
Tratamiento informativo de las elecciones
venezolanas 2012 en los principales diarios
españoles
La imagen mediática de Hugo Chávez en la prensa española

Gemma Soriano Barceló
al133251@uji.es

I. Resumen

532



Las elecciones que se celebraron en Venezuela en 2012 fue un acontecimiento muy significativo para la prensa internacional. En concreto, los principales diarios españoles ofrecieron a la sociedad de este país una visión determinada de los dos candidatos presidenciales y de la situación de Venezuela. Asimismo, este estudio tiene como objetivo realizar un análisis exhaustivo del tratamiento que dio la prensa española a las elecciones y a los dos aspirantes. Además, también se estudiará el espacio que concedieron al ex presidente Hugo Chávez, así como la importancia que los cuatro diarios más importantes en España otorgaron a los comicios venezolanos. De este modo, a través del análisis de aspectos como el número de piezas, su autoría, el género empleado, las fuentes y el lenguaje utilizado por los periodistas, entre otras cosas, se llegará a una conclusión que verificará las hipótesis planteadas. Como resultado, el análisis ha evidenciado que los principales diarios españoles se posicionaron a favor de Henrique Capriles y ofrecieron una imagen negativa de Hugo Chávez y Venezuela para favorecer el pensamiento general de que un cambio de gobierno era lo mejor para el país.

Palabras clave: Venezuela, elecciones, Chávez, Capriles, España, diarios, periodismo, construcción social realidad.

II. Introducción

Los medios de comunicación llevan a cabo una actividad esencial para la sociedad, si más no, los llamados mass media son los que construyen la realidad social (Casero, 2008: 63) y nos ofrecen una visión del mundo. Así pues, el proceso de construcción de la realidad social depende enteramente de la práctica productiva del periodismo (Alsina, 2005: 51). Además, los medios de comunicación también tienen influencia sobre las actitudes y las opiniones de las personas (Rodrigo Alsina; Estrada, 2009: 137), por lo que en ocasiones la responsabilidad social de estas organizaciones es esencial para garantizar el derecho a recibir una información veraz recogido en el artículo 20 de la Constitución Española.

Por otro lado, aunque en ocasiones los medios pueden servir para minimizar la llamada crisis de sentido social también es cierto que transmiten diferentes concepciones de la vida y de la realidad y consiguen ofrecer una visión del pluralismo social que existe en las sociedades modernas (Rodrigo; Estrada, 2009: 94). No obstante, en relación a los medios de comunicación, Berger y Luckmann (1997: 122-123) consideran que: «[...] Los contenidos de las comunicaciones de masas tienen una carga moral, en parte implícita (publicidad y reportajes periodísticos) y en ocasiones más directa (películas) [...] Con todo, resulta claro que los medios de comunicación masivos son utilizados explícitamente por empresarios morales de diferentes categorías para sus propios fines, al igual que por el

Estado, las Iglesias, las asociaciones de beneficencia como representantes de comunidades de opinión».

Asimismo, los medios de comunicación como constructores de la realidad social tienen en sus manos el poder de controlar el discurso. Tal y como explica Van Dijk (2009: 37): «Mientras que clásicamente se definía el poder con referencia a las clases y al control de los medios materiales de producción, hoy ese poder ha sido reemplazado en gran medida por el control de las mentes de las masas y para lograr ese control hace falta controlar el discurso público en todas sus dimensiones semióticas». De este modo, el presente trabajo tiene como objetivo demostrar el abuso de poder que en ocasiones llevan a cabo los medios de comunicación. Este uso ilegítimo del poder se concreta en la manipulación, el adoctrinamiento o la desinformación, y este abuso implica la violación de los derechos sociales y civiles del pueblo (Van Dijk, 2009: 41-42).

En este sentido, el análisis girará entorno a el tratamiento informativo de las elecciones venezolanas de octubre de 2012 por parte de los principales diarios españoles. La práctica de estos medios formaron a la sociedad española una idea concreta de los actores mediáticos que protagonizaron el proceso. En este caso, construyeron la imagen política de los candidatos Hugo Chávez y Henrique Capriles, así como una perspectiva general sobre el panorama social y económico de Venezuela.

