Sigh, Grrr)	Cantidad de comentarios	Cantidad de veces compartidas	Cantidad de reproducciones (en el caso de los videos)

Se considerarán los siguientes elementos:

- Tipo y cantidad de reacción: (Like, Love, Ahah, Wow, Sigh, Grrr)
- Cantidad de comentarios

- Cantidad de veces que ha sido compartida una publicación
- Tipo de publicación (texto, fotografía o video)
- Cantidad de veces que se ha reproducido un video.

Hay que tener presente que, las reacciones del botón “Me Gusta” pueden aparecer en el Facebook, tanto en inglés como en español dependiendo de las configuraciones establecidas previamente. En esta investigación se dejarán en inglés, como idioma convencional para esta red. Estas reacciones con su traducción al español son: “Likes” es “Me Gusta”, “Love” es “Me encanta”, “Ahah” es “Me Divierte”, “Wow” es “Me asombra”, “Sigh” es “Me entristece” y “Grrr” es “Me enoja”.

Se debe considerar también que solo podrán ser contabilizadas las reproducciones de los videos publicados. Es por eso que también, se registrará el tipo de publicación dejando visualmente claro, si se trata de un texto escrito, una imagen estática, o de un video.

La tabla que se utilizará para ello es la siguiente:

Tipo de Publicación		
Texto	Fotografía	Video

El análisis del discurso de la muestra seleccionada se realizará con base a la Teoría de la Valoración. Esta teoría y describe y explica las posturas intersubjetivas de los personajes de la comunicación. Para esta investigación se tomará como guía de análisis, la categoría de Juicio de esta teoría.

El Juicio es una evaluación del comportamiento humano, que puede ser aceptado o no respecto a normas sociales, codificadas o implícitas. Según Peter White (2004). La

categoría del Juicio se subdivide en dos tipos que son: de Sanción Social y de Estimación Social.

Los Juicios de Estimación Social son opiniones que otorgan estima social al sujeto evaluado, alta o baja, según si la opinión es negativa o positiva. Los Juicios de Sanción Social provienen de regulaciones sociales, con un cierto nivel de codificación. Y condenan un comportamiento que debe ser sancionado, o recompensado según la opinión social.

Los Juicios de Estimación Social se dividen en subcategorías. La primera es la de Normalidad, que evalúa las costumbres de alguien. Que tan usual, inusual, especial o habitual es el comportamiento de alguien. Le siguen los juicios de Capacidad, que juzgan la competencia, en cuanto al comportamiento de una persona o grupo de personas. Finalmente están los de Tenacidad, que se encargan de la disposición que tiene una persona, es decir si su comportamiento es responsable, confiable y perseverante.

Los Juicios de Sanción Social se dividen en dos. Los Juicios de Veracidad, que evalúan la verdad de las palabras emitidas, es decir si es sincero, honesto, fraudulento, mentiroso, etc. Los Juicios de Adecuación, que en cambio, juzgan la ética de un comportamiento, es decir si es honesto, sensible, cuidadoso, moral, etc.

Dependiendo de la aceptación social que tenga ese comportamiento, el Juicio puede ser Positivo o Negativo. Además, las evaluaciones pueden ser Explícitas, es decir evidentes y directas, o Implícitas, en otras palabras tácito y sobreentendido, que requiere de la interpretación del lector. Para efectos de clasificación en esta investigación se referirá a esta división como Percepción.

Igualmente una opinión de comportamiento es dirigida hacia alguien, y por eso en esta investigación, se tomará en cuenta la Dirección, es decir hacia quién irá dirigido el juicio.

La tabla que sigue representa la Matriz de análisis del Juicio:

Categoría de Juicio						
Clasificación		Valoración		Percepción		Dirección
Tipo	Subcategoría	Positivo	Negativo	Explícito	Implícito	¿A quién se refiere?

Esta Matriz de análisis entonces, toma en consideración lo siguiente:

- La Clasificación: que indica de qué tipo de Juicio se trata, si es de Sanción Social o de Estimación Social
- La Valoración: que señala la aceptación social que tiene el juicio, si es Positivo o Negativo
- La Percepción: en la que se explica si el juicio es explícito, es decir directo y expuesto, o implícito, si necesita una interpretación para ser captado
- La Dirección: expone a quien se refiere el juicio

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS

El presente trabajo abarcó la descripción y análisis del uso del Facebook por parte de la Mesa de la Unidad Democrática y el Partido Socialista Unido de Venezuela, durante su campaña política para las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre de 2015. Este análisis se dividió en dos partes: el análisis de la información recaudada de la observación y la clasificación de las reacciones emitidas por Facebook, y el análisis del discurso de las publicaciones de cada una de las organizaciones políticas. Este análisis se basará en la Teoría de la Valoración de Peter White.

En primer lugar se organizaron las publicaciones de la MUD y del PSUV, según los resultados obtenidos en cuanto a las reacciones emitidas por los usuarios de la red. Luego se realizó el análisis del discurso según la Teoría de la Valoración, y las categorías seleccionadas en la metodología de este trabajo.

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos en cuanto a las reacciones de los usuarios, organizados según la metodología propuesta. Y se procederá a la comparación.

En una segunda parte, se mostrará el análisis del discurso de las publicaciones, según la metodología explicada previamente. Y finalmente, se compararán los datos obtenidos.

1. *Matriz de Recolección de Datos*

1.1 *Mesa de la Unidad Democrática*

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las posibles reacciones de la cuenta de la MUD, durante la campaña de las elecciones del 6D:

Cuadro 1. Matriz de recolección de datos de la MUD

Publicación	Categoría	de Número Reacciones (Likes, Love, Ahah, Wow, Sigh, Grrr)	Número de Comentarios	Número de Reproducciones	Número de veces compartidas	Tipo de Publicaciones			
						Video/Duración	Imagen	Texto	
#1	Cuenta Regresiva	187 Likes	12	23016	1221	X	04:24 min		
# 2	Reporte Unidad	22 Likes	2	1414	61	X	01:56 seg		
# 3	Reporte Unidad	93 Likes	4	3274	91	X	00:09 seg		
# 4	Titulares	22 Likes	1	353	20	X	00:21 seg		
# 5	Reporte Unidad	44 Likes	2	1000	32	X	01:23 seg		
# 6	Reporte Unidad	38 Likes	1	975	30	X	00:30 seg		
# 7	Material informativo	181 Likes	16	21897	1308	X	04:24 min		
# 8	Reporte Unidad	21 Likes 1 Grrr	4	1318	30	X	00:38 seg		
# 9	Otros	83 Likes	2	1727	156	X	01:00 min		
# 10	Titulares	20 Likes	1	302	11	X	00:20 seg		

# 11	Material informativo	57 Likes	3	9208	356	X	01:00 min		
# 12	Reporte Unidad	34 Likes	2	2609	95	X	02:44 min		
# 13	Titulares	22 Likes	0	1210	49	X	00:20 seg		
# 14	Reporte Unidad	64 Likes	2	2296	133	X	08:48 min		
# 15	Cuenta Regresiva	69 Likes	3	1429	117	X	03:49 min		
# 16	Reporte Unidad	105 Likes	5	6630	282	X	00:51 seg		
#17	Titulares	38 Likes	2	895	51	X	00:20 seg		
# 18	Reporte Unidad	34 Likes	3	561	31	X	09:08 min		
# 19	Cuenta Regresiva	53 Likes	2	6963	321	X	04:58 min		
# 20	Otros	187 Likes	11	6167	690	X	01:19 min		
# 21	Titulares	29 Likes	1	954	20	X	00:23 seg		
# 22	Reporte Unidad	13 Likes	3	244	18	X	10:36 min		
# 23	Cuenta Regresiva	105 Likes	5	3546	207	X	02:74 min		
# 24	Reporte Unidad	75 Likes	2	3702	200	X	01:29 min		
# 25	Titulares	25 Likes	0	640	20	X	00:19 seg		
# 26	Reporte Unidad	16 Likes	0	306	18	X	08:29 min		
# 27	Reporte Unidad	75 Likes	6	2684	86	X	00:25 seg		
# 28	Reporte Unidad	115 Likes	4	8132	212	X	00:25 seg		
# 29	Otros	96 Likes	3	No aplica	No aplica			X	
# 30	Material informativo	43 Likes	0	1240	107	X	04:44 min		
# 31	Reporte Unidad	46 Likes	7	1018	49	X	2:16 min		
# 32	Reporte Unidad	23 Likes	0	224	15	X	1:03 Min		

# 33	Reporte Unidad	48 Likes	0	1046	25	X	00:55 seg		
# 34	Titulares	10 Likes	1	220	3	X	00:21 seg		
# 35	Reporte Unidad	52 Likes	3	1564	77	X	8:22 min		
# 36	Cuenta Regresiva	105 Likes	6	2322	161	X	2:40 min		
# 37	Reporte Unidad	24 Likes	1	523	13	X	00:57 seg		
# 38	Titulares	26 Likes	5	482	13	X	00:23 seg		
# 39	Titulares	36 Likes	2	766	32	X	00:22 seg		
# 40	Otros	116 Likes	5	2300	116	X	00:30 seg		
# 41	Titulares	26 Likes	1	525	14	X	00:20		
# 42	Cuenta Regresiva	90 Likes	2	1380	101	X	4:00		
# 43	Reporte Unidad	145 Likes	6	2659	98	X	0:29 seg		
# 44	Reporte Unidad	113 Likes	2	1648	102	X	3:22 min		
# 45	Reporte Unidad	28 Likes	5	497	25	X	09:26 min		
# 46	Otros	399 Likes	27	9386	882	X	04:26 min		
# 47	Titulares	42 Likes	0	1037	31	X	00:17 seg		
# 48	Cuenta Regresiva	123 Likes	1	2155	166	X	3: 19 min		
# 49	Otros	1 Love 159 Likes	4	4267	255	X	00:24 seg		
# 50	Reporte Unidad	166 Likes	11	4367	187	X	00:22 seg		
# 51	Reporte Unidad	38 Likes	2	987	73	X	00:53 seg		
# 52	Titulares	25 Likes	3	932	15	X	00:18 seg		
# 53	Cuenta Regresiva	287 Likes	30	13.13 7	883	X	05:32 min		
# 54	Otros	192 Likes	12	6903	327	X	0:16 min		

# 55	Otros	2 Sigh 171 Likes	9	6828	306	X	01:02 min		
# 56	Reporte Unidad	80 Likes	11	1536	41	X	01:10 min		
# 57	Reporte Unidad	29 Likes	4	1648	14	X	00:36 seg		
# 58	Reporte Unidad	140 Likes	11	5233	232	X	01:02 min		

Fuente: Elaboración propia (2016)

En la tabla se contabilizaron los resultados obtenidos de las interacciones con los contenidos de la MUD publicados en su cuenta a lo largo de la campaña. Además, del tipo de publicación emitida y su contenido, reagrupado en categorías.

1.2 Partido Socialista Unida de Venezuela

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las posibles reacciones de la cuenta del PSUV, durante la campaña de las elecciones del 6D:

Cuadro 2. Matriz de Recolección de Datos del PSUV

Publicación	Categoría	Número de Reacciones (Likes, Love, Ahah, Wow, Sigh, Grrr)	Número de Comentarios	Número de Reproducciones	Número de veces compartidas	Tipo de Publicaciones		
						Video/Duración	Imagen	Texto
# 1	Campaña del CNE	99 Likes	19	No aplica	25		X	X
# 2	Nicolás Maduro	54 Likes	15	No aplica	18		X	X
# 3	Campaña del CNE	242 Likes	13	No aplica	62		X	X
# 4	Campaña del CNE	120 Likes	1	No aplica	19		X	X
# 5	Campaña del CNE	126 Likes	14	No aplica	25		X	X
# 6	Nicolás Maduro	509 Likes	21	No aplica	133		X	X

# 7	Nicolás Maduro	132 Likes	20	No aplica	30			X	X
# 8	Campaña del	55 Likes	1	No aplica	5			X	X
# 9	Otros	145 Likes	2	No aplica	32			X	X
# 10	Nicolás Maduro	270 Likes	14	No aplica	51			X	X
# 11	Nicolás Maduro	219 Likes	14	No aplica	67			X	X
#	Conteo Regresivo	472 Likes	35	No aplica	131			X	
# 13	Rechazo a la	239 Likes	27	No aplica	371			X	X
# 14	Conteo Regresivo	553 Likes	26	No aplica	157			X	
# 15	Nicolás Maduro	145 Likes	14	No aplica	44			X	X
# 16	Campaña del	102 Likes	5	No aplica	20			X	X
# 17	Conteo Regresivo	537 Likes	22	No aplica	148			X	
# 18	Campaña del	1 Love 165 Likes	22	No aplica	56			X	X
# 19	Campaña del	162 Likes	11	No aplica	31			X	X
# 20	Campaña del	77 Likes	3	No aplica	26			X	X
# 21	Nicolás Maduro	421 Likes	18	No aplica	106			X	X
# 22	Conteo Regresivo	398 Likes	22	No aplica	87			X	

Fuente: Elaboración propia (2016)

En la tabla se contabilizaron los resultados obtenidos de las interacciones con los contenidos del PSUV publicados en su cuenta a lo largo de la campaña. Además, del tipo de publicación emitida y su contenido, reagrupado en categorías.

1.3 Descripción de los resultados obtenidos en la MUD y el PSUV

Las publicaciones de la MUD se agruparon por categoría según su contenido programático. A continuación se presenta su frecuencia de publicación:

Cuadro 3. Frecuencia de publicaciones por categoría, la MUD

Categorías	MUD	
	Frecuencia	Porcentaje
Reporte Unidad	27	46,55%
Titulares	12	20,7%
Cuenta regresiva	8	13,79%
Otros	8	13,79%
Material informativo de elecciones	3	5,17%
Total	58	100%

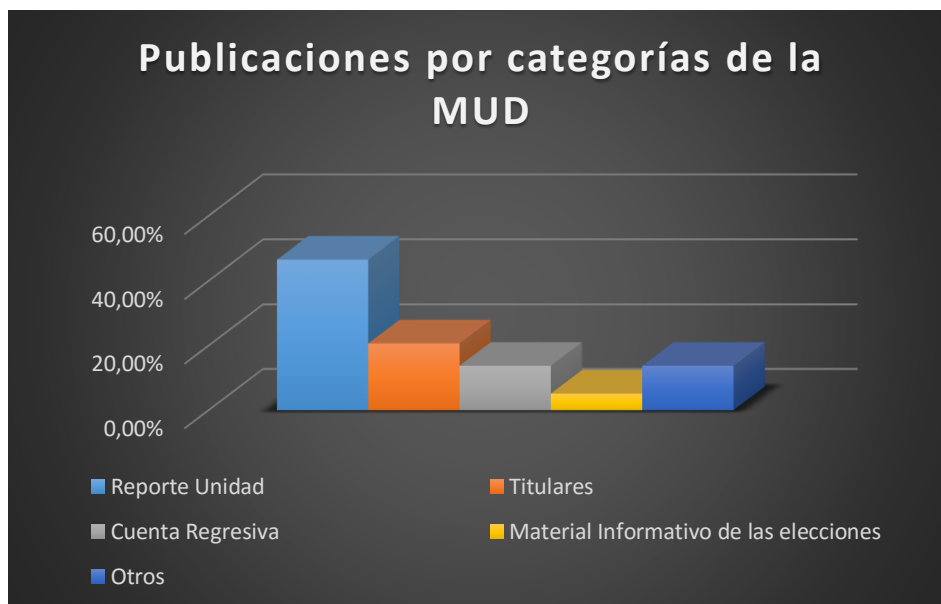
Fuente: Elaboración propia (2016)

En la tabla se muestra que el 46,55% de las publicaciones de las categorías son Reporte Unidad. Esto puede deberse a la intención de que su campaña sea percibida como objetiva y veraz. En estos reportes se introdujeron las noticias con titulares, y se desarrollaron, al igual que un noticiero televisivo.

La demás categorías se publicaron con bastante menor porcentaje. A los Reporte Unidad le siguen los Titulares con el 20,7%, luego los Cuenta Regresiva, con el 13,79%, Otros, de 13,79%, y Materiales informativos con el 5,17% de las publicaciones totales.

A continuación se grafica la frecuencia de publicación de cada categoría:

Figura 1.
Publicaciones por categorías, la MUD



En la red social de Facebook se permiten diferentes tipos de publicación. La siguiente tabla describe la frecuencia de publicación de cada uno, en la cuenta de la MUD:

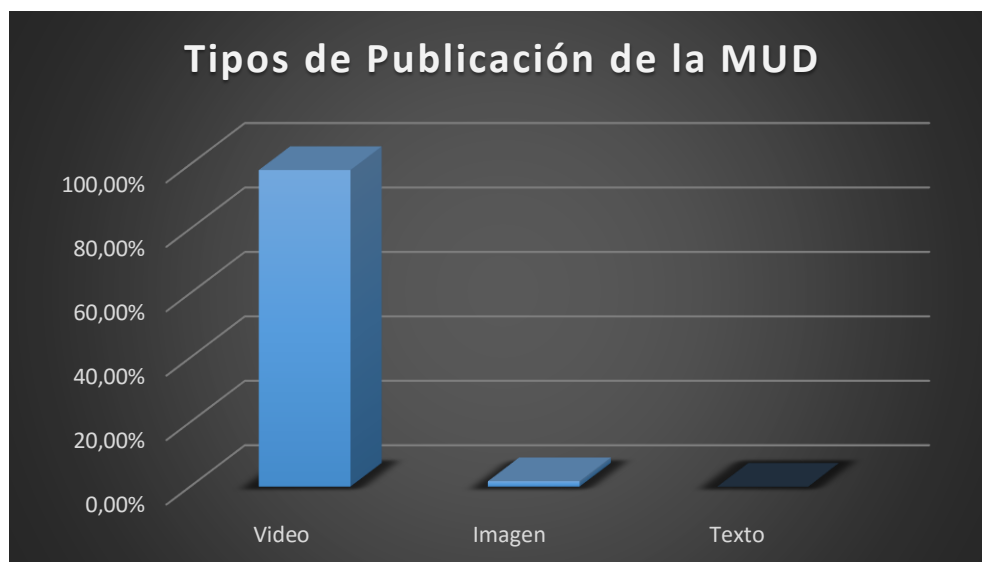
Cuadro 4. Frecuencia de los tipos de publicaciones, de la MUD

Tipo de publicación (MUD)	Frecuencia	%
Video	57	98,28%
Imagen	1	1,72%
Texto	0	0%
Total	58	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Las publicaciones de la MUD fueron en su mayoría audiovisuales, con el 98,28%. De las imágenes estáticas solo hubo una publicación, que representó el 1,72%. No hubo presencia de texto. A través del video, es posible presentar los Reporte Unidad como noticieros televisivos, además la información se puede transmitir con más detalle.

Figura 2.
Tipos de publicaciones, de la MUD



Una de las herramientas de interacción que se permite en el Facebook es la del “Me Gusta”, que contiene además, otras reacciones. A continuación se presenta la frecuencia de las mismas:

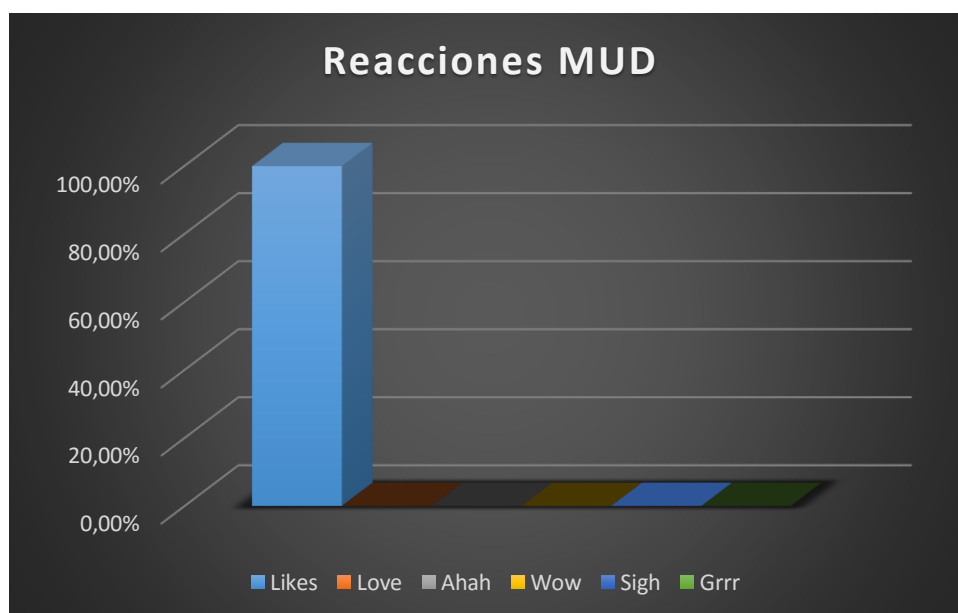
Cuadro 5. Frecuencia de reacciones, de la MUD

Tipo de Reacción (MUD)	Frecuencia	%
Likes	4534	99,92%
Love	1	0,02%
ahah	0	0%
Wow	0	0%
Sigh	2	0,04%
Grrr	1	0,02%
Total	4538	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

La reacción que más se contabilizó fue la de “Me Gusta”, respecto a las demás. El “Me Gusta” alcanzó casi el total de las reacciones con el 99,92%. Esto puede deberse a la mayor facilidad que implica emitir esta reacción, porque es un botón de emisión directa. A diferencia del “Me Gusta”, para expresar las demás reacciones (“Me Encanta”, “Me Divierte”, “Me Asombra”, “Me Entristece”, “Me Enoja”) se necesita esperar que la plataforma dé la disponibilidad de hacer clic en el ícono respectivo de cada reacción. Además, la opinión del “Me Gusta”, tiene más tiempo en uso que las demás reacciones y pudiera haberse enraizado en las costumbres sociales.

Figura 3.
Reacciones de las publicaciones, de la MUD



Es importante conocer el registro de los “Me Gusta”, según la categoría de programa publicado por la organización política, para saber cuál tuvo mayor interacción. La siguiente tabla lo representa:

Cuadro 6. Reacciones por categoría, de la MUD

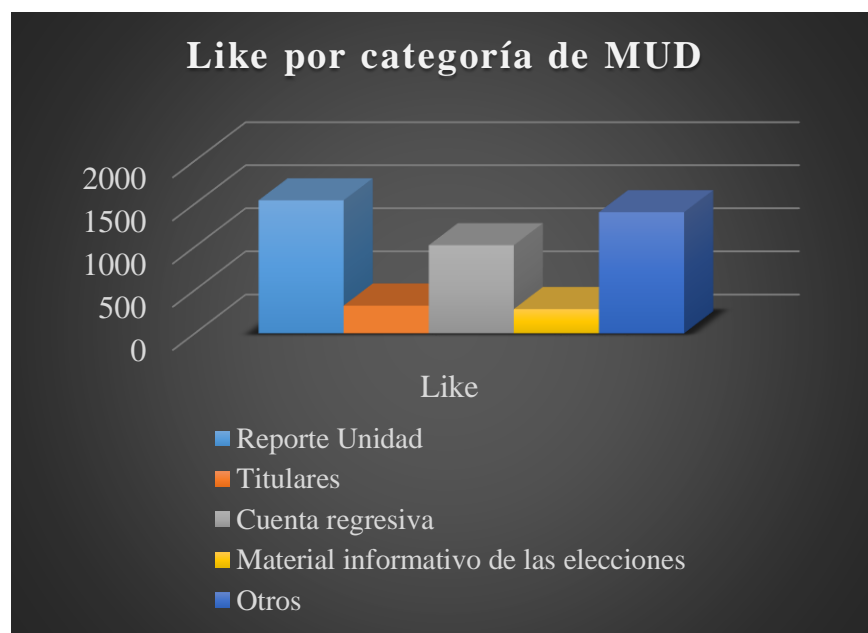
Reacciones por categoría (MUD)	Like	Love	Ahah	Wow	Grrr	Sigh
Reporte Unidad	1541	0	0	0	1	0
Otros	1403	1	0	0	0	2
Cuenta regresiva	1019	0	0	0	0	0
Material informativo de las elecciones	281	0	0	0	0	0
Titulares	321	0	0	0	0	

Fuente: Elaboración propia (2016)

Quien obtuvo mayores reacciones fue la categoría del Reporte Unidad, debido a la alta frecuencia de publicación que tuvo, con que alcanzó la suma de 1541 “Me Gusta”. De segundo lugar se clasifica la categoría de Otros, ya que presenta contenidos menos informativos, y de mayor entretenimiento, esta categoría obtuvo 1403 “Me Gusta”. Seguida después, de la Cuenta Regresiva, de los Titulares y del Material informativo.

Por haberse registrado en su mayoría reacciones de Like, se continuará con la representación únicamente de los Like, por categoría de las publicaciones de la MUD.

