

# Elecciones venezolanas de 2018: hegemonía comunicacional del gobierno

**Txomin Las Heras Leizaola**

## Introducción

Las elecciones presidenciales celebradas en Venezuela el 20 de mayo de 2018 fueron, de lejos, el proceso comicial más atípico e irregular celebrado en el país desde los tiempos de la dictadura del general Marcos Pérez Jiménez (1953-1958) en los años cincuenta del siglo pasado. En el marco de la severa crisis política, económica y social venezolana, estos comicios fueron convocados en primera instancia y antes de tiempo por la Asamblea Nacional Constituyente (ANC), constituida a su vez el 30 de julio de 2017 de manera ilegal, al no estar precedida por un referéndum consultivo.

El adelanto de las elecciones presidenciales, que de acuerdo con la tradición venezolana se celebran cada seis años en el mes de diciembre –toda vez que el mandatario elegido asume funciones en enero–, fue la manera que encontró el gobierno del presidente Nicolás Maduro (2013-2019, 2019-) de retomar la iniciativa política luego de las fracasadas negociaciones con la oposición en República Dominicana entre finales de 2017 y febrero de 2018.

Con este anticipo comicial hecho al margen de la ley y en condiciones claramente desfavorables para la oposición, el gobierno buscaba a toda costa mantenerse en el poder y sortear los efectos electorales de la crisis económica y social de dimensiones colosales que está padeciendo el país y que se expresa en estadísticas como las de una tasa de inflación anualizada a mayo de 2018 del 24.571%, según datos suministrados por la Asamblea Nacional (el Banco Central de Venezuela no suministra información) y una caída de 9,5% del producto interno bruto en 2017, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), que preveía también una caída de 5,5% en este indicador en 2018.

Esta crisis económica ha generado, a su vez, una situación social calamitosa que se puede apreciar en las dificultades de la población para acceder a los alimentos y medicinas –bien sea por sus altos precios o porque no los encuentra–. Se manifiesta asimismo en un grave deterioro de los servicios públicos, especialmente el eléctrico, que se expresa en frecuentes y cada vez más largos cortes a residencias



e industrias, y en una explosión de la crisis migratoria venezolana que ya se calcula por encima de dos millones de personas, un millón de los cuales están en la vecina Colombia, según los registros de las autoridades migratorias.

Las elecciones fueron convocadas en medio de un clima de alta represión política que para el momento podía apreciarse, según la ONG venezolana Foro Penal, en trescientos cincuenta y nueve presos políticos y siete mil trescientas personas sujetas a procesos penales: entre ellos hay parlamentarios electos de la oposición y dirigentes de agrupaciones políticas como el líder del partido Voluntad Popular, Leopoldo López. Hay, también, inhabilitaciones administrativas como la que recae, entre otros, en el dirigente de Primero Justicia, Henrique Capriles, exgobernador del estado Miranda y dos veces candidato presidencial. Estos dos últimos con claras aspiraciones presidenciales.

## Un desolador panorama para los medios

A esta crítica situación económica, política y social hay que añadir una no mejor situación del panorama de los medios de comunicación en Venezuela, donde el Estado ha pasado a ser el actor hegemónico. De los ciento quince diarios de circulación nacional y regional que existían en 2013, a mayo de 2018 habían desaparecido cerca de ochenta, según un registro llevado a cabo por Eduardo Orozco, profesor de la Universidad Central de Venezuela y expresidente del Colegio Nacional de Periodistas. Decenas de señales de radio y televisión también han dejado de emitirse, por medidas administrativas de la autoridad de las telecomunicaciones o, simplemente, porque no les han renovado las licencias, tal y como ocurrió por primera vez con la emblemática planta televisiva Radio Caracas Televisión (RCTV) en mayo de 2007.

Orozco explica que el cierre de los diarios estuvo directamente ligado a la creación en 2013 de la Corporación Editorial Alfredo Maneiro, un ente estatal que monopoliza la importación de papel y que ha

hecho un uso político de la entrega de este insumo, imprescindible para los medios impresos. Los treinta y cinco periódicos de circulación diaria que quedan han visto radicalmente reducidas sus páginas: algunos de los tradicionales como *El Nacional* y *El Universal* apenas salen con dieciséis, cuando llegaron a tener sesenta y cuatro o más de cien páginas, y otros periódicos como *Tal Cual* tuvieron que emigrar a versiones digitales.