Por otro lado, también es muy relevante el papel que los medios realizan durante las campañas electorales. Sin medios de comunicación no podría existir la democracia, pues la vida política se enfoca y desarrolla de cara a los mass media. Además, la presencia en los medios, especialmente la televisión, es una de las formas más interesantes que tienen los partidos políticos para darse a conocer y lanzar sus mensajes durante la campaña electoral (Holgado, 2003: 472). De este modo, los mass media se convierten en ejes imprescindibles, ya que su mediación es ineludible para que los actores políticos puedan llegar hasta el conjunto de los electores (Casero, 2008: 47).

Así pues, es razonable que los medios de comunicación deban velar por que exista una igualdad de oportunidades para todos los partidos políticos para que la contienda electoral sea lo más justa posible (Holgado, 2003: 473).

En otro orden de las cosas, el sistema electoral de Venezuela ha sido reconocido en muchas ocasiones por su transparencia. En este sentido, el ex presidente estadounidense Jimmy Carter afirmó en octubre de 2012 en el centro Carter que «de las 92 elecciones que hemos monitoreado, yo diría que el proceso electoral en Venezuela es le mejor en el mundo. Tienen un sistema de votación maravilloso»¹. Además, estas elecciones también son de las más auditadas, con 3.000 observadores venezolanos y varias delegaciones de Estados Unidos que hicieron de “acompañantes

¹ Carter praises Venezuela's e-voting technology, Smartmatic Group, 4 Octubre, 2012. http://www.youtube.com/watch?v=I9Dmt2_QioI&list=UUOpwE3m2KUdiFKSTsrmiC5g&index=2&feature=plcp



internacionales” (este término lo emplea el Consejo Nacional Electoral para describir a los invitados del extranjero).

Por otro lado, las máquinas de votación electrónicas son auditadas por las autoridades electorales y representantes de partidos políticos. En las elecciones venezolanas de 2012 se realizaron 17 auditorías diferentes ².

III. Objetivos

La finalidad del presente trabajo se concreta en tres objetivos:

Por un lado, este análisis pretende como principal meta realizar un análisis exhaustivo del tratamiento que los principales diarios españoles otorgaron a las elecciones venezolanas de 2012. En concreto, se tratará de visualizar la imagen que estos diarios dieron a los dos candidatos presidenciales y a Venezuela. En este sentido, la hipótesis general es que estos cuatro diarios apoyaron al actor político Henrique Capriles mostrando una imagen positiva sobre él y desprestigiando y mostrando una apariencia negativa y sesgada del actor político Hugo Chávez y de Venezuela.

El segundo objetivo se centra en la figura del ex presidente de Venezuela, Hugo Chávez. En concreto, se pretenderá estudiar el espacio que se concedió a este actor político durante parte de la campaña electoral, el día de las elecciones y dos días después. De este modo, la hipótesis que avala este objetivo es que en la mayoría de las piezas y temas publicados entre el 1 y el 9 de octubre de 2012 Hugo Chávez fue protagonista en detrimento de otros personajes o asuntos.

Por último, el tercer objetivo es examinar el grado de importancia que dieron los diarios españoles más importantes a este acontecimiento. La hipótesis que se plantea es que concedieron una cantidad de espacio elevada para cubrir las elecciones de 2012. De este modo, estos diarios tuvieron interés en transmitir una imagen determinada a los españoles sobre la realidad venezolana.

IV. Material y método

Para cumplir con este objetivo se ha tomado como objeto de estudio las elecciones venezolanas del 7 de octubre de 2012, un tema político de mucha importancia mediática e internacional. Los días para realizar el muestreo serán del 1 al 9 de octubre, es decir, 6 días antes de las elecciones y dos días después. Esto es así para poder analizar los últimos días de la campaña electoral, el día de las elecciones y las reacciones que los diferentes periódicos tuvieron después de la victoria de Hugo Chávez con un 55,25% de los votos (Henrique Capriles obtuvo un 44,13%). Para realizar

² Consejo Nacional Electoral activó más de 17 auditorías rumbo a elección presidencial, YVKE Mundial, 2 Julio, 2012. <http://venezuela-us.org/es/2012/07/02/consejo-nacional-electoral-activo-mas-de-17-auditorias-rumbo-a-eleccion-presidencial/>

la muestra se han escogido los periódicos generalistas (en formato papel) El País, El Mundo, La Vanguardia y ABC. Estos diarios son, según el Estudio General de Medios de 2012 (febrero a noviembre), los cuatro diarios de información general más leídos en España. De este modo, su contenido será el que llegará a más gente, por lo que son los periódicos que más impacto producen en la visión del mundo de la sociedad española.