Figura 4.
Like por categoría, de la MUD



Respecto a las publicaciones del PSUV también se clasificó el contenido por categorías. A continuación se presenta su frecuencia, en la campaña del PSUV, en la red:

Cuadro 7. Frecuencia de las categorías, del PSUV

Contenido (PSUV)	Frecuencia	%
Campaña del Gobierno	11	24,44%
CNE	4	8,9%
Conteo regresivo	14	31,11%
Nicolás Maduro	9	20%
Otros	5	11,11%
Rechazo a la MUD	2	4,44%
Total	45	100%

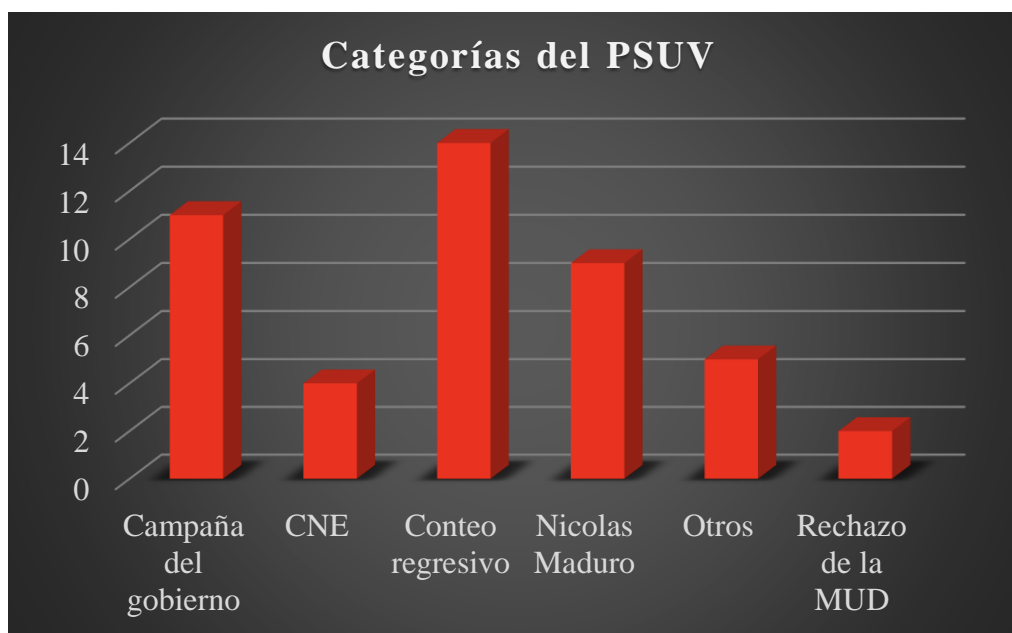
Fuente: Elaboración propia (2016)

Los datos de la tabla corresponden a la frecuencia de las categorías en el PSUV, durante la campaña realizada en el Facebook. Estas categorías se seleccionaron según el contenido, que se desarrolló en las noticias estudiadas.

Hubo más frecuencia de los conteos regresivos, con el 31,11%, seguidos de las noticias acerca de la campaña del gobierno con el 24,44%. Y de Nicolás Maduro con el 20%. Es decir que, hubo mayor contenido de temas referentes a la campaña y al Gobierno.

En el siguiente grafico se observa con más claridad.

Figura 5.
Frecuencia de las categorías del PSUV



También se registró el tipo de publicación en las emisiones del PSUV:

Cuadro 8. Frecuencia de los tipos de publicación del PSUV

Tipo de publicación (PSUV)	Frecuencia	%
Video	0	0%
Imagen	46	100%
Texto	31	67,4%
Total	46	100%

Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 100% de las publicaciones fueron imágenes. Sin embargo, estas imágenes venían acompañar de una breve noticia, es decir de un texto. El texto que acompañó estas imágenes representó el 67,4%, de las publicaciones.

Figura 6.
Frecuencia de los tipos de publicación del PSUV



A continuación se muestra la frecuencia de los “Me gusta”, respecto a las demás reacciones, en las publicaciones del PSUV.

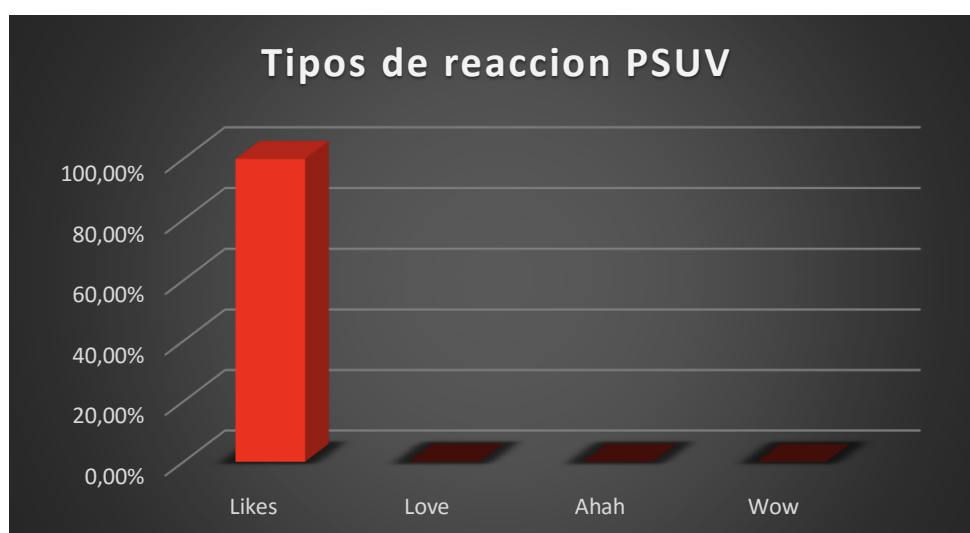
Cuadro 9. Tipos de reacciones en las publicaciones del PSUV

Tipo de Reacción (PSUV)	Frecuencia	%
Likes	16496	99,96%
Love	6	0,04%
ahah	0	0%
Wow	0	0%
Sigh	0	0%
Grrr	0	0%
Total	16502	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Al igual que la MUD, las reacciones de las publicaciones del PSUV fueron en su mayoría de “Me Gusta” con el 99,96%. Sin embargo estos últimos obtuvieron también una pequeña presencia de “Me Encanta”, con el 0,04%.

Figura 7.
Tipos las reacciones en publicaciones del PSUV



Las reacciones por categorías, en las publicaciones del PSUV, se registran a continuación:

Cuadro 10. Reacciones según la categoría del PSUV

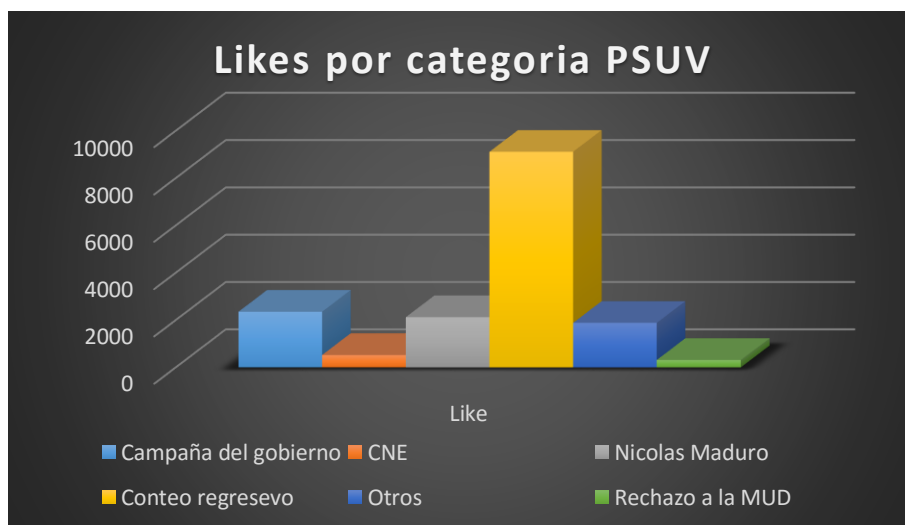
Reacciones por contenido (PSUV)	Like	Love	Ahah	Wow	Grrr	Sigh
Campaña del Gobierno	2352	2	0	0	1	0
CNE	524	0	0	0	0	0
Nicolás Maduro	2122	1	0	0	0	0
Conteo Regresivo	9111	3	0	0	0	0
Otros	1881	1	0	0	0	2
Rechazo a la MUD	312	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia (2016)

Quién obtuvo mayor interacción fue el contenido del conteo regresivo, por haber tenido más frecuencia de publicación, registrando así en total 9114 reacciones.

Dado que las reacciones de las demás reacciones no fueron relevantes, se representó solo la reacción de los “Me Gusta”:

Figura 8.
Like según las categorías del PSUV



En la red social de Facebook, se puede aumentar la popularidad de un contenido a través de las interacciones que se crean con este, entre los usuarios. Mientras más interacciones entre usuarios se emiten en una publicación, más popularidad alcanzará y mayor será la posibilidad de que el contenido tenga un alcance mayor. Por lo tanto, las interacciones permiten que la información sea difundida en un mayor nivel, alcanzando más popularidad entre los usuarios de la red.

A continuación se organizaron los resultados obtenidos de todas las interacciones que recibieron las publicaciones de la MUD y el PSUV, durante la campaña:

Cuadro 11. Reacciones totales de la MUD y el PSUV

Interacción	MUD		PSUV	
	F	%	F	%
Comentarios	276	1,83%	399	5,47%
Compartir	10199	67,92%	1649	22,62%
Like	4542	30,24%	5241	71,90%
Total	15017	100%	7289	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

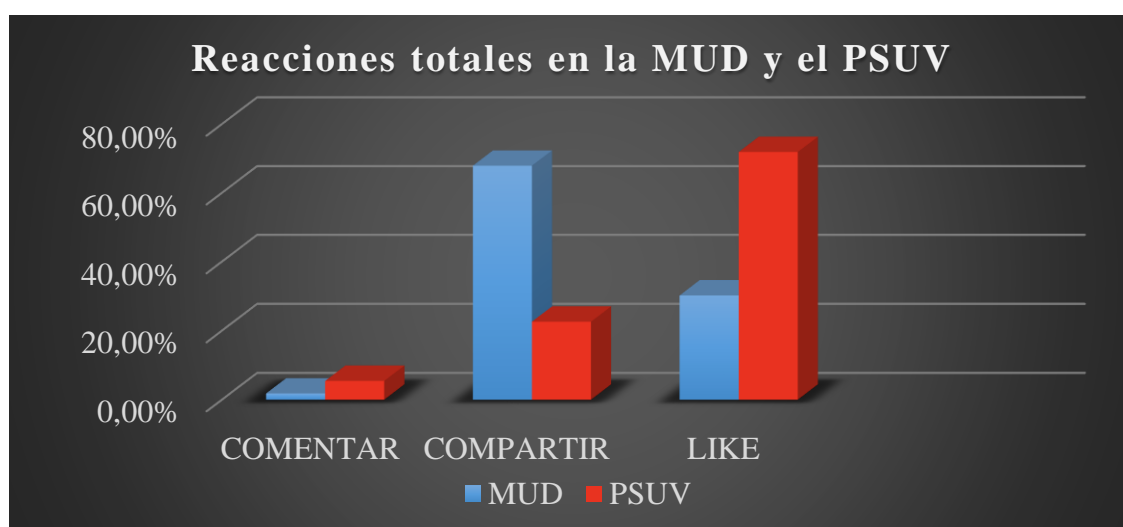
La herramienta del “Me Gusta” o de los “Like” es el botón que implica menos esfuerzo de interacción para la audiencia. El “Like” aumenta la popularidad, pero no involucra completamente al lector. En las publicaciones estudiadas, es visible que la MUD obtuvo con la suma de todas sus publicaciones, un porcentaje de 30,24% de “Like” respecto a las otras dos herramientas. El PSUV consiguió un mayor porcentaje de “Like” con el 71,90%.

En los contenidos compartidos se registró para la MUD el 67,92%, es decir que más de la mitad de las interacciones de los usuarios con las publicaciones de la MUD, permitió que los contenidos fueran redistribuidos en la red, ampliando la posibilidad de ser vistos. Por lo tanto esta herramienta le proporcionó más popularidad en la red a los contenidos redistribuidos. El PSUV alcanzó una cifra menor, solo el 22,62% del total de las interacciones, que sin embargo, también significó mayor popularidad.

Las publicaciones comentadas aumentan solo en parte la popularidad, pero involucran mayormente al lector, que expresa su propia opinión respecto a un contenido. De esta herramienta la MUD, obtuvo el 1,83% de total de las interacciones, mientras que el PSUV obtuvo el 5,47%.

A continuación se representan los porcentajes de las interacciones totales que se obtuvieron de las publicaciones de la MUD y el PSUV, a lo largo de la campaña:

Figura 9.
Reacciones totales de la MUD y el PSUV



2. *Matriz de Análisis del Discurso*

2.1 *Mesa de la Unidad Democrática*

A continuación se presenta la Matriz de los resultados obtenidos, del análisis del discurso, según la Teoría de la Valoración, de las publicaciones de la cuenta de la MUD, durante la campaña de las elecciones del 6D:

Cuadro12. Matriz de Análisis del Discurso de la MUD

MATRIZ DE ANÁLISIS MUD					
Unidades de análisis	Subtipo	Categoría	Valoración	Percepción	A quien se refiere
#1	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#2	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#3	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#4	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña de la MUD
#5	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#6	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Explícito	Campaña de la MUD
#7	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#8	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#9	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#10	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#11	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#12	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Explícito	Gobierno de Nicolás Maduro

#13	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Nicolás Maduro
#14	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#15	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#16	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	CNE
#17	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Explícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#18	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña de la MUD
#19	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#20	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
# 21	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
# 22	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
# 23	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
# 24	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#25	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#26	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#27	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#28	Sanción Social	Veracidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#29	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Explícito	Otros
#30	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Explícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#31	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#32	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#33	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#34	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Ciudadanos

#35	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#36	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#37	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#38	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#39	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#40	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#41	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Explícitos	Ciudadanos
#42	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#43	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#44	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña de la MUD
#45	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#46	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#47	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#48	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
#49	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD

Fuente: Elaboración propia (2016)

La tabla reunió la información necesaria sobre las publicaciones de la MUD, clasificadas según la Teoría de la Valoración. Con esta Matriz, se pasó a realizar las gráficas y las comparaciones.

2.2 Partido Socialista Unido de Venezuela

A continuación se presenta la Matriz de los resultados obtenidos, del análisis del discurso, según la Teoría de la Valoración, de las publicaciones de la cuenta del PSUV, durante la campaña de las elecciones del 6D:

Cuadro 13. Matriz de Análisis del Discurso del PSUV

MATRIZ DE ANÁLISIS PSUV					
Unidades de análisis	Subtipo	Categoría	Valoración	Percepción	A quien se refiere
#1	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#2	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	CNE
#3	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#4	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#5	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#6	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#7	Sanción Social	Veracidad	Positivo	Implícito	La Revolución
#8	Sanción Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
#9	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#10	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Trabajadores
#11	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	La MUD
#12	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La Revolución
#13	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Candidatos del Gobierno
#14	Sanción Social	Veracidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro

#15	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#16	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#17	Sanción Social	Veracidad	Negativo	Explícito	La MUD
#18	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
#19	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#20	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Trabajadores
# 21	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
# 22	Sanción Social	Adecuación	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
# 23	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	CNE
# 24	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	CNE
# 2 5	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Candidatos del gobierno

Fuente: Elaboración propia

La tabla reunió la información necesaria sobre las publicaciones del PSUV, clasificadas según la Teoría de la Valoración. Con esta Matriz, se pasó a realizar las gráficas y las comparaciones.

2.3 Análisis del discurso según la Teoría de la Valoración

La categoría de Juicio se divide en dos subtipos. En la siguiente tabla se expone la frecuencia de la aparición de cada uno de ellos, por parte de la MUD y del PSUV:

Cuadro 14. Subtipos de juicios de la MUD y el PSUV

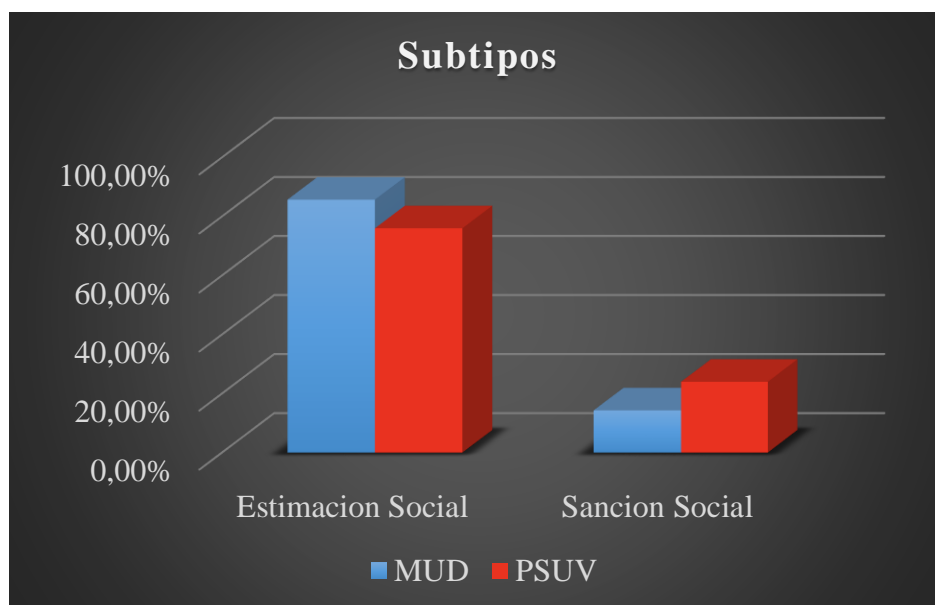
Subtipos MUD y PSUV	MUD		PSUV	
	F	%	F	%
Estimación Social	42	85,7%	19	76%
Sanción Social	7	14,3%	6	24%
Total	49	100%	25	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Prevalece en ambas organizaciones políticas, la presencia de los Juicios de Estimación Social, con el 85,7% para las publicaciones de la MUD, y el 76%, para las del PSUV.

Esto puede deberse a que los Juicios de Sanción Social implican una crítica, o una alabanza, más comprometedora. Es decir, quien recibe este juicio, es acusado o aplaudido de una responsabilidad más grave por sus acciones, ya que este tipo de Juicios busca una sanción legal o moral, respecto a normas codificadas en sociedad. Según los resultados, los emisores de estos mensajes, es decir el PSUV y la MUD, no pretendieron en la mayor parte de sus publicaciones denunciar o alabar, con seriedad el comportamiento de los sujetos a quienes emitían el juicio.

Figura 10.
Subtipos de juicios en la MUD y el PSUV



Ambos subtipos se subdividen en categorías. En la Estimación Social, están los Juicios de Normalidad, que expresan los hábitos y costumbres en los comportamientos del otro. Los de Capacidad, las competencias, es decir que tan capaz es alguien para hacer algo, y los juicios de Tenacidad que evalúan la disposición de una persona y su responsabilidad.

La Veracidad y la Adecuación pertenecen a los tipos de Juicio de Sanción Social. Estos evalúan la sinceridad y honestidad de alguien, en la categoría de la Veracidad, y en la Adecuación, la arte ética, es decir, que tan buena y virtuosa es esa persona.

La tabla que sigue ordena la frecuencia de los juicios, por categorías:

Cuadro 15. Categorías de los juicios de la MUD y el PSUV

Categorías	MUD		PSUV	
	F	%	F	%

Normalidad	0	0%	0	0%
Capacidad	27	55%	13	52%
Tenacidad	15	31%	7	28%
Veracidad	1	2%	3	12%
Adecuación	6	12%	2	8%
Total	49	100%	25	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Según los resultados, hay una presencia relevante de los Juicios de Capacidad, por parte de ambas organizaciones. En las publicaciones de la MUD se registró de esta categoría el 55%, es decir más de la mitad de los Juicios de la MUD fueron de Capacidad. El PSUV también emitió un número poco mayor de la mitad, el 52%.

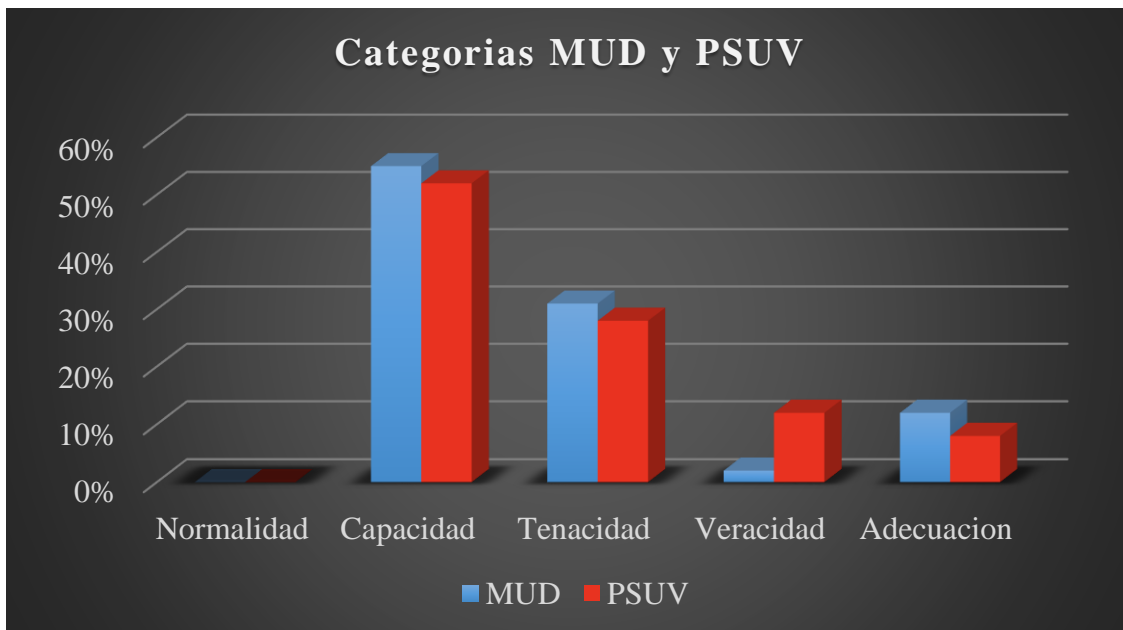
Los juicios de Tenacidad representaron en la MUD el 31%, una cifra también elevada. Una cifra similar se obtuvo por parte del PSUV, la Tenacidad, obtuvo el 28%. Es decir, alrededor de 1/3 de todos los juicios.

Sin embargo los dos partidos difirieron en la emisión de los juicios de Veracidad y Adecuación. La MUD no emitió un número relevante en cuanto a los juicios de Veracidad, sino solo el 2%. Esto quiere decir, que no expresó con frecuencia admiraciones o condenas severas, hacia la sinceridad de otro. Sin embargo, sí expresó en gran medida, juicios de Adecuación, que implican también una evaluación severa, ya que sancionan la ética y la honestidad del otro. De Adecuación se registró el 12%.

Por parte del PSUV, los resultados entre la Veracidad y la Adecuación fueron contrarios a los de la MUD. En la Veracidad se obtuvo el 12%, mientras que en la Adecuación solo el 8%. Es decir, que al contrario de la MUD, el PSUV criticó o admiró, con más frecuencia la sinceridad y la honestidad del otro.

En el siguiente gráfico se visualizan con mayor claridad los datos:

Figura 11.
Categorías de los juicios de la MUD y el PSUV



Todos los juicios son percibidos o de un modo explícito o de uno implícito. La siguiente tabla ordena los resultados obtenidos.