En el marco de esta grave situación comunicacional se llevaron a cabo las elecciones presidenciales. En ellas, un sector mayoritario de la oposición venezolana, agrupado en torno a la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), conformada por una amplia coalición de partidos políticos de la centro-derecha y la centro-izquierda, del Frente Amplio Venezuela Libre y de movimientos sociales, universidades y movimientos religiosos, decidió no participar y llamó a la abstención. No obstante, otros sectores contrarios al gobierno, que apoyaron las candidaturas de Henry Falcón, de izquierda moderada, y Javier Bertucci, un pastor evangélico, sí lo hicieron.

## Cercos comunicacionales

El investigador Óscar Lucien, exdirector del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco) de la Universidad Central de Venezuela y autor del libro *Cercos rojos a la libertad de expresión* (La Hoja del Norte, Editorial Dahbar, Caracas, 2011), sostiene que el régimen venezolano ha diseñado una arquitectura legal de control a la información, por un lado, y de limitación a la libertad de expresión, por otro.

Menciona, en este sentido:

1. La utilización de las instituciones impositivas como mecanismo de amenaza; la transformación del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) de un organismo técnico en uno político, adscrito directamente a la Vicepresidencia de la República, que ha llegado a ejercer funciones censoras.



2. Ataques físicos a periodistas y a instalaciones de los medios, perpetrados por organismos de seguridad y partidarios del gobierno.
3. La apertura de procesos administrativos y judiciales a publicaciones periodísticas y a sus directivos.
4. El uso discriminatorio de la pauta publicitaria del Estado.
5. La reducción de otras fuentes de financiamiento para los medios a consecuencia del masivo proceso de estatización que ha sufrido la economía venezolana.
6. La utilización represiva de las leyes de responsabilidad social en radio y televisión, que en una reforma posterior incluyó los soportes electrónicos, y la constitucional contra el odio, por la convivencia pacífica y la tolerancia, instrumento legal que permite que cualquier opinión crítica pueda ser considerada una instigación al odio y se penalice con más de diez años de prisión.

“Todo esto repercute en algo menos visible pero que creo que es el componente más delicado: la generación de autocensura. El daño mayor que se ha hecho al ejercicio del periodismo, a la libertad de expresión y al derecho a la información, ha sido la promoción de la autocensura porque esta no deja huellas, no se ejerce a través de una acción directa del Estado, pero el ciudadano, el periodista, el medio como tal, se inhiben de hablar o escribir libremente por las consecuencias que puede tener su acción”, afirma Lucien.

Esta realidad de cerco se agudiza y se agrava en un contexto electoral, porque además de todo el andamiaje ordinario, existe una hipersensibilidad del gobierno por los mensajes políticos que se producen en una contienda política. La legislación electoral regula, por no decir que limita, el espacio y el tiempo en el que pueden circular mensajes de tipo político y la propaganda. Se da así una perversión extrema porque se constriñe la participación a las organizaciones políticas y a la ciudadanía en su conjunto.

Al respecto, Lucien destaca lo inequitativo del proceso electoral. Se produjo una sobresaturación de información política y electoral pro oficialista en los medios públicos que han sido cooptados por el partido de gobierno, donde no hay ningún tipo de respeto a la norma electoral que propende al equilibrio informativo, frente a unos medios independientes amordazados.

“Obviamente, si el gobierno considera la abstención un delito y la propia presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE) amenazó públicamente con actuar contra quien la promueva, ahí existe una mordaza que limita el debate político, pues la abstención es un derecho. El ciudadano decide si vota o no vota. Si ejerce su derecho a no votar y lo criminalizan, eso ya indica que hay un elemento de desbalance grande”, apunta Lucien, el exdirector del Ininco.

También subraya que la denuncia periodística por los medios tradicionales, por la utilización de recursos públicos para promocionar al candidato del gobierno, fue considerada como un ataque al sistema. Esto equivale a colocar una mordaza en la boca, sobre todo si se toma en cuenta que a una parte importante de la población, especialmente a los más humildes, se les compelió a asistir a votar mediante un sistema extorsivo como es la utilización del Carnet de la Patria. Se trata de un documento expedido por el gobierno con código QR por medio del cual se manejan los programas sociales dirigidos a la población, pero que ha sido objeto de denuncias por considerarlo un elemento de control social y un método de coacción en las elecciones. Estas denuncias eran más fáciles de hacer por las redes sociales, pero su impacto es de otra naturaleza, según advierte Lucien.