Este estudio se llevará a cabo mediante un análisis cuantitativo y cualitativo de diferentes piezas periodísticas. Según Beltrán (1989: 40), estos dos métodos son «necesarios *in sua esfera, in suo ordine*, para dar razón de aspectos, componentes o planos específicos del objeto de conocimiento». Además, también explica que «no sólo no se excluyen mutuamente, sino que se requieren y complementan, tanto más cuanto que el propósito de abarcar la totalidad del objeto sea más decidido».

El análisis cuantitativo tiene como referente la comunicación como una fuente de información. Además, la metodología cuantitativa se fija en una serie de elementos recurrentes formalmente similares en diferentes contextos con el objetivo de generalizar resultados. El investigador debe hacer observación sin implicarse en el objeto de estudio y aplicando las categorías que previamente ha establecido (Rodrigo; Estrada, 2009: 48).

Por otro lado, el análisis cualitativo tiene como objetivo descubrir elementos textuales o visuales que contienen determinadas unidades de muestreo, registro y contexto, centrándose en una entidad, idea, persona, discurso o acontecimiento para tratar de averiguar como está representada o conceptualizada, es decir, permite conocer cuál es su imagen simbólica, por medio del análisis de los atributos que se le asignan y de las asociaciones o disociaciones que se establecen (Krippendorff, 1990).

De este modo, el modelo metodológico escogido para analizar de forma cuantitativa y cualitativa las piezas periodísticas se divide en siete parámetros a tener en cuenta. En concreto, se van a analizar los siguientes aspectos:

1. Espacio dedicado a la elecciones venezolanas de 2012 en cada diario (nº de piezas por día).

En los cuatro periódicos se analizará la periodicidad con la que se trata todo aquello relacionado con las elecciones en Venezuela y los candidatos del día 1 al 9 de octubre de 2012.

2. Género de la pieza

Para tener en cuenta cuál ha sido el formato predominante durante los nueve días de muestra será necesario hacer un recuento de los géneros preponderantes empleados. Estos géneros serán la noticia, la crónica, los artículos de opinión, la entrevista y el reportaje.

3. Protagonistas de la pieza

Otro de los aspectos que se llevarán a cabo será la concreción de quién o qué es el protagonista en la mayoría de las piezas de los cuatro periódicos. Las categorías para realizar este análisis serán “Hugo Chávez”, “Henrique Capriles” y “Venezuela”.

En este sentido, se denominará “protagonista” de una pieza, a la categoría que aparezca con más asiduidad durante el texto. Además, en una misma pieza podrán haber más de un protagonista en el caso que aparezcan los dos o tres conceptos de una manera similar.

4. Autoría de la pieza

Saber quién es el autor de la información es vital para tener en cuenta el nivel de calidad de la pieza. En este análisis se prestará atención a si el autor de la información es un corresponsal que vive en Caracas o un enviado especial, si es un periodista de la redacción, si la información proviene de agencias o si no se especifica quién es el autor.

5. Fuentes empleadas

De la misma manera que es esencial tener en cuenta el autor de la pieza, también es muy importante considerar a las fuentes del periodista. Para llegar a unos resultados que puedan ser representativos dividiremos las fuentes empleadas por los periodistas en “favorables a Hugo Chávez” y “favorables a Henrique Capriles”. Serán fuentes “favorables” de un candidato las que proporcionen información favorable sobre él o, en su defecto, que sea crítico con el candidato contrario.