Cuadro 16. Percepción de los juicios de la MUD y el PSUV

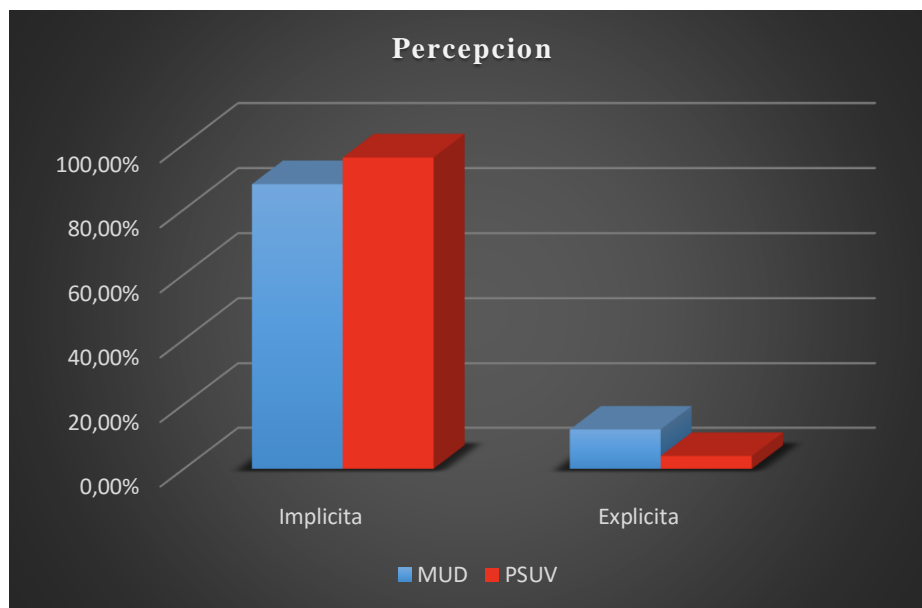
Percepción	MUD		PSUV	
	F	%	F	%
Implícita	43	87,8%	24	96%
Explícita	6	12,2%	1	4%
Total	49	100%	25	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Por ambas organizaciones los juicios resultaron en su mayoría implícitos. El 87,8% de los juicios de la MUD se percibe como implícito. Una cifra superada por la del PSUV,

donde se registró el 96% de juicios implícitos. Es decir que, la mayor parte de los juicios fueron sobreentendidos o tácitos, de parte de los dos partidos. El lector comprendió los juicios, gracias también a la interpretación que le dio.

Figura 12.
Percepción de los juicios de la MUD y el PSUV



El que sigue es un ejemplo de juicio implícito:

“Falcón languidece de salud” (Anexos, MUD, unidad de análisis # 1)

Languidecer es un verbo que expresa un proceso de degrado. Se le adjudica el significado del verbo, flaco, desnutrido, abatido, al estado Falcón. Se dice implícitamente que el estado Falcón se encuentra grave de salud, por la situación de dificultad que enfrenta.

Este titular es de un reportaje sobre la falta de insumos en el área de un hospital del estado. Se está comunicando entonces, el degrado del estado en general, que está abatido, porque languidece de salud, y también se hace referencia a la escasez en el área de salud.

Es una crítica doble, en la que no se evalúa directamente la gestión del gobierno, sino que se muestran las consecuencias de su incapacidad. El lector interpreta que es por culpa del gobierno, como responsable de la administración pública, que el estado Falcón, languidece de salud. Se trata de un Juicio Implícito.

Todo juicio contiene una valoración, bien puede ser negativa, para emitir críticas o condenas, o bien positiva y que comunique felicitación, admiración o alabanza.

El siguiente cuadro organiza los juicios obtenidos, según la valoración:

Cuadro 17. Valoración de los juicios de la MUD y el PSUV

Valoración de los juicios	MUD		PSUV	
	F	%	F	%
Positivo	20	41,66%	23	92%
Negativo	28	58,33%	2	8%
Total	48	100%	25	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

En la tabla se permite ver que la MUD distribuyó casi equitativamente las evaluaciones entre positivos, es decir admiraciones, y negativos, que son críticas o condenas, con el 41,66% y el 58,33% respectivamente. Aunque los juicios negativos de la MUD apuntaron a una mayor cantidad. De estas cifras se intuye, sin embargo, que las evaluaciones positivas, no fueron emitidas hacia el bando oficialista. Esto se comprobó en los siguientes cuadros.

A diferencia de la MUD, el PSUV solo expresó un 8% de juicios negativos, mientras que sus evaluaciones positivas alcanzaron el 92%, cifras bastantes disparejas respecto a las de la MUD. En las siguientes tablas, también se comprobó que los juicios negativos del PSUV, están dirigidos al bando opositor, mientras que las positivas se refieren al gobierno y sus colaboradores.

Estas cifras marcan la diferencia entre las estrategias comunicativas, que tuvo la campaña de cada partido.

Cada juicio va dirigido al comportamiento de alguien. Y puede tener una valoración positiva o negativa. En la tabla que sigue se esquematiza la valoración en función de a quien se dirige el juicio, es decir según la dirección.

El cuadro que sigue resume la valoración según la dirección, expresada en los juicios emitidos por la MUD:

Cuadro 18. Valoración según la Dirección de la MUD

Valoración según la Dirección	MUD			
	Positivo		Negativo	
	F	%	F	%
Gobierno de Nicolás Maduro	0	0%	26	92,9%
Nicolás Maduro	0	0%	1	3,6%
CNE	0	0%	1	3,6%
La MUD	13	65%	0	0%
Campaña de la MUD	3	15%	0	0%
Ciudadanos	2	10%	0	0%
El pueblo	1	5%	0	0%
Otros	1	5%	0	0%
Total	20	100%	28	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

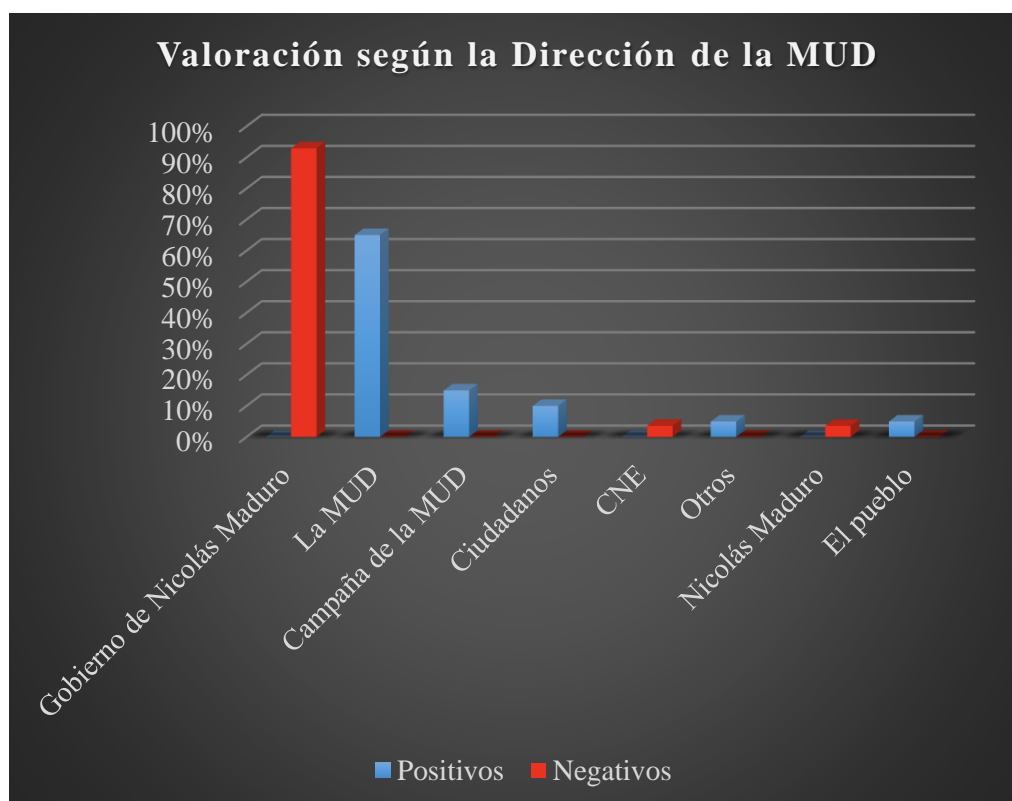
En la tabla prevalecen los juicios negativos. Estos van dirigidos hacia el bando contrario, y hacia organizaciones que lo respaldan, es decir, hacia el gobierno de Nicolás Maduro, que abarcó el 92,9% y hacia su figura, con el 3,6%, además de la presencia de juicios dirigidos al CNE, que ocuparon el 3,6%.

En cambio los juicios positivos se direccionan hacia sí mismos, con el 65%, hacia los ciudadanos, que obtuvieron el 10%, hacia otros, que en este caso fue el triunfo del presidente de Argentina Mauricio Macri, con el 5%, y hacia el pueblo, también con el 5%. Todos los juicios positivos ocuparon en el total de los juicios emitidos por la MUD, el 41,66%.

Las críticas y condenas se dirigen entonces, plenamente al comportamiento del gobierno y sus colaboradores, recordando que estos juicios negativos abarcaron el 58,33% en el total de los juicios emitidos por la MUD.

En el gráfico se representan:

Figura 13.
Valoración según la Dirección de la MUD



Un ejemplo de juicio positivo emitido por la MUD:

“Campaña por el cambio arrancó con fuerza y pueblo” (Anexos, MUD, Unidad de análisis # 6)

El ejemplo usa los términos de fuerza y pueblo que son positivos. La fuerza transmite la organización y determinación de la oposición, y el pueblo indica el respaldo popular con el que se cuenta. Es por lo tanto, un juicio de valoración positiva hacia la campaña de la MUD.

Un ejemplo negativo es el siguiente:

“En Vargas, la infraestructura turística deteriorada” (Anexos, MUD, unidad de análisis # 20)

Se trata de un juicio de valoración negativa, dirigido hacia el gobierno de Nicolás Maduro, porque se evidencian las consecuencias de una administración ineficiente en el estado Vargas, cuyo encargado es el gobierno. Se critica indirectamente su incapacidad.

Los juicios emitidos por el PSUV, en cuanto a su valoración según la dirección se presentan en la siguiente tabla:

Cuadro 19. Valoración según la Dirección del PSUV

Valoración según la Dirección	PSUV			
	Positivo		Negativo	
	F	%	F	%
Campaña del gobierno	6	26,09%	0	0%
Gobierno de Nicolás Maduro	5	21,73%	0	0%
El pueblo	3	13,04%	0	0%
CNE	3	13,04%	0	0%
Candidatos del gobierno	2	8,70%	0	0%

Trabajadores	2	8,70%	0	0%
La Revolución	2	8,70%	0	0%
La MUD	0	0%	2	100%
Total	23	100%	2	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

Se puede resaltar que el 100% de los juicios negativos, van dirigidos a la MUD, una cifra muy similar a la de la MUD que emitió el 92,9% de los juicios negativos al gobierno de Nicolás Maduro.

Los juicios positivos en cambio, se distribuyeron en primer lugar hacia la campaña del gobierno que alcanzó el 26,09%, seguido por los juicios positivos hacia el gobierno de Nicolás Maduro con el 21,73%. El CNE y el pueblo obtuvieron cada uno el 13,04%, y por último, con el 8,70% cada uno, obtuvieron juicios positivos la Revolución, los trabajadores y los candidatos de la MUD.

Un ejemplo de valoración negativa del PSUV hacia la MUD, es el siguiente:

“Promotores del criminal paro petrolero de hace 13 años hoy quieren curules el 6D” (Anexos, PSUV, Unidad de análisis # 11)

El atributo “criminal” le adjudica a la protesta, una valoración negativa, es decir un Juicio de Sanción Social explícito, en el que se condena la ética de la MUD.

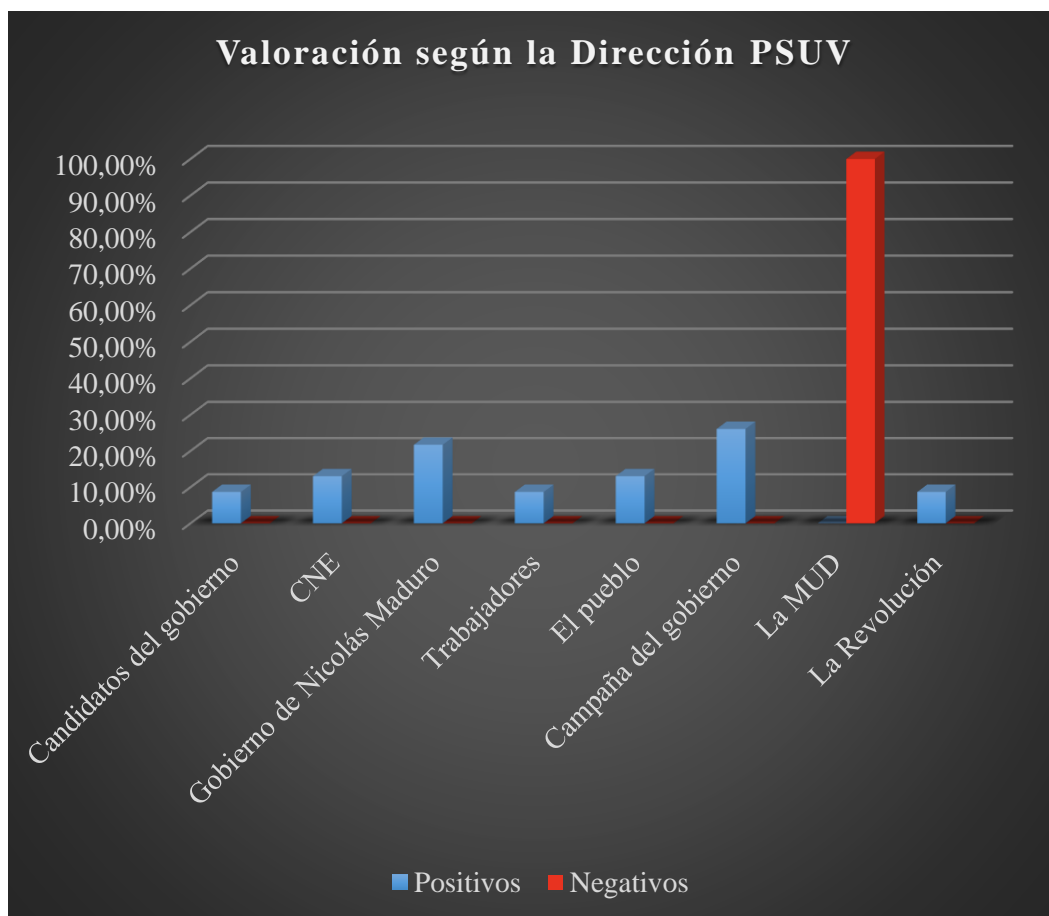
Entre los positivos, destaca:

“Maduro: Trabajadores son el soporte de la Patria productiva” (Anexos, PSUV, unidad de análisis # 10)

Los trabajadores son catalogados como el soporte de la “Patria”, es decir que se valoran como positivos para la continuidad de la “Patria”.

Se representan a continuación los datos de la tabla:

Figura 14.
Valoración según la Dirección del PSUV



Los juicios se clasificaron también según la valoración en cada categoría:

Cuadro 20. Valoración según la categoría de la MUD

MUD	Positivos		Negativos	
	F	%	F	%
Capacidad	6	28,6%	21	75%
Tenacidad	15	71,4%	0	0%
Veracidad	0	0%	1	3,6%
Adecuación	0	0%	6	21,4%
Total	21	100%	28	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

La MUD emitió el 75% de juicios negativos, en la categoría de la Capacidad. Es decir, que criticó con más frecuencia las decisiones tomadas, las competencias y las cualidades que se manifestaron en los comportamientos del gobierno, de Nicolás Maduro y del CNE. A los de Capacidad, le siguieron los de Adecuación de juicios negativos que representaron el 21,4%. Es decir, que se emitieron condenas severas contra el comportamiento del gobierno, de Nicolás Maduro y del CNE. En último lugar entre los negativos, figura la Veracidad con el 3,6%, en la que se evaluaron la honestidad y sinceridad, de los mismos personajes.

A continuación un ejemplo emitido por la MUD:

“Pizarro denuncia en fiscalía a pistoleros oficialistas” (Anexos, MUD, Unidad de análisis # 30)

La cita expresa una condena contra la violencia usada por el oficialismo. Se trata de un Juicio de Sanción Social, de Adecuación Explícito contra el gobierno de Nicolás Maduro.

Entre los juicios positivos el primer lugar lo obtuvo la categoría de Tenacidad, con el 71,4%, seguida por la de Capacidad, que fue del 28,6%. Es decir que la MUD aplaude los comportamientos de sí misma, de los ciudadanos de Macri y del pueblo, en los aspectos de cualidad y competencias, y de responsabilidades y perseverancia.

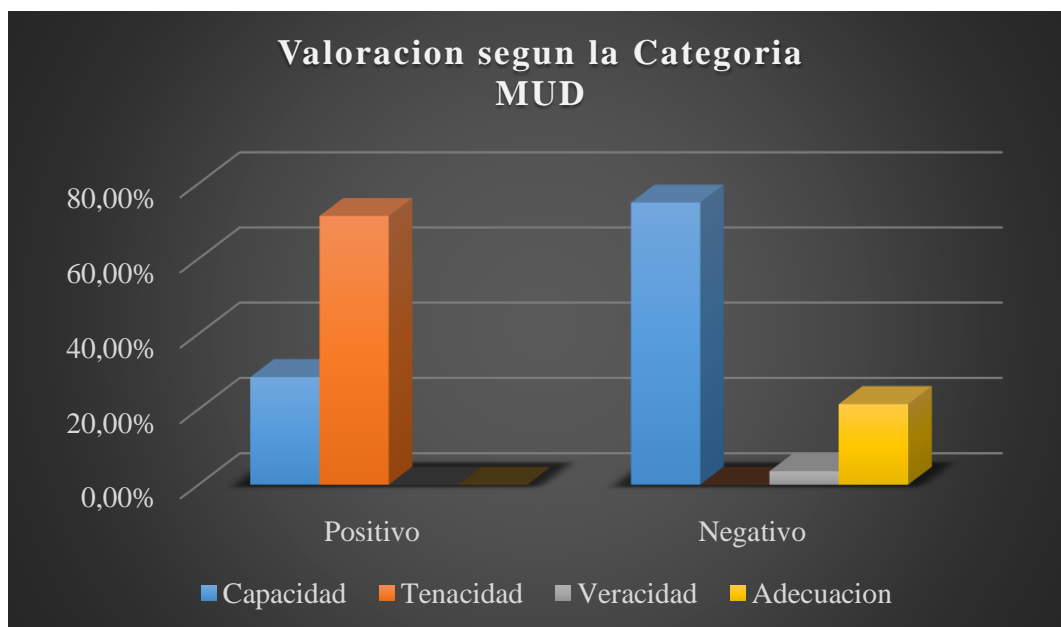
Se expone un ejemplo positivo, entre los titulares de la MUD:

“Felicitaron a Macri y esperan investigación en casos de corrupción” (Anexos, MUD, Unidad de análisis # 29)

El ejemplo expresa un juicio positivo sobre la confiabilidad que se le puede otorgar al presidente Mauricio Macri, quien había ganado las elecciones, en ese periodo. Evalúa su Tenacidad de forma positiva.

Estos aspectos se representan a continuación:

Figura 15.
Valoración según la Categoría de la MUD



Por parte del PSUV se clasificaron con la misma tabla, los juicios de valoración según la categoría del discurso:

Cuadro 21. Valoración según la Categoría del PSUV

PSUV	Positivos		Negativos	
	F	%	F	%
Capacidad	13	57%	0	0%
Tenacidad	7	30%	0	0%
Veracidad	2	9%	1	50%
Adecuación	1	4%	1	50%
Total	23	100%	2	100%

Fuente: Elaboración propia (2016)

En la tabla se hace evidente que la mitad, el 50%, de los juicios negativos del PSUV, evaluaron la Veracidad, es decir la honestidad y la sinceridad de la MUD. La otra mitad, el otro 50% de los juicios negativos, también se dirigió contra la MUD, pero

condenando su comportamiento en el aspecto ético, es decir en cuanto a virtudes, justicia, corrupción, su Adecuación.

Los juicios positivos abundaron en la categoría de la Capacidad con el 57%, seguida de la Tenacidad que representó el 30%. Es decir que se habló positivamente de la campaña del gobierno, del gobierno de Nicolás Maduro, del CNE y del pueblo, de la Revolución, de los trabajadores y de los candidatos del gobierno. En estas dos categorías se emitieron juicios de admiración sobre sus competencias, su responsabilidad, y perseverancia.

Los juicios positivos de Adecuación con el 4%, y Veracidad con el 9%, también se dirigieron al gobierno y sus simpatizantes en modo positivo, acerca de su ética, la honestidad y la sinceridad.

Se presentan algunos ejemplos:

“Castro Soteldo: Candidatos de la oposición son unos ‘cara e tabla’ que pretenden mentir al pueblo” (Anexos, PSUV, Unidad de análisis # 17)

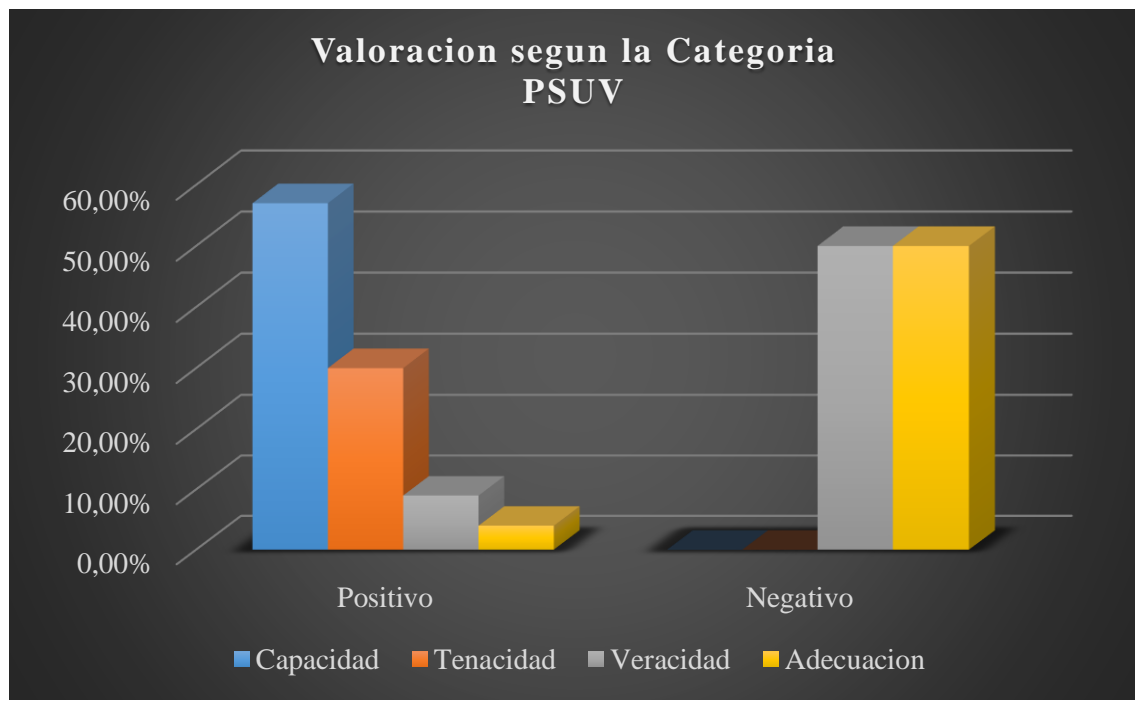
El titular presenta un juicio explícito de Veracidad contra la MUD. Está evaluando su sinceridad del bando opositor, de un modo negativo.

“Arias Cárdenas destacó organización en simulacro en Zulia” (Anexos, PSUV, Unidad de análisis # 16)

Se aplaude la organización de la campaña del gobierno, es decir que se emite un juicio positivo hacia la campaña por su eficiencia en el trabajo. Se evalúa positivamente la Capacidad.

Los datos de la tabla se grafican a continuación:

Figura 16.
Valoración según la Categoría PSUV



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este trabajo consistió en analizar y comparar el uso de la red social del Facebook, por parte de la Mesa de la Unidad Democrática y del Partido Socialista Unido de Venezuela, a lo largo de la campaña electoral para las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre. Para este análisis se recurrió a la observación y el registro de los resultados de las reacciones obtenidas, de cada publicación. Se continuó con el análisis del discurso, con base a la Teoría de la Valoración, para conocer la evaluación que expresaron los emisores, hacia sí mismos y hacia los demás.

Al comparar los resultados de las interacciones obtenidas en el Facebook, en primer lugar se pudo observar, que tanto la MUD como el PSUV repiten con frecuencia el mismo tipo de publicación. La MUD apunta al uso de los videos y el PSUV a las imágenes y el texto. Es decir, que no explotaron del todo la red, por no variar las posibilidades de publicación, perdiendo así la posibilidad de llegar a los receptores a través de distintos estímulos.

Se observó también que la expresión del “Me Gusta” o “Like”, suele ser más frecuente respecto a las otras reacciones que permite el mismo botón. Esto pudiera deberse al hecho de que esta reacción se comunica con mayor facilidad. Sin embargo, esta reacción no permite la redistribución del contenido emitido, por tanto no aumenta su visualización entre los usuarios.

En esta campaña digital, los “Like” obtenidos por el PSUV, superaron a los de la MUD. La MUD en cambio, alcanzó un mayor porcentaje de “Compartir”, una reacción que permite que el contenido circule incluso por los usuarios no registraos como “amigos”. La reacción de “Comentar” obtuvo cifras menos relevantes.

En cuanto al contenido, ambos bandos emitieron publicaciones con una estructura noticiosa. La MUD mantuvo emisiones constantes de los Reporte Unidad, que se presentaron tal como un noticiero televisivo. Igualmente, el PSUV presentó en casi todas sus publicaciones, una breve noticia, conformada por un texto que precedía la imagen estática.