## Apariencia de normalidad

Entre los elementos que caracterizaron estas elecciones presidenciales se destacó el llamado al abstencionismo de un sector mayoritario de la oposición que adujo la falta de garantías y su origen espurio. El gobierno hizo un esfuerzo supremo para contra-



rrestar esta situación, lo que llevó a Marianela Balbi, directora ejecutiva del Instituto Prensa y Sociedad, capítulo Venezuela, a señalar que había una intención por parte de las autoridades de dar una apariencia de normalidad sobre un proceso que, a su juicio era, de raíz, totalmente ilegítimo y anormal.

“Vimos por ejemplo”, refiere Balbi, “muchas menos agresiones a los periodistas que en casos anteriores, porque obviamente había que seguir el guión de aceptar la cobertura de los periodistas y de dejar que hicieran su trabajo. Hubo un desarrollo medianamente normal de cómo se hace una cobertura del proceso electoral. Los pocos registros que llevamos fueron típicos de excesos del Plan República –el despliegue que realizan las fuerzas armadas en épocas electorales para ofrecer seguridad y dar apoyo logístico– que impedían en algunos casos el acceso de la prensa a los centros de votación, a tomar fotografías o recoger testimonios para reflejar en los medios lo que se decía de la alta abstención y falta de participación. Pero no pasó a mayores”.

En esa misma línea argumental, Balbi agrega que para dar credibilidad a la intención del gobierno de Maduro de que en Venezuela se estaba desarrollando un proceso electoral con todas las garantías, les dieron algunos espacios a los candidatos de oposición que manifestaron su intención de participar y a quienes podía verse de alguna manera en los medios, aunque fuera con una gran desigualdad respecto al abanderado oficial del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).

## Las cadenas de radio y televisión

Aquí cabe mencionar, para dar una idea del desbalance informativo que se produjo en la campaña electoral, el uso abusivo que el gobierno hizo de las cadenas nacionales de radio y televisión. Según la organización Monitoreo Ciudadano –una iniciativa que nace con la finalidad de hacer el seguimiento de medios de comunicación del Estado en Venezuela–, durante el lapso formal que duró la campaña electoral, entre el 22 de abril y el 17 de mayo de 2018, el

gobierno obligó a pasar producciones propias por el sistema nacional de radio y televisión público y privado durante ochenta y dos minutos, para un promedio diario de tres minutos. La programación de estas cadenas incluyó la transmisión de eventos de entrega de viviendas e inauguración de obras públicas. Con estos hechos se incumplió tajantemente uno de los compromisos que las autoridades gubernamentales habían adquirido de cara a las elecciones.

Una visión más cruda de las cifras está en las cadenas de radio y televisión desde el 23 de enero de 2018, fecha en que la Asamblea Nacional Constituyente convocó a las elecciones, hasta el 20 de mayo. En este caso, el total se eleva a veintiuna horas y cincuenta y dos minutos, para un promedio de algo más de once minutos diarios, que incluyeron en su programación transmisiones del programa informativo oficialista *Noticiero de la patria*, sesiones del Consejo de Ministros, movilizaciones callejeras de partidarios pro gubernamentales, ejercicios militares y otros eventos organizados por el gobierno.

Durante 2017, las cadenas de radio y televisión, cuyo uso constante y sin ningún tipo de control fue puesto en práctica durante los gobiernos de Hugo Chávez (1999-2001, 2001-2007, 2007-2013), tuvieron una duración total de doscientos cincuenta horas y veintiséis minutos, lo que equivale a un promedio de cuarenta y un minutos diarios.

“Las cadenas presidenciales tienen un efecto terrible porque aniquilan y silencian todo el sistema de radio y televisión. Eso se hace de manera sistemática y se agudiza en contextos electorales. Los informes que han presentado en el pasado comisiones de observación de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y de la Unión Europea (UE), indican como parte de sus recomendaciones que durante los procesos electorales no se deberían de permitir”, explica el investigador Óscar Lucien.