6. Temas que se tratan en las piezas

Además de tratar el tema de las elecciones y la campaña electoral, los diarios también consideraron otros temas relacionados. En este sentido, los cuatro diarios han hecho hincapié en otros temas diversos como la enfermedad de Chávez, la muerte de los tres partidarios de Capriles, los rumores de fraude electoral y los votos de los venezolanos en España, entre otros. De este modo, cada uno de estos temas perjudican o favorecen de algún modo la imagen de uno de los candidatos. Así pues, se hará un recuento de los temas que más han incidido los cuatro diarios.

7. Lenguaje empleado

Para analizar el tipo de lenguaje que emplearon los periodistas en las distintas piezas, se ha concretado la siguiente metodología: durante el análisis se visualizarán las atribuciones que emplean los periodistas para referirse a Hugo Chávez y Henrique Capriles, las que se atribuyen a los simpatizantes de cada partido y los conceptos que emplean los periodistas para definir la situación actual de Venezuela. Primarán aquellos conceptos que se repitan varias veces en las piezas.

Por otro lado, para analizar el lenguaje de las diferentes piezas periodísticas, no se tendrán en cuenta los artículos de opinión ni las entrevistas, puesto que cada periódico es libre de publicar las críticas que desee y el entrevistado es libre para opinar. Además, es el tratamiento de los hechos, es decir, las piezas dedicadas a narrar lo que sucede (crónicas, noticias y reportajes) lo que se pretende analizar en este trabajo, puesto que las opiniones son libres pero los hechos deben corresponder a la realidad.

En total, se van a analizar 86 piezas periodísticas publicadas entre el 1 y el 9 de octubre de 2012 en los principales diarios españoles para

descubrir si las hipótesis se cumplen. El diario El País publicó 19, El Mundo 25, La Vanguardia 17 piezas y ABC 25 piezas.



V. Resultados

5.1 Espacio dedicado a las elecciones venezolanas de 2012

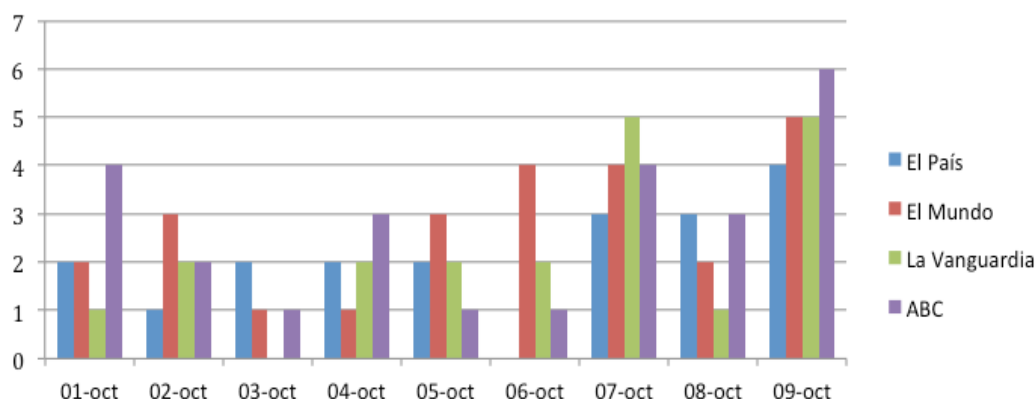
En el gráfico 1 podemos observar como los cuatro periódicos tratan casi cada día el tema de las elecciones venezolanas. Además, podemos apreciar como son el diario ABC y El Mundo los que publican todos los días desde el 1 hasta el 9 de octubre de 2012 alguna pieza relacionada.

Sin embargo, también se visualiza que es en los días 7 y 9 de octubre cuando más piezas publican los diarios. Esto puede ser debido a que el día 7 se llevaron a cabo las elecciones y el día 9 ya estaba confirmado quién las había ganado. Además, se puede destacar que el día 9 fue el día con más publicaciones al respecto, puesto a parte de publicar crónicas o noticias, los diarios también incidieron mucho en los artículos de opinión. Así pues, vemos como los cuatro medios hicieron más hincapié en esos dos días. Asimismo, se entiende este aumento del espacio a este tema porque el día de las elecciones y la confirmación del ganador fue cuando la población española tuvo más interés por este asunto. Sin embargo, el hecho de publicar entre 4 y 6 piezas diarias de contenido internacional denota el interés de los diarios españoles en los comicios venezolanos

En definitiva, el gráfico 1 muestra claramente la gran importancia que los principales diarios españoles otorgaron a las elecciones venezolanas. Así pues, el estudio del tratamiento de este tema se hace mucho más interesante, completo y preciso.