Por la presencia constante de este tipo de estructura pudiera pensarse que, ambos partidos quisieron ser percibidos, con las características de un periódico o de un noticiero televisivo. Es decir, que pudieron haber querido mostrar su contenido como veraz, objetivo y actual.

Los juicios que emitió la MUD, se volcaron en gran medida a la crítica contra la capacidad y veracidad del gobierno de Nicolás Maduro y de sus colaboradores, es decir desaprobaron las acciones, la falta de responsabilidad, las decisiones tomadas y su deshonestidad. Estos juicios se presentaron mayormente de una forma implícita, no refiriéndose directamente al oficialismo, sino a las consecuencias de su gobierno.

En menor medida entre las publicaciones de la MUD, se registraron evaluaciones positivas entre todas las opiniones emitidas, sin embargo, las que estuvieron presentes aplaudieron los logros de la oposición, en cuanto a su perseverancia y responsabilidad. Es decir, que la MUD enfocó su estrategia comunicativa, en las situaciones de necesidad social, culpando implícitamente al gobierno.

El PSUV emitió más juicios positivos, dirigidos hacia sí mismo y sus simpatizantes, en cuanto a la capacidad y tenacidad. Es decir que, contrarió completamente las publicaciones de la MUD, es por eso que sus publicaciones, no hacen menor referencia a las situaciones de necesidad social, actuales del país. Y refirió en cambio, los juicios negativos hacia la MUD, tildándolos de mentirosos e injustos.

Se percibe por tanto que la estrategia comunicativa de ambos grupos se dirigió por enfoques distintos, mientras la MUD atacó su contrincante, el PSUV, sin argumentos de contraataque o de defensa, solo reforzó los lazos positivos que pudieran aun existir, entre sus simpatizantes.

Se recomienda para los interesados en el área, continuar con ulteriores investigaciones acerca de los mensajes, de las organizaciones políticas y las recepciones de los usuarios, especialmente en las redes sociales, para mejorar el mercadeo político en nuestro país.

FUENTES DE INFORMACIÓN

A. Trabajos de Grado:

Barrero A. y Alayón M. (2014), *Recordación y aceptación de las campañas de Peta en las redes sociales*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

García J. (2014), *Marketing Político*. Universidad de Valladolid.

Fernández M., Paniagua F. (s.f.), “Gestión política, campañas y nuevas tecnologías” *El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales*, Mesa n° 23.

Fernández R. (2011), *Aproximación al Partido Socialista Unido de Venezuela bajo un contexto revolucionario*, Universidad Rafael Urdaneta, Maracaibo, Venezuela.

Mora E. (2010), *Características del Partido Socialista Unido de Venezuela: conformación y desarrollo*, Universidad Metropolitana, Caracas, Venezuela.

Ortega L. y Rodríguez Y. (2005), en su trabajo de grado *Propuesta de mensaje comunicacional del partido Primero Justicia, para las elecciones parlamentarias*. Universidad Simón Bolívar.

Rodríguez I. (2012), *Incidencia de las técnicas de investigación cuantitativa en el diseño de estrategias de marketing electoral. Análisis de la campaña para la presidencia del partido verde*. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Bogotá. Colombia.

B. Revistas Arbitradas:

Climent S. (2012). *La comunicación y las redes sociales*. Revista de investigación, Editada por Área de Innovación y Desarrollo, S.L., Ciencias.

España D., Rivera E. (2012). Los universitarios y la Democracia en Bogotá: un caso de Hangartner A. (2015). El contextualismo lingüístico de Skinner y Pocock Universidad de Los Andes. LENGUA Y HABLA 19. ENERO-DICIEMBRE, 2015. *Volumen 17*. No. 1, 15-55.

Juárez J. (2003). Estudios sobre Estado y Sociedad, Hacia un estudio de marketing político: limitaciones teóricas y metodológicas. *Revista Teoría y Debate*, *Volumen IX*. N. 27

Nora Kaplan, (2004). Nuevos Desarrollos en el Estudio de la Evaluación en el Lenguaje: La teoría de la Valoración. Boletín de Lingüística, julio-diciembre, año/vol. 22, Caracas, Venezuela. Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal. Universidad Autónoma del Estado de México. (La Hemeroteca Científica en Línea).

Peter P. P. (2004). Un recorrido por la teoría de la valoración (Teoría de la Valoración), White, English Language Research, Department de English, University de Birmingham (UK).

Romano M. (2014). *El estudio del escándalo político en la prensa: una propuesta teórico-metodológica desde el análisis crítico del discurso*. Universidad Nacional de Tucumán, Argentina.

Valenzuela R. (2013). Las Redes Sociales y su Aplicación en la Educación. *Revista Digital Universitaria*. *Volumen 14*.

Merino M., Lloves B., Pérez A. (2013). La interacción de los usuarios en los perfiles de Facebook de la prensa española. *Palabra Clave 16*. (3), 842-872.

Vázquez M., Fernández A., Pérez J. (2012). Comunicación electoral universitaria a través de la web 2.0. *Revista Latina de Comunicación Social* #067, (http://www.revistalatinacs.org/067/art/961_Vigo/17_Vazquez.html)

Bibliografía:

Adell A, Coto M (2011). *Marketing político 2.0* “Grupo Planeta” (GBS).

Calvo M. (s.f.) *Diccionario de términos usuales en el periodismo científico*. Doctor en Ciencias de la información.

Costa L (1994). *Manual de Marketing Político*. Editorial “Fin de Siglo”.

Fernández C, Reyes L (2003). *Marketing político Herramientas para ganar las elecciones*. Impreso por Normacolor CA, Caracas, Venezuela.

Hernández R, Fernández C, Baptista P (2010) *Metodología de la Investigación*. INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V

Kotler P, Amstrong G (2012). *Marketing. Always Learning PEARSON EDUCACIÓN*. Decimocuarta Edición, México.

Libro Rojo (2010). *Documentos Fundamentales, Partido Socialista Unido de Venezuela*.

Ossorio M (2006). *Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales 1ª Edición Electrónica*. Ediciones de Lujo.

Van Dijk A (1990). *La noticia como discurso Comprensión, estructura y producción de la información*, Ediciones Paidós Barcelona-Buenos Aires-México.

Fuentes digitales on-line:

Banca y Negocios. Consultado de <http://www.bancaynegocios.com/> el 29 de junio de 2016.

Consejo Nacional Electoral. Consultado de <http://www.cne.gob.ve> el 29 de junio de 2015.

Elecciones 6 de diciembre de 2015. Consultado de <http://www.eleccionesvenezuela.com/informacion-calendario-electoral-elecciones-parlamentarias-asamblea-nacional-150.htm> el 29 de junio de 2016

Elecciones 6 de diciembre 2015. Consultado de <http://www.vtv.gob.ve/articulos/2015/11/12/este-viernes-comenzara-la-campana-electoral-para-las-parlamentarias-del-6d-4995.html> el 29 de junio de 2016

Elecciones 6 de diciembre de 2015. Consultado de https://es.wikipedia.org/wiki/Elecciones_parlamentarias_de_Venezuela_de_2015#Camp_a.C3.B1a el 29 de junio de 2016.

El Nacional. Consultado de <http://www.el-nacional.com/> el 29 de junio de 2016

Enciclopedia virtual. Consultado de <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=238>. el 21/03/2016
Definición de Decisión política.

Glosario de Investigación, Sistema de Gestión de la Investigación, Universidad Privada del Norte (UPN). (2014). Consultado de http://www.academia.edu/9579568/GLOSARIO_DE_INVESTIGACION el 9 de Julio de 2016.

Hernández, Fernández y Baptista (2006). Consultado de <https://es.scribd.com/doc/38757804/Metodologia-de-La-Investigacion-Hernandez-Fernandez-Batista-4ta-Edicion>, en el mes de agosto 2016.

Mesa de la Unidad Democrática. Consultado de <http://unidadvenezuela.org/sobre-la-mud/> el 14 de junio de 2016.

Objetivos de la Investigación de Miriam Balestrini (2002). Consultado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/10/los-objetivos-de-la-investigacion-segun.html> el 9 de julio de 2016.

Partido Socialista Unido de Venezuela. Consultado de <http://www.psuve.org.ve/psuv/> el 14 de junio de 2016.

Real Academia Española Consultadas de <http://dle.rae.es/?id=GxPofZ8> el 21/03/2016. Definiciones de: Campaña, Mercadeo, Político, Estrategia, Soportar, Sufrir.

Trabajo de Grado, Comunicación Social UCAB. Consultado de <http://w2.ucab.edu.ve/trabajo-de-grado-6902.html> el 9 de julio de 2016.

Universidad Nacional de Costa Rica. Consultado de <http://www.una.ac.cr/> desde el 10 al 20 de agosto de 2016.

ANEXOS

1. Mesa de la Unidad Democrática

a. Cuadro 1

Tabla de recolección de las reacciones emitidas en las publicaciones del perfil de Facebook de la MUD durante la campaña del 6D (13 de Nov. Al 5 de Dic.)

MATRIZ DE ANÁLISIS MUD					
Unidades de análisis	Subtipo	Categoría	Valoración	Percepción	A quien se refiere
#1	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#2	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#3	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#4	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña de la MUD
#5	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#6	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Explícito	Campaña de la MUD
#7	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#8	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#9	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#10	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD

#11	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#12	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Explícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#13	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Nicolás Maduro
#14	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#15	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#16	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	CNE
#17	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Explícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#18	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña de la MUD
#19	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#20	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
# 21	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
# 22	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
# 23	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
# 24	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#25	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#26	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#27	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro

#28	Sanción Social	Veracidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#29	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Explícito	Macri
#30	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Explícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#31	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#32	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#33	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#34	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Ciudadanos
#35	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#36	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#37	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#38	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#39	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#40	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#41	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Explícitos	Ciudadanos
#42	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#43	Estimación Social	Capacidad	Negativo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#44	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña de la MUD

45	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#46	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#47	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD
#48	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
#49	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La MUD

b. Cuadro 2

Tabla de publicaciones (fecha, texto y tipo de contenido), en el perfil de Facebook de la MUD, durante el periodo de campaña del 6D (del 13 de Nov al 5 de Dic.)

Publicaciones	Fecha	Texto que acompaña la publicación	Contenido
Publicación # 1 (MUD)	13/11/2015	“Cuando faltan 23 días para el #6D, este es el mensaje que nos da @NelsonBocaranda”	Cuenta Regresiva
Publicación # 2 (MUD)	13/11/2015	“Ante la crisis que la arropa, la comunidad de Amuay le dice sí al cambio #Falcón”	Reporte Unidad
Publicación # 3 (MUD)	13/11/2015	“#HoyArrancaElcambio. En Caracas”	Reporte Unidad
Publicación # 4 (MUD)	13/11/2015	“Titulares”	Titulares

Publicación # 5 (MUD)	13/11/2015	“Esto y más esta noche en Reporte Unidad”	Reporte Unidad
Publicación # 6 (MUD)	16/11/2015	“Para hoy está prevista la audiencia del juicio que se sigue en contra del alcalde Antonio Ldezma. Seguidores se hicieron presentes en el Palacio de Justicia y exigen su pronta liberación.”	Reporte Unidad
Publicación # 7 (MUD)	16/11/2015	“Eres testio d mesa? Mira esto! ATENCIÓN! Con tu actitud firme puedes evitar que se cometan delitos electorales este 6 de diciembre en Venezuela.”	Material informativo de las elecciones.
Publicación # 8 (MUD)	16/11/2015	“Diferida, una vez más, audiencia de alcalde Antonio Ledezma”	Reporte Unidad
Publicación # 9 (MUD)	16/11/2015	“Vota! Desde la Asamblea Nacional podemos darle un giro a la historia. Vota 6D!”	Otros
Publicación # 10 (MUD)	16/11/2015	“Titulares Reporte Unidad 16/11/2015”	Titulares
Publicación # 11 (MUD)	17/11/2015	“El miembro e mesa tiene una gran responsabilidad en sus manos. Fuiste seleccionado como miembro de mesa para las elecciones del 6 de diciembre?”	Material informativo de las elecciones
Publicación #12 (MUD)	17/11/2015	“#AraguaQuiereCambio Centro de salud pasan por su peor momento. Así lo constató el recorrido que hizo el equipo de prensa en la región.”	Reporte Unidad

Publicación # 13 (MUD)	17/11/2015	“Titulares Reporte Unidad 17/11/2015”	Titulares
Publicación # 14 (MUD)	17/11/2015	“Reporte Unidad 17/11/2015”	Reporte Unidad
Publicación # 15 (MUD)	18/11/2015	“Faltan 18 días para el cambio! Este es el mensaje del destacado periodista deportivo @ErasmusProvenza #CuentaRegresiva”	Cuenta Regresiva
Publicación # 16 (MUD)	18/11/2015	“Denuncian ante el CNE uso de símbolos de la Unidad por parte del partido MINUNIDAD”	Reporte Unidad
Publicación # 17 (MUD)	18/11/2015	“Titulares Reporte Unidad 18/11/2015”	Titulares
Publicación # 18 (MUD)	18/11/2015	“Reporte Unidad 18/11/2015”	Reporte Unidad
Publicación #19 (MUD)	19/11/2015	“#CuentaRegresiva con el profesor universitario Victor Márquez. Faltan 17 días para el cambio!”	Cuenta Regresiva
Publicación # 20 (MUD)	19/11/2015	“No te confundas! Esta es nuestra única tarjeta”	Otros
Publicación # 21 (MUD)	19/11/2015	“Titulares Reporte Unidad 19/11/2015”	Titulares
Publicación # 22 (MUD)	19/11/2015	“Reporte Unidad 19/11/2015”	Reporte Unidad

Publicación # 23 (MUD)	20/11/2015	“Faltan 16 días para el cambio! Este es el msj que nos da la periodista Adriana Donghia”	Cuenta Regresiva
Publicación # 24 (MUD)	20/11/2015	“El músico Chelique Sarabia y el periodista Manuel Sainz nos dicen por qué cambiar la AN”	Reporte Unidad
Publicación # 25 (MUD)	20/11/2015	“Titulares Reporte Unidad 20/11/2015”	Titulares
Publicación # 26 (MUD)	20/11//2015	“Reporte Unidad 20/11/2015”	Reporte Unidad
Publicación # 27 (MUD)	21/11/2015	“Así transcurre la movilización de estudiantes universitarios en Ccs. Presentarán el Plan de la Juventud para la nueva AN.”	Reporte Unidad
Publicación # 28 (MUD)	21/11/2015	“Estudiantes toman las calles de Ccs para exigir que se respeten sus derechos a una educación de calidad”	Reporte Unidad
Publicación # 29 (MUD)	21/11/2015	Imágenes: “Estudiantes entregaron hoy el plan de la Juventud”	Otros
Publicación # 30 (MUD)	21/11/2015	“Como funciona un centro electoral? Aquí te lo decimos!”	Material informativo de las elecciones
Publicación # 31 (MUD)	21/11/2015	“Avance #ReporteUnidad: Movimiento Estudiantil entregó propuestas a los candidatos de la Unidad	Reporte Unidad

Publicación # 32 (MUD)	23/11/2015	“Crisis en los servicios públicos golpea a los habitantes en el estado Aragua #VotaSinMiedo	Reporte Unidad
Publicación # 33 (MUD)	23/11/2015	Avance: Esto y más esta noche en Reporte Unidad	Reporte Unidad
Publicación # 34 (MUD)	23/11/2015	“Titulares de Reporte Unidad 23/11/2015”	Titulares
Publicación # 35 (MUD)	23/11/2015	“Reporte Unidad 23/11/2015”	Reporte Unidad
Publicación # 36 (MUD)	24/11/2015	“#CuentaRegresiva con el periodista Pedro Luis Flores Falta 12 días para el cambio!”	Cuenta Regresiva
Publicación # 37 (MUD)	24/11/2015	“Candidato Freddy Guevara pide a la ciudadanía a unirse al Plan de Defensa del Voto”	Reporte Unidad
Publicación # 38 (MUD)	24/11/2015	Titulares Reporte Unidad 24/11/2015	Titulares
Publicación # 39 (MUD)	25/11/2015	“Titulares Reporte Unidad 25/11/15”	Titulares
Publicación # 40 (MUD)	26/11/2015	“Los números no mienten: #VenezuelaQuiereCambio”	Otros
Publicación # 41 (MUD)	26/11/2015	“Titulares Reporte Unidad 26/11/2015”	Titulares

Publicación # 42 (MUD)	27/11/2015	“#CuentaRegresiva con el historiador Elías Pino Iturrieta Faltan 9 días para el 6D!”	Cuenta Regresiva
Publicación # 43 (MUD)	27/11/2015	“De esta manera #Petare le dice sí al cambio”	Reporte Unidad
Publicación # 44 (MUD)	27/11/2015	“Así se comprometió Petare con el cambio”	Reporte Unidad
Publicación # 45 (MUD)	27/11/2015	“Reporte Unidad 27/11/2015”	Reporte Unidad
Publicación # 46 (MUD)	30/11/2015	“Victor Munoz y Nacho le regalan una canción al país. Disfrutala! #MiFelicidadEsVenezuela	Otros
Publicación # 47 (MUD)	30/11/2015	“Titulares 30/11/2015”	Titulares
Publicación # 48 (MUD)	01/12/2015	“A solo 5 días del cambio, este es el mensaje que nos da la actriz y modelo Paula Bevilacqua”	Cuenta Regresiva
Publicación # 49 (MUD)	01/12/2015	“El 6 de diciembre podemos acabar con esta pesadilla #VenezuelaQuiereCambio”	Otros
Publicación # 50 (MUD)	01/12/2015	“Así transcurre cierre de campana en Zulia”	Reporte Unidad
Publicación # 51	01/12/2015	“AVANCE 01/12/2015”	Reporte Unidad

(MUD)			
Publicación # 52 (MUD)	01/12/2015	“Titulares 01/12/2015 “	Titulares
Publicación # 53 (MUD)	03/12/2015	“#CuentaRegresiva con el humorista Laureano Márquez”	Cuenta Regresiva
Publicación # 54 (MUD)	04/12/2015	“Venezuela quiere cambio. Todos a votar este #6D”	Otros
Publicación # 55 (MUD)	5/12/2015	“La verdadera pesadilla es continuar con Maduro y su combo”	Otros
Publicación # 56 (MUD)	5/12/2015	“Candidatos en Aragua participan en jornada de oración de cara al 6D”	Reporte Unidad
Publicación # 57 (MUD)	5/12/2015	“Todo listo en la UE Manuel Malpica en Naguanagua, Carabobo para los comicios de este #6D”	Reporte Unidad
Publicación # 58 (MUD)	5/12/2015	“La única forma de salir de la pesadilla es ir a votar. Contamos contigo #VenezuelaQuiereCambio”	Reporte Unidad

2. Piezas de publicación de las unidades de la MUD

Publicación # 2

Falcón quiere cambio 13/11/2015

En pantalla: Falcón quiere cambio.

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: En localidad de Amuay – **Falcón languidece de salud**)

-La crisis que afronta el ambulatorio Olimpia Díaz, es un ejemplo palpable del deterioro del sector. Instalaciones abandonadas y falta de medicamento engrosan literalmente el récipes de deficiencias.-

Raimunda Zabala, habitante:

-Parece la ‘Vecindad del Chavo’. Cuando llueve, llueve más adentro que afuera, el techo se está cayendo teniendo buenas instalaciones, porque hay buenas instalaciones, porque hay buenas instalaciones, hay servicio de odontología, servicio de quirófano, todo, y aquí no hay ni una ampolleta para acabar ni siquiera con un dolor de cabeza. Aquí no hay nada.-

Lilian Peña, habitante:

-Falta de recursos, pues, que a veces sí no tienen. A veces por lo menos, si consiguen para inyectar o una pastilla, Acetaminofén, cosa que no se consigue, Si ellos la tienen nos la dan, pero a veces que no la tienen entonces uno tiene que salir a comprarlo.-

Periodista:

-Al igual que el resto de la península, los habitantes de esta turística zona son víctimas de los constantes cortes eléctricos.-

Emilio Salazar, habitante:

-Ya a las 7 de noche da miedo salir porque ya la oscuridad acompaña toda la calle de Amuay. Prácticamente no le das respuesta a los Consejos Comunales, no les dan respuesta

a la comunidad y entonces estamos pagando las consecuencias nosotros los habitantes de la comunidad de Amuay.-

Javier Semeco, habitante:

-Con los apagones se nos han dañado neveras, aire acondicionado, microondas, equipo de sonido y alguna otra cosa más.-

Periodista:

-A esto se suma su más pesada cruz: fallas en el servicio de agua potable.-

Ezequiel Díaz, habitante:

-Las problemáticas en verdad son varias, pues, más que todo aquí, ahorita, hay un problema más, que todo, con la cuestión del agua pues, en la comunidad y como usted sabe a nivel nacional.-

Periodista:

-Las precariedades que soportan los vecinos de la península de Paraguaná son una muestra de lo que sufre el estado Falcón, una región con sed de cambio.-

En pantalla: Falcón quiere cambio.

Publicación # 4

Titulares Reporte Unidad: 13/11/2015

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **Capriles: no hay forma de que el binomio Maduro-Cabello gane a los venezolanos**)

- **-Hoy arrancó el cambio. La campaña es cara a cara en todo el país.-**

(Texto que acompaña la noticia: Desde Artigas hasta El Paraíso)

- **-Con una caminata candidatos iniciaron campaña en Libertador.-**

(Texto que acompaña la noticia: **Falta de cauchos y repuestos “frenó” el servicio**)

- **-Como sardinas en lata, valencianos viajan en transporte público.-**

Voz en off:

-Detalles esta noche en Reporte Unidad.-

Conclusión gráfica y musical de Titulares Reporte Unidad.

Publicación # 10:

Titulares Reporte Unidad 16/11/2015

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Unidad solicitará investigación en AN y Fiscalía por caso Sobrino-Flores)

- **-Campaña por el cambio arrancó con fuerza y pueblo.-**

(Texto que acompaña la noticia: **Diferida por octava vez la audiencia preliminar**)

- **-Estación: presentaremos pruebas del montaje en caso Ledezma.-**

(Texto que acompaña la noticia: En Maracay y Tejerías padecen estos males)

- **-La salud en Aragua, sin insumos y con estructuras abandonadas.-**

Publicación # 12:

En pantalla: Aragua quiere cambio 17/11/2015

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **“La falta de insumo y contaminación ambiental afecta el funcionamiento de hospitales en Aragua”**)

-Abandono, falta de insumos y terribles condiciones sanitarias son parte de las deficiencias que padece la mayoría de las instituciones de salud de esta entidad. Los ciudadanos de las comunidades aledañas exigen mejoras urgentes.-

Aliana Díaz, habitante Maracay:

-Esto es uno de los baños del área del obstetricia, donde mujeres recién paridas o antes utilizan este tipo de baño, para ellas poder hacer sus necesidades allí, exponiéndose a cualquier tipo de infección que te podrás imaginar que están más a flor de piel por la situación de embarazo (muestra las fotos del hospital). Estos son las adyacencias de la morgue del hospital. Estos puntitos blancos que ustedes ven aquí son gusanos (muestra las fotos del hospital).-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: “Más de 12 años esperando por la construcción del hospital”)

-En la comunidad de Tejerías han pasado 13 años desde que el hospital principal está en construcción. Una obra prometida por el Ejecutivo Nacional que inició en el año 2002. Lo poco que se adelantó de lo que sería en centro de salud, presenta un avanzado deterioro.-

Caraciolo Espinoza, Médico de Tejerías:

-Aquí pasó un hecho muy curioso de que aquí en las Tejerías, los últimos alcaldes que ha habido, todos son revolucionarios y todos te prometen que pal año de las elecciones está listo el hospital, pero no pasa nada! Inclusive tenemos el caso de que el actual alcalde en julio del año pasado, le dijo al pueblo que en diciembre nos íbamos a comer las hallacas en este hospital ya inaugurado.-

Periodista:

Texto que acompaña la noticia: Un dispensario, pero sin insumos

-Sin duda los únicos afectados por las carencias de las instituciones de salud son los ciudadanos en un sector muy humilde de nombre La Cañada, sus habitantes solo cuentan con un dispensario para variar que no tiene insumos necesarios.-

Marina González, Habitante de La Cañada:

-Que nos lo reparen, hija. O nos los hagan de nuevo o nos lo reparen, cualquiera de las dos cosas. Y que nos lo pongan bonitos.-

Entrevistadora:

-¿Qué es lo que le hace falta? ¿Tiene insumos?-

Marina González, Habitante de La Cañada:

-No, no hay ni insumos, ni tiene aire ni nada.-

Periodista:

-El concejal del municipio San Mateo, Romel Silva, ofreció un balance de la situación hospitalaria.-

Romel Silva, Concejal San Mateo:

-San Mateo no cuenta con servicios de ambulancia de hace dos años, hemos visto como el gobierno no ha querido darle respuesta a los sanmateanos, hemos visto cuando llegan los heridos y las personas necesitan de un traslado hacia a los hospitales, y hemos visto cómo se van en taxi, se los llevan hasta en la patrulla, en la parte de atrás, en los cajones de las camionetas o sea, que no hay un servicio digno.-

Periodista:

-Esta es la situación de crisis del sector salud, que sufren los aragüeños día a día, y que a pesar de los recursos que tiene el ejecutivo para resolverla continúa en evidente abandono. En una próxima entrega mostraremos las deficiencias de servicios públicos, que también ataca a esta región del país.-

En pantalla: Aragua quiere cambio.