Además del uso abusivo de las cadenas de radio y televisión, el desbalance a favor del gobierno, contraviniendo la normativa electoral, se pudo apreciar también mediante la utilización de casi todo el espa-



cio radioeléctrico oficial, el aprovechamiento de las redes comunitarias –que a pesar de que no son teóricamente del gobierno actúan como si lo fueran–, y la promoción de la obra de gobierno camuflada como propaganda electoral.

Andrés Cañizales, profesor de la Universidad Católica Andrés Bello (Ucab) y director general de la asociación civil Medianálisis, dedicada a la capacitación y al estudio de los medios de comunicación, confirma este diagnóstico:

La campaña electoral tuvo una dinámica bastante desequilibrada porque, pese a que había un compromiso del gobierno de no usar las cadenas, por ejemplo, o de reducir la presencia de Nicolás Maduro, en realidad no se cumplió nada de eso. El presidente siguió emitiendo las cadenas, siguió usando los recursos públicos en la plataforma de medios, especialmente la televisión y la radio, mientras que en términos comunicacionales las otras candidaturas, como las de Henry Falcón y Javier Bertucci, eran meramente informativas y comunicacionalmente muy enanas, por lo que se vieron minimizadas.

## El campo de batalla de Twitter

Twitter fue el principal campo de batalla electoral en las redes sociales en las pasadas elecciones presidenciales. Un informe de IPYS Venezuela y el Observatorio Electoral Venezolano (OEV) que analizó cómo se desarrolló allí la campaña electoral, encontró que en seis cuentas de instituciones y programas del sector público venezolano se llevó a cabo abiertamente una actividad proselitista a favor de la reelección de Nicolás Maduro.

Es el caso, por ejemplo, de la cuenta del Carnet de la Patria (@CarnetDLaPatria) que publicó ciento noventa y seis mensajes relacionados con la campaña, 65% de los cuales llamaba abiertamente a votar a favor del presidente. Los tuits no dejaban lugar a dudas: “¡TODOS CON MADURO! La juventud que con esperanza, fe y convicción mira al FUTURO, se anota con el candidato del Frente Amplio de la Patria @Ni-

colasMaduro, ¡POR LA VICTORIA! #VamosVenezuela #JuntosTodoEsPosible”.

En el referido informe se señala igualmente que en los tuits de @CarnetDLaPatria también se reforzaba su uso como un mecanismo de identificación electoral, algo que va en contra del secreto y la libertad del voto, y se anunciaba algún tipo de recompensa a los que fueran a votar. Estos son algunos de los ejemplos de los tuits:

“Luego de #VotaPorVenezuela busca el #PuntoTricolor más cercano y escanea tu @CarnetDLaPatria y tu @CarnetDelPSUV y vamos a sellar esta memorable jornada de participación Victoriosa”.

Y: “#AsiLoDijo el Pdte. @NicolasMaduro Estoy pensando darle un premio en el @CarnetDLaPatria a todos los que ejerzan la soberanía y la voluntad de ir a votar libremente el #20May. #VotoDiálogoYPaz”.

Otras instituciones públicas y programas gubernamentales que enviaron mensajes similares por Twitter fueron el Ministerio para la Comunicación y la Información: ochenta y cuatro tuits proselitistas; la Presidencia de la República: treinta tuits proselitistas; la Comisión Nacional de Telecomunicaciones: veintiséis tuits proselitistas; la Asamblea Nacional Constituyente: un tuit proselitista; y el programa de distribución de alimentos subsidiados conocido como Clap: nueve tuits proselitistas.

Una de las fórmulas utilizadas en estos tuits fue la de dar noticias del Ejecutivo Nacional que beneficiaban a ciertos sectores y regiones acompañándolas con etiquetas o imágenes que llamaban a votar: #SiQuieresPazVota, #SiQuieresProsperidadVota, #SiQuieresFuturoVota, #VotaSiQuieresPatria.

Igualmente, se relacionaba la posibilidad de obtener beneficios con la necesidad de votar por Maduro: “Protector de nuestro Futuro, Pdte. @NicolasMaduro: He aprobado los recursos para incorporar a 3 mil nuevos jóvenes al #PlanChambaJuvenil. ¡Tenemos que fortalecer las misiones con el @CarnetDLaPatria! ¡Un sistema de protección Social! #VotaSiQuieresPatria”.