Además, a pesar de tratarse de un tema internacional que, a priori, no interesa tanto a los españoles como aquellos sucesos de ámbito nacional, los cuatro periódicos realizaron una cobertura muy completa de todo lo que fue sucediendo durante la campaña, las elecciones y los resultados.

Gráfico 1. Nº de Publicaciones por días



5.2 Género de las piezas

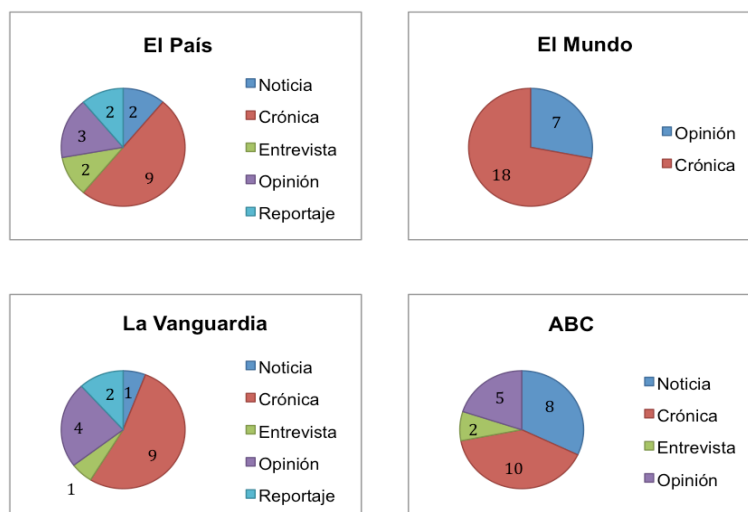
El gráfico 2 está formado por cuatro gráficas circulares en las que se muestran los géneros que empleó cada diario durante los 9 días de la muestra. Para empezar, se observa que en las cuatro gráficas la crónica es el género más empleado con bastante diferencia. Esto es debido a que el tema era de ámbito internacional y las noticias las solían escribir periodistas que se encontraban en el lugar de los hechos. Además, este aspecto implica que al periodista se le ha dado más libertad para la interpretación y la explicación a la hora de redactar (El País, 1993: 29). El segundo género más empleado por los cuatro diarios es la opinión, un hecho que indica la gran importancia que los cuatro diarios dieron al tema. Por último, observamos como la noticia, el reportaje y las entrevistas no se emplean en todos los diarios pero si que se utilizan en algunas ocasiones.

De este modo, en tres de los diarios el porcentaje de crónicas es de más del 50% (El País, El Mundo y La Vanguardia). Aún así, el 40% de piezas del ABC fueron crónicas. Además, los artículos de opinión rondan el 20% en los cuatro diarios (El País un 17%, El Mundo un 28%, La Vanguardia un 23% y ABC un 20%).

La elección de la crónica como género principal para la redacción de las piezas representa una apuesta de los cuatro diarios por la explicación y la interpretación de alguien que ha estado en el lugar de los hechos. Un aspecto que otorga calidad a la cobertura que estos periódicos dieron a las elecciones.

En definitiva, lo más destacable a la hora de emplear los distintos géneros periodísticos ha sido el gran uso de la crónica y el artículo de opinión, dos tipos de piezas en las que el periodista tiene libertad a la hora de interpretar los hechos desde un punto de vista personal. Así pues, se observa como los cuatro diarios apostaron más por la explicación, el análisis y la crítica que por aquellas piezas más imparciales u objetivas como la noticia o el reportaje.