Publicación # 13:

Titulares Reporte Unidad 17/11/2015

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **Insisten en llamar la atención sobre silencio gubernamental**)

- - **Unidad exigió a fiscal general investigar casos Sobrinos Flores.**-

(Texto que acompaña la noticia: **Guanipa: Maduro desconoce el juego democrático**)

- - **Gobierno obliga a miles a buscar votantes.**-

(Texto que acompaña la noticia: **Desaparecidos de supermercados**)

- - **A los huevos y al cochino los secuestró el precio justo.**-

-Detalles esta noche en Reporte Unidad.-

Publicación # 14:

Reporte Unidad 17/11/2015.

Introducción gráfica y musical de Reporte Unidad.

Presentadora:

-Bienvenidos a Reporte Unidad de este martes 17 de noviembre de 2015. Estos son los titulares:

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Insisten en llamar la atención sobre silencio gubernamental)

- - Unidad exigió a fiscal general investigar casos Sobrinos Flores.-

(Texto que acompaña la noticia: Guanipa: Maduro desconoce el juego democrático)

- -Gobierno obliga a miles a buscar votantes.-

(Texto que acompaña la noticia: **Desaparecidos de supermercados**)

- - **A los huevos y al cochino los secuestró el precio justo.**-

Presentadora:

-¿Qué tal amigas y amigos? Yo soy su servidora Lila Moreno, presentando para ustedes Reporte Unidad que pueden seguir a través de nuestra página web y también en las diferentes redes sociales. Comenzamos de inmediato con las informaciones.-

-La Unidad Democrática exigió a Fiscalía General de la República se abra una investigación sobre el caso de narcotráfico en el que están señalados dos sobrinos de la primera dama de la República, Cilia Flores.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Unidad: exige a fiscal general investigación por casos sobrinos flores)

-El diputado Guillermo Palacios, vocero de la alianza opositora, aseguró que el ejecutivo nacional debe explicar a los venezolanos la procedencia de la tonelada de cocaína incautada.-

Guillermo Palacios, Diputado estado Lara, Vocero de Unidad Democrática:

-Nosotros consideramos que es un hecho sumamente delicado, que nos pone al desprecio público tanto nacional como internacional con las características de estos hechos que se han venido repitiendo en el país en forma consuetudinaria.-

Periodista:

-También pidió a la fiscal general de la república Luisa Ortega Díaz, que no ignore este caso como ocurre de la mayoría de las denuncias y se conteste sobre los detalles de la aeronave y los pasaportes diplomáticos.-

Guillermo Palacios, Diputado estado Lara, Vocero de Unidad Democrática:

-A ver quien contrató este avión, como fue arrendado, o de quien es el avión. Como es que se les pide pasaportes diplomáticos a personas que de repente no cumplen con los requisitos exigidos por el reglamento efectivo.-

Periodista:

-Palacios estuvo acompañado de Macario González, coordinador de la Unidad en el estado Lara. Insistieron en que el Ministerio Público debe dar respuesta y atender esta grave denuncia.-

Presentadora:

-“Como si no les bastara con robarse el dinero de los venezolanos, ahora se meten en un negocio tan oscuro como es el del narcotráfico”. Así lo señaló el dirigente de Voluntad Popular, Juan Guaidó, al referirse al caso de los familiares de Cilia Flores.-

Periodista:

-Guaidó indicó que el gobierno es quien ampara la delincuencia en Venezuela, al no aclarar sobre este caso.-

Juan Guaidó, Dirigente de Voluntad Popular y candidato AN Unidad Democrática:

-¿Que debería hacer un estado, una Asamblea Nacional responsable? Abrir una investigación, empezar a responder preguntas. ¿Cómo estos dos jóvenes tienen pasaporte diplomático? Como pasan 25 maletas de 32 Kilos cada una por cualquier control aeroportuario. Nosotros que somos de la Guaira y sabemos la importancia que tiene el aeropuerto, la cantidad de controles que existen para agarrar un avión incluso comercial, local o internacional, sabemos lo complicado que es para esos controles.-

Periodista:

-Afirmó que la razón de que el ejecutivo Nacional no le interese combatir la delincuencia en el país, es porque forman parte de ella.-

Juan Guaidó, Dirigente de Voluntad Popular y candidato AN Unidad Democrática:

-Hoy Venezuela se convirtió en un acortado, lamentablemente. Hoy Venezuela ampara que por nuestras fronteras circule libremente la droga en nuestro país. Hoy Venezuela ampara el terror que significa en las calles de Venezuela casi veinticinco mil muertos al año.-

Periodista:

-Aseguró que Venezuela hoy pasa por la peor crisis económica de su historia, con los índices de homicidio más altos del mundo, y mientras tanto los altos jefes que gobiernan la nación, se apoderan del dinero del pueblo. –

Presentadora:

-“La amenaza de Nicolás Maduro de salir a la calle acompañado de la fuerza militar en caso de perder el 6 de diciembre, evidencia que desconoce el juego democrático”, así lo considera Tomás Guanipa de Primero Justicia.-

Tomás Guanipa, Secretario Nacional de Primero Justicia:

-El juego democrático significa respetar los resultados electorales, y respetar al pueblo que tiene derecho a evaluar una gestión y a castigarla cuando esa gestión le ocasiona los gravísimos daños, que la gestión de Nicolás Maduro le ha causado al pueblo venezolano. Lo que va a ocurrir el 6 de diciembre, no lo va a poder evitar con amenazas alguna.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Guanipa: Funcionarios de la guardia nacional son obligados a buscar votos)

-El secretario nacional de Primero Justicia, enfatizó que la constitución es clara y establece cual es la actuación de los miembros de la Fuerza Armada. Hizo un llamado a los comandantes de la Guardia Nacional Bolivariana.-

Tomás Guanipa, Secretario Nacional de Primero Justicia:

-Resulta señores, que se le ha dado la orden, tanto a la tropa profesional como a los oficiales de la guardia nacional, a que tienen que hacer obligatoriamente un uno por diez, para movilizar electores a favor del oficialismo. Le han puesto además un sistema de carga donde tienen que poner los datos de cada una de esas personas, con la información detallada para que ellos puedan auditar esas personas que están contactando.-

Periodista:

-Reiteró el también candidato a la reelección que la ciudadanía venció el miedo y sabe que el voto es secreto-

Presentadora:

-Tras la regulación de alimentos como huevo y la carne de cerdo, los ciudadanos se preocupan porque detrás de esta medida siempre viene más escasez. Mientras, comerciantes argumentan que no ni ganancia mínima para costear la producción.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Desaparecieron los huevos y la carne de cerdo)

-El precio del cartón de huevos de 30 unidades se fijó en 420 Bs, y el cochino va desde 240 y 700 Bs, según el tipo.-

Milagros Ramirez, Encuestada:

-Se desaparecieron los huevos y el cerdo también. Los huevos no los sustituye nada, imagínate. Enlatados si los conseguimos.-

José Celis, encuestado:

-Nos va a afectar en un 1000 por ciento, porque esos son productos que no se van a conseguir, primero por la situación que tenemos, luego por motivos propios. Nosotros tenemos una pequeña parcelita y teníamos animales y no se pueden tener, los alimentos son carísimos.-

Lidevi Cuna, encuestada:

-Yo vengo a buscar es la chuleta. Yo estaba ahorita en un carnicero, y una muchacha me dijo: conchale buenísimo, acabo de conseguir la chuleta a 550 Bs. Yo me regresé, cuando vine, ninguno, desde el principio hasta aquí.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: “La Magia” de los precios justos que desaparece los alimentos regulados)

-Algunos manifestaron que al aplicar más control de precios de los alimentos y productos, se incrementa más el mercado negro.-

María Fernanda Espinoza, encuestada:

-Esto se ha vuelto un país de zánganos en todos los niveles, aquí todo el mundo lo que hace es ver como revende, donde saca el dinero, o sea ese cambio de dólares que antes le atacaban a los oligarcas el bacheo es eso, el cambio de dólares de los pobres.-

Periodista:

-Los consultados expresaron su opinión sobre cómo se preparan para cubrir estos alimentos al acercarse la época decembrina.-

Milagros Ramirez, Encuestada:

-La navidad más terrible de Venezuela, ¿cómo vamos a hacer un pan de jamón? 2500 Bs ahorita. ¿Y en diciembre?-

Periodista:

-Comerciantes explicaron que regulaciones anteriores el valor de venta al detal del pollo, han traído pérdidas porque la cadena de producción y distribución.-

Presentadora:

-El movimiento estudiantil marchará el próximo sábado 21 para presentar el Plan de la Juventud, extendieron la invitación a toda la ciudadanía.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Estudiantes se movilizarán el próximo sábado 21)

-Para reivindicar sus derechos y por una educación de calidad, los jóvenes de diversas universidades conmemoran el día del estudiante universitario en medio de un conflicto que mantiene paralizado a este sector.-

Hasler Iglesias Presidente FCU – UCV:

-Vamos a estar presentando el Plan de la Juventud, un plan que incluye todas las propuestas y los proyectos que tenemos los jóvenes estudiantes universitarios, para transformar nuestro país, para que podamos tener un futuro, podamos tener oportunidades porque hoy por hoy no están garantizadas.-

Periodista:

-El anuncio que realizaron desde la sede del Palacio de las Academias, en el centro de Caracas, símbolos de lucha en tiempos de dictadura, además rechazaron la instalación de la Federación Universitaria a cargo del Ministro de Educación superior Ciencia y Tecnología.-

Hasler Iglesias Presidente FCU – UCV:

-No solo no nos dan respuesta sino que además el día de ayer el ministro Fernández convocaba e instalaba él una federación de estudiantes que es una cuestión completamente sin sentido. El movimiento estudiantil se organiza como decide el Movimiento Estudiantil.-

Jesús Valero, presidente FCE - USB:

-Un gobierno rapaz que ha decidido exterminar a las universidades a través de la asfixia presupuestaria, a través de la persecución a su liderazgo, a través de la persecución a sus autoridades y eso es una muestra del desprecio que siente el gobierno nacional por la

academia en Venezuela, por las universidades en Venezuela que son un espacio de libertad, que son un espacio de democracia.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: En el día del estudiante universitario el movimiento estudiantil se pronunciará)

-Invitaron a toda la ciudadanía a acompañarlos el 21 de noviembre a las 10 de la mañana desde el metro de Chacao hasta el final de la avenida Venezuela, en el Rosal.-

Presentadora:

-Y bien amigas y amigos, hasta aquí nuestra emisión de este martes. ¡Gracias por acompañarnos y seguir atentos a Reporte Unidad, donde les estaremos llevando las noticias que a usted le interesan dichas sin censura!-

Conclusión gráfica y musical de Reporte Unidad.

Publicación # 17:

Titulares Reporte Unidad 18/11/2015

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: “También se reunieron con los técnicos de OEA y CAPEL”)

- **-Unidad expuso a UNASUR irregularidades y esperan una observación seria.-**

(Texto que acompaña la noticia: “Solórzano: Buscan confundir al elector que no caerá en la trampa”)

- **-Símbolos de la Unidad Democrática usurpados por Min Unidad.-**

(Texto que acompaña la noticia: “Durante su visita al estado Cojedes”)

- **-Grupos armados amedrentaron a Lilian Tintori.-**

-Detalles esta noche, en Reporte Unidad.-

Publicación # 18:

Reporte Unidad 18/11/2015

Presentadora:

-Bienvenidos a Reporte Unidad de este miércoles 18 de noviembre de 2015. Estos son los titulares:

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: “También se reunieron con los técnicos de OEA y CAPEL”)

- -Unidad expuso a UNASUR irregularidades y esperan una observación seria.-

(Texto que acompaña la noticia: “Solórzano: Buscan confundir al elector que no caerá en la trampa”)

- -Símbolos de la Unidad Democrática usurpados por Min Unidad.-

(Texto que acompaña la noticia: “Durante su visita al estado Cojedes”)

- -Grupos armados amedrentaron a Lilian Tintori.-

Presentadora:

-¿Qué tal amigas y amigos? Yo soy su servidora Lila Moreno, presentando para ustedes Reporte Unidad que pueden seguir a través de nuestra página web y también en las diferentes redes sociales. Comenzamos de inmediato con las informaciones:

-La Unidad Democrática sostuvo reuniones con representantes de la UNASUR, OEA y CAPEL a quienes explicaron sobre las irregularidades más recientes de este proceso comicial, y las que podrían registrarse tomando en cuenta que el presidente Nicolás Maduro ha reiterado su intención de salir a la calle en caso de que el resultado electoral no sea favorable al partido de Gobierno.-

(Texto que acompaña la noticia: “Torrealba: ‘Esperamos que UNASUR haga un trabajo profesional en pro de la democracia venezolana’”)

Periodista:

-El secretario ejecutivo de la Unidad Democrática, Jesús Chuo Torrealba, indicó que expusieron ante los expresidentes Ernesto Samper y Leonel Fernández, lo lamentable que signifique que el gobierno venezolano no permita la presencia plena de UNASUR la de la OEA y ONU en calidad de observadores internacionales.-

Jesús Chuo Torrealba:

-Les explicamos de manera muy franca muy abierta la actitud de escepticismo que tiene un sector importante de la opinión pública venezolana, del electorado venezolano en relación a la presencia de esta misión. Reiteramos nuestros votos porque hagan un trabajo de verdad profesional.-

Periodista:

-Indicó que explicaron a los representantes, también la situación de ventajismo electoral como parte de las irregularidades que hacen dudar sobre la claridad, y transparencia del proceso.-

Jesús Chuo Torrealba:

-Lo que era antes el uso de los recursos públicos, ahora es corrupción desembozada, con los exministros haciendo campaña con los recursos de los despachos que antes ocupaban, y finalmente el tema de lo que era antes la guerra sucia, ahora es acto delincencial.-

Periodista:

-Por su parte el presidente de Un Nuevo Tiempo, Enrique Márquez, indicó que la OEA y el centro de Asesoría y Promoción Electoral CAPEL están sumamente preocupados por el estatus actual del proceso electoral debido a la prohibición del gobierno venezolano de permitir la observación de ambas organizaciones.-

Enrique Márquez, presidente de Un Nuevo Tiempo:

-Hemos advertido acerca de los riesgos que tiene este proceso electoral, asociado a la utilización de los medios del Estado, de los recursos del Estado, asociado a la violencia posible de un gobierno nacional desesperado que se ve perdido.-

Periodista:

-Márquez señaló que además informaron a los representantes de estas organizaciones sobre el claro sentimiento de cambio que invade a la mayoría de los venezolanos.-

Enrique Márquez, presidente de Un Nuevo Tiempo:

-Nosotros le exigimos tanto al Gobierno como al CNE que le dé un parado a esta situación, a este llamado intenso a la violencia, a los hechos de violencia que ocurrieron hoy en Cojedes, pero que mañana se pueden presentar en otro lugar. Lo que si estamos claros es que no hay nada que detenga la voluntad de cambio del pueblo.-

Periodista:

-Informó que los técnicos expresaron su solidaridad con Venezuela y prometieron hacerle seguimiento a todo el proceso de campaña electoral.-

Presentadora:

-Representantes de la alianza opositora, introdujeron ante el CNE un documento contentivo de la cuarta denuncia contra la organización política Min Unidad, que utiliza en su campaña el nombre e partidos políticos y los símbolos de la coalición del cambio.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Unidad denunció que partido “Min Unidad” usurpa sus símbolos)

-Se denunció además ante el órgano electoral la utilización de un audio que demuestra que se usan los nombres de partidos como Acción Democrática, Un Nuevo Tiempo y Voluntad Popular, para la campana de Min Unidad.-

Delsa Solorzano, Vicepresidenta de Un Nuevo Tiempo:

-La manito de la Unidad está siendo utilizada sin nuestra autorización en distintos afiches y en distinta publicidad, de un partido político diferente al nuestro. Esto está prohibido de modo específico por la Ley Orgánica de Procesos Electorales. Todo esto no tiene otro objetivo que pretender confundir al elector de cara a los comicios del 6 de diciembre. Es un proceso electoral visible y evidentemente ya la Unidad ganó.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Exigen respeto de horarios en centros de votación)

-También informaron que se envió un comunicado a la presidenta del CNE, Tibisay Lucena, para que se respete el horaio de cierre de las mesas y de anuncio de resultados el 6 de diciembre.-

Vicente Bello, encargado relaciones CNE Unidad

-Estamos completamente en desacuerdo que aquí se pretenda dar resultado después de las 12 de la noche, cuando nosotros estamos convencidos, tenemos los medios, sabemos que eso se produce así, de que después de las 7:30 de la noche se pueden dar resultados parciales.-

Periodista:

-Indicaron que acudirán a todas las instancias legales para denunciar estas irregularidades y que los testigos de la Unidad resguardarán el voto el día de las elecciones.-

Presentadora:

-En horas de la mañana de este miércoles, Lilian Tintori denunció que grupos oficialistas en actitud violenta impidieron su ingreso al estado Cojedes, adonde se dirigía como parte de gira: “Todos por la Libertad”.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Lilian Tintori y equipo de trabajo fueron amenazados por grupos violentos en Cojedes)

-Tintori informó a través de su cuenta en Twitter, que sujetos en actitud violenta golpearon el vehículo el cual se trasladaba, y la asediaron por un largo tiempo. Además denunció que su equipo fue amenazado con armas de fuego. En otro mensaje indicó que: “Alerta! Los colectivos que nos tienen rodeados cargan franelas que dicen ‘Vota por Cilia Flores’ y llevan martillos en las manos.-

Parte del video violento.

Periodista:

-En nota de prensa emitida por Voluntad Popular, se hace referencia que los violentos cerraron los accesos a San Carlos con barricadas, y que eran comandados por la gobernadora Erika Farías. Las acciones dejaron 5 heridos, según informó el dirigente de la organización naranja, en esa entidad, Yoender Jimenez.-

Presentadora:

-El equipo de Reporte Unidad se trasladó al estado Vargas para conocer los principales problemas que aquejan la zona, entre los afectados se encuentra el Movimiento de

Jubilados y Pensionados del Puerto de la Guaira, quienes alzaron su voz para pedir un cambio al Poder Legislativo. Veamos los detalles a continuación.-

En pantalla: Vargas quiere cambio.

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Vargas quiere cambio)

-Uno de los puertos más importantes del país se encuentra en el estado Vargas, puerta de entrada al territorio venezolano, lugar de diversas tradiciones y con potencial turístico que permite a los ciudadanos disfrutar de las playas a tan solo unos minutos del Distrito Capital. Esta entidad no escapa de la crisis que enfrenta Venezuela, es por eso que constatamos representantes del Movimiento de Jubilados que prestaron servicio en el puerto de la Guaira, las problemáticas.-

Asdrúbal Salazar, Movimiento Pensionados y Jubilados del Estado Vargas:

-Yo estuve trabajando 33 años en el puerto de la Guaira y la gente que me está acompañando son gente de la tercera edad que sufren de Hipertensión, que tienen cáncer, que tienen mal de Parkinson y de eso se burla Maduro.

Juan Rodríguez, Jubilado puerto de la Guaira:

-Yo le daba a la mujer mía 100 Bs y salía con seis, siete bolsas de comida y más le quedaba todavía para pagar el carrito. Ahorita yo le doy diez mil, quince mil Bs y no le alcanza pa' nada, hasta me los pega por la cabeza ¿por qué? Porque no le alcanza. Yo no tengo la culpa porque este gobierno nos tiene pasando hambre.-

Periodista:

-Manifestaron su esperanza en que el nuevo parlamento se ocupe de ayudar a las personas de edad avanzada.-

Juan Rodríguez, Jubilado puerto de la Guaira:

-El 6 de diciembre hay que ir a votar por la Unidad, porque si seguimos con este gobierno ahora si es verdad que nos vamos a morir de hambre más de lo que estamos listos.-

Asdrúbal Salazar, Movimiento Pensionados y Jubilados del Estado Vargas:

-El Ministro de Transporte Terrestre, que ha sido inclusive el que más crédito ha recibido del gobierno y nosotros los jubilados supervisores del puerto, todavía no nos han aumentado, ni nos han puesto el salario que nos corresponde.-

Periodista:

-El candidato por la Unidad Democrática del estado Vargas, José Manuel Olivares, se comprometió en responder las necesidades de los varguenses desde la Asamblea Nacional.-

José Manuel Olivares Candidato de la Unidad Democrática, Vargas:

-Seis de diciembre, la fecha para tener la oportunidad de cambiar, de expresarnos de que se escuche su voz, de que se escuche la voz del ciudadano. Dos alternativas, los candidatos de Nicolás Maduro, los candidatos de las colas, los candidatos de la pelea, los candidatos de la platica que no le rinde a usted, y abajo y a la izquierda, los candidatos del cambio, los candidatos de la Unidad, los candidatos de la reconciliación, los candidatos de las soluciones para el país.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **Candidatos de Vargas activos en campaña “cara a cara” presentando propuestas**)

-Estas declaraciones las ofreció el candidato por la Unidad, José Manuel Olivares, durante un recorrido cara a cara en la comunidad Rómulo Gallegos al oeste de Vargas, en Catia La Mar. En la próxima entrega de Vargas Quiere Cambio, les mostraremos el deterioro del Balneario de Naiguatá.-

En pantalla: Vargas quiere cambio.

Presentadora:

-Y bien amigas y amigos hasta aquí nuestra emisión de este miércoles. Gracias por acompañarnos y seguir atentos a Reporte Unidad, donde les estaremos llevando las noticias que a usted le interesan, dichas sin censura.-

Conclusión gráfica y musical de Reporte Unidad.