También se sugería a los carnetizados que estaban siendo vigilados y controlados al tiempo que se ejercía coerción sobre ellos bajo la amenaza velada de que podrían dejar de recibir ayudas, como en este tuit del programa @CarnetDLaPatria:

Candidato Presidente @NicolasMaduro: No podemos dejar de acudir a las elecciones. Les digo a los que tienen @CarnetDLaPatria: Son 16 millones 500 mil carnetizados. La patria te protege y te ayuda y tú participas en las elecciones con tu voto. #VotaSi-QuieresFuturo.

De acuerdo con el informe de IPYS Venezuela, los candidatos presidenciales en estos comicios de 2018 mantuvieron un lenguaje menos agravante, en comparación con mediciones similares hechas en otros procesos comiciales en 2016 y 2017. Los principales candidatos, Nicolás Maduro y Henry Falcón, publicaron en Twitter entre el 24 de marzo y el 24 de mayo seiscientos cincuenta y siete y seiscientos dieciocho mensajes, respectivamente. El candidato opositor fue el que más mensajes violentos publicó descalificando a sus adversarios. Sin embargo, estos apenas representaron el 3% de todo lo que dijo en esa red. Estos mensajes estuvieron dirigidos al sector abstencionista de la oposición y a su contrincante Nicolás Maduro, al que se refería como “el candidato del hambre”.

Por el lado de la oposición, tanto entre los partidarios de la abstención como entre quienes participaron en los comicios, se apreció en Twitter, según el criterio de Andrés Cañizales, de Medianálisis, un clima de mucha polarización y conflictividad: “para muchos opositores el enemigo no parecía ser Maduro, sino Henry Falcón o la MUD y el Frente Amplio, según donde estuvieras ubicado. Eso le dio unas características especiales a esta campaña”.

Cañizales ahonda en esta afirmación explicando que:

No estamos hablando solo de una polarización entre chavistas y opositores, sino de una profunda polarización en el seno opositor en relación a cómo

debía ser la estrategia a seguir. Las redes sociales reflejaron eso. Probablemente, hubo discusiones propias en el seno de la oposición donde se reflejaron las diferencias entre ellos, pero también el gobierno, aprovechando esa coyuntura, las incentivó con estrategias que ya ha usado para posicionar temas en las redes sociales y hacer campañas de descrédito.

Cañizales también apunta que Twitter sirvió para que la opinión pública conociera denuncias de irregularidades e incidentes durante la campaña electoral. Es el caso de un hecho de violencia que ocurrió en un barrio popular de Caracas cuando un grupo que hacía campaña a favor de Henry Falcón fue atacado por partidarios del gobierno. El incidente ameritó la hospitalización de un diputado por politraumatismos. Los medios tradicionales y el propio Consejo Nacional Electoral (CNE) no hicieron eco del hecho, y fue el propio candidato presidencial opositor el que lo dio a conocer por las redes sociales.

Inacción por parte del propio CNE, no solo con relación a ese hecho de violencia, sino también con ponerle coto, de alguna manera, a lo que es el ventajismo del gobierno en el uso de los medios públicos y, en los privados, a través de las cadenas, lo que termina siendo un hecho grave.

Luis Carlos Díaz, periodista especializado en temas digitales y miembro de los consejos de redacción de las revistas *SIC* y *Comunicación*, señala que la campaña de Nicolás Maduro fue muy visible en la red. Logró publicidad de Google Adds en casi cualquier página de navegación. Díaz, sin embargo, advierte que esa publicidad se paga en dólares—en Venezuela rige un severo control de cambios— y que a pesar de que existe la obligación de declarar los gastos ante el Consejo Nacional Electoral, eso pocas veces se hace correctamente. El rubro asociado con publicidad tecnológica nunca ha sido contemplado, explica, por lo que es poco probable que se pueda conocer el monto de dicho gasto.

Por su parte, el principal candidato de la oposición, Henry Falcón, tuvo un despliegue menor en el medio





digital, aunque también generó alguna actividad en las redes sociales más importantes, explica Díaz:

Fue más curioso porque hubo una innovación y es que Falcón tenía a sus propios *influencers*. Tenía una suerte de gente que aplaudía sus decisiones, sus tuits, su campaña. Entre ellos había periodistas, gente con trayectoria pública, tuiteros conocidos o anónimos.

