



**OBSERVATORIO  
GLOBAL DE  
COMUNICACIÓN  
Y DEMOCRACIA**

**01**

Informe monitoreo de medios de la  
cobertura electoral realizada por los  
medios venezolanos durante el  
proceso de elecciones  
parlamentarias 2015

# LA COBERTURA ELECTORAL DEL PROCESO PARLAMENTARIO 2015

EN ALIANZA CON

ININCO-UCV/LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA/  
CIC-UCAB/IPYS VENEZUELA/VOTO JOVEN/SUMATE/CIUDADANÍA  
ACTIVA/RED DE OBSERVACIÓN ELECTORAL ASAMBLEA DE EDUCACIÓN/  
OBSERVATORIO ELECTORAL VENEZOLANO



# **LA COBERTURA MEDIÁTICA DEL PROCESO ELECTORAL PARLAMENTARIO 2015**

## **INFORME FINAL (Version Sintetizada)**

**En Alianza con:**

**Instituto de Investigaciones de la Comunicación -UCV/  
Centro de Investigaciones de la Comunicación-UCAB/La Universidad del Zulia/  
IPYS Venezuela/Súmate/Voto Joven/Asamblea de Educación/  
Observatorio Electoral Venezolano**

**Caracas, Venezuela, junio 2016**



## CONTENIDO

<b>RECONOCIMIENTOS</b>	<b>3</b>
<b>FUNDAMENTOS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>4</b>
<b>PRINCIPALES HALLAZGOS (SÍNTESIS)</b>	<b>6</b>
<b>EL MONITOREO DE MEDIOS Y LOS DESAFÍOS DE LOS MEDIOS VENEZOLANOS</b>	<b>11</b>

## RECONOCIMIENTOS

El presente informe es producto de un esfuerzo conjunto llevado a cabo entre el Observatorio Global de Comunicación y Democracia (OGCD) y nueve importantes organizaciones de la sociedad civil venezolana.

El Observatorio agradece las valiosas recomendaciones y aportes efectuados tanto en el diseño y construcción de los instrumentos para recolección de datos como en el análisis de datos recogidos por los coordinadores de cada equipo de trabajo conformado. Agradecemos el compromiso denodado de María Fernanda Madriz (ININCO-UCV), Carlos Delgado Flores y Osvaldo Burgos (CIC-UCAB), Luz Neira Parra (Universidad del Zulia, LUZ), Maruja Dagnino y Mariengracia Chirinos (IPYS Venezuela), José Enrique Delgado y Eris Hernández (AC. Súmate), Víctor Marcano (Voto Joven) y Rodrigo Ayala (Ciudadanía Activa). Apreciamos igualmente los aportes y el compromiso de María Teresa Arbeláez y Elsa Pilatos (Grupo de Observación Electoral Asamblea de Educación) y de Carlos Medina (Observatorio Electoral Venezolano).

Igualmente, el OGCD reconoce el apoyo de los directivos y editores de medios de comunicación quienes apoyaron la iniciativa y cedieron la data solicitada para el estudio, como fue el caso de María Inés Delgado (Panorama), Antonio Serfaty, Angel Lesma y Gitanjali Suárez (Circuito Unión Radio), Omaira Labrador (La Nación) y Sheyla Urdaneta (La Verdad).

Apreciamos el compromiso demostrado por Karen Castillo y Katherine Castillo en la coordinación, limpieza y procesamiento de la data utilizada para elaborar este informe.



Griselda Colina  
Directora

## FUNDAMENTOS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para que un proceso electoral sea considerado “auténtico, libre y justo” deben tomarse en cuenta no sólo los temas relativos al libre ejercicio del voto sino también las circunstancias atinentes al acceso del electorado a información plural y diversa sobre el proceso electoral, de forma que los votantes puedan tomar decisiones basadas en conocimientos certeros sobre los candidatos, los partidos, las plataformas y el proceso electoral en su conjunto.<sup>1</sup> Con el objeto de contribuir al debate en torno al rol de los medios durante el desarrollo de procesos electorales, el OGCD llevó a cabo un monitoreo de la cobertura mediática del proceso electoral correspondiente a los comicios parlamentarios de 2015 que se planteó tres metas: **a)** Determinar el equilibrio en la cobertura informativa durante el proceso comicial parlamentario, **b)** Medir el acceso de las distintas fuerzas políticas a los medios de comunicación **c)** y Observar las prácticas básicas del periodismo profesional en la cobertura realizada por dichos medios.