Publicación # 21:

Titulares de Reporte Unidad 19/11/2015

Presentadora:

-Bienvenidos a Reporte Unidad de este jueves 19 de noviembre de 2015. Estos son los titulares:

(Texto que acompaña la noticia: Introdujeron documento en el CNE)

- - **Juventud de la Unidad exige respetar resultados del 6D.**-

(Texto que acompaña la noticia: “Bautizado con la familia de Ledezma y representantes de la Unidad Democrática”)

- -“El secuestro del alcalde”, un libro que condena la violación de Derechos Humanos.-

(Texto que acompaña la noticia: “Balneario de Naiguatá olvidado”)

- -**En Vargas, la infraestructura turística deteriorada.**-

-Detalles esta noche en Reporte Unidad.-

Publicación # 22:

Reporte Unidad 19/11/2015

Presentadora:

-Bienvenidos a Reporte Unidad de este jueves 19 de noviembre de 2015. Estos son los titulares:

(Texto que acompaña la noticia: Introdujeron documento en el CNE)

- - Juventud de la Unidad exige respetar resultados del 6D.-

(Texto que acompaña la noticia: “Bautizado con la familia de Ledezma y representantes de la Unidad Democrática”)

- -“El secuestro del alcalde”, un libro que condena la violación de Derechos Humanos.-

(Texto que acompaña la noticia: “Balneario de Naiguatá olvidado”)

- -En Vargas, la infraestructura turística deteriorada.-

Presentadora:

-Qué tal amigas y amigos? Yo soy su servidora Lila Moreno, presentando para ustedes Reporte Unidad que pueden seguir a través de nuestra página web y también en las diferentes redes sociales. Comenzamos de inmediato con las informaciones:

-El CNE ordenó este jueves, a representantes de Min Unidad retirar la propaganda que usurpa los símbolos de la Unidad Democrática, organización que ha violado abiertamente la normativa electoral. Para ampliar detalles de esta información pueden consultar la editorial: Así es como es, del secretario ejecutivo de la Unidad Democrática, Jesús Chuo Torrealba, en nuestra página.-

-En otra información tenemos que la juventud de la Unidad Democrática se dirigió este jueves al Consejo Nacional Electoral para hacer entrega de un documento en el que se exhorta al órgano electoral a respetar los resultados de las elecciones parlamentarias del próximo 6 de diciembre.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: “Jóvenes de la Unidad exhortaron al CNE a respetar voluntad del pueblo”)

-La representante juvenil de Voluntad Popular, Ariana Golzález, y vocera de la actividad, indicó las exigencias al ente rector del sufragio.-

Ariana Golzález:

-Representantes de todos los partidos políticos del sector juvenil, hacerle un exhorto y un llamado de atención a la ciudadana Tibusay Lucena, para que este 6 de diciembre se ponga derecho con la patria y respeten los resultados que sin duda van a ser favorables para la MUD. El día de hoy le pedimos que como árbitro imparcial que debería ser, entonces el

6 de diciembre lo único que exprese sea la manifestación de lo que quieren los ciudadanos.-

Periodista:

-Afirmó que el documento que el Ejecutivo Nacional instó para respetar los resultados electorales, no fue un acuerdo de ambas partes y por lo tanto no tiene ninguna credibilidad.-

Ariana González:

-Nosotros no podemos permitir esto, eso sería firmar un cheque en blanco para para cualquier cosa que se les ocurra el 6 de diciembre.-

Periodista:

-Aseguraron que la organización juvenil del cambio se mantiene activa en la defensa del voto para las parlamentarias.-

Presentadora:

-“El secuestro del alcalde”, un libro que condena la violación de derechos humanos de Antonio Ledezma y los demás presos políticos. Fue bautizado este jueves, con presencia de representantes de la Unidad Democrática. El texto escrito por el periodista Manuel Malaver, cuenta con prólogo del expresidente colombiano Andrés Pastral.-

Periodista:

-El libro cuenta las vivencias de la familia y opiniones de distinguidas personalidades sobre el caso. Su esposa Mitzy Capriles leyó unas palabras del propio alcalde metropolitano.-

Mitzy Capriles de Ledezma:

-En el suelo, una piedra retira el pie de una larga y alta tela de alambre que deja pasar una brisa que traigo un frío que quema y un espíritu despierto que no deja de sonar, en convertir esa piedra en una casa de libertad.-

Manuel Malaver, periodista:

-Esto es en lo que siempre he estado como periodista demócrata, como periodista amante de la libertad, de la paz y del estado de derecho, condenando las violaciones de los derechos humanos en cualquier país que se presenten y sobre todo en mi país.-

Periodista:

-En el acto estuvieron presentes Lilian Tintori, Patricia de Ceballos, Jesús Chuo Torrealba, María Corina Machado, alcaldes y demás personalidades del medio quienes expresaron su solidaridad a la familia del alcalde Antonio Ledezma.-

Lilian Tintori, esposa de Leopoldo López:

-La solución de que Antonio esté al lado de Mitzy y que Leopoldo esté con sus hijos y conmigo de nuevo está en nuestras manos, y está el 6 de diciembre.-

Jesús Chuo Torrealba:

-Tenemos cercado al gobierno, los tenemos acorralados! Lo vamos a derrotar! Y lo vamos a derrotar porque somos buen partido político! No una coalición de partidos! Somos un pueblo unido, luchando por la libertad! Por la democracia! Tal y como me lo pidió Antonio Ledezma!-

María Corina Machado:

-Hoy en Venezuela se produce una rebelión ciudadana, en cada rincón del país. Antonio físicamente no está con nosotros aquí, pero está más presente que nunca. Y él sabe que lo llevamos en cada pueblo, en cada aldea, desde el bajo Delta hasta la Guajira.-

Periodista:

-Malaver destinó 5 meses a la elaboración del libro y aseguró que si principal motivación fue el hecho de la detención de Ledezma que pone al descubierto la dictadura agresiva a la que está sometida Venezuela. –

Presentadora:

Al parecer en el estado Vargas han mejorado las infraestructuras por donde pasa la novia. Así lo expresaron algunos comerciantes y habitantes, quienes denunciaron abandono del balneario de Naiguatá. Reporte Unidad visitó el lugar.-

En pantalla: Vargas quiere cambio.

Periodista:

(Texto que acompaña la imagen: Balneario de Naiguatá se ha convertido en la obra más antigua sin reparar)

-Para Luis Antonio Riera comerciante del Balneario de Naiguatá desde la tragedia de Vargas en el año 1999, el Gobierno Nacional no se ha preocupado en rescatar la infraestructura a pesar de que han sido reiterativos en sus promesas que no cumplen.-

Luis Antonio Riera:

-Tiene bastante ya en este estado como lo ven, pues, inclusive abandonado desde antes de la Tragedia de Vargas.-

Periodista:

-Pero Luis Antonio Riera no es la única persona que denunció el descuido de la gobernación, en recuperar el espacio recreativo. Representantes de la Asociación de Comerciantes coinciden que mejorar la estructura pareciera no ser prioridad para las autoridades.-

Lilisbeth Iriarte, miembro de la Asociación de Comerciantes Balneario Naiguatá:

-El 22 del mes pasado salió un reportaje sobre lo que iban a... Venían a reformar los balnearios, iban a empezar con este que está demasiado deteriorado.-

Carlos Sánchez, miembro de la Asociación de Comerciantes Balneario Naiguatá:

-El gobierno lo que dice es que van a reparar el balneario y eso siempre lo ha dicho y lo ha dicho, y lo repite y según han dado los riales y no arreglan nada.-

Periodista:

-Sin embargo la población de Naiguatá tiene esperanzas que la situación en la localidad tenga un cambio.-

Lilisbeth Iriarte, miembro de la Asociación de Comerciantes Balneario Naiguatá:

-Fuente de empleo para todos los que estamos aquí, es lo que necesitamos.-

Carlos Sánchez, miembro de la Asociación de Comerciantes Balneario Naiguatá:

-Que cambie esta situación cuando se vaya el gobierno. Que venga la oposición y le ponga dos manos duras a esto, a industrializar el país y a trabajar juntos y que haya trabajo, empleo, que no sean engañados.-

Periodista:

-El candidato por la Unidad Democrática, Juan Guaidó, propone reforzar los lugares para convertir a la Guaira en la principal región turística de Venezuela.-

Juan Guaidó, candidato por la Unidad Democrática, Vargas:

-Hay una gran oportunidad de 170 km de costa, pero hace falta inversión privada, hace falta generar seguridad jurídica, no expropiar más empresas y desde la Asamblea Nacional se pueden hacer muchos avances con respecto a presupuesto para implementar en el estado, implementar el transporte público como servicio básico que seguro traerá mucha inversión privada en nuestro estado.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: en Vargas candidatos de la Unidad se comprometen a rescatar potencial turístico)

-Guaidó se comprometió a seguir realizando recorrido casa por casa, para conocer las opiniones de los habitantes.-

En pantalla: Vargas quiere cambio.

Presentadora:

-Lilian Tintori acudió la tarde de este jueves a la fiscalía general para denunciar los hechos de violencia de los cuales fue víctima junto a su equipo de trabajo en el estado Cojedes.-

Lilian Tintori:

-Lo triste de esta agresión del día de ayer es que no permitieron que la campana por la libertad entrara en el estado Cojedes. Y la campana por la libertad tiene dos ideales: la libertad y la justicia. Esos son nuestros ideales! Quiero decirles que ayer sentí el miedo muy de cerca.

(Texto que acompaña la noticia: Lilian Tintori: “Hacemos un llamado a UNASUR para que vea como el Gobierno hace campana con violencia”)

-El llamado es a los representantes de UNASUR, están aquí en Venezuela, que nos acompañen para el estado Cojedes, que entren con nosotros a este estado y ellos vean claramente como otros hacen campana. Hacen campana con las franelas, llamando a votar a Cilia Flores, llamando a votar a por Jorge Pérez, son representantes del partido PSUV y hacen campana con violencia, con armas.-

Presentadora:

-Una nueva Asamblea Nacional, en la que exista separación de poderes, donde se aprueben leyes que favorezcan a los venezolanos, esperan dos destacadas personalidades. El músico Chelique Sarabia y el periodista Manuel Saenz.-

En pantalla: Por que cambiar la AN?

Chelique Sarabia, músico:

-Se debería cambiar la Asamblea, por una sencilla razón: ahí está concentrada la voluntad de un pueblo. Sin tapujos, cada quien desde su punto de vista y como la mayoría del país está soñando con un cambio, pues mira, concentrar esa necesidad de cambio en la Asamblea y cambiar el país.-

Manuel Sainz, periodista:

-El poder corrompe, y el poder absoluto corrompe absolutamente, decían ya los romanos. Nosotros hemos estado padeciendo durante años, lo que ha sido el poder absoluto y la corrupción absoluta, que es la que tenemos en este país en este momento, y nos tiene profundamente deteriorados. El 6 de diciembre es la posibilidad real que tenemos, de empezar a crear separación de poderes. Comenzar desde la Asamblea es el primer paso de la Venezuela que nosotros merecemos, comenzar en la Asamblea es la posibilidad de que nuestra Asamblea haga la tarea que le corresponde, de hacer leyes que favorezcan a todos los venezolanos. Y no solamente hacer leyes sino además ejercer su otra tarea que es la de control a los demás poderes, esa es una tarea fundamental de nuestra Asamblea Nacional y lo podemos lograr con tu voto el 6 de diciembre.-

En pantalla: Por que cambiar la AN?

Presentadora:

-Y antes de despedir queremos extender nuestra felicitación al maestro José Enrique Chelique Sarabia quien recibió el Grammy honorístico entregado por el Consejo

Directivo de la Academia, en el marco de los premios Grammy Latino. El compositor venezolano, nacido en la isla de Margarita, es conocido mundialmente por el tema “Ansiedad”.-

Ansiedad como música de fondo.

Presentadora:

-Y bien amigas y amigos, hasta aquí nuestra emisión de este jueves. Gracias por acompañarnos y seguir atentos a Reporte Unidad, donde les estaremos llevando las noticias que a usted le interesan, dichas sin censura.-

Conclusión gráfica y musical de Reporte Unidad.

Publicación # 25:

Titulares Reporte Unidad 20/11/2015

Introducción gráfica y musical de Titulares Reporte Unidad.

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: “Viaducto en río Valle: una amenaza para conductores”)

- **-Ingenieros hidráulicos recomiendan paralizar obras en la Valle-Coche.-**

(Texto que acompaña la noticia: Solo la alcaldía de Libertador le debe 950 millones de Bolívares)

- **-Alcaldía Mayor enfrenta crisis financiera.-**

(Texto que acompaña la noticia: **Comunidad Reclama por inversión en este sector**)

- **-La escuela Carlos Soubllette en Vargas, necesita un cariño.-**

Periodista:

-Detalles esta noche en Reporte Unidad.-

Publicación # 26:

Reporte Unidad 20/11/2015

Introducción gráfica y musical de Reporte Unidad.

Presentadora:

-Bienvenidos a Reporte Unidad de este viernes 20 de noviembre de 2015. Estos son los titulares:

(Texto que acompaña la noticia: “Viaducto en Rio Valle: una amenaza para conductores”)

- Ingenieros hidráulicos recomiendan paralizar obras en la Valle-Coche-

(Texto que acompaña la noticia: “Solo la alcaldía de Libertador le debe 950 millones de Bolívares”)

- Alcaldía Mayor enfrenta crisis financiera.-

(Texto que acompaña la noticia: “Comunidad reclama por inversión en este sector”)

- -La escuela Carlos Soublette, en Vargas, necesita un cariño.-

Presentadora:

-Que tal amigas y amigos? Yo soy su servidora Lila Moreno, presentando para ustedes Reporte Unidad, que pueden seguir a través de nuestra página web y también en las diferentes redes sociales. Comenzamos de inmediato con las informaciones:

-La sociedad venezolana de ingenieros hidráulicos exhorta al ministerio de transporte terrestre a paralizar las obras de ampliación en la autopista Valle-Coche, por considerar que compromete la seguridad de los conductores y de la comunidad aledaña al río.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Ingenieros recomiendan paralizar las obras de ampliación en la Valle-Coche)

-El ingeniero José Miguel Divasson presidente de la instancia mencionada explicó que las obras alteran el curso el río, lo que representa una amenaza al no aplicarse medidas previas.-

Ingeniero José Miguel Divasson:

-Las obras hidráulicas básicamente están interferidas, están entre los puentes denominados San Pedro y Bellas Artes, y en especial están afectando a las comunidades de Los Chaguaramos y Santa Mónica. La sociedad quisiera recomendar la paralización inmediata de las obras de ampliación, proceder a las obras de construcción de mejoramiento hidráulico, y ampliar la canalización del río Valle en los sectores donde ha sido fuertemente intervenida.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: El plan de ampliación intervienen en el curso del río)

-Diferentes expertos han calificado la situación de los ríos en Caracas de alto riesgo, y alertan que aun así el Ministerio realiza obras viales que comprometen el avance de los fluviales.-

Ingeniero José Miguel Divasson:

-Deberíamos de tener una época en que el río Valle va a mantener caudales relativamente bajos, por lo cual es el momento adecuado para iniciar las obras de mejoramiento ideal. Deberían de iniciarse, entonces, inmediatamente todas estas obras, para que a finales de abril y principios de mayo del año que viene cuando se espera que ocurran crecientes más importantes en el río, ya tengamos protegida la comunidad y a los usuarios de la autopista.

-El Colegio de Ingenieros, en particular la Sociedad Venezolana de Hidráulicos, se pone a la orden para realizar una auditoría técnica desde el punto de vista hidrológico, hidráulico y constructivo.-

Periodista:

-Agregó que desde hace 4 meses informaron al Ministerio de Transporte y Obras Públicas, pero no han recibido respuesta oficial a las recomendaciones.-

Presentadora:

-El secuestro del alcalde Antonio Ledezma, no impidió que la Alcaldía Metropolitana saliera adelante y lograra financiar con las unas las necesidades del colectivo. Así lo afirmó este viernes la alcaldesa encargada al informar sobre la crisis económica que atraviesa el ayuntamiento mayor.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Fernández: **‘El alcalde del municipio Libertador nos adeuda 650 millones de Bolívares’**)

-La alcaldesa encargada Helen Fernández informó que el Municipio Libertador mantiene todavía una deuda con la Alcaldía Mayor de 950 millones de Bolívares, por lo que esperan que el alcalde Jorge Rodríguez se ponga del lado de la ley y solvente su deuda.-

Helen Fernández:

-Cumplimos con el deber de anunciarle que la deuda total del Municipio Libertador, con la alcaldía metropolitana de Caracas, alcanzaba 1200 millones de Bolívares. Logramos el pago con la lucha de todos, Sindicato, Cabildo, Ente gubernamental, el pago de 209 millones.-

Periodista:

-Anunció que cumplirán con todos los pagos pendientes a los trabajadores.-

Helen Fernández:

-El pago de aguinaldo (aplausos) correspondiente al año 2015, incluyendo el tabulador de salario mínimo del mes de noviembre.-

Periodista:

-Por su parte el presidente del Cabildo Metropolitano, Alejandro Vivas, expresó que los venezolanos deben luchar por un país en donde cumplir con los pagos no sea una noticia, sino algo normal.-

Alejandro Vivas:

-Es que podamos cumplir con la ley y es que podamos cobrar lo que por derecho nos toca, sin que eso tenga que ser una noticia de primera plana. Es que podamos tener el derecho a vivir dignamente con el fruto de nuestro esfuerzo, que si nosotros trabajamos podamos

vivir bien, y no tengamos que estar anunciando este tipo de cosas con bombos y platillos, porque sencillamente en la Venezuela que estamos eso no es posible.-

Periodista:

-Aseguró que el compromiso de los ciudadanos debe ser salir a votar para lograr una Asamblea donde las leyes funcionen y se cumplan.-

Presentadora:

-La comunidad de Naiguatá es una de las zonas más afectadas por las malas políticas del gobierno. Los pésimos servicios básicos, el desabastecimiento, el deficiente de infraestructuras han ocasionado riesgos a las familias. Conozcamos la situación en la cual se encuentran los estudiantes de primaria del Instituto Carlos Soubllette.-

(En pantalla: VARGAS QUIERE CAMBIO)

Reinaldo Cortéz, miembro consejero educativo Escuela Carlos Soubllette:

-Noventa niños expusieron sus vidas, dentro de ellas está mi hija de 5 años, y nosotros denunciarnos y exigimos que el Ministerio Público abra una averiguación sobre la calidad del terreno y sobre los que hicieron la obra.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Padres y representantes piden calidad en la educación en Vargas)

-Los representantes de la escuela Carlos Soubllette, en Naiguatá, piden que se haga justicia en la localidad por el descuido en centros educativos, además en construcciones que se realizan en Vargas.-

Reinaldo Cortéz, miembro consejero educativo Escuela Carlos Soubllette:

-Hace tres años fueron trasladados a la Escuela Nacional Naiguatá 265 niños, 20 maestros, 13 obreros y 5 administrativos, desde ese entonces hemos tenido que compartir espacio con la Escuela Nacional Naiguatá que suman ochocientos y pico de niños y se encuentran prácticamente asignados.-

Nancy Requena, Concejala Suplente Unidad Democrática, Vargas:

-Exigimos a la autoridad, en este caso al Ministerio de Educación que corresponde que se abogue en realidad y no hagan de la bandera que han hecho de la educación, que han masificado la educación. Eso es mentira! Aquí en Naiguatá eso no se ha visto.-

Periodista:

-Por su parte la candidata por la Unidad, Milagros Eulate, ratificó que desde la Asamblea Nacional luchará por una mejor educación.-

Milagros Eulate, candidata a la AN por la Unidad Democrática, Vargas:

-Nuestras escuelas están por el suelo ejemplo de ello, la escuela Carlos Soubllette en Naiguatá, que hace más de 5 años estamos solicitando una sede para ella, cada vez nos ofrecen en todas las reuniones nos ofrecen que la escuela va y este es el tiempo que aún, se han hecho paro y paro, y no hay respuesta del gobierno. Cada uno de los candidatos que vamos, no será uno solo, será un coro de voces que habrá en la Asamblea Nacional, porque ese es el compromiso que tenemos nosotros aquí en Vargas.-

Periodista:

-Eulate habla de las soluciones a las crisis del estado Vargas, comenzarán desde la Asamblea Nacional, cuando llegue la mayoría democrática en diciembre.-

(En pantalla: VARGAS QUIERE CAMBIO)

Presentadora:

-La primera actriz, Tania Sarabia, considera que la Asamblea Nacional es vital en un sistema democrático, mientras que el actor Nacho Huett, resaltó que deben enfocarse en pro de la cultura y la educación. –

(En pantalla: Por que cambiar la AN?)

Nacho Huett:

-Debemos cambiar la Asamblea para que tengamos mayor cultura, mayor educación eso es lo que necesitamos.-

Tania Sarabia:

-¿Que por qué debemos la Asamblea? Porque es el único órgano que puede tomar decisiones según el sistema democrático para mejorar todo lo que está muy mal, demasiado mal, para seguir viviendo en un país que da todo, que tenemos todas las posibilidades para mejorarlo de cabo a rabo! Entonces, sí es importante votar el 6 de diciembre.-

(En pantalla: Por que cambiar la AN?)

Presentadora:

-Y bien amigas y amigos hasta aquí nuestra emisión de este viernes. Gracias por acompañarnos y seguir atentos a Reporte Unidad, donde les estaremos llevando las noticias que a usted le interesan, dichas sin censura!-

Conclusión gráfica y musical de Reporte Unidad.

Publicación # 34:

Titulares Reporte Unidad 23/11/2015

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **Felicitaron a Macri y esperan investigación en casos de corrupción**)

- **-Unidad insta a Unasur que observe violencia oficialista.-**

(Texto que acompaña la noticia: Tras ataque de hombres encapuchados con armas largas)

- **-Pizarro denuncia en fiscalía a pistoleros oficialistas.-**

(Texto que acompaña la noticia: **Esta región central no se salva de la crisis**)

- **-Sin agua, sin comida y sin luz, así va la vida de los aragüesños.-**

-Detalles esta noche en Reporte Unidad.-

Publicación # 35:

Reporte Unidad 23/11/2015

Introducción gráfica y musical de Reporte Unidad.

Presentadora:

-Bienvenidos a Reporte Unidad de este lunes 23 de noviembre de 2015. Estos son los titulares-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Felicitaron a Macri y esperan investigación en casos de corrupción)

- -Unidad insta a UNASUR que observe violencia oficialista-

(Texto que acompaña la noticia: Tras ataque de hombres encapuchados con armas largas)

- -Pizarro denuncia en fiscalía a pistoleros oficialistas-

(Texto que acompaña la noticia: Esta región central no se salva de la crisis)

- -Sin agua, sin comida y sin luz. Así va la vida de los aragüesños.-

Presentadora:

-Que tal amigas y amigos? Yo soy su servidora Lila Moreno, presentando para ustedes Reporte Unidad, que pueden seguir a través de nuestra página web y también en las diferentes redes sociales.

-Comenzamos de inmediato con las informaciones:

- -La Unidad Democrática felicitó a los argentinos y a Mauricio Macri por su triunfo en las elecciones presidenciales. Indicaron que esperan se investiguen los casos de corrupción entre Venezuela y este país.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Unidad felicitó a Macri por triunfo presidencial)

-El secretario ejecutivo de la Mesa de la Unidad aseguró que en América Latina están soplando aires de cambio democrático-

Jesús Chuo Torrealba:

-Hay un conjunto de investigaciones pendientes, no?, ministros del régimen de Kirchner, envueltos en situaciones poco claras, en negociados poco claros con el gobierno venezolano. Maletas de dólares entrando y saliendo de la casa rosada, uno podría preguntarse: se va a saber eso ahora que Macri está en el poder? Cualquier acción que se produzca en la región, que rompa el vergonzoso silencio, la vergonzosa opacidad sobre los desmanes que en Venezuela ha perpetrado el gobierno, tiene que ser recibido con agrado y con beneplácito.-

Periodista:

-Torrealba aseveró que la Unidad no firmará el acuerdo electoral propuesto la Unasur.-

Jesús Chuo Torrealba:

-No es pertinente su contenido porque es la repetición de la propuesta de acuerdo a apriorístico que planteó el gobierno hace unos días, y no es pertinente porque ese no es el papel que le corresponde, que le cabe a una misión de observación.-

Periodista:

-Se refirió, además, a las denuncias del intercambio de posición de la tarjeta de la Unidad en algunos estados.-

Jesús Chuo Torrealba:

-La campaña más violenta del gobierno es la que hace a través de ese partido fantasma. Nosotros creemos que la decisión que tomó el CNE de retirar algunas piezas, de ese partido fantasma, es una medida en principio positiva pero, en realidad lo que no debería existir es esa tarjeta.-

Periodista:

-La coalición opositora señalo como positivo que el nuevo presidente de Argentina esté en defensa de la lucha por los derechos humanos en la región.-

Presentadora:

-El diputado y candidato a la reelección, Miguel Pizarro, denunció ante la fiscalía de la república las agresiones de la que fue víctima junto a simpatizantes, durante una actividad de campana en Petare, el pasado domingo.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: Pizarro denunció ante la fiscalía a pistoleros de Petare)

-Aseveró que espera pronta respuesta de los organismos del estado y que además expliquen porque esas armas de guerra están en manos de ciudadanos comunes, que impunemente actúan encapuchados y amedrentan.-

Miguel Pizarro:

-Consignamos videos tomados por vecinos desde las casas aledañas, donde se muestra claramente de donde vino la violencia y como activaron esas ametralladoras y esas armas automáticas contra los ciudadanos. A tan solo veinte metros de atrás donde disparaban, está el campo de béisbol, donde había práctica de bateo de los muchachitos de José Felix.-

Periodista:

-Indicó que esto no detendrá su trabajo de campana en el sector.-

Miguel Pizarro:

-Esto es claramente una demostración (muestra la foto de los atacantes y al lado una, de ellos haciendo campana) y un contraste de lo que nosotros representamos y lo único que les queda a ellos. Nosotros desde la Mesa de la Unidad Democrática, representamos la esperanza y el futuro para este país, ellos han quedado anclados al retroceso, en el odio y en la confrontación.-

Periodista:

-Señaló que no es la primera vez que personeros, identificados con el partido de gobierno atacan a los dirigentes de la oposición refiriéndose a las denuncias hechas por el gobernador Henrique Capriles y por Lilian Tintori. La Mesa de la Unidad Democrática ha rechazado todas estas agresiones.-

Presentadora:

-El candidato de la Unidad Democrática, Juan Guaidó, denunció este lunes frente a la sede de Bolivariana de Puertos, en Caracas, lo que calificó como despilfarro de los recursos destinados para equipos de carga en el puerto de la Guaira.-

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **“Se gastaron 600 millones de dólares en la compra de unas grúas que ni siquiera funcionan”**)

-Guaidó informó que el gobierno invirtió casi 600 millones de dólares en unas grúas para cargar y descargar contenedores, que no funcionan.-

Juan Guaidó:

-Solo modernizaron la forma, como estafaron al pueblo dado que en el caso del puerto de la Guaira, cuando no puede funcionar ni siquiera en simultáneo las grúas. Cuando ustedes ponen a funcionar las grúas en simultáneo se va a la fase del este de Vargas, es decir, se invirtieron casi 600 millones de dólares para aparatos que no se pueden utilizar en el estado Vargas.-