Díaz agrega que no hay manera de demostrar si esa interacción era o no paga o si estaba o no articulada. Pero lo curioso fue que había gente que se dedicaba día a día a justificar por qué había que participar en las elecciones. “No se trataba de hacerle campaña a Falcón sino de decir que había que votar, que esa era la ruta”.

## La web más lenta del mundo

Las restricciones al derecho a la información y a la libertad de expresión encuentran en la web terreno fértil. Y los problemas comienzan en la velocidad de navegación en Venezuela, que es una de las más bajas del mundo.

El informe de IPYS Venezuela “Presidenciales 2018: reelección presidencial bajo escasez informativa”, muestra los resultados de la medición realizada junto con el laboratorio de mediciones de internet MLAB entre el 19 y el 21 de mayo de 2018 de la velocidad de la navegación desde equipos móviles: 0,45 mbps. Eso es trece veces inferior a los 6,16 mbps de promedio que registraron quince países de América Latina durante 2017.

En las conexiones fijas la situación no fue mucho mejor. La velocidad de conexión entre el 19 y el 21 de mayo fue de 1,67 mbps.

Se consideran buenas conexiones aquellas que están por encima de 4 mbps; medianas entre 1 y 4 mbps y limitadas o bajas aquellas por debajo de 1 mbps. Se puede afirmar entonces que las mediciones rea-

lizadas en Venezuela en el marco de las elecciones muestran un deterioro importante de la velocidad de conexión.

Mariengracia Chirinos, directora de Libertades Informativas de IPYS Venezuela, comenta estos resultados:

Se afectan todos los sectores de la sociedad, el sistema de gestión pública, los medios de comunicación y, en un contexto electoral, se necesitan unas condiciones mínimas para estar informado. Ahora, ante la debilidad del sistema de medios tradicionales, se suma este problema en el espacio digital. Este es un problema sostenido en el contexto venezolano que ubica a Venezuela, según los reportes internacionales de Akamai que mide el comportamiento de la conectividad, como el peor país de conectividad móvil y fija del mundo, junto con Paraguay. Venezuela ha ido cayendo en este ranking por una decisión deliberada en 2009, mediante un decreto presidencial de Hugo Chávez, por el cual se declaró todo lo asociado a internet como un gasto suntuario y, por lo tanto, no prioritario para el Estado.

## Una campaña accidentada

Durante la campaña electoral diversos portales web sufrieron ataques. Por ejemplo, [vendata.org](http://vendata.org), una plataforma colaborativa de búsqueda *online* que permite poner al alcance de los venezolanos –en formato reutilizable– información oficial que solo se consigue en formato cerrado. El 8 de mayo atacaron la plataforma y eso la mantuvo fuera de servicio por cinco días. [Vendata.org](http://vendata.org) nació como una iniciativa desarrollada por IPYS Venezuela y Transparencia Venezuela, capítulo venezolano de Transparencia Internacional.

El portal de información y periodismo de investigación [runrun.es](http://runrun.es) fue otra víctima de un ciberataque el 11 de mayo y estuvo cerrado por setenta y dos horas. El ataque se produjo días después de que publicó –junto a otros medios como [elpitazo.com](http://elpitazo.com), [armado.info](http://armado.info) y el diario español *El Confidencial*– un sonado caso conocido como #conexionsuiza, sobre



la filtración de trescientos documentos financieros del banco suizo Compagnie Bancaire Helvetique (CBH). Estos ataques contra portales independientes son moneda común en el periodismo venezolano.

En el informe “Presidenciales 2018: la campaña de la desinformación”, IPYS Venezuela publicó los resultados de un estudio que realizó por medio de sus corresponsales en Caracas y otros once estados del interior del país, para conocer el comportamiento de los medios entre el 7 y el 16 de mayo, en plena campaña electoral.

Algunas de las conclusiones indican que las declaraciones de los voceros oficialistas prevalecieron en el espectro radial público de la ciudad de Caracas en la muestra horaria seleccionada. A eso se limitaron emisoras como Radio Nacional de Venezuela, Radio Tiuna y YVKE Mundial, y en ellas se destacaron las declaraciones del presidente Nicolás Maduro y representantes del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) como Freddy Bernal, ministro de Agricultura Urbana y coordinador nacional de los Comités Locales de Abastecimiento y Producción (Clap), y William Contreras, superintendente nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos (SUNDDE). Ningún dirigente de la oposición venezolana salió al aire en el marco de esta muestra.

Según el estudio, la programación estuvo centrada en las promesas electorales de carácter económico y social del candidato presidencial oficial, los beneficios del Carnet de la Patria y de la Gran Misión Vivienda Venezuela, un programa social gubernamental para dotar de viviendas a la población de bajos recursos. Asimismo, se instaba a los oyentes no solo a votar en las elecciones, sino a votar por el presidente Maduro, utilizando etiquetas como #siquieresprosperidadvota y #VotaporNicolasMaduro.

Este patrón se repitió en las televisoras estatales. En el noticiero principal de la emisora Asamblea Nacional Televisión (ANTV), en uno de los días escogidos en la muestra, se hicieron llamados a votar masivamente por la candidatura oficialista y a oponerse a

“acciones violentas” de lo que llamaban la derecha venezolana por sus posiciones contra el proceso electoral. Asimismo, se informó sobre el pago de las pensiones en los días subsiguientes, se difundieron los tuits del presidente Nicolás Maduro en ocasión de su visita al estado Lara y se dio la palabra a la presidenta del Consejo Nacional Electoral (CNE), Tibisay Lucena, para que informara aspectos del proceso electoral.

En el noticiero de Venezolana de Televisión también se instó a votar por el candidato oficial y a rechazar “campañas comunicacionales internas y externas” en contra de las elecciones. Asimismo, se recordaron los programas sociales del gobierno. En un programa de opinión posterior conducido por Jorge Amorín, la invitada fue Tania Díaz, vicepresidenta de la Asamblea Nacional Constituyente (ANC), quien habló sobre la importancia del proceso electoral en marcha.

De una muestra de cuarenta y tres emisoras radiales públicas y privadas seleccionadas por IPYS Venezuela, el día de las elecciones en Caracas, solo doce ofrecieron una cobertura completa del evento por medio de operativos especiales. Las otras se dedicaron a ofrecer una programación musical. En esta jornada se volvió a repetir el comportamiento de los días precedentes, cuando los micrófonos estuvieron abrumadoramente abiertos al sector oficialista en boca del presidente de la República, Nicolás Maduro, el vicepresidente Tarek El Aissami y el tren ministerial, entre otros funcionarios. El informe llega a señalar incluso que en los horarios monitoreados el único dirigente opositor que apareció fue el candidato Javier Bertucci, denunciando en tres emisoras privadas la presencia de Puntos Rojos –puestos de control del Partido Socialista Unido de Venezuela para fiscalizar a los votantes con el Carnet de la Patria– en las adyacencias de los centros electorales.

En televisión de señal abierta el comportamiento a favor de los voceros gubernamentales –incluso en los canales privados– no fue distinto e incluso podría clasificarse como más grave, pues en los horarios re-





visados ningún representante de los factores de oposición fue consultado.

“Si tú hubieses seguido la jornada electoral por televisión no te enteras de lo que sucedió. La televisión, que está muy coartada, presionada y controlada por el Estado, no mostró lo que estaba ocurriendo. Se hizo un esfuerzo desde algunos medios tradicionales importantes, en particular la televisión, por mostrar una aparente normalidad en torno a estas elecciones”, explica Cañizales, de Medianálisis.

A su juicio:

Las redes sociales y los medios digitales independientes pasaron a tener un peso primordial para mostrarle, tanto al propio país como al mundo, lo que en realidad ocurrió ese día en Venezuela: una abstención importante que desde mi punto de vista no era solamente una abstención organizada. No todos los que no fueron a votar lo hicieron siguiendo una línea consciente, sino que ahí se mezcló la apatía y el desencanto que hay hoy en relación con una clase política, con toda ella.



### **Acerca del autor**

**Txomin Las Heras Leizaola.** Consultor en temas comunicacionales y periodista venezolano residente en Bogotá (Colombia).

txominlasheras@gmail.com.

### **Pie de imprenta**

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

Calle 71 n° 11-90 | Bogotá-Colombia

Teléfono (57 1) 347 30 77

Fax (57 1) 217 31 15

<http://www.fes-colombia.org>

### **Responsable**

FES Comunicación para América Latina

omar.rincon@fescol.org.co

**Bogotá, 2018**

**ISSN 2422-0663**

**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.**

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de la FES.

Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente las de la Friedrich-Ebert-Stiftung.