



Entre la piel y la camiseta política: El rol de los medios de comunicación y periodistas durante las elecciones presidenciales venezolanas 2012-2013.

Catalina Lobo- Guerrero
Octubre 2013

El máximo clímax político en una democracia llega cuando se anuncia oficialmente quién es el candidato ganador en unas elecciones presidenciales. En Venezuela, el favorito para ganar la contienda de octubre de 2012, era el presidente Hugo Chávez Frías. Tras 14 años de gobierno, y a pesar de estar debilitado por un cáncer, se midió un las urnas contra Henrique Capriles Radonski, un enérgico gobernador, que en pocos meses logró convertirse en la esperanza de la oposición para llegar al poder.

Sin embargo, el desenlace de esta historia no se dio la noche del 7 de octubre de 2012, cuando Chávez fue proclamado presidente por tercera vez consecutiva. La saga continuó menos de un año después, porque la muerte le impediría a Chávez seguir comandando su “Revolución Bolivariana del Siglo XXI”, y Capriles tendría una segunda oportunidad, esta vez, ante el sucesor ungido del comandante, Nicolás Maduro.

Fue una intensa campaña que duró solo 3 semanas y tuvo la sombra del difunto encima. El 14 de abril de 2013, el resultado, inesperado tanto por chavistas como por sus opositores, dio como ganador a Maduro. Pero la diferencia fue tan cerrada, que la oposición se negó a reconocer el resultado y argumentó fraude. Manifestantes de ambos bandos protestaron en las calles y hubo algunos focos de violencia. Ante el temor de un enfrentamiento de masas incontrolable, Capriles le pidió a sus seguidores que se resguardaran en sus casas y descargarán su frustración a punta de cacerolazos. Por su lado, el gobierno respondió convocando a sus simpatizantes a lanzar “cohetazos” y fuegos artificiales como señal de respaldo.

La guerra del ruido duró unos días. El país quedó aturdido y atrapado en un diálogo de sordos, entre partes iguales que aún no se entienden, pero conviven ansiosamente porque la gresca política entre los protagonistas de la historia continúa. Hoy, el terreno primordial donde se libró y se sigue librando la pelea (en vísperas de una nueva cita en las urnas el próximo 8 de diciembre para escoger a alcaldes locales), son los medios de



comunicación y las redes sociales.

Ante este escenario es válido hacerse dos preguntas. La primera ¿Cuál fue el papel que jugaron la televisión, la radio, la prensa escrita, los nuevos medios y las redes sociales en esta coyuntura electoral? Y la segunda, ¿Qué rol asumieron en ella los periodistas?

Para contestar estos interrogantes fueron revisados datos y valoraciones de algunos estudios de análisis de contenidos, encuestas sobre consumo y penetración de medios en Venezuela e informes sobre violaciones a la libertad de expresión. Además se realizaron una serie de entrevistas a reporteros locales, nacionales y extranjeros, editores y directores de medios, jefes de prensa y analistas.

Un año después de la campaña de octubre, y seis meses después de la de abril, hay un mea culpa entre los entrevistados. La mayoría hizo una reflexión sobre el rol que desempeñaron y también sobre el tipo de periodismo que hubieran querido hacer. Lo que impide, a su juicio, cerrar la brecha entre lo real y lo ideal, es que no encuentran cómo sortear esa relación conflictiva, y cada vez más dependiente, que se ha ido configurando en el país entre periodismo y política. Y este es un punto que merece ser abordado, antes de analizar el papel de los medios de comunicación y periodistas en la contienda electoral.

El político-ancla venezolano

Al presidente Chávez, ya fallecido, le otorgaron este año el premio nacional de periodismo “por el impulso que dio a los medios públicos y populares del país durante su gestión de gobierno” y por “su rol contra la mentira y la manipulación mediática”, dijo Lil Rodríguez, miembro del jurado.

Chávez catapultó a los medios públicos y lanzó una ofensiva contra los privados, porque varios de ellos asumieron un rol más partisano que

informativo durante el golpe de Estado y la crisis política de 2002, que buscó sacarlo del poder. A partir de entonces, aprovechando su carisma y talento comunicativo, Chávez se propuso establecer una “hegemonía comunicacional” para romper el “cerco mediático” de los privados y desenterrar las “matrices de opinión” que se estaban sembrando en contra del gobierno.

La guerra contra los medios empezó por la pantalla. El gobierno optó por abusar de la figura de las “cadenas” de radio y televisión, que obliga a enlazar todos los canales nacionales y estaciones cuando se necesita dar un aviso importante, interrumpiendo su programación. La organización Reporteros sin Fronteras indicó que desde 1999 hasta el 2 de febrero de 2010, el presidente Chávez había utilizado 2 mil cadenas.

Para las elecciones de octubre de 2012, durante el tiempo de campaña oficial establecido por el Consejo Nacional Electoral (CNE), el presidente Chávez estuvo en cadena un total de 45 horas, 11 minutos y 17 segundos. Un promedio de 28 minutos y 32 segundos diarios, según mediciones del Cadenómetro, de la ONG Monitoreo Ciudadano¹.

En las elecciones de abril, el periodo oficial de campaña establecido por el CNE fue más corto, pero a partir del momento en que se anunció la muerte de Chávez, el país sabía que Maduro sería el candidato de las próximas elecciones. Durante ese tiempo, Maduro apareció en cadena como presidente-encargado-candidato 13 horas, 59 minutos y 30 segundos, (Cadenómetro, 2013).

Sumado a la imposición “al aire” mediante el yugo de las cadenas, el gobierno utilizó y ha utilizado otras medidas administrativas, judiciales, y económicas (incluidas multas) contra los canales como medida para silenciar otras voces. La más emblemática de todas, fue

¹ Esta organización cronometra el tiempo que el gobierno utiliza con este recurso. <http://monitoreociudadano.org/cadenometro/>



la decisión de no renovarle la concesión en 2007 a la cadena Radio Caracas Televisión (RCTV). RCTV era el canal de mayor audiencia nacional, tenía el principal noticiero, varios programas de opinión críticos del gobierno, y era una de las principales fuentes de entretenimiento nacional.

En palabras de la socióloga Maryclen Stelling, coordinadora del Observatorio de Medios y directora del Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos, (CELARG), la medida, pudiendo ser legal, resultó ilegítima y muy impopular para venezolanos de todas las tendencias políticas. La última encuesta Pulso del Consumidor de Datos 2012² registra que más del 98 por ciento de los hogares tiene televisor y que el 30 por ciento de los venezolanos eligen la pantalla como fuente de disfrute en su tiempo libre. En promedio, ven unas 5 horas de televisión al día³, casi a diario.

Las novelas y los programas de concursos protagonizados por animadores son los de mayor rating en la televisión nacional, cuyos principales canales son Venevisión y Televen, y que tras la desaparición de RCTV, optaron por una línea más “neutra” en sus programas de información y de opinión, quizás para no perder inversión publicitaria por parte del gobierno. En el 2012, la inversión en pauta gubernamental en los canales privados creció un 45% respecto al año anterior.⁴

Paralelamente a la imposición de las cadenas, las sanciones, y la presión publicitaria, el gobierno creó el Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (SIBCI), que tiene hoy 7 canales nacionales, más Telesur que es internacional, y 36 televisoras comunitarias con señal habilitada por la Comisión Nacional

2 Encuesta que no es pública, realizada por la firma DATOS C.A., que busca identificar qué hace, piensa y siente el consumidor a través del tiempo, en 11 países latinoamericanos.