Periodista:

-Aseguró que estos recursos pudieron ser destinados a resolver la situación de crisis que enfrentan los hospitales del país.-

Juan Guaidó:

-600 millones de dólares que hoy están sin función, que son simplemente una escultura, un bonito ornato para la Guaira que no da respuesta a las sentidas necesidades del pueblo.-

Periodista:

-Exigió que se abra una investigación de inmediato a Bolipuertos.-

Juan Guaidó:

-Iremos inicialmente a contraloría, iremos a la comisión de Contraloría de la Asamblea Nacional, esta Asamblea Nacional que ya está en tiempo de transición. Esta Asamblea Nacional que el próximo 5 de enero del 2016, si se preocupará de los venezolanos.-

Periodista:

-Indicó que el próximo 6 de diciembre los ciudadanos podrán ponerle freno a la corrupción de Bolipuertos y demás empresas del Estado.-

Presentadora:

-Sin agua, sin comida y sin luz viven habitantes del estado Aragua desde hace más de un año. Y aunque la situación de servicios es crítica, el gobierno permanece indolente ante el sufrimiento de los ciudadanos.-

(Texto que aparece en el centro de la pantalla: Aragua quiere cambio)

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **Sectores de Aragua sin agua sin luz y sin comida**)

-En los sectores de La Cañada, Tejerías, San Mateo, Las Rosas, La Arenera, El Estadio, La Revenga y Sabaneta, en el estado Aragua, el agua llega con irregularidad solo dos días a la semana, y los apagones recurrentes mantienen en la oscuridad a los habitantes.-

Señora de Aragua que da su testimonio:

(Yuraima Rivero, Habitante del estado Aragua)

-No tenemos gobierno aquí. Aquí no hay gobierno.-

Entrevistadora:

-¿Se sienten ustedes abandonados?-

Señora:

-¡Súper!-

Entrevistadora:

-¿Qué es lo que pasa con la luz?-

Señora:

-No hay, no hay. Mira no ponen luz, nos marginan todos.-

Señora de Aragua que da su testimonio:

(Geisa Ramírez, habitante del estado Aragua)

-Hace poco se estaba yendo, todos los días se iba hasta tres horas.-

Señora de Aragua que da su testimonio:

(Yurbany Sánchez, habitante del estado Aragua)

-No se invierte en ningún área, específicamente en los servicios públicos, podemos ver, y vas a ver de fondo las imágenes que tiene, como nuestras calles están así, alcantarillas, aguas desbordadas, tanto de aguas blancas como de aguas negras.-

Señor de Aragua que da su testimonio:

(Silfredo Echesurias, habitante del estado Aragua)

-El problema de los apagones que daña los equipos, no nos permite trabajar, hay quienes traemos trabajo para la casa de noche y cosas así.-

Periodista:

-La candidata por el circuito 3 del estado Aragua, Karin Salanova, explicó que el gobierno no ha invertido en mejorar la crisis de electricidad y la falta de agua.-

Karin Salanova:

-Ves las colas como están, ve las condiciones de deterioro en que están los 5 municipios los cuales quiero representar, y por eso es que hoy también digo que hay una escasez del ejecutivo municipal, porque no hay esas personas que le controlen a todo el ejecutivo la distribución. Tenemos que salir a votar, esto es un problema no de partidos políticos, esto es un problema de país, y aquí yo hablo como madre. Yo agarre esta lucha es porque yo creo que mi país debe mejorar.-

Periodista:

-Por su parte el representante de Primero Justicia, Daniel Blanco, indicó que además de estos problemas, la falta de producción y el abandono de las tierras en el estado Aragua, ha incrementado la escasez y el desabastecimiento.-

Daniel Blanco:

-En esta unidad de producción social, Paula Correa, el presidente Chávez, el de octubre del año 2010 la inaugura, y prometió que desde aquí se iban a producir más de 800 toneladas de leguminosas granos, etc., hortalizas, y hoy en ese momento en 2010 a la fecha, no ha salido la primera cosecha.-

Periodista:

-Los ciudadanos nos dejaron claro que en Aragua, quieren cambio.-

(Texto en el centro de la pantalla: Aragua quiere cambio)

Presentadora:

-Y bien amigas y amigos, hasta aquí nuestra emisión de este lunes. Gracias por acompañarnos y seguir atentos a Reporte Unidad, donde les estaremos llevando las noticias que a usted le interesan, dichas sin censura.-

Conclusión gráfica y musical de Reporte Unidad.

Publicación # 38:

Titulares de Reporte Unidad 24/11/2015

Periodista:

(Texto que acompaña la noticia: **Guevara: ciudadanía debe vencer amenazas del gobierno**)

- **-A doce días de las elecciones, Unidad refuerza Plan Voto Seguro.-**

(Texto que acompaña la noticia: **Olalquiaga: Ahora comerciantes enfrentan terrorismo de estado**)

- **-Conindustria cierra 2015 en cifras rojas por deuda del gobierno-**

(Texto que acompaña la noticia: Registro electoral mesas y centros)

- -Conozca datos de interés sobre proceso comicial del 6D-

Periodista:

-Detalles esta noche en Reporte Unidad-

Publicación # 39:

Titulares Reporte Unidad 25/11/2015

Introducción gráfica y musical de Reporte Unidad.

Periodista voz en off:

(Texto que acompaña las imágenes: “**Torrealba: ‘con un mecanismo electoral podemos decirle a Maduro pá fuera’**”)

- -“**La Unidad presento plan de leyes ‘Rescatemos a Venezuela’**”-

(Texto que acompaña las imágenes: “CEV: jornada de oración por elecciones en paz”)

- -“**Cardenal: ‘Rechazamos la violencia e instamos a respetar resultados’**”-

(Texto que acompaña las imágenes: “**Madre de López denunció nueva agresión a Lilian**”)

- -“**Defensa de López apelación de sentencia paralizada**”-

Periodista voz en off:

-“Detalles esta noche en Reporte Unidad.”-

Publicación # 41:

Titulares Reporte Unidad 26/11/2015

Introducción gráfica y musical de Reportes Unidad.

Periodista:

(Texto que acompaña las imágenes: “**Rummy Olivo: ‘El país es de todos, saldremos a votar’**”)

- -“**Ramos Allup: ‘Nada detendrá a la votación masiva.**

(Texto que acompaña las imágenes: “**Se ubicó en 110 mil bolívares**”)

- -“**Cada vez más lejos cubrir costos de canasta básica.**”

(Texto que acompaña las imágenes: “**Insisten que no estás dadas las condiciones**”)

- -“**Profesores universitarios retornan a clases pese a deficiencias**”-

-“Detalles esta noche en Reporte Unidad”-

Conclusión gráfica y musical de los Titulares de Reporte Unidad.

Publicación # 45:

Reporte Unidad 27/11/2015

Introducción gráfica y musical de Reporte Unidad.

Presentadora: -“Bienvenidos a Reporte Unidad de este viernes 27 de noviembre de 2015.

Estos son los titulares:

Voz en off:

- (Texto que acompaña el titular: **Realizaron una asamblea popular en Maca – Petare**) -“**Comando Venezuela Unida, intensifica campaña cara a cara**”-
- (Texto que acompaña el titular: **Exigen establecer sanciones penales por uso de símbolos Unidad**) – “**Unidad introduce en el Tribunal Supremo de Justicia recurso de amparo contra el CNE**”
- ((Texto que acompaña el titular: Organizaciones políticas enseñan como votar) – “**Juventud Un Nuevo Tiempo activa puntos azules para enseñar a votar.**”-

Presentadora:

-“¿Qué tal amigas y amigos? Yo soy su servidora Lila Moreno, presentando para ustedes Reporte Unidad que pueden seguir a través de nuestra página web y también en las diferentes redes sociales. Comenzamos de inmediato con las informaciones:

- -“A nueve días de la cita electoral, que convoca a los venezolanos para la escogencia de diputados y diputadas, a la Asamblea Nacional, la Unidad Democrática refuerza su trabajo cara a cara. ‘Juntos somos poderosos! Unidos Invencibles!’ Eso nos dijo en candidato Miguel Pizarro durante el acto realizado en Maca, Petare.”-

(Imagen de los candidatos entre el pueblo de Petare)

Pueblo:

-“Vota por Pizarro, que por Pizarro voto yo!” “Abajo a la izquierda, en la esquina la de la manito”-

Periodista, voz en off:

(Texto que acompaña la noticia: Los petareños están convencido que Venezuela necesita un cambio) -“La Unidad Democrática realizó este viernes una asamblea popular en el obelisco de Maca, en Petare con los candidatos Miguel Pizarro, Delza Solórzano y el secretario ejecutivo de la alianza Jesús Chuo Torrealba.

-La convocatoria estuvo acompañada por los habitantes de este sector quienes están convencidos de que Venezuela necesita un cambio y será posible el próximo 6 de Diciembre”-

Chuo: -“Los próximos 9 días son de construcción del triunfo necesario, del triunfo posible y necesario del próximo 6 de diciembre. Y ese triunfo es de abajo hacia arriba, de adentro hacia afuera y desde el corazón de los sectores populares, construyendo patria, construyendo paz, construyendo alegría, porque de esa manera es como se vence a la violencia y a la tristeza, con alegría! Con esperanza. Como decía anoche el tío Simón: ‘Mi querencia es Venezuela’ Mi querencia es este país, y por eso estoy aquí al lado de estos dos luchadores sociales”-

Periodista, Voz en off:

-“Por su parte Solórzano aseguró que incluso la comunidad chavista pero no madurista de Petare, va a salir a votar por el cambio”

Solórzano:

-“Nosotros hemos recorrido miles de hogares, conversado con cientos de personas en los sectores más humildes, más populares, en la Cascarita, en Guaremal, en la Gunetica, en el Nacional, en cada uno de nuestros sectores populares, como el Kilómetro 18 o Brisas de Oriente. Por eso, incluso le hemos dado la bienvenida esta semana a un grupo maravilloso de chavistas con Delza, porque la verdadera unidad se forja desde el corazón del pueblo, un pueblo que hoy se abraza, no solamente en la calamidad que hoy vivimos, sino que también se va a abrazar en la solución a nuestros problemas.”-

Periodista, Voz en off:

-“Finalmente el candidato de la Unidad Democrática en Petare, Miguel Pizarro, afirmó que ante una crisis económica y social tan preocupante, los petareños decidieron unirse para rescatar su dignidad y su calidad de vida”-

Miguel Pizarro:

-“Aquí estamos en Maca, en el obelisco de Maca en el corazón de Petare, donde hoy palpita una nueva mayoría. Que nada nos detenga! Que nada nos haga pensar que es imposible! Con nuestra organización, con nuestra convicción, pero sobre todo con la fuerza de urbanizaciones de sectores populares, remando en una sola dirección todos los venezolanos nos haremos sentir. El 6 de diciembre pasará a la historia como el día en que empezó el cambio. El 6 de diciembre pasará a la historia como ese día del abrazo fraterno, donde como un solo pueblo nos unimos en torno a las soluciones. Que nada nos haga pensar que somos imposibles! Juntos somos poderosos! Pero unidos somos invencibles!-”

Periodista, voz en off:

-“Con entusiasmo y alegría, los petareños reafirmaron una vez más su apoyo con los candidatos del cambio”-

Presentadora:

-“La Unidad Democrática introdujo un recurso de amparo constitucional ante el Tribunal Supremo de Justicia, en el cual se exige establecer sanciones penales a las organizaciones políticas como el Min Unidad, que intentan imitar la tarjeta de la Mesa de la Unidad y contribuir al fraude y estafa al elector”-

Periodista:

-“El secretario ejecutivo de la Unidad Democrática, reiteró el rechazo a la acción ilegal de Min Unidad de imitar la tarjeta de la MUD”-

Chuo Torrealba:

-“ ! No estamos hablando de una irregularidad electoral, no! ¡Estamos hablando de un presunto delito, estamos hablando de estafa, de fraude al elector! Y lo hacemos ante el TSJ, porque estamos introduciendo este recurso, no contra el partido fantasma, sino contra quien le da el garrote: contra el Consejo Nacional Electoral.”-

Periodista:

-“El abogado de la coalición opositora indicó que se podría sancionar hasta por 15 meses y de manera penal, a la directiva del CNE y se procede con el recurso de amparo.”-

Abogado:

-“El CNE permitió, que al lado de la tarjeta que representa la Mesa de la Unidad Democrática, existieran dos tarjetas que tienen la palabra ‘Unidad’, a pesar de representar opciones diferentes a lo que eventualmente pudiera ser los candidatos y la oferta electoral de la Mesa de la Unidad Democrática.”-

-“Que se le ordene a las organizaciones con fines políticos se abstengan de realizar propaganda electoral utilizando los símbolos y colores de la Mesa de la Unidad Democrática, de acuerdo a lo que establece el artículo 75 cardinal 11 de la Ley Orgánica de procedimientos electorales”-

Periodista:

-“La propaganda electoral de tarjetas que imiten a la de la Mesa de la Unidad, viola los artículos 117 y 143 de la constitución, al igual que la Ley Orgánica de Procesos Electorales”-

Presentadora:

-“Los jóvenes y activistas están concentrados en enseñar a la gente como votar, esto para evitar confusiones con las tarjetas engañosas del gobierno. Así como se curó Gustavo Juanes, subsecretario de movilización de Un Nuevo Tiempo”-

Periodista:

-“Aseveró que ya están activados más de cien puntos azules a nivel nacional, (Frase que acompaña a las imágenes: “Un Nuevo Tiempo precisó que más de 100 puntos azules están activados”) los cuales servirán para la enseñanza técnica del voto por la tarjeta de la Unidad.”-

Gustavo Panis, (Frase que acompaña la imagen: Gustavo Panis, Sub Secretario de la Movilización UNT):

-“Hemos desplegado puntos azules por todo el país, como lo tenemos aquí, un ejemplo, con la estructura de Chacao, para enseñar a la gente a votar, porque el gobierno con sus tarjetas piratas y sus candidatos piratas no nos va a desviar ni un solo voto.”-

Periodista:

-“Recalcó la importancia de la actuación de los testigos y ciudadanos el día de la votación”-

Gustavo Panis (Frase que acompaña la imagen: Gustavo Panis, Sub Secretario de la Movilización UNT):

-“Vamos a estar todos los jóvenes. Todas las estructuras y aprovechamos para hacerle un llamado a toda la ciudadanía a defender los votos en los centros de votación”-

Periodista:

-“Desde este sábado a las 9 de la mañana, estarán puntos azules de los partidos que integran la Mesa de la Unidad Democrática, en la Plaza Brión de Chacaíto instalados.”-

Presentadora:

-“Un total de 1799 personas aspiran a un curul en la Asamblea Nacional, veamos de qué se trata”-

Voz el off (explicación en la pantalla, imágenes y texto acompañan la explicación)

-“En esta próxima contienda electoral se medirán 1799 candidatos, 671 mujeres y 1128 hombres. Para la representación indígena se postularon 4 candidatas y 15 candidatos. Solo dos bloques partidistas La Mesa de la Unidad Democrática y el Psuv fueron los dos factores que presentaron candidaturas para las 87 circunscripciones de Venezuela, el resto de los partidos independientes se postularon en algunos estados.”-

Presentadora:

-“El periodista Nelson Bocaranda resaltó en nuestra sección, ‘Por qué cambiar la Asamblea Nacional?’, que eligiendo nuevos diputados con visión democrática empezará el cambio del país que tanto anhelan los venezolanos”-

(Texto en pantalla: “Por qué cambiar la AN?”)

Nelson Bocaranda:

(Texto que acompaña la imagen: Nelson Bocaranda, Periodista)

Bocaranda:

-“Cambiando la Asamblea empezamos a cambiar y a rescatar y a recuperar el país en estos 16 años perdidos de puro retroceso y robo, aprobado ese robo en esa Asamblea, porque la cantidad de crédito adicionales son mayores que todos los presupuestos, es decir no hay un recibo de nada, no se ha presentado cuenta de nada. Los únicos que han acusado para ir a prisión o hacerle juicio es los que le han quitado rial a alguno de los funcionarios rojos rojitos, pero si no se meten con ellos ahí están felices y contentos, dilapidando ese dineral que nos entró como nunca en ningún país. Son mil quinientos millones de millones, o dos mil millones de millones, porque no hay ni una cuenta, desde la Asamblea se empieza a cambiar el país, a recuperar la Venezuela que queremos. Teníamos una Venezuela mejor que esta, pero queremos una todavía mejor que la que teníamos. Eso lo podemos lograr desde la Asamblea, en paz, en convivencia, con orden, con justicia sobre todo, que no dependa esa Asamblea de lo que le dé la gana al presidente al gobierno, no! Que lo hagan en democracia, que lo hagan con tu voto. Por eso yo creo que, si alguna elección es clave para salvar al país, vengo cubriendo elecciones desde el año Cincuenta y ocho, esa no la cubrí pero en esa voté, fue el primer año que se votó, pero de verdad que hay que hacer todo lo para que el 6 de diciembre empiece tu Venezuela, nuestra Venezuela a cambiar. Y esa Asamblea es clave para eso!”- (Texto: “Por qué cambiar la AN?”)

Presentadora:

-“Y bien amigas y amigos, y hasta aquí nuestra emisión de este viernes. Gracias por acompañarnos y seguir atentos a Reporte Unidad donde les estaremos llevando las noticias que a usted le interesan dichas sin censura”-

Conclusión gráfica y musical de Reporte Unidad.

Publicación # 47:

Titulares Reporte Unidad 30/11/2015

Introducción gráfica y musical de los titulares de las noticias.

Voz en off, periodista:

- “-**Unidad solicita a la FAN** (Texto al pie de página: “**Ciudadanos sin uniforme se dirigen a los ciudadanos con uniforme**”) **respetar voluntad popular.-**”
- “-**Ciudadanos** (Texto al pie de página: “**Una asamblea nacional en favor del pueblo**”) **llaman a votar y esperan prevalezca el diálogo.**”
- “- En la Asamblea (Texto que acompaña las imágenes: Un comentarista, un músico y un chef nos dicen porque cambiar la AN”) Nacional equilibrio de poderes y leyes para el colectivo.”

Voz en off, periodista: -“Detalles esta noche en Reporte Unidad”-.

Conclusión gráfica y musical de los titulares de los Reporte Unidad.

Publicación # 52:

Titulares de Reporte Unidad del 1/12/2015:

Periodista:

- “-Unidad recibe acompañamiento internacional.-” (Frase que acompaña el titular: “**Instan a medios de comunicación a difundir lo que ocurra**”)
- “-Comando Venezuela Unida, reitera exigencias a UNASUR.-” (Frase que acompaña el titular: “Encuentro con técnicos”)
- “-Ciudadanos a sufragar y cuidar el voto.-” (Frase que acompaña el titular: “Guevara invita a defender el voto el 6D a las 6”)

3. Direcciones digitales de las publicaciones de la MUD en Facebook

- 1) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153267690378753/>
- 2) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153267819693753/>
- 3) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153268260793753/>
- 4) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153268328908753/>
- 5) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153268335093753/>
- 6) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153272284308753/>
- 7) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153272291043753/>
- 8) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153272626218753/>
- 9) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153272663003753/>
- 10) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153272892323753/>
- 11) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153273616583753/>
- 12) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153273736008753/>
- 13) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153274312468753/>
- 14) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153274416083753/>
- 15) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153275153303753/>
- 16) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153275657883753/>
- 17) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153275938703753/>
- 18) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153275980733753/>
- 19) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153276772193753/>
- 20) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153277419448753/>
- 21) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153277626113753/>
- 22) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153277726333753/>
- 23) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153278480978753/>
- 24) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153278658138753/>
- 25) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153279316403753/>
- 26) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153279384793753/>
- 27) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153280521993753/>
- 28) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153280526628753/>

- 29) <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10153280741188753.1073741850.217057143752&type=3>
- 30) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153279143648753/>
- 31) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153280807628753/>
- 32) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153284029058753/>
- 33) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153284152713753/>
- 34) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153284178903753/>
- 35) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153284220303753/>
- 36) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153285054083753/>
- 37) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153285646508753/>
- 38) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153285773548753/>
- 39) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153287385573753/>
- 40) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153288777038753/>
- 41) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153289054378753/>
- 42) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153290024883753/>
- 43) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153290106428753/>
- 44) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153290619368753/>
- 45) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153291319648753/>
- 46) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153295367768753/>
- 47) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153296142303753/>
- 48) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153296958668753/>
- 49) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153297201168753/>
- 50) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153297284148753/>
- 51) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153297417198753/>
- 52) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153297775098753/>
- 54) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153302455973753/>
- 53) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153300121148753/>
- 55) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153303972958753/>
- 56) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153303981268753/>
- 57) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153304008453753/>
- 58) <https://www.facebook.com/UnidadVenezuela.org/videos/10153304242858753/>

4. Partido Socialista Unido de Venezuela

a. Cuadro 3

Tabla de recolección de las reacciones emitidas en las publicaciones del perfil de Facebook del PSUV durante la campaña del 6D (13 de Nov. Al 5 de Dic.)

MATRIZ DE ANÁLISIS PSUV					
Unidades de análisis	Subtipo	Categoría	Valoración	Percepción	A quien se refiere
#1	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#2	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	CNE
#3	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#4	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#5	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#6	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#7	Sanción Social	Veracidad	Positivo	Implícito	La Revolución
#8	Sanción Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
#9	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#10	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Trabajadores
#11	Sanción Social	Adecuación	Negativo	Implícito	La MUD

#12	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	La Revolución
#13	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Candidatos del Gobierno
#14	Sanción Social	Veracidad	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
#15	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#16	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#17	Sanción Social	Veracidad	Negativo	Explícito	La MUD
#18	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
#19	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Campaña del gobierno
#20	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Trabajadores
# 21	Estimación Social	Tenacidad	Positivo	Implícito	El pueblo
# 22	Sanción Social	Adecuación	Positivo	Implícito	Gobierno de Nicolás Maduro
# 23	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	CNE
# 24	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	CNE
# 25	Estimación Social	Capacidad	Positivo	Implícito	Candidatos del gobierno

b. Cuadro 4

Tabla de publicaciones (fecha, texto y tipo de contenido), en el perfil de Facebook del PSUV, durante el periodo de campaña del 6D (del 13 de Nov al 5 de Dic.)

Publicación	Fecha	Texto que acompaña la publicación	Contenido
Publicación # 1	13/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 2	14/11/2015	Texto a analizar	CNE
Publicación # 3	16/11/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro
Publicación # 4	16/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 5	16/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 6	17/11/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro
Publicación # 7	17/11/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro
Publicación # 8	19/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 9	20/11/2015	Texto a analizar	Otros
Publicación # 10	20/11/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro
Publicación # 11	20/11/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro

Publicación # 12	20/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 13	21/11/2015	Texto a analizar	Rechazo a la Oposición
Publicación # 14	21/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 15	21/11/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro
Publicación # 16	21/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 17	22/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 18	22/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 19	22/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 20	22/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 21	22/11/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro
Publicación # 22	23/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 23	24/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 24	24/11/2015	Texto a analizar	Otros
Publicación # 25	25/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 26	25/11/2015	Texto a analizar	Rechazo de la Oposición
Publicación # 27	25/11/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
	26/11/2015	Texto a analizar	Otros

Publicación # 28			
Publicación # 29	26/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 30	27/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 31	29/11/2015	No hay texto	Otros
Publicación # 32	30/11/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 33	1/12/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 34	2/12/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 35	2/12/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 36	2/12/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro
Publicación # 37	3/12/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 38	3/12/2015	Texto a analizar	Campaña del Gobierno
Publicación # 39	3/12/2015	Texto a analizar	Otros
Publicación # 40	4/12/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 41	5/12/2015	Sin Texto que acompaña la publicación	Conteo Regresivo
Publicación # 42	5/12/2015	Texto a analizar	CNE
Publicación # 43	5/12/2015	Texto a analizar	Otros
Publicación # 44	5/12/2015	Texto a analizar	CNE
	5/12/2015	Texto a analizar	CNE

Publicación # 45			
Publicación # 46	6/12/2015	Texto a analizar	Nicolás Maduro

Publicaciones y unidades del PSUV

Publicación # 1:

GPPSB comienza campaña en Aragua con concentraciones en sus 4 circuitos electorales

Con concentraciones en los cuatro circuitos electorales del estado comienza este viernes el Gran Polo Patriótico Simón Bolívar (GPPSB) la campaña electoral en Aragua, al centro norte del país, con miras a los comicios parlamentarios del próximo 6 de diciembre.

Estos encuentros con el pueblo revolucionario y los candidatos socialistas comenzarán en horas de la tarde, en diferentes puntos de la entidad.