Para la elaboración del estudio se tomó en cuenta la teoría, la metodología y los procedimientos descritos en el Manual de Monitoreo de Medios Durante Procesos Electorales, confeccionado y diseñado por la Oficina del Centro Carter en Venezuela en 2015. El presente ejercicio se llevó a cabo con la participación de especialistas provenientes de tres reconocidas universidades nacionales, tales como la Universidad Central de Venezuela (UCV), la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y la Universidad del Zulia (LUZ) y expertos pertenecientes a algunas de las organizaciones civiles más importantes del país, tales como el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS), el Observatorio Electoral Venezolano (OEV), Ciudadanía Activa, el Grupo de Observación Electoral de la Asamblea de Educación, Voto Joven y Súmate.

Para la realización del estudio en Venezuela, se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

*Presencia de equilibrio informativo en la cobertura.* Usualmente se entiende por “equilibrio informativo” la presencia, en un mismo medio, de informaciones sobre las distintas opciones políticas participantes de una contienda electoral, de forma que los usuarios de dicho medio puedan conocer, sin recurrir a otras fuentes, y de manera objetiva y balanceada, la totalidad de las ofertas presentes en un determinado proceso electoral. Dadas las características del contexto político venezolano, en este estudio se entiende por “equilibrio informativo” la presencia/ausencia de información balanceada, no sólo en un medio específico sino en el conjunto mediático general. La

---

<sup>1</sup> ONU, PIDCP, art. 19(2); Naciones Unidas, Convención contra la Corrupción, arts. 10(a) y 13(b).

polarización política tiende por lo general a eliminar la noción de balance o equilibrio en la política editorial de los medios, individualmente considerados. Esto es particularmente significativo en el caso venezolano, donde el Ejecutivo Nacional influye o controla, directa o indirectamente, las políticas editoriales de la mayoría de los medios, tanto impresos como audiovisuales, aun cuando la ley obliga a los medios venezolanos a observar una cobertura imparcial durante los procesos electorales<sup>2</sup>.

*Acceso de las fuerzas políticas a los medios.* Diversas leyes en Venezuela, establecen la transmisión “gratuita y obligatoria” de mensajes o alocuciones oficiales tanto para el Ejecutivo Nacional como a las Instituciones del Estado. Por su parte, la Ley Orgánica de Procesos Electorales (LOPRE) establece que el Consejo Nacional Electoral dispondrá de espacios gratuitos con el objeto de difundir mensajes relativos al proceso electoral, en radio y televisión abierta y por cable, prensa escrita de circulación nacional, regional o local. Si bien la LOPRE prevé el financiamiento total o parcial de propaganda electoral para la difusión de los mensajes de las fuerzas políticas durante los procesos electorales, esta prerrogativa se ha usado una sola vez durante la vigencia de esta ley.<sup>3</sup>

Por otro lado, la Ley venezolana no prohíbe la inauguración de obras durante la campaña electoral, el gobierno, por lo tanto, no sólo no tiene límite para la transmisión de inauguración de obras, sino que estos espacios, han sido altamente cuestionados por ser utilizados a completa discreción de los funcionarios públicos para actos de proselitismo político en favor del oficialismo.