3 Según medición de audiencia de la firma Nielsen AGB.

4 Según datos de la firma Nielsen AGB.

de Telecomunicaciones (CONATEL). El más importante es Venezolana de Televisión, (VTV) o el canal 8, que con los años ha ido aumentando audiencia, sobre todo porque transmitía el célebre programa que conducía como “ancla”⁵ el propio Hugo Chávez, Aló Presidente.

VTV es la punta de lanza televisiva en la ofensiva del gobierno. Durante la campaña presidencial de abril, le dio a Nicolás Maduro exposición por más de 70 horas, según el Cadenómetro. Su único adversario en la pantalla, hasta el pasado mes de abril, fue Globovisión, que optó por transmitir en vivo también muchos de los actos de campaña de Henrique Capriles, incluso interrumpiendo su programación habitual, que es netamente informativa y de opinión, aunque abiertamente opositora. Luego de las elecciones, el canal fue vendido a unos empresarios que optaron por una línea más moderada en sus críticas al gobierno, lo que le ha hecho perder audiencia. Una audiencia que incluso era superior que la de VTV.⁶

En este marco, la cobertura periodística electoral por parte de los 3 canales privados principales (Venevisión, Televen, Globovisión) y los 2 públicos más importantes (VTV y ANTV) se limitó a reproducir declaraciones, transmitir discursos, y reacciones de voceros políticos, según un análisis de seguimiento de los medios de comunicación elaborado por el Centro Carter⁷ en Venezuela. En los noticieros, las notas presentadas no ofrecían voces de

5 Así se le dice a los presentadores o conductores de programas de televisión en Venezuela. Remite al “anchor” man o woman en inglés.

6 Según datos de la firma Nielsen AGB, los canales estatales suman juntos no más de 5 por ciento de audiencia, pero el día de las elecciones del 7 de octubre, de acuerdo con un reporte preliminar, VTV se ubicó en el segundo lugar de sintonía, con 24 %, mientras que Globovisión tuvo 23%.

7 El informe sobre las elecciones de octubre de 2012, utilizando la metodología del investigador sueco Kevin Asp, no ha sido publicado aún. Para este monitoreo de medios, el Centro Carter seleccionó una muestra de los principales 20 medios nacionales. Fueron once escritos, cuatro radiofónicos, cinco televisivos, cuatro online, pero se incluyeron en la muestra las versiones digitales de los medios seleccionados y las cuentas de twitter. Para las elecciones de abril también hubo monitoreo de medios, pero los datos no han sido procesados en su totalidad, por eso sólo se utiliza el informe de octubre para este artículo.



contraste ni contexto.

La televisión fue instrumental en esta campaña, para reforzar el vínculo del candidato con sus seguidores políticos. Fernando Girón, periodista y presentador del canal de más audiencia, Venevisión, lo reconoce así: “Estoy seguro que incidimos en la construcción del personaje (Henrique Capriles) como influimos en la del presidente también. Ayudamos a los candidatos”.

En el caso de Chávez, la televisión mostró a un presidente fuerte, en recuperación de un cáncer, que realmente estaba en etapa terminal. Según Andrés Cañizales, profesor e investigador de la Universidad Católica Andrés Bello, y quien también hizo seguimiento al cubrimiento periodístico electoral, la enfermedad del presidente era la noticia, pero no fue abordada por los medios.

A Capriles y a Maduro, fue la televisión la que los dio a conocer como líderes políticos nacionales. Los dos últimos, en estrategias casi calcadas, “farandulizaron” la política, realizando actos de campaña de la mano de “anclas” y actores de la televisión nacional, afines a cada proyecto. Según Cañizales, el acto de Capriles con artistas en la campaña de abril fue lo que marcó un punto de quiebre, en términos de su impacto con la opinión pública en las encuestas.

Marianela Balbi, directora de la ong Instituto de Prensa y Sociedad que aboga por un periodismo independiente en Venezuela, señala que muchas de estas “anclas” asumieron en tiempos de campaña el rol de movilizar la opinión para uno u otro candidato, no el de presentar información. Además, tanto en Globovisión como en VTV, se abrieron espacios a “políticos-anclas”, como los parlamentarios de la Asamblea Nacional, Ismael García, opositor, y Tania Díaz, oficialista, para conducir programas de opinión.

Así, la figura del político que presenta

noticias o del presentador que hace política es prácticamente la misma desde que Chávez impuso el estilo, como el primer político-ancla de la nación, que presenta a la audiencia-elector, su versión de lo que acontece, pero que no es necesariamente reflejo de la realidad.

Los papeles secundarios

Si bien las otras plataformas de comunicación (la radio, los diarios impresos, los medios digitales y redes sociales) jugaron un papel importante en la contienda electoral, todas fueron secundarias ante el impacto que tuvo la televisión.

La radio

Según el censo del 2011, más del 69% de los hogares venezolanos tienen radio. No obstante se estima que la penetración real puede llegar solo al 39.7%, (Pulso del Consumidor de Datos 2012). Aunque en Venezuela es habitual que muchos ciudadanos escuchen radio en horas tempranas de la mañana, no necesariamente sintonizan las noticias. Y no solo por cuestión de gustos, sino porque cada vez hay menos noticieros.

En el país hay 530 estaciones privadas, 250 emisoras comunitarias y 5 radios públicas. Pero según Santiago Martínez, jefe de redacción de la cadena Unión Radio, su estación es la única que ofrece noticias permanentes en FM. Las otras dos, en AM, son emisoras del gobierno. El resto emiten uno que otro boletín informativo y continúan con su programación musical o programas de variedades y opinión de temas como salud, esoterismo y viajes, entre otros.

Y lo que es peor, además de que hay poca oferta informativa, la radio noticiosa se limita a reproducir declaraciones y discursos, con poco contraste y contexto de lo que está aconteciendo en el país.



En la radio privada, hay más pluralidad de voces, que representan a las distintas tendencias políticas. En la radio pública, según el análisis de contenido del Centro Carter, predominan las oficialistas. Y en el monitoreo a medios que hizo Cañizales, la radio privilegió a Hugo Chávez.

Los impresos

Los medios privados impresos en Venezuela están en una situación difícil por la disminución de la publicidad de los anunciantes, como le sucede a la mayoría de diarios en otros países. La circulación del principal diario nacional, Últimas Noticias, no llega ni a 190 mil ejemplares.⁸ A pesar de este panorama, que quizás habla más de la crisis en el modelo de negocio, el papel periódico sigue teniendo su peso informativo en el país, ya que más del 50% de los venezolanos lee prensa, y entre los encuestados en del Pulso del Consumidor de Datos 2012, la mitad dice hacerlo todos los días. En Venezuela hay 4 periódicos oficiales y más de 50 privados, entre nacionales, regionales y locales.