Gráfico 2. Género de las piezas



5.3 Protagonistas de las piezas

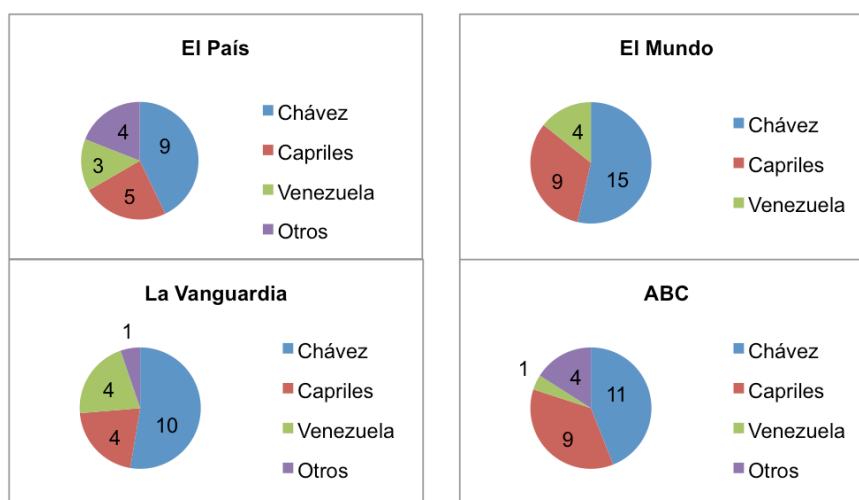
En el gráfico 3 está formado por cuatro gráficas circulares correspondientes a los cuatro diarios en los que se muestra el número de ocasiones en las que los dos candidatos o el país venezolano fue protagonista. De este modo, se visualiza de forma patente como es Hugo Chávez el personaje que más aparece en las piezas de los cuatro periódicos. En este sentido, queda en evidencia como la mayoría de las piezas publicadas en los cuatro diarios el gran protagonista es el presidente Chávez. Asimismo, se ha de destacar que a pesar de que el otro candidato, Henrique Capriles, es el segundo personaje más nombrado en las piezas, está bastante lejos en los cuatro diarios de alcanzar el gran protagonismo que se le da a Hugo Chávez.

Por último, el concepto Venezuela, comparado con los demás, se emplea en pocas ocasiones teniendo en cuenta la importancia que suponían estas elecciones para el país. En periódicos como El País o ABC se le da más importancia a otros personajes que a Venezuela.

Así pues, en todos los diarios el 40% o más de las piezas publicadas el actor principal de la pieza fue Chávez (El País un 43%, El Mundo un 54%, La Vanguardia 53% y ABC un 44%). En cuanto a Henrique Capriles, se observa que el diario que más cobertura le concedió le otorgó un 36% de protagonismo (Diario ABC).

De este modo, este gráfico advierte un nivel elevado de piezas dedicadas al ex presidente Hugo Chávez, un hecho que demuestra que este personaje político tuvo más visibilidad que el candidato de la oposición o la situación social de Venezuela.

Gráfico 3. Protagonistas de las piezas



5.4 Autoría de las piezas

El gráfico 4 está formado por cuatro gráficas circulares en las que se especifica la autoría de las piezas publicadas. En esta ocasión, se visualiza como en los cuatro diarios la mayoría de las piezas están escritas por corresponsales que viven en Venezuela o por enviados especiales a Caracas

para cubrir el acontecimiento. Esto es un punto positivo para los cuatro periódicos, puesto que las personas que narran todo lo que sucede durante la campaña, las elecciones y la confirmación de los resultados se encuentran en el mismo lugar de los hechos.

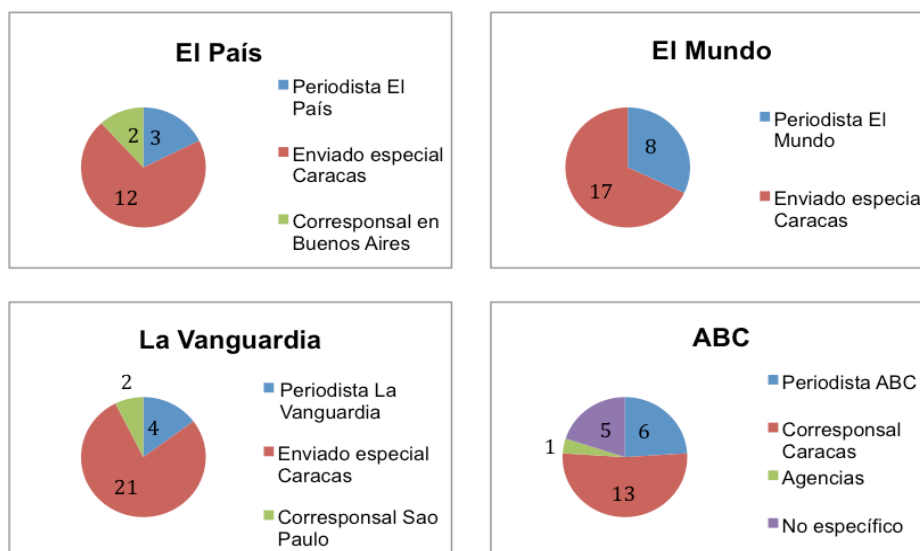
También se pueden destacar aquellas noticias escritas por periodistas de la redacción, que en la mayoría de ocasiones corresponden a los artículos de opinión. Por último, sólo el diario ABC publica piezas donde la autoría no se especifica, además de ser el único diario que ha empleado piezas de agencias para cubrir los acontecimientos.