Publicación # 2:

CNE realizará auditoría de infraestructura tecnológica este 16 y 17 de noviembre

Entre el lunes 16 y martes 17 de noviembre se realizará auditoría de la infraestructura de la plataforma tecnológica electoral, de acuerdo con el cronograma del Consejo Nacional Electoral (CNE), de cara a los comicios parlamentarios de próximo 6 de diciembre.

La infraestructura de comunicación es otro de los componentes del Sistema Electoral venezolano, y su verificación consiste en la revisión de los medios de transmisión

utilizados entre las máquinas y los centros de totalización que se utilizarán en las parlamentarias.

Publicación # 3:

Presidente de Nicaragua se solidariza con Venezuela en su lucha por la paz

El presidente de Nicaragua, Daniel Ortega, manifestó este domingo 15 de noviembre, su solidaridad a su homólogo venezolano, Nicolás Maduro, en la lucha que está librando por la paz, y recordó que el país suramericano es un factor de estabilidad y seguridad para la región latinoamericana.

“No se les quiere respetar que puedan desarrollar estas elecciones de forma soberana, y de forma pacífica. Y le expresamos a Nicolás nuestra solidaridad en esta lucha por la paz que ellos están librando”, expresó Ortega.

Publicación # 4:

Zulay Aguirre participó en Casa por Casa en la parroquia Santa Teresa.

La candidata del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) por el circuito n° 2 de Caracas Zulay Aguirre, a la Asamblea Nacional, estuvo presente en la Parroquia Santa Teresa junto a los militantes y pueblo en general, en un recorrido por los urbanismos y calles de dicha parroquia.

El recorrido que comenzó desde la plaza la Concordia desde muy tempranas horas de la mañana, estuvo acompañado de una gran caravana con música, consignas y mucha alegría.

Publicación # 5:

Ortega: Organización de las fuerzas revolucionarias garantizará victoria del 6D

El jefe de Comando de Campaña Bolívar Chávez en el estado Carabobo, Saúl Ortega, destacó este lunes el nivel de organización de las fuerzas revolucionarias en la entidad, como parte de la campaña electoral que arrancó el pasado viernes 13 de noviembre en todo el territorio nacional, de cara a los comicios parlamentarios del próximo 6 de diciembre.

“Estamos esperanzados y contentos con el arranque de la campaña. Ha habido una demostración de fuerza, movilización, organización, entusiasmo y alegría, tanto de los candidatos, como de los comandos. En cada centro ha habido un despliegue extraordinario. Desde ya, podemos ver que vamos rumbo a una victoria perfecta en la entidad, y en consecuencia a un debacle de la oposición”, resaltó Ortega.

Publicación # 6:

Revolución Bolivariana impulsa la construcción del desarrollo productivo del país

Durante la inauguración del último tramo de la autopista centro occidental Cimarrón Andresote, arteria vial que enlaza a los estados Carabobo y Yaracuy, el presidente de la República, Nicolás Maduro, indicó que la Revolución Bolivariana impulsa obras de vialidad para contribuir con el desarrollo productivo y social del país.

“La Revolución va paso a paso construyendo, cubriendo el espacio de Venezuela de desarrollo, las inversiones públicas en infraestructura, en vialidad, (eso) es desarrollo económico y es desarrollo social, es bienestar, **es vivir viviendo**”, dijo Maduro en

transmisión de Venezolana de Televisión desde el Distribuidor Palma Sola, de la entidad central.

Publicación # 7:

Presidente Maduro: La Revolución es el único cambio verdadero

Este martes, el Presidente de la República, Nicolás Maduro, destacó que es la Revolución la que ha propiciado y continuará los verdaderos cambios en Venezuela.

"Nosotros somos la Revolución, y la Revolución es el cambio permanente, el único cambio posible y verdadero", expresó durante una jornada de trabajo en el estado Carabobo, transmitido por Venezolana de televisión, en la que llamó al pueblo a fortalecer ese cambio con más trabajo colectivo.

"Tenemos que ir haciendo patria en cada esquina, en cada calle, en cada pueblo, en cada universidad", llamó.

Publicación # 8:

Candidatos regionales destacan ímpetu del pueblo para defender el 6D conquistas revolucionarias.

El pueblo empoderado ha entendido que los comicios parlamentarios del 6 de diciembre, más allá de una elección de candidatos, son para defender a través del voto las conquistas revolucionarias, así como contrarrestar el sabotaje económico que han perpetrado sectores de la derecha en alianza con empresarios a favor de la oligarquía y el capitalismo para generar malestar en los ciudadanos.

En esta idea coincidieron los candidatos revolucionarios a las parlamentarias del 6D Miguel Rodríguez, por el estado Amazonas, y Rafael Calles, por el estado Portuguesa, en entrevista este jueves en el programa El Desayuno, de Venezolana de Televisión.

Publicación # 10:

Presidente Maduro se reúne esta tarde con Federación de Estudiantes de Educación Media

El presidente de la República, Nicolás Maduro, anunció que se reunirá este viernes con los integrantes de la Federación de Estudiantes de Educación Media, en una actividad que se **llevará a cabo en el Liceo Bolivariano Fermín Toro, de Caracas.**

Este encuentro servirá para que el Jefe de Estado participe en el acto de clausura del IV Congreso Nacional de Educación Media, al que asisten 447 voceros estudiantiles de todo el país.

Publicación # 11:

Maduro: Trabajadores son el soporte de la Patria productiva

El presidente de la República, Nicolás Maduro, destacó este viernes que los trabajadores constituyen el soporte de la Patria productiva, por lo que llamó a fortalecer las políticas de atención a toda la administración pública.

“Los trabajadores son el soporte de nuestra Patria. Así es y así será cada día que pase. Trabajadores dinámicos, productivos, comprometidos”, expresó en transmisión conjunta de radio y televisión.

Publicación # 13:

Promotores del criminal paro petrolero de hace 13 años hoy quieren curules el 6D

Este 21 de noviembre se cumple 13 años de la convocatoria al paro petrolero en Venezuela, cuyos actores políticos agrupados en esa época en la extinta Coordinadora Democrática, hoy (ahora aglutinados en la autollamada Mesa de la Unidad Democrática) piden al pueblo que voten por ellos como candidatos a diputados a las venideras elecciones parlamentarias del 06 de diciembre.

En ese grupo figuraban Julio Borges y Henry Ramos Allup, hoy candidatos para ser diputados. Otros que participaron activamente en el paro petrolero, hoy aunque no son candidatos, sí promueven sus propios candidatos a la Asamblea como ejemplo Henrique Capriles Radonski, con sus candidatos Rafael Guzmán y Adriana D' Elía en Miranda o Andrés Velásquez con Américo De Grazia en el estado Bolívar.

Publicación # 15:

Presidente Maduro: El Comandante Chávez nos dejó una patria y debemos defenderla

El presidente de la República, Nicolás Maduro, exhortó este sábado a los estudiantes universitarios, que este 21 de noviembre celebran su día, a defender los avances y conquistas sociales alcanzadas en la Revolución Bolivariana, ante las pretensiones entreguistas de la derecha venezolana.

El Presidente se dirigió a los estudiantes universitarios que este sábado marcharon hasta el Palacio de Miraflores, y llamó a toda la juventud venezolana a asumir su rol protagónico en la construcción de la patria socialista, y a defender con conciencia todos los logros sociales alcanzados en Revolución.

Publicación # 16:

Estudiantes celebran inclusión universitaria junto a los candidatos del GPPSB

Prensa PSUV.- Este sábado, los estudiantes universitarios del estado Apure salieron a recorrer las calles a favor de la inclusión universitaria en Revolución y en apoyo a las candidatas y candidatos del Gran Polo Patriótico Simón Bolívar (GPPSB), rumbo a la victoria perfecta del 6 de diciembre.

El candidato de la Patria Orlando Zambrano, aseveró que los estudiantes universitarios han venido desarrollando una gran batalla, “una batalla que ha permitido ayudar a la construcción de esta Patria”.

Publicación # 18:

Encuesta Hinterlaces revela mayoría de intención de voto chavista en circuito 1 de Monagas

El periodista José Vicente Rangel, reveló este domingo la encuesta realizada a electores del circuito 1 del estado Monagas, comprendido por los municipios Maturín, Libertador, Sotillo y Uraoa, e donde la intención de voto por el chavismo está por encima de otras fuerzas políticas.

Mediante 500 entrevistas aplicadas directamente en hogares del mencionado circuito, entre el 2 y 6 de noviembre de 2015, se consultó: “si el próximo domingo se realizaran las elecciones a las Asamblea Nacional ¿por quién votaría usted?, obteniendo los candidatos del chavismo 44%, los candidatos de oposición 39%, independientes 13%, no sabe/no contesta 4%.

Publicación # 19:

Meléndez destaca que el 1×10 está funcionando en Lara desde el toque de diana

La vicealmiranta Carmen Meléndez, candidata a diputada a la Asamblea Nacional por el estado Lara, afirmó vía Venezolana de Televisión que la organización del 1×10 “está funcionando desde el toque de diana”, en horas de la madrugada de este domingo, día del segundo simulacro organizado por el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).

Desde la parroquia Juan de Villegas, la aspirante dejó ver la alegría “de todos los comandos regionales y municipales activados” desde el inicio de la jornada dominical. “Están activadas las 1051 UBCh en esta gran fiesta de la democracia”, declaró rodeada de una gran cantidad de militantes larenses.

Publicación # 20:

Arias Cárdenas destacó organización en simulacro en Zulia

El jefe político del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) en el estado Zulia, Francisco Arias Cárdenas, declaró desde el sector La Chinita, donde “con trabajo y constancia se ha venido ganando” en cada desafío electoral.

En el marco del segundo simulacro electoral organizado por el Gran Polo Patriótico Simón Bolívar (GPPSB), informó que “en Zulia estamos desplegados con fuerza, con organización, con cariño y fe”.

Publicación # 26:

Castro Soteldo: Candidatos de la oposición son unos ‘cara e tabla’ que pretenden mentir al pueblo

Prensa / GPPSB Portuguesa.- Wilmar Castro jefe político del comando Bolívar Chávez, señaló que el arma de la oposición y la oligarquía es el miedo, la mentira, el falso discurso, y la promesa de un cambio que data de antiguos Presidentes venezolanos.

El jefe de la Revolución en la entidad, acusó a sectores de la oposición de ‘cara e’ tabla’, porque vienen a mentirle al pueblo que aprendió y que tuvo un maestro como Hugo Chávez, “a esa oligarquía le da asco el pueblo, van a sabotear en la Asamblea Nacional (AN), no aprobarán un proyecto al Poder Popular”, aseguró.

Publicación # 27:

Cabello: Este 6 de diciembre el pueblo consciente defenderá la revolución

El dirigente revolucionario Diosdado Cabello resaltó que este 6 de diciembre, día de las elecciones parlamentarias, el pueblo consciente dirá: “estamos en una revolución y hay que defenderla”.

Este miércoles, durante la entrega de 200 nuevos taxis a transportistas monaguenses, Cabello recalcó que este tipo de entregas representan actos de justicia que sólo son posibles en socialismo.

Publicación # 35:

Al calor del pueblo: Huracán Bolivariano se desplegó en cierre de campaña de Monagas

Prensa PSUV.- El huracán bolivariano se movilizó en todos los municipios del estado Monagas para cerrar con broche oro la campaña del Gran Polo Patriótico Simón Bolívar (GPPSB) rumbo a las elecciones parlamentarias de este domingo 6 de diciembre.

Durante su intervención, el primer vicepresidente del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), Diosdado Cabello manifestó que la oposición negó el Presupuesto 2016 en la sesión ordinaria de la Asamblea Nacional que se realizó este martes al votar en contra de la construcción de viviendas, de las pensiones y de todos los planes sociales de la Revolución Bolivariana.

Publicación # 36:

Maduro: La clase obrera es la constructora del socialismo productivo del siglo XXI

El presidente de la República, Nicolás Maduro, llamó este miércoles a la juventud trabajadora y a la clase obrera de Venezuela a impulsar la productividad y la soberanía económica de la nación.

“Se lo juro a Venezuela: en cada área productiva lograremos ser una potencia, lograremos vencer a la burguesía parasitaria (...) la patria se defiende construyéndola, y la clase obrera es la constructora del socialismo productivo del siglo XXI”, expresó el Presidente, en transmisión conjunta de radio y televisión desde la primera planta de autobuses Yutong, que fue inaugurada en el estado Yaracuy.

Publicación # 38:

Cabello: El 6D el pueblo saldrá a votar por los candidatos de la revolución y de la Patria

En las elecciones parlamentarias del domingo 6 de diciembre el pueblo va salir a votar por los candidatos del Gran Polo Patriótico (GPP), con el objetivo de profundizar las conquistas sociales obtenidas en 16 años, expresó este miércoles el primer vicepresidente del Partido Socialista Unido de Venezuela (Psuv), Diosdado Cabello.

“Estamos para decir las verdades de la Revolución, nada ni nadie nos debe callar, a un revolucionario no lo calla ni la muerte”, expresó Cabello en su programa semanal Con El Mazo Dando, en transmisión de VTV.

Publicación # 42:

Unasur: Venezuela es el único país del continente que audita 54% de las mesas.

Este viernes, el Coordinador General de la Misión de Acompañamiento Electoral de la Unión de Naciones Sudamericanas (Unasur), José Luis Exeni, indicó que Venezuela es el único país de Latinoamérica que audita un 54% de las mesas electorales y que ofrece un comprobante de voto.

“En América Latina solo existen dos países, Brasil y Venezuela, que han avanzado hacia el voto electrónico y solamente Venezuela asume esa medida adicional de una boleta de resguardo que después se somete a una auditoria de verificación ciudadana con el 54% de las mesas”, dijo durante una rueda de prensa transmitida por Venezolana de Televisión.

Publicación # 44:

Lucena: Están dadas todas las garantías para desarrollar jornada electoral en paz

Todas las garantías están dadas para que la jornada de las elecciones parlamentarias de este domingo se desarrolle en paz y en total tranquilidad, expresó este sábado la presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE), Tibusay Lucena.

“El proceso electoral se ha desarrollado hasta ahora con gran tranquilidad, con gran firmeza, con gran orden, perfectamente en todos los extremos cumplidos del cronograma electoral desde el punto de vista logístico, jurídico, humano”, indicó en transmisión de Venezolana de Televisión.

Publicación # 45:

Ejercicio de voto está garantizado en municipios fronterizos con estado de excepción

El ejercicio de voto para los comicios parlamentarios de este domingo, en los que se elegirán 167 diputados para el período parlamentario 2016-2021, está garantizado en los municipios fronterizos decretados en estado de excepción constitucional desde septiembre pasado.

El desarrollo de la jornada se desarrollará con las garantías de seguridad necesarias en los estados Táchira, Amazonas, Zulia y Apure.

“Algunos municipios del estado Zulia tienen el 100%; en Apure, estamos instalados el 100%; Táchira, tenemos el 100% y Amazonas”, indicó este sábado la presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE), Tibusay Lucena, quien detalló que está por activarse la conexión de las máquinas electorales en dichas circunscripciones.

Publicación # 46:

Presidente Maduro: Los diputados que resulten electos legislarán para el pueblo

Prensa / PSUV.- Este domingo, el presidente del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), Nicolás Maduro, expresó los 167 diputadas y diputados que resulten electos para la Asamblea Nacional (AN) legislen para el pueblo, por el desarrollo de una economía productiva, no dependiente y que respeten al poder popular.

Luego de ejercer su derecho al voto en el Liceo Miguel Antonio Caro, manifestó su deseo para que los diputados y diputadas electos sepan “la sabiduría que emana del Poder Popular, y de esa maravillosa forma de las comunas, de los consejos comunales, y de los movimientos sociales que han surgido”.

Direcciones de las publicaciones del PSUV en el Facebook

- 1) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153131411481857/?type=3>
- 2) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153133115161857/?type=3>
- 3) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153135445806857/?type=3>
- 4) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153135768366857/?type=3>
- 5) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153135886296857/?type=3>
- 6) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153137258476857/?type=3>
- 7) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153137383231857/?type=3>
- 8) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153139687806857/?type=3>

- 9) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153138449451857/?type=3>
- 10) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153141597476857/?type=3>
- 11) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153141611581857/?type=3>
- 12) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153141805031857/?type=3>
- 13) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153142924401857/?type=3>
- 14) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153142966771857/?type=3>
- 15) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153143267706857/?type=3>
- 16) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153143512756857/?type=3>
- 17) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153144206906857/?type=3>
- 18) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153144619426857/?type=3>
- 19) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153144656201857/?type=3>
- 20) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153144764071857/?type=3>
- 21) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153144831486857/?type=3>
- 22) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153145764631857/?type=3>
- 23) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153147338991857/?type=3>
- 24) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153138453281857/?type=3>
- 25) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153149052556857/?type=3>

- 26) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153149110896857/?type=3>
- 27) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153149175101857/?type=3>
- 28) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153150310571857/?type=3>
- 29) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153150351931857/?type=3>
- 30) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153151891961857/?type=3>
- 31) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153149134311857/?type=3>
- 32) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153156129361857/?type=3>
- 33) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153157743081857/?type=3>
- 34) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153159115561857/?type=3>
- 35) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153159274556857/?type=3>
- 36) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153159436726857/?type=3>
- 37) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153160516041857/?type=3>
- 38) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153160702031857/?type=3>
- 39) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153161026641857/?type=3>
- 40) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153162138316857/?type=3>
- 41) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.10151040002076857.420294.257837906856/10153163936166857/?type=3>
- 42) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153163983331857/?type=3>
- 43) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153164233686857/?type=3>
- 44) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153164727491857/?type=3>

45) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153164733616857/?type=3>

46) <https://www.facebook.com/PartidoPSUV/photos/a.408212526856.177868.257837906856/10153166393791857/?type=3>

Unidades de análisis MUD:

- 1) Falcón languidece de salud
- 2) “Hoy arrancó el cambio. La campaña es cara a cara en todo el país”
- 3) “Capriles: no hay forma de que el binomio Maduro-Cabello gane a los venezolanos”
- 4) “Con una caminata candidatos iniciaron campaña en Libertador”
- 5) “Como sardinas en lata, valencianos viajan en transporte público” y “Falta de cauchos y repuestos “frenó” el servicio”
- 6) “Campaña por el cambio arrancó con fuerza y pueblo”
- 7) “Diferida por octava vez la audiencia preliminar” y “Estación: presentaremos pruebas del montaje en caso Ledezma”
- 8) La salud en Aragua, sin insumos y con estructuras abandonadas
- 9) La falta de insumo y contaminación ambiental afecta el funcionamiento de hospitales en Aragua.
- 10) “Insisten en llamar la atención sobre silencio gubernamental”
- 11) “Gobierno obliga a miles a buscar votantes”
- 12) “Guanipa: Maduro desconoce el juego democrático”
- 13) “Desaparecidos de supermercados” y “A los huevos y al cochino los secuestró el precio justo”
- 14) “Unidad expuso a UNASUR irregularidades y esperan una observación seria”:
- 15) “Símbolos de la Unidad Democrática usurpados por Min Unidad”
- 16) “Grupos armados amedrentaron a Lilian Tintori”
- 17) “Candidatos de Vargas activos en campaña “cara a cara” presentando propuestas”
- 18) “Juventud de la Unidad exige respetar resultados del 6D”
- 19) “En Vargas, la infraestructura turística deteriorada” y “Balneario de Naiguatá olvidado”
- 20) En Vargas candidatos de la Unidad se comprometen a rescatar potencial turístico
- 21) Lilian Tintori: “Hacemos un llamado a UNASUR para que vea como el Gobierno hace campaña con violencia

- 22) Alcaldía Mayor enfrenta crisis financiera
- 23) Ingenieros hidráulicos recomiendan paralizar obras en la Valle-Coche
- 24) “La escuela Carlos Soublette en Vargas, necesita un cariño” y “Comunidad Reclama por inversión en este sector”
- 25) Fernández: ‘El alcalde del municipio Libertador nos adeuda 650 millones de Bolívares
- 26) Padres y representantes piden calidad en la educación en Vargas
- 27) Unidad insta a Unasur que observe violencia oficialista”
- 28) “Felicitaron a Macri y esperan investigación en casos de corrupción”
- 29) Pizarro denuncia en fiscalía a pistoleros oficialistas
- 30) Sin agua, sin comida y sin luz, así va la vida de los aragüeños” y “: Esta región central no se salva de la crisis
- 31) Se gastaron 600 millones de dólares en la compra de unas grúas que ni siquiera funcionan
- 32) “Sectores de Aragua sin agua sin luz y sin comida
- 33) “Guevara: ciudadanía debe vencer amenazas del gobierno”
- 34) “A doce días de las elecciones, Unidad refuerza Plan Voto Seguro”
- 35) “Conindustria cierra 2015 en cifras rojas por deuda del gobierno” y “Olalquiaga: Ahora comerciantes enfrentan terrorismo de estado”
- 36) “La Unidad presento plan de leyes ‘Rescatemos a Venezuela’” y “Torrealba: ‘con un mecanismo electoral podemos decirle a Maduro pá fuera’”
- 37) “Cardenal: ‘Rechazamos la violencia e instamos a respetar resultados’”
- 38) “Madre de López denunció nueva agresión a Lilian”
- 39) “Defensa de López apelación de sentencia paralizada”
- 40) “Ramos Allup: ‘Nada detendrá a la votación masiva’ y ““Rummy Olivo: ‘El país es de todos, saldremos a votar’”
- 41) “Cada vez más lejos cubrir costos de canasta básica” y “Se ubicó en 110 mil bolívares”
- 42) “Profesores universitarios retornan a clases pese a deficiencias” y “Insisten que no estás dadas las condiciones”
- 43) “Realizaron una asamblea popular en Maca – Petare” y “Comando Venezuela Unida, intensifica campaña cara a cara”
- 44) “Unidad introduce en el Tribunal Supremo de Justicia recurso de amparo contra el CNE” y “Exigen establecer sanciones penales por uso de símbolos Unidad”

- 45) “Juventud Un Nuevo Tiempo activa puntos azules para enseñar a votar”
- 46) “Unidad solicita a la FAN respetar voluntad popular” y “Ciudadanos sin uniforme se dirigen a los ciudadanos con uniforme”
- 47) “Ciudadanos llaman a votar y esperan prevalezca el diálogo” y “Una asamblea nacional en favor del pueblo”
- 48) “Instan a medios de comunicación a difundir lo que ocurra”

5. *Unidades de análisis PSUV:*

- 1) “GPPSB comienza campaña en Aragua con concentraciones en sus 4 circuitos electorales”.
- 2) “CNE realizará auditoría de infraestructura tecnológica este 16 y 17 de noviembre”.
- 3) “Presidente de Nicaragua se solidariza con Venezuela en su lucha por la paz”
- 4) “Zulay Aguirre participó en Casa por Casa en la parroquia Santa Teresa”.
- 5) “Ortega: Organización de las fuerzas revolucionarias garantizará victoria del 6D”.
- 6) “Revolución Bolivariana impulsa la construcción del desarrollo productivo del país”.
- 7) “Presidente Maduro: La Revolución es el único cambio verdadero”.
- 8) “Candidatos regionales destacan ímpetu del pueblo para defender el 6D conquistas revolucionarias”.
- 9) “Presidente Maduro se reúne esta tarde con Federación de Estudiantes de Educación Media”.
- 10) “Maduro: Trabajadores son el soporte de la Patria productiva”.
- 11) “Promotores del criminal paro petrolero de hace 13 años hoy quieren curules el 6D”.
- 12) “Presidente Maduro: El Comandante Chávez nos dejó una patria y debemos defenderla”.
- 13) “Estudiantes celebran inclusión universitaria junto a los candidatos del GPPSB”.
- 14) “Encuesta Hinterlaces revela mayoría de intención de voto chavista en circuito 1 de Monagas”.
- 15) “Meléndez destaca que el 1×10 está funcionando en Lara desde el toque de diana”.

- 16) “Arias Cárdenas destacó organización en simulacro en Zulia”.
- 17) “Castro Soteldo: Candidatos de la oposición son unos ‘cara e tabla’ que pretenden mentir al pueblo”.
- 18) “Cabello: Este 6 de diciembre el pueblo consciente defenderá la revolución”.
- 19) “Al calor del pueblo: Huracán Bolivariano se desplegó en cierre de campaña de Monagas”.
- 20) “Maduro: La clase obrera es la constructora del socialismo productivo del siglo XXI”.
- 21) “Cabello: El 6D el pueblo saldrá a votar por los candidatos de la revolución y de la Patria”.
- 22) “Unasur: Venezuela es el único país del continente que audita 54% de las mesas”.
- 23) “Lucena: Están dadas todas las garantías para desarrollar jornada electoral en paz”.
- 24) “Ejercicio de voto está garantizado en municipios fronterizos con estado de excepción”.
- 25) “Presidente Maduro: Los diputados que resulten electos legislarán para el pueblo”.