Para el análisis del acceso de las fuerzas políticas a los medios de comunicación, el estudio buscó determinar si los espacios oficiales gratuitos y obligatorios, fueron utilizados como lo establece la normativa, o si por el contrario sirvieron para favorecer a una tendencia política particular

*Uso de prácticas profesionales.* Para medir el impacto de la cobertura en la opinión pública, se tomó en cuenta la calidad de las piezas informativas. En este sentido, en este estudio, se tomaron en cuenta el uso de prácticas básicas del periodismo profesional, tales como uso de contexto y contraste, diversidad y pluralidad de fuentes y diversidad de géneros periodísticos. En las notas periodísticas, el contraste presenta un punto de vista diferente al que expresa la fuente principal consultada. Para ello no

---

<sup>2</sup> El Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales establece en su artículo 81 que “Los medios de comunicación social públicos y privados ... observarán un riguroso equilibrio en cuanto al tiempo y espacio dedicado a las informaciones relativas a las actividades desarrolladas por los candidatos o las candidatas.”

<sup>3</sup> El Artículo 78 de la LOPRE establece que: “El Consejo Nacional Electoral podrá financiar parcial o íntegramente, la difusión de propaganda electoral en los medios de comunicación de radio, televisión o impresos, de conformidad con las normativas que establezca al efecto.

existe una proporción estadística exacta, como la estructura uno por uno utilizada en medios televisivos. La conformación de un relato periodístico implica la contraposición de puntos de vista, a través de la consulta de fuentes plurales y diversas, especialmente en la cobertura de procesos electorales.

*Muestra de Medios.* La muestra del monitoreo abarcó un total de 31 medios, los cuales fueron analizados durante un período de 16 días. Dicho período incluyó seis fases del proceso electoral: la llamada precampaña, la campaña propiamente dicha, el período de “veda”, la jornada comicial, el proceso post comicial y la instalación de la nueva Asamblea Nacional. En total se analizaron 13.060 piezas de información en materia electoral, cinco cadenas presidenciales, 197 mensajes oficiales y 222.392 conversaciones en Twitter.

## PRINCIPALES HALLAZGOS (SÍNTESIS)

Los resultados de este estudio no pretenden establecer conclusiones definitivas sobre los medios venezolanos. El ejercicio realizado, permite, sin embargo, dibujar a grandes rasgos características generales de la cobertura realizada por los medios venezolanos durante días específicos del proceso electoral parlamentario de forma que los mismos sirvan como insumo para un debate necesario sobre el rol de los medios de comunicación en un marco de reconfiguración del ecosistema de medios del país y de cambios en el consumo cultural del venezolano.

Los hallazgos confirman la conformación de una nueva realidad mediática, en donde el ciudadano/consumidor de información, busca, reproduce, interviene, e incluso produce contenidos informativos para tener una información que satisfaga sus intereses. Esto, en un marco donde los medios tradicionales quedaron sometidos a presiones y a poco o nulo acceso a fuentes, una realidad mediática que no escapa de la polarización política que vive el país.

A continuación, las principales características de la cobertura electoral parlamentaria

### **1) El Ejecutivo Nacional colonizó la cobertura electoral del proceso parlamentario 2015.**

Los medios privilegiaron en forma desmesurada las voces de los funcionarios de gobierno. Las declaraciones del presidente Nicolás Maduro constituyeron la principal fuente de todas las informaciones electorales analizadas. Si bien es normal que el presidente de un país ocupe un lugar predominante en la cobertura mediática general,

su presencia en la cobertura específica de un proceso electoral parlamentario en la que él ni siquiera era candidato, constituye una distorsión grave y denota la colonización de los espacios en los medios venezolanos por parte del Ejecutivo Nacional.

- *El 45 por ciento del tiempo que dedicaron las emisoras televisivas de la muestra a la cobertura del proceso electoral, estaba referida a actividades o declaraciones del presidente Nicolás Maduro. Este porcentaje no incluye las más de 7 horas de cadenas registradas durante los días del estudio.*

Las leyes en Venezuela no prohíben ni limitan la inauguración de obras públicas ni la realización de actos de gestión de gobierno durante la campaña electoral por lo que este tipo de actividades el presidente de la República y de altas figuras del ejecutivo, en actos oficiales, inauguraciones, entrega de viviendas, donde se presentaban acompañados por candidatos del GPP, marcaron una tendencia ampliamente favorecedora para los candidatos oficialistas.

Circunstancia similar se registró en el caso de los funcionarios públicos en general.

- *El 12 por ciento de las fuentes orales consultadas por los medios tradicionales estudiados incluyó a funcionarios del poder ejecutivo y de otros poderes públicos<sup>4</sup>. Este porcentaje incluye a gobernadores, alcaldes y otros representantes oficialistas acompañando a candidatos.*

Si bien esta práctica fue generalizada, y se observó también en el caso de gobernadores y alcaldes de oposición, dado su escaso número, la incidencia de estos ejemplos, en la cobertura ocupó un porcentaje mucho menor. Al igual que en el caso del presidente, ninguno de estos funcionarios era candidato.

## **2) La tendencia de favorecer a voces oficialista en la cobertura electoral se registró también en el caso específico de los candidatos.**

- *El 25 por ciento de las fuentes orales consultadas por todos los medios correspondió a candidatos oficialistas el 14 por ciento a candidatos de oposición.*

Del análisis de esta situación se desprende que el principal elemento de distorsión en la cobertura proviene de la asimetría en la cobertura realizada por medios públicos y los medios privados.

---

<sup>4</sup> Se excluyen de estos registros a representantes o rectores del CNE



- *En la televisión privada, el acceso a las fuentes que representaban a los dos principales bloques políticos fue bastante equilibrada (16 por ciento oficialistas y 14 por ciento oposición). No así en los medios públicos donde las fuentes oficialistas contabilizaron diez veces más (31 por ciento) que las fuentes de oposición (3 por ciento).*
- *En el diario oficial Ciudad Caracas el 58 por ciento de las fuentes consultadas fueron oficialistas y sólo 1 por ciento de fuentes de oposición.*
- *La excepción a esta tendencia se registró en el diario oficial Correo del Orinoco, donde si bien las fuentes oficialistas ocuparon el mayor porcentaje (38 por ciento), también hubo espacios para fuentes “Oposición” (20 por ciento).*

### **3) La presión gubernamental y la autocensura se hizo evidente durante la cobertura electoral del proceso parlamentario.**

- *Un ejemplo de la presión de los factores oficialistas quedó evidenciada en la transmisión “voluntaria” que hicieran los principales medios televisivos privados y públicos, de una entrevista, desde el Cuartel de la Montaña, únicamente para candidatos oficialistas el día del cierre de la campaña electoral.*
- *El mayor porcentaje de las informaciones electorales registradas en los medios tradicionales (impresos, radio y tv) se registró en los tres días de período post electoral (26 por ciento), seguida por la jornada electoral (25 por ciento) y en tercer lugar los cinco días la campaña analizados (21 por ciento).*

### **4) Los medios públicos fueron los principales generadores de información sobre el proceso electoral.**

- *Si bien la cobertura electoral ocupó el 49 por ciento de la cobertura noticiosa general. En radio y televisión, el 62 por ciento del tiempo de las informaciones electorales registradas provino de los medios públicos y solo el 38 por ciento de los medios privados.*

Dado que los medios públicos favorecieron en forma abrumadora a los candidatos oficialistas, el saldo final en la cobertura general tuvo una distorsión a favor de estos últimos.

- *El 63 por ciento del tiempo total de las informaciones electorales registradas en los medios televisivos, provino de los medios públicos. Por su parte, la cobertura de Radio Nacional de Venezuela, durante la campaña electoral, representó el 56 por ciento del total de informaciones registradas en las cinco emisoras.*

La cobertura electoral se concentró en los resultados de la jornada y la instalación de la AN, dejando de lado la elaboración de trabajos planificados sobre el proceso, los candidatos, las propuestas y otros temas de elaboración propia de los medios.

- *El mayor porcentaje del tiempo de las informaciones electorales se registró durante la jornada electoral (36 por ciento), seguida por los días de campaña (22 por ciento) y durante la fase post electoral (14 por ciento)*

## **5) Los periodistas/anclas de los medios públicos hicieron proselitismo explícito en favor del bloque oficialista**

El estudio midió tanto el proselitismo en las notas informativas (proveniente de fuentes, sonido ambiente, temas de cobertura y tomas), como también el realizado por los periodistas/anclas de los medios televisivos<sup>5</sup>.

- *En el aspecto referido al proselitismo en las anclas/reporteros de los medios televisivos, los resultados dan cuenta de un 46 por ciento de anclas con marcaje proselitista. Del total de anclas marcadas con proselitismo, el 99 por ciento corresponde a los medios públicos y sólo el 1 por ciento a medios privados.*

## **6) La cobertura electoral ofreció pocos recursos narrativos**

El 70 por ciento de las informaciones electorales fueron debidamente contextualizadas, caso contrario sucedió con el uso del contraste entre las versiones o datos presentados en las informaciones. Los medios digitales hicieron la diferencia en el uso de recursos narrativos, contextualizando y mostrando contraste entre las fuentes y datos consultados.

- *El 98 por ciento de las notas electorales registradas en los medios digitales presentaron datos contextualizando la información que se presentaba. Efecto Cocuyo, Panorama y Ultimas Noticias destacan por presentar contexto en el 100 por ciento de las notas analizadas.*
- *En cuanto al uso de contraste entre los datos/informaciones presentadas en las notas electorales, en líneas generales el 55 por ciento de las notas no registraron ningún tipo de contraste y sólo 45 por ciento si lo presentaron. Destacan por encima del promedio general en el uso de contraste en sus notas los medios Efecto Cocuyo (78 por ciento), NotiTarde.com (77 por ciento), Globovisión.com (69 por*

---

<sup>5</sup> El Artículo 79 de la LOPRE establece que ni los medios ni productores independientes “...podrán efectuar ningún tipo de difusión de propaganda tendente a apoyar a algún candidato (...) ni a estimular o desestimular el voto del elector a favor o en contra de alguna de las candidaturas.

*ciento), Últimas Noticias (57 por ciento), El Nacional (52 por ciento) y Panorama (51 por ciento).*

Las nóminas de los periódicos venezolanos se han visto disminuidas por la crisis económica. Tanto los medios como los periodistas han sido objeto de amenazas y presiones por parte de altas figuras del gobierno nacional. Estos aspectos hicieron que en la prensa escrita menos de la mitad de las notas informativas fueran de autoría de un periodista de la plantilla del medio.

- *Sólo el 48 por ciento de las notas registradas en los medios impresos tenían la firma del reportero el 33 por ciento de las notas las firmaba "El medio", 15 por ciento provenían de agencias noticiosas, tres por ciento de "Otros medios" y uno por ciento de autores no identificados.*

Este caso fue particularmente notorio en El Universal donde sólo el 30 por ciento de las notas estaban firmadas por un periodista, y la mayoría de sus notas (58 por ciento) las firmaba el medio. El resto de las notas electorales provenían de agencias (6 por ciento), otros medios (cinco por ciento) y sin firma (uno por ciento).

#### **7) En la red social Twitter, los usuarios construyeron la información electoral**

Los usuarios dominaron la conversación en Twitter marcando una diferencia sustancial en la generación de conversaciones sobre temas electorales, por encima de los medios de comunicación y los perfiles de instituciones oficiales.

- *En el total de las conversaciones electorales registradas, las cuentas de usuarios de la red fueron la fuente primaria en la generación de las informaciones (96 por ciento), seguida muy de lejos por cuentas de medios de comunicación (cuatro por ciento), y por los perfiles en Twitter de instituciones oficiales (cero por ciento).*

#### **8) Las cadenas presidenciales promovieron a candidatos del partido de gobierno. El CNE ocupó de forma mayoritaria los espacios gratuitos oficiales previstos en la ley.**

Durante los 16 días seleccionados para el estudio, se registraron un total de 5 cadenas presidenciales, que ocuparon un espacio de siete horas, dieciocho minutos y cinco segundos (7:18:05).

- *En las cadenas presidenciales se registró la presencia de candidatos de la contienda electoral, representantes del oficialismo y se encontró que tanto en las cadenas transmitidas durante la llamada pre campaña (Haiman El Troudi,*

*candidato a la AN por Miranda), como en los días de campaña electoral (Cilia Flores, candidata AN por Cojedes, Héctor Rodríguez, candidato AN por Bolívar), los espacios oficiales sirvieron para promocionar a candidatos del partido de gobierno.*

En lo relativo a la propaganda institucional, en los días correspondientes a la pre campaña, campaña y veda electoral se registraron un total de 197 mensajes, en las estaciones televisivas que conformaron la muestra. De los mensajes registrados, un 65 por ciento se transmitió en los medios privados, y 35 por ciento en la estación pública VTV.

- *Al clasificar los temas abordados en dichos mensajes se identificaron dos grupos mayoritarios, uno referido a los asuntos electorales, con la firma del ente electoral (71 por ciento) y otro referido a la gestión del gobierno nacional (26 por ciento).*
- *Al desagregar los temas específicos abordados en los mensajes electorales se identificaron piezas sobre las auditorías electorales (53 por ciento), sobre la selección de los miembros de mesa (19 por ciento), sobre el proceso de votación (4 por ciento), invitaciones a votar (4 por ciento) y sobre el inicio de la campaña (2 por ciento).*
- *Por su parte, en los mensajes referidos a la gestión del gobierno nacional se abordaron áreas diversas como los logros del gobierno nacional en distintas materias (35 por ciento), las acciones contra la "Guerra Económica" y el "Bachaqueo" (22 por ciento) y beneficios de la banca pública (22 por ciento). Entre mensajes oficiales también se registraron piezas promocionando logros del gobierno regional de Aragua (13 por ciento) y del Gobierno de Carabobo (3 por ciento). El resto de los mensajes sobre la gestión gubernamental destacaron las misiones sociales (3 por ciento) y promocionaron el ahorro energético (2 por ciento).*

## **EL MONITOREO DE MEDIOS Y LOS DESAFÍOS DE LOS MEDIOS VENEZOLANOS**

El objetivo del estudio busca, servir con datos precisos a un debate constructivo sobre el rol de los medios de comunicación durante las coyunturas electorales. El monitoreo pone de manifiesto los vacíos en el rol que debería cumplir la prensa en los procesos electorales.

Por lo general los medios privados son los que, por definición, asumen el liderazgo en la cobertura de procesos electorales. El hecho de que en Venezuela este dinamismo haya correspondido a los medios públicos, plantea una serie de interrogantes con respecto a la función de los medios privados en épocas electorales. Por otro lado, es necesario destacar el espacio que han ido ganando los medios digitales en el consumo informativo de los venezolanos. El emprendimiento y consolidación de un grupo de nuevos medios digitales respaldados por las firmas y el prestigio de reconocidos periodistas venezolanos, demostraron la capacidad para la construcción de relatos que sirvieron al elector, la articulación de acciones con organizaciones de la sociedad civil y brindaron espacios para la publicación de contenidos que mostraron una cara del proceso electoral que los medios tradicionales no conocieron.

En el marco de una evidente reconfiguración del ecosistema mediático en Venezuela, es una tarea impostergable generar debates que permitan potenciar la noción de la prensa como crítica del poder en defensa del bien público.

El Observatorio se plantea la difusión de estos resultados entre los periodistas de los medios nacionales, entre los medios que fueron objeto del estudio, sus directores y jefes de información, de forma que estos sirvan de espejo de lo que fue su labor y permitan la reflexión sobre las prácticas periodísticas.

La invitación es, para que los directores y editores de los medios de comunicación, utilicen estos resultados como base para la construcción de recomendaciones que permitan realizar un ejercicio periodístico más planificado, con mayores recursos y con el equilibrio que exige la normativa venezolana y los estándares internacionales. Una invitación para que los medios venezolanos asuman el desafío de realizar una cobertura electoral en un contexto polarizado, y donde los ciudadanos puedan conocer no sólo las distintas ofertas políticas sino también donde se contraste, se verifique y se respete el derecho del ciudadano a estar informado.