El registro y la reseña de los actos de campaña de los candidatos fue lo que prevaleció en una muestra de 2.600 artículos extraídos de los 11 diarios principales del país para el informe del Centro Carter. El 64% de los artículos no ofrecía al lector ningún tipo de contexto sobre la noticia, y en el 88% de los casos no había espacio para un punto de vista contrastante. “En la redacción, los periodistas se burlaban internamente de la frase que iban a poner de cada candidato, era un permanente refrito,” dice un reportero de uno de los principales diarios privados nacionales.

En el diario oficialista, Correo del Orinoco, en el 99% de las notas no había contraste alguno. Las fuentes utilizadas rara vez superaban más de dos por artículo, y por lo general se resumían a opiniones y/o comentarios.

⁸ Cifras del Comité Certificador de Medios ANDA FEVAP para 2011-2012.

Sólo en el 7% de las notas se aprovecharon documentos como fuente de información y solo en un 2%, los reporteros contaron lo que observaron como testigos directos durante la campaña. Pero, a pesar de este panorama, en la prensa hubo algo de espacio para abordar otros géneros periodísticos como perfiles, crónicas, entrevistas, análisis y algo de denuncia.

El gobierno siempre ha afirmado que la prensa, especialmente los diarios El Nacional y El Universal, son de la oposición porque son los más críticos del gobierno. Últimas Noticias es considerado más neutral porque, si bien la sección de investigación y reportajes ha hecho denuncias importantes a la gestión de gobierno y en otras secciones se recoge mucha crítica del ciudadano de a pie, su director, y su línea editorial son pro chavistas. Durante la campaña presidencial de abril se conoció que este diario estaba negociando su traspaso a manos de empresarios más cercanos al gobierno. La venta finalmente se concretó a finales de octubre.

Según los análisis de Cañizales, la prensa escrita, en general, favoreció más a Capriles que a Chávez y a Maduro. En la campaña de octubre Chávez recorrió menos el país, y Capriles fue más noticia local porque era un la primera vez que un personaje desconocido llegaba a visitar esos lugares. Sin embargo, por la condición de presidente de Chávez, y por la de Maduro como presidente encargado, los diarios le dieron más centimetro al oficialismo que a la oposición con noticias sobre su gestión de gobierno. Diarios como Panaroma, del Zulia, optaron por reemplazar el nombre de Chávez o Maduro en sus notas y hablaban de “El Ejecutivo” o de “el Gobierno”, para diferenciar las noticias de campaña de las de gestión gubernamental. Otros como el Correo del Caroní, por el contrario, optaron por utilizar la palabra “presidente-candidato”, ante la imposibilidad de separar un acto proselitista de uno de gestión.



Los medios online y las redes sociales

Según el Pulso del Consumidor de Datos de 2012, el 41,2 por ciento de los hogares tienen computadores, el 88,7 por ciento tienen teléfonos celulares y solo el 1,5 por ciento tiene tablets. Pero el Establishment Survey de Nielsen ABG⁹ en las principales ciudades de Venezuela, indica que ni el 30 por ciento de los hogares tiene conexión a Internet por banda ancha y ni el 10 por ciento, tiene conexión desde su celular.

Según CONATEL el número de suscriptores a Internet es un poco más de 3.600.000. Un 40 por ciento de los usuarios lo utiliza para participar en redes sociales, y de acuerdo con un estudio de Tendencias Digitales¹⁰ Venezuela ocupa el quinto lugar en número de usuarios en América Latina, y es el número 13 en tuiteros en el mundo, con más de 3 millones de usuarios. Llama la atención que según el mismo estudio, el 44 por ciento de los tuiteros venezolanos utilizan esta red para dar o conocer noticias, y el 29 por ciento, para dar o conocer opiniones.

Twitterzuela, como le dicen en el país a la realidad que pasa por esta plataforma, es un espacio de información y desinformación, de encuentros y confrontaciones políticas y de diálogo directo entre los protagonistas políticos, sus seguidores y sus adversarios. El tuitero mayor, @chavezcandanga, aún después de fallecido, sigue conservando casi 4 millones de seguidores. El candidato opositor, @hcapriles, tiene más de 3 millones de seguidores, con quienes comparte noticias, convoca a marchas, y les envía saludos personales. Twitter es también una de sus principales vías de ataque hacia sus adversarios políticos. Nicolás Maduro no tenía cuenta en Twitter, pero en el momento en que se convirtió en candidato, irrumpió en la tuitosfera. Sin embargo no es claro si es él

9 Una encuesta cara a cara y a gran escala para conocer las características de la población de un país para luego diseñar las mediciones de audiencia.

10 Empresa filial de la encuestadora Datanálisis que hace investigación de mercados y audiencias digitales en América Latina.

quien maneja la cuenta @NicolasMaduro directamente. Aún así lo siguen más de 1 millón y medio de personas.

Tanto políticos como periodistas buscan seguidores en las redes sociales. Los políticos buscan votos, los medios de comunicación buscan consumidores de contenidos. Estos contenidos son producidos en distintas plataformas (papel, radio, televisión) pero ahora son presentados a través de sus portales digitales. Todos los principales medios de comunicación en Venezuela y la mayoría de medios internacionales tienen un portal online. En algunos casos ofrecen contenido adicional o distinto para su versión digital y para versiones móviles en las que también han buscado incursionar.

La directriz de los medios tradicionales es posicionarse como sea en las redes pero la estrategia depende del medio. Unión Radio aprovecha a sus anclas como gancho, al igual que Venevisión, mientras que El Universal no retwittea a sus periodistas, quienes tampoco tienen cuentas corporativas, para no hacerse responsable de los comentarios que publican. Las agencias de noticias también optan por una postura conservadora, y tiene reglas estrictas sobre lo que sus periodistas pueden comentar o no en las redes. “En este ambiente político tan polarizado, no podemos permitir que uno de nuestros reporteros sea asociado a un bando o a otro”, dice el director de uno de los principales servicios de agencia.

Los medios tradicionales y los políticos también compiten en este espacio con una nueva categoría de medios de comunicación: los que sólo existen en la web. Ellos, sin embargo no escapan tampoco a la polarización, y así como hay portales que se catalogan a sí mismos como de periodismo independiente, también los hay abiertamente partidistas.

Aporrea.com es uno de los portales más visitados por el chavismo, y también por opositores que



intentan tomarle la temperatura al oficialismo por los contenidos que allí aparecen. “Aporrea es un receptáculo, si está a ratos ácida y crítica, es porque así está el estado de ánimo”, dice uno de sus fundadores, Gonzalo Gómez, quien defiende y define lo que hace Aporrea como activismo en línea, mas no periodismo. El portal publica columnas y escritos de opinión. El único requisito es que sean de izquierda. Algunas publicaciones parecen comunicados del gobierno, pero otros son más críticos. El portal se ha convertido en una válvula de escape para quienes, aún considerándose chavistas, no comparten algunas de las actitudes y acciones de la revolución, entre ellas, el burocratismo en el manejo propagandístico que se le da a los medios estatales. “Tenemos un doble cerco mediático,” dice Gómez, quien no maneja una cuenta de Aporrea para Twitter porque sabe que los contenidos rebotan por las redes a través de sus lectores.