Por otro lado, es interesante concretar que más del 50% de las piezas de los cuatro diarios están escritas por corresponsales o enviados especiales en Caracas. Además, en tres de los cuatro diarios el porcentaje ronda el 70% (El País un 70%, El Mundo un 68% y La Vanguardia un 78%).

Al observar la gráfica 4 queda justificado el gran uso de la crónica, puesto que es el género que más suelen emplear los enviados especiales o corresponsales a otro país.

Así pues, este aspecto denota la importancia que los cuatro periódicos otorgaron al tema de las elecciones, ya que quisieron observar de primera mano y a través de un periodista en el lugar de los hechos todo aquello relacionado con los comicios venezolanos.

Gráfico 4. Autoría de las piezas



5.5 Fuentes

De las fuentes que se han podido extraer de las diferentes piezas periodísticas (sin contar las piezas de opinión y las entrevistas) podemos hacer la división de la gráfica 5 (ver la clasificación de todas las fuentes en Anexo 1).

La gráfica 5 también esta formada por la cuatro gráficas circulares que recogen la cantidad de fuentes que han sido favorables con Hugo Chávez o con Henrique Capriles.

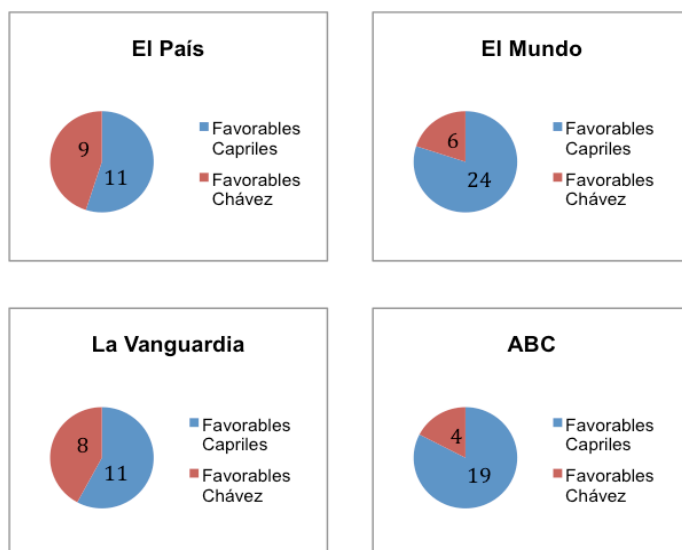
De este modo, podemos observar como la mayoría de las fuentes que emplean los periodistas para realizar sus piezas son personas simpatizantes

con el candidato Henrique Capriles. Además, en periódicos como ABC y El Mundo la diferencia es de más del doble. En los diarios El País y la Vanguardia la diferencia no es tanta.

Así pues, podemos destacar al diario El Mundo y el ABC por la gran diferencia en el número de fuentes favorables a cada candidato. En los dos diarios las fuentes que ofrecen información favorable sobre Henrique Capriles son el 80% de todas las que se han empleado para redactar las piezas.

En cuanto a El País y La Vanguardia se puede observar un uso de las fuentes de información más equitativo. El País emplea un 55% de fuentes favorables a Capriles y un 45% de fuentes favorables a Chávez. Además, La Vanguardia utiliza un 58% de fuentes que ofrecen información que beneficia a Capriles y un 42% de fuentes que simpatizan con Chávez. A pesar de esto, en los cuatro diarios dan más voz a aquellas fuentes que favorecen la imagen del candidato de la oposición.

Gráfico 5. Fuentes



5.6 Temas que se tratan en las piezas

A parte de informar sobre la actualidad electoral y de campaña, los principales diarios españoles también hicieron hincapié en otros temas relacionados. En concreto, los temas que más ocasiones tuvieron espacio en las piezas de los cuatro periódicos son los siguientes (tabla 1.):

Tabla 1. Temas y número de apariciones en los cuatro periódicos

Temas	El País	El Mundo	Vanguardia	ABC	TOTAL
Enfermedad de Hugo Chávez	6	7	7	9	29
Asesinato de tres partidarios de Capriles	1	6	3	6	16
Rumores de fraude electoral por parte del partido de Chávez	1	5	0	4	10
Rumores de una reacción violenta por parte del gobierno si Chávez no gana	1	3	4	1	9
Rumores de que los venezolanos tienen miedo a votar	0	3	0	2	5
Cacerolada a Hugo Chávez	0	1	0	3	4
Pago a simpatizantes de Chávez para acudir a mítines	1	1	1	0	3
Chávez vulnera jornada reflexión	1	1	0	1	3
Los venezolanos residentes en España votan y simpatizan con Capriles	0	0	0	2	2



En la tabla 1 se han recopilado los 9 temas que los cuatro diarios han tenido en cuenta además de la información sobre elecciones. En este sentido, todos los temas que han tratado ofrecen una imagen negativa sobre Hugo Chávez y sobre Venezuela. Además, es interesante observar como ninguno de los nueve temas es crítico con Henrique Capriles. De hecho, el único tema de la tabla 1 que protagoniza el candidato de la oposición ofrece información que beneficia a su imagen (“Los venezolanos residentes en España votan y simpatizan con Capriles”).

Otro de los detalles más importantes es que en tres de los temas, los diarios no demuestran que sea del todo cierto que hayan ocurrido los hechos de los que informan (rumores sobre el fraude electoral, reacción violenta por parte del gobierno y el miedo a votar de los venezolanos). Además, de los nueve temas que más espacio reciben, en seis de ellos Hugo Chávez es protagonista (su enfermedad, el posible fraude electoral, reacción violenta, la cacerolada, el pago a simpatizantes y la vulneración de la jornada de reflexión).

Así pues, se observa también como la enfermedad de Chávez es el tema que más cabida tiene en muchas de las piezas de los cuatro diarios con bastante diferencia. Con la repetición de este tema de forma continua en todas las piezas publicadas se otorgaba una imagen de debilidad e incertidumbre a la figura de Hugo Chávez.

El segundo tema con más repercusión fue el asesinato de tres partidarios de Capriles. Mediante el recuerdo continuado de este suceso se apelaba, de una forma sutil, a la culpabilidad del gobierno ante este hecho. De este modo, la credibilidad del gobierno quedaba en evidencia.

Los siguientes temas repetidos por los cuatro diarios también fueron negativos y críticos con Chávez y con la situación de Venezuela. Además, es interesante el hecho de que ninguno de los cuatro diarios publicó información perjudicial para Henrique Capriles.

5.7 Lenguaje empleado

El último aspecto analizado de las piezas ha sido el lenguaje empleado por los periodistas. Para realizar este análisis sólo se han utilizado las crónicas, los reportajes y las noticias, es decir, el lenguaje empleado en las opiniones y las entrevistas no se ha tenido en cuenta. En este sentido, se han estudiado las atribuciones que los periodistas emplearon para definir o conceptualizar a Hugo Chávez y sus simpatizantes, Henrique Capriles y sus simpatizantes y a Venezuela.

Para empezar, la tabla 2 muestra las atribuciones o conceptos que se han empleado para referirse a Hugo Chávez.

Tabla 2. Atribuciones o conceptos utilizados para referirse a Hugo Chávez

Atribuciones Hugo Chávez	El País	El Mundo	La Vanguardia	ABC	TOTAL
Gobernante/