En la otra orilla hay portales que pueden ser de tendencia opositora, pero no tienen una línea tan abiertamente militante como Aporrea. En esa categoría están La Patilla y Runrún. es, del periodista Nelson Bocaranda. Este se convirtió en un referente de información, o de especulación, dependiendo a quién se le pregunte, tanto en Venezuela como en el resto del mundo, porque a diferencia de la mayoría de medios de comunicación que optaron por transmitir solo la versión oficial sobre la enfermedad de Chávez, Bocaranda sí escribía sobre partes médicos extraoficiales. Por esto su portal, y sobre todo su cuenta en Twitter, atrajo muchos seguidores.

“Antes te enterabas de los rumores en la calle, ahora te enteras primero por las redes”, dice Luz Mely Reyes, directora del Diario 2001, quien menciona justamente que la vía por donde circuló la información extraoficial del estado de salud del presidente durante y después de la campaña, fue por ahí. A través de las redes también circularon denuncias de irregularidades electorales. Algunos diarios

como el Correo del Caroní, utilizaron las fotos y mensajes que denunciaban abusos de los recursos públicos en la campaña oficialista. Su editor político, Ramsés Eulises Siverio, aclaró que solo lo hicieron una vez pero comprobaron con fuentes en terreno que la información era cierta. Otros diarios, como Ultimas Noticias utilizaron las redes y su versión online para difundir denuncias que por criterio editorial no tuvieron espacio en la versión impresa (Cesar Bátiz, coordinador de la sección política del diario en 2012)

El impacto de las redes sociales y portales de Internet durante la campaña es cuestionable, como lo señala Andrés Cañizales, pues el público objetivo es joven, de clase media, ciudadano, que aunque hace ruido, no es determinante a la hora de votar, movilizar, ni coordinar acciones políticas. Eso, sin embargo, no es lo que piensa el gobierno, y lo que sucedió el 15 de abril, al otro día de las elecciones lo confirma.

De ataques virtuales a ataques reales

Por su alto perfil en la red social, con más de 1 millón de seguidores, el periodista Nelson Bocaranda fue señalado por el gobierno de alentar disturbios y supuestos ataques a los Centros de Diagnóstico Integral, CDI, al día siguiente de las elecciones del 14 de abril. Sin tener evidencias ni revelar la fuente, Bocaranda trinó: “Informan que en el CDI de La Paz en Gallo Verde, Maracaibo, hay urnas electorales escondidas y los cubanos de allí no las dejan sacar”.

Al día siguiente, el gobierno denunció que los médicos cubanos que atienden los centros habían sido hostigados por manifestantes opositores, mostraron fotos de CDI quemados y daños a sus instalaciones. Algunos medios de comunicación y la organización de derechos humanos Provea, desmintieron al gobierno, que además presentó las 11 muertes que hubo



esa noche como homicidios con motivación política, y señaló a Henrique Capriles de haber instigado a los manifestantes a reaccionar violentamente contra simpatizantes oficialistas.

Las declaraciones del ministro de información, Ernesto Villegas, acusando a Provea y a algunos pocos medios de mentir, y las del ex ministro de información y jefe de comunicaciones de la campaña de Maduro, Andrés Izarra, lejos de calmar los ánimos, buscaron avivar el enfrentamiento. “A nada le temen mas estas hordas fascistas dirigidas por #CaprilesFascista que a los motorizados del pueblo. Habrá que organizar algo mañana”, dijo vía twitter la noche del 15 de abril. Y una de las anclas de VTV, Pedro Carvajalino, publicó el siguiente mensaje: “**TODOS NUESTROS MOTORIZADOS, AL ATAQUE, A TOMAR ALTAMIRA YAAAAA. ES HORA DE LA CONTRAOFENSIVA**”. Alrededor de las 10:00 pm ese 15 de abril hubo protestas por parte de simpatizantes de Capriles, con afiches del candidato y cacerolas, frente a las instalaciones de los canales oficialistas, VTV y Telesur, y frente a la sede de CONATEL.

Los acontecimientos sucedieron demasiado rápido para la mayoría de medios de comunicación tanto nacionales como internacionales. No era claro lo que estaba pasando y ninguno anticipó que algo así podría presentarse. “Fallamos en la cobertura de la violencia post electoral. Estábamos agotados y no tuvimos suficiente capacidad logística ni energía para ese momento”, confiesa el director de una de las principales agencias de noticias.

Además de señalar a Bocaranda de agitador de los hechos de violencia, durante los días siguientes, sin haber tomado posesión aún, Nicolás Maduro acusó a otros medios de fomentar la violencia post electoral. “Han sido preparados (los agresores) todos estos años por los medios de comunicación, no tengo dudas. Los han alimentado, en primer lugar, Globovisión, ha alimentado el fascismo en

Venezuela, es un canal fascista, no tengo dudas de eso, lo digo con responsabilidad porque yo soy Presidente de la República y he sido puesto aquí por el pueblo para resguardar la democracia.”

Al día siguiente de los presuntos ataques también exigió lealtad a los otros canales de televisión: “Llamo a Venevisión a Televen, a todos los medios de comunicación... defínanse con quién están, con la patria, con la paz, con el pueblo ¿o van a volver a estar con el fascismo? Defínanse los medios de comunicación.”

Por su lado, la fiscal Luisa Ortega Díaz, sin abrir ninguna investigación, concluyó en una rueda de prensa que: “Luego que el ente rector emitió los resultados (de las elecciones presidenciales) se hicieron llamados, a través de algunos medios de comunicación y redes como Twitter y otras, mediante mensajes directos y subliminales, incitando a la ciudadanía a tomar acciones de calle”.

Esa misma noche, antes de entregar los resultados oficiales, el vicepresidente y ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación, Jorge Arreaza, ordenó suspender la conexión a internet de banda ancha de la empresa estatal CANTV a través de su cuenta de Twitter. “Compatriotas no hay problemas con Internet. Calma!! Fue una maniobra breve para impedir más hackeos conspiradores del exterior”.

Por esos días fueron hackeadas las cuentas de Twitter del propio Nicolás Maduro, el presidente de la Asamblea Nacional, Diosdado Cabello, el canciller Elías Jaua, y la de la jefe de prensa de Miraflores, Teresa Maniglia. También la del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) y la página web oficial del candidato Nicolás Maduro, que estuvo caída por un ataque informático, según lo reportó el Instituto de Prensa y Sociedad. (IPYS)¹¹

11 El Instituto de Prensa y Sociedad, capítulo Venezuela, es una ong sin ánimo de lucro que aboga por un periodismo independiente y que reporta permanentemente los casos de violaciones a la libertad de prensa e información, amenazas, intimidaciones y agresiones a



Sumado a los ataques informáticos, desde el inicio de la campaña de abril, hubo 84 violaciones a la libertad de expresión, según las denuncias recibidas por el sistema de alertas de Ipys, en las que predominaron obstrucción a la información por parte de funcionarios públicos y cuerpos de seguridad, algunas detenciones arbitrarias de periodistas, actos de intimidación y agresiones físicas en las que fueron afectadas 77 personas, en su mayoría reporteros de medios, tanto privados, como públicos y comunitarios. Espacio Público, otra ONG que monitorea violaciones a la libertad de expresión, contabilizó que durante el mes de abril, es decir, antes, durante y después de las elecciones, ocurrieron 3 violaciones diarias, mientras que en el mismo mes, el año pasado, se presentaron solo 7 en todo el mes. “Las elecciones fueron un detonante para que se produjeran agresiones a los medios.”¹²

Durante las elecciones de octubre de 2012, también hubo incidentes que afectaron la libertad de prensa. El mismo 7 de octubre IPYS recibió 19 alertas, incluido disparos contra la carpa de prensa que se había instalado a las afueras del CNE en el centro de Caracas y donde los rectores iban a dar los resultados de la contienda. A lo largo del día, varios reporteros fueron agredidos por miembros del Plan República, que impidieron su entrada a los puestos de votación. Días antes, el gobierno le negó la visa a un periodista salvadoreño que quería cubrir la noticia, y el periodista argentino, Jorge Lanata, junto con su equipo de producción, fueron obligados a borrar el material grabado, antes de irse del país, días después de las elecciones. Lanata denunció que durante su estadía en Venezuela lo habían seguido miembros del Servicio Bolivariano de Inteligencia Nacional, Sebín.

periodistas y reporteros gráficos. Surgió a partir del 2002, cuando los niveles de agresión e intimidación a periodistas escalaron por todo el país. <http://www.ipys.org.ve/inicio>

12 Espacio Público es una ong sin fines de lucro, defensora de los derechos humanos, en particular del derecho a la libre expresión en Venezuela. <http://espaciopublico.org/>

El rol de los periodistas

En este difícil contexto, los periodistas locales, nacionales e internacionales, de televisión, radio, prensa o nuevos medios, de centro, izquierda, y derecha, simpatizantes de la oposición o de la revolución, cubrieron las elecciones del 7 de octubre de 2012 y las del 14 de abril de 2013.

Fueron voceros de propaganda de los candidatos, movilizadores, y hasta agitadores de la opinión pública. Sirvieron como amplificadores de sus discursos de campaña, correas transmisoras de los ataques entre un bando y otro, e instrumentos para construir la imagen diseñada por los expertos en marketing político. También fueron cronistas de sucesos e incidentes, reporteros de lo que estaba aconteciendo en un esfuerzo genuino por ser lo más equilibrados –y hasta estériles– posibles. Unos pocos tradujeron, interpretaron y explicaron a los lectores y audiencias lo que estaba sucediendo, y una minoría, se atrevió a jugar al perro guardián de la democracia, cuestionando los discursos, buscando la verdad y denunciando los abusos.

En aras de ahondar un poco más en el rol que optaron por asumir en este contexto, bien porque es la directriz del medio para el que trabajan, o por postura personal, podría decirse que hay, al menos, cuatro categorías que permiten describirlos: el activista militante, el equilibrista neutro, el extra terrestre imparcial, y el protagonista incidental.

1. El activista militante

Es en la televisión donde se ve más fuerte y tiene mayor impacto. Es un “periodista”, que ha asumido sin tapujos su condición de militante político y que encuentra su espacio natural en los dos canales, VTV y Globovisión, que actuaron como bastión y trinchera política del candidato oficialista y del candidato opositor, en ambas elecciones.



“Siempre nos cuestionan que estamos sesgados al gobierno. No lo negamos,” dice William Castillo director del canal público TVes y ex director del canal VTV durante las elecciones. Castillo afirma que su misión es defender un proceso social que empezó con Chávez. “No hemos derrotado la guerra mediática que tenemos en contra, pero hemos logrado que al menos no acabe con la revolución”, dice. Afirma que en Venezuela los esquemas tradicionales de comunicación se rompieron y que por eso han sido obligados a definir dónde se ubican frente al proceso. “Yo creo más hoy en la postura de tomar partido, en vez de tratar de aparentar que se es imparcial”.

Durante la campaña, VTV le dio cubrimiento permanente al presidente Chávez, reforzando al equipo de comunicadores del canal, no sólo por su condición de candidato, sino también por su enfermedad. Castillo comenta que ante la imposibilidad de desplazarse tanto a varios recorridos de campaña, la campaña de Chávez fue, sobre todo, mediática. No había como distinguir entre un programa de tipo informativo, y uno de propaganda. El canal, además, transmitía de manera permanente, los avisos publicitarios de Chávez y Maduro como candidatos-presidentes. Los periodistas, presentadores y comentaristas del canal, no escondían su preferencia política, y en ambas campañas, apoyaron abiertamente sus candidaturas. “No creo en el esquema que no puedo opinar si soy periodista”, dice Castillo.

Al otro lado del espectro mediático-ideológico la reflexión es similar. “Los periodistas nos convertimos en opinadores”, dice Elsy Barroeta, ex directora de información del canal Globovisión, quien reconoce que jugaron un papel activo en las pasadas elecciones, casi como un partido político, movilizándolo la opinión y el voto a favor de Henrique Capriles. “El país necesitaba expresarse y la oposición lo hacía a través de Globovisión”.

El noticiero, por lo general, abría siempre con el candidato Capriles y durante la campaña, transmitió en vivo varios de sus discursos. Una reportera del canal y su camarógrafo fueron asignados para acompañar a Capriles a donde fuera por todo el país y el mismo Capriles, acudía con frecuencia a otros espacios de opinión dentro del canal. Uno de ellos, era conducido por Kiko Bautista, quien además era coordinador del grupo militante “Todos unidos con Capriles”, y daba discursos en plaza pública invitando a votar por el candidato.

Si a alguien le quedaba duda del papel político que jugó el canal en las pasadas elecciones, se confirmó con la carta de despedida de su antiguo dueño. Antes de vender el canal, Guillermo Zuloaga, expresó: “El año pasado, tomé la decisión de hacer todo lo que estuviera en nuestro poder, a riesgo del capital de los accionistas y conscientes de las implicaciones que esta actitud podría traer, para lograr que la oposición ganara las elecciones de octubre. Era la oportunidad, como venezolanos, para recuperar nuestro país. En Globovisión lo hicimos extraordinariamente bien y casi lo logramos, pero la oposición perdió.”

“La televisión fue fundamental, y Globovisión siempre fue la ventana más importante”, dice Ana María Fernández, jefe de prensa de la campaña de Henrique Capriles. Su mayor aporte, quizás, fue haber ayudado a construir su imagen de líder nacional, mostrando a los fanáticos que lo recibían en multitudes por todo el país. Lo mismo hizo VTV con Chávez. La sensación de “gentío” ayudó a crear un triunfalismo anticipado en la campaña de octubre en ambos bandos. Todo dependía del lente por el que se estuviera mirando.

Un camarógrafo del canal oficialista Telesur, comentaba con otro camarógrafo que Globovisión le cerraba demasiado los planos a Capriles para que se viera más gente en sus concentraciones, y que su propio canal los solía hacer más amplios para que no se notara tanto.



Un fotógrafo de una agencia internacional recuerda que en pleno recorrido de campaña, uno de los camarógrafos de VTV, en vez de hacer tomas de las multitudes que buscaban acercarse a Capriles, grababa a uno que otro simpatizante que esperaba verlo pasar desde las calles. Como también recuerda que un reportero de la cadena Univisión de Estados Unidos grabó una nota sobre la poca afluencia que había en una concentración chavista, y la mandó a su canal, dos horas antes de que el presidente llegara al lugar.

Globovisión no se le despegó ni un minuto a Henrique Capriles, y al mismo tiempo optó por no enviar reporteros a cubrir la campaña oficialista. La razón: falta de acceso y cuestiones de seguridad. Los periodistas y el canal han sido agredidos verbalmente por los principales voceros del gobierno y físicamente por fanáticos chavistas. Ante la imposibilidad y el peligro de hacer presencia en territorio enemigo, Globovisión seleccionó clips de las imágenes que transmitía VTV, para informar sobre la campaña oficialista. “Sí había equilibrio, pero lo hacíamos así. Ellos decidieron anularnos”.

El argumento del canal VTV para no cubrir la campaña de Capriles es similar, aunque en un inicio, la campaña opositora sí les permitió a los periodistas de medios oficiales entrar a las ruedas de prensa del candidato y a las concentraciones públicas en los distintos lugares donde se presentaba. Sin embargo, según Castillo, todo cambió luego de que el candidato se incomodara por algunas preguntas y de que en manifestaciones públicas algunos periodistas del SIBCI fueron agredidos. A través de una carta pública, 151 periodistas del SIBCI se pronunciaron contra la actitud de Capriles, su comando de campaña y cuerpo de seguridad, y acusaron al candidato de “indirectas, evasivas, irrespeto y violencia verbal hacia las reporteras y los reporteros que no son complacientes en sus ruedas de prensa”.

La campaña de Capriles dice que los medios

oficiales tuvieron acceso al candidato, pero llegó un punto en que la campaña no lo aceptó más. Fernández asegura que los periodistas que asistían a las ruedas de prensa no iban con la tarea de informar ni de hacer preguntas, sino a lanzar una arenga política. Y que en las concentraciones públicas no reseñaban lo que observaban ni lo que decía el candidato, sino que aprovechaban el espacio para decir que habían sido golpeados, agredidos y rechazados. Comenta que la gente de seguridad del candidato estaba para protegerlo a él y que ellos no podían hacerse responsables de garantizar la seguridad de los reporteros de medios públicos, vistos como “adversarios” por caprilistas fanáticos.

El argumento de Castillo y VTV para no darle cobertura a Capriles es que él no lo quiso, al negarse a aceptar la invitación a ir a entrevistas en el canal. “Era ir al matadero”, dice Fernández, la jefe de prensa del candidato. El informe de análisis de contenidos elaborado por el Centro Carter da cuenta que la imagen del presidente Chávez construida por la televisión pública fue mayoritariamente positiva, mientras que la del candidato opositor, fue negativa.

Es cuestionable la parcialización en ambos canales, pero la diferencia entre VTV y Globovisión, es que VTV es un medio público, es decir del Estado venezolano, y debería representar a todos los ciudadanos, sin importar su orientación política. El lema del canal, de hecho, es “el canal de todos los venezolanos”, pero eso no es lo que se refleja en su contenido. “El tratamiento que hacemos, es el que nos tocó como medios públicos, porque somos del Estado y expresamos la posición política de ese Estado”.

Castillo y quienes trabajan en el canal, parecen confundir al Estado con el Gobierno. Admite que como medio público, además, tiene muchos más recursos que otros canales y que la línea editorial es la que baja desde el Ministerio de Información. “Se es más propagandístico que informativo, lo asumo como una autocrítica,”



dice.

En ambos canales, tanto en VTV como en Globovisión, hubo cambios de programación luego de las elecciones, y aunque por motivos diferentes, las anclas más militantes de ambos bandos, Mario Silva y Kiko Bautista, salieron del aire junto con sus programas. La reacción de muchos venezolanos fue de genuina indignación y malestar, a pesar de que era de conocimiento general que los dos hacían más política que periodismo, y en términos hasta destructivos. “Eres asqueroso y mentiroso, y por eso es que no vas a ser presidente jamás. El 14 de abril, tú y tu partido, se entierran políticamente,” le dijo al aire Mario Silva a Henrique Capriles en uno de sus últimos programas, días antes de las elecciones de abril.

En palabras de la socióloga Maryclen Stelling lo que se configuró con este tipo de “periodismo” fue “una trinchera política y desinformada respecto al adversario, al que se niega y se quiere destruir”. Como resultado, no solo se coarta el derecho a una información veraz a los ciudadanos, sino que se alimenta la polarización. El público, en vez de exigir calidad y unos mínimos éticos informativos, celebra y apoya la trinchera. De ésta manera, añade Stelling: “Muere la crítica y la reflexión.”

2. El equilibrista neutro

Muchos de los medios de comunicación venezolanos parecen estar obsesionados con el concepto de “equilibrio” tras el golpe de 2002 y la toma de partido en contra o en apoyo de Chávez, que les trajo consecuencias, no solo ante el gobierno, sino también frente a los ciudadanos que rechazaron su papel político.

La solución que encontraron para retomar la senda de un periodismo más imparcial y balanceado, fue la división espacial y temporal de las plataformas. Diarios como Panorama del Zulia y Últimas Noticias han optado por dividir sus páginas, por centímetros equivalentes para

darle cabida a ambas opciones políticas. Si un artículo de Chávez o Maduro tenía tantos centímetros, al lado debía aparecer uno de Capriles con la misma medida.

El canal Venevisión también le dio la misma cantidad de minutos a cada candidato, y así como asignó un periodista para cubrir de manera permanente la campaña de Chávez, asignó otro para cubrir la de Capriles. “Venevisión optó por esa fórmula, no sé si sea buena o mala, pero ha funcionado, los chavistas en la calle antes te señalaban, ahora lo hace la oposición también, por eso debo estar haciéndolo bien. Así es el periodismo hoy, es el que nos tocó hacer porque este país está dividido en dos”, dice Fernando Girón, periodista de Venevisión.

En Unión Radio, hacen lo propio, no solo con las declaraciones de uno y otro, sino que utilizan la misma fórmula para toda la parrilla de programación. “Hay programas 100 por ciento chavistas y otros 100 por ciento opositores. La radio resolvió así, independientemente de que tengan éxito, el fin es que existan esos espacios”, dice Santiago Martínez, pero añade que esa búsqueda de equilibrio es sabotada inevitablemente por las cadenas del gobierno.

El problema con esta fórmula es que a veces termina siendo una camisa de fuerza. “Con tal de tener ese “equilibrio”, se sacrifica el buen periodismo, porque hay que llenar un espacio”, dice Cañizales. Así, aunque Capriles podía protagonizar 3 noticias en un solo día porque viajaba a tres lugares distintos del país en sus recorridos de campaña, y Chávez no viajaba a ninguno, los medios les tenían que asignar el mismo espacio.

El resultado es un relato de un país compartimentado. Las audiencias saben que en los medios más “neutros”, existen las dos versiones de la realidad, sólo tienen que escoger cuál quieren ver. “Aquí se hace un periodismo pret a porter para una audiencia, chavista u opositora, que refuerza una posición política y



una visión de país”, dice Balbi. Como lo que se ofrece es fragmentado, pues son escasas la pluralidad de voces en una misma historia, el país cada vez dialoga menos. Para la socióloga Stelling, “la posibilidad de reconocerse como ciudadanos de un mismo país se aleja cada vez más”.

Además, los medios que predicán el equilibrio, con frecuencia terminan siendo medidos por ese rasero, y no por su calidad informativa o criterio periodístico. El diario Panorama, de Maracaibo, publicó un artículo crítico sobre un radiograma forjado en el que supuestamente prohibían a los militares sintonizar los canales privados en los cuarteles, y que difundió el jefe de campaña de Capriles. La reportera que escribió la nota, incluso se define como opositora. Al día siguiente que salió el artículo, el comando de campaña de Capriles llamó a la directora del diario, María Inés Delgado a exigir que sacaran una nota igual sobre el jefe de campaña de Chávez, Jorge Rodríguez. “Tú verás esa nota si Rodríguez mete la pata,” le contestó Delgado al vocero del comando que le exigió equilibrio. En la campaña de abril, el comando de Capriles volvió a quejarse porque la entrevista que el diario le hizo a Maduro resultó más larga que la de Capriles. Maduro les dio una entrevista larga, Capriles solo 10 minutos, dice Delgado.

El equilibrismo matemático que intenta aplicar Panorama, no siempre con éxito, y su postura durante la crisis del 2002 de no apoyar el golpe, (Delgado dice que los opositores los caceroleaban por no apoyar acciones contra Chávez) le ha servido para tener un poco más de acceso al gobierno. Delgado fue de las pocas periodistas en Venezuela que pudo entrevistar a Chávez durante su última campaña. De Miraflores la llamaron un viernes en la noche a ofrecerle una entrevista con el presidente-candidato. Si la quería, debía viajar hasta Caracas esa misma noche, y al día siguiente, acompañar a la comitiva presidencial en el avión hasta Maracaibo. Faltando 22 minutos para aterrizar

en Maracaibo, el presidente le dio la entrevista en el avión. “Llevaba 700 preguntas, pero solo pude hacer cuatro”, dice.

Sin acceso, no hay equilibrio real posible. Esa es la queja constante de todos los periodistas, locales, nacionales y extranjeros, y eso produce una enorme frustración para quienes intentan hacer periodismo y no política.

3. El extra terrestre imparcial

“No teníamos como acercarnos a él, aunque intenté todos los trucos,” dice Ezequiel Minaya, corresponsal del Wall Street Journal en Caracas al hablar de lo difícil que era para encontrar a Chávez. En términos logísticos, el Ministerio de Información facilita transporte hasta una concentración, convoca a ruedas de prensa, envía todos los comunicados a los corresponsales acreditados, pero cuando los periodistas solicitan información por su propia iniciativa, los remiten a declaraciones públicas de los voceros de los partidos, o contestan con evasivas. “Siempre buscamos entrevistas on the record, pero cuando hablaban Izarra, (jefe de comunicaciones) Rodríguez, (jefe de comando) y Jaua (canciller), nunca decían nada interesante, era jerga política, no información,” dice el director de la agencia internacional.

Capriles, por el contrario, aceptaba a casi todos los periodistas (menos los que eran considerados abiertamente oficialistas). Por trayectos viajó con ellos en el mismo autobús y hasta lo vieron cambiarse de camiseta. Mientras ellos le hacían preguntas, él les ofrecía refrescos. “Carriles buscaba comprensión, explicar que no vive en un entorno democrático y que los medios internacionales pueden denunciar eso”, dice Abraham Zamorano, ex corresponsal de BBC Mundo en Caracas. Por eso, quizás, los medios internacionales parecían favorecer más a Capriles, aunque en realidad querían, por criterio editorial, enfocarse en Chávez. El director de la agencia dice que cualquier



historia que tuviera la palabra “Chávez” en el título, tenía más acogida.

“Algunas de mis historias no fueron publicadas porque no tenían la voz del oficialismo. Mi editor en Nueva York me preguntaba por qué no estaba el otro punto de vista y yo tenía que decirle que no había manera de conseguirla”, dice Minaya. No es sólo un punto de equilibrio, la falta de acceso determina que no se pueda contar una historia completa. Zambrano expresa que “Un periodista es un punto de vista matizado por tantas entrevistas como haga”.

Es difícil explicar eso a muchos venezolanos que no entienden por qué hay que hablar con todas las partes, sobre todo si son actores políticos. “Los antichavistas querían que pusiéramos la puntilla en el ataúd de Chávez y que además ayudáramos a enterrar a Maduro. El chavismo quería que lo ayudáramos a ganar. Muy pocos venezolanos están interesados en historias bien escritas y mucho menos en que se exponga la corrupción de un lado y de otro. Su pensamiento es simplista frente a lo que hacemos”, dice el director de agencia.

Ante la imposibilidad de acceder a información real, y la saturación de opiniones partidistas, incluso por parte de quienes dicen llamarse analistas, los periodistas que querían y hoy quieren contar lo que pasa en el país, se frustran constantemente. Les pasa a los corresponsales extranjeros. Les pasa a los reporteros locales que, además, son vistos por sus propios colegas como si fueran extraterrestres. Pero a pesar de que saben que están embebidos en un medio altamente polarizado, son conscientes de que, por encima de sus preferencias políticas, son periodistas.

A lo anterior se le suma que un problema particular sobre la cobertura electoral en Venezuela es que tampoco se puede confiar mucho en las encuestas políticas. Luz Mely Reyes, directora del diario 2001, y uno de esos “bichos raros” locales, explica que las únicas

encuestas disponibles en Venezuela son las de las partes interesadas. “Para hacer una cobertura menos pasional, las deberían hacer los propios medios. Pero no existe esa cultura aquí y a los dueños de los medios no les interesa.” Ante esta situación que se suma a la falta de acceso a datos independientes, los medios que quieren ser más “objetivos” han optado por no publicar información de encuestas.

Diarios como Ultimas Noticias apostaron por darle más voz y cabida a los ciudadanos, independientemente de su posición política para que la agenda no estuviera netamente dominada por los candidatos y analistas. “Un pescador en Tucacas dijo que era raro, que era la primera vez que un periodista iba hasta el lugar a preguntarle qué pensaba”, dice Cesar Bátiz. Al alejarse de los protagonistas de siempre, la realidad se ve distinta. “La única forma de contar lo que pasa en Venezuela es contar el país, lo demás es mentira”, dice Zamorano.

4. El protagonista incidental

Hay un tipo de periodista en Venezuela que sobresale por encima del resto, porque cree en el oficio y a pesar de las adversidades, intimidaciones o presiones, se atreve a enfrentar al poder con sus preguntas. Cada vez son más escasos, porque suelen terminar convertidos en “la noticia” y entre los reporteros corre el dicho que lo peor que le puede pasar a un periodista, es terminar convertido en el protagonista.

Eso fue lo que les sucedió a Eugenio Martínez, periodista del diario El Universal, quien se dedicó a cubrir al árbitro del proceso: el Concejo Nacional Electoral. También le pasó a Ramsés Siverio, editor político del diario El Correo del Caroní de Ciudad Guayana. Ambos sin quererlo, tuvieron sus 15 minutos de fama:

Puzkas vs CNE

Martínez es un periodista que lleva años cubriendo el CNE. “Como reportero de



esa fuente considero que mi labor debe ser pedagógica, para el ciudadano”. Como sentía que no había suficiente espacio para eso en el diario, abrió un blog y una cuenta de Twitter, con el nombre de Puzkas que alcanzó a tener miles de seguidores. La gente empezó a enviarle preguntas acerca del sistema electoral, y Martínez tenía tan buen acceso a fuentes técnicas y conoce tan bien la normativa, que la gente en las redes sociales comentaba que había que esperar la traducción de “Puzkas” sobre lo que decían los rectores.

Por sus conocimientos y la facilidad para explicar el sistema automatizado de votación venezolano, sobre el cual hay más mitos que verdades entre los votantes, era invitado a participar en programas de televisión y de radio, hecho que elevó su perfil y que molestó a las rectoras de la institución a tal punto que una de ellas le dijo un día: “Bájale al tema de la televisión”. Martínez por su lado afirma que “Si era para hablar de temas técnicos, no veía problemas. Pero supongo que para el chavismo yo estaba siendo vocero de la oposición, cuando ésta me decía antes que era defensor del chavismo”.

El primer roce con los rectores fue durante el simulacro previo a las elecciones del 7 de octubre. Martínez cuestionó que utilizaran tarjetones con las fotos de los candidatos, pues consideraba que eso era una preelección. Luego, en los comicios del 14 de abril, y tras la cantada de fraude electoral por parte de la oposición, Martínez escribió un artículo en el que exponía que si bien la auditoría servía para demostrar que no había fraude técnico, si no se le permitía a la oposición acceder al registro de huellas y a los cuadernos de votantes, no se iba a solucionar la duda sobre suplantación de identidad que había denunciado Capriles. En una rueda de prensa posterior, transmitida por televisión nacional, la rectora principal del CNE, Tíbisay Lucena, se paró de la mesa, justo cuando Martínez iba a hacer sus preguntas y dijo: “Damos por terminada esta rueda de

prensa, destinada a los periodistas que informan y no a opinadores políticos”.

Desde entonces, y a pesar de que se avecinan unas nuevas elecciones, el CNE sólo ha convocado a una rueda de prensa y Martínez es cada vez más pesimista frente a lo que está pasando en términos de acceso a información y frente al papel del periodismo en el país. “Llegamos a un punto en que el silencio es absurdo”.

Ramsés vs Chávez

Al Correo del Caroní, el diario en Ciudad Guayana, donde trabaja Ramsés Siverio como editor político, llegó extraoficialmente la noticia de que el presidente Chávez iba a estar en otro estado cercano y que un avión de uno de los ministerios iba a llevar a otros periodistas hasta allá. El diario no había sido convocado por ser considerado crítico al gobierno, pero Siverio fue hasta el aeropuerto. “No me esperaban pero me montaron, y al llegar nadie me preguntó, solo el presidente me preguntó de dónde venía”.

Varios periodistas de medios regionales pudieron hacerle preguntas a Chávez, quien el día anterior había estado justamente en Ciudad Guayana, donde los trabajadores de las empresas básicas estaban en huelga para reclamar por la actualización de sus contratos colectivos, que llevaban años vencidos. Y precisamente fue eso lo que preguntó Siverio. “¿Cuándo va a discutir los contratos colectivos?”. En ese momento el presidente-candidato se salió de casillas. Dijo que el problema era que la gente se había acostumbrado a pedir y ellos a dar. Y Siverio, en vez de intimidarse con la respuesta, contra preguntó si no estaba intercambiando los votos de los trabajadores por los contratos colectivos. A esta pregunta el entonces presidente dejó el tema de lado y le contestó que todos los demás habían preguntado por temas petroleros, menos él, porque a él lo habían mandado de un “periódico burgués”.



“Nunca habíamos (EL Correo del Caroní) tenido acceso al presidente, ni siquiera nos recibe el gobernador del Estado Bolívar”, dice Siverio. El mismo gobernador, Francisco Rangel Gómez, salió a acusar a Siverio por su programa de radio, en el que encadena a otras 30 emisoras locales. “Dijo que yo le había faltado al respeto al presidente”. Cuenta que el día después de las elecciones también fue señalado por el propio Secretario de Estado de la gobernación y por simpatizantes chavistas y añade: “Sabía que iba a ir al comando de campaña y que me iban a insultar al día siguiente. Pero cuando soy periodista, soy periodista, y no puedo dejar que me afecte. Es un hábito que se adquiere”.

Siverio dice que lleva la profesión en la piel y que no la puede dejar colgada en un perchero para acomodarse a las situaciones. “Es una batalla de todos los días, contra uno mismo, porque somos periodistas pero también somos personas. ¿Cómo hacer para que ese credo no te permee?” Es difícil resistirse en campaña, con las pasiones exacerbadas, las marchas, los jingles, los fuegos artificiales, la ilusión de un buen discurso, incluso un regalo.

La camiseta política con la mirada de Chávez o la gorra tricolor autografiada por Capriles, eran regaladas a los reporteros que iban a cubrir los actos proselitistas de los candidatos. Algunos las lucían orgullosos, y hasta se tomaron fotos con ellas para difundirlas en las redes sociales. Así los militantes partidistas ganaron simpatizantes de su causa política y el periodista cambió de piel.

Pero otros no las lucieron. No querían ser identificados así ante los ciudadanos, a quienes, en últimas, tienen que rendir cuentas. Tampoco declaraban en público sus preferencias, porque la información y el apego a la verdad pesan en ellos más que la opinión. Era una forma de respetar el pensamiento político de los demás y de defender su derecho a ejercer la profesión en este ambiente tan polarizado. Porque como bien lo dijo alguna vez, Tomás Eloy Martínez,

quien vivió en Venezuela y fue director de El Diario de Caracas: “el periodismo no es solo una camisa que uno se pone encima a la hora de ir al trabajo”.



Catalina Lobo-guerrero

ENTRE LA PIEL Y LA CAMISETA POLÍTICA: El rol de los medios de comunicación y periodistas durante las elecciones presidenciales venezolanas 2012-2013.

Autora

Catalina Lobo-guerrero
Periodista colombiana residente
en Caracas
catalg@gmail.com
Caracas, Venezuela

Pie de imprenta

Fundación Friedrich Ebert
Stiftung

Responsable

FES Comunicación para América
Latina
Calle 71 # 11 - 90
Bogotá, Colombia

omar.rincon@fescol.org.co

FES Comunicación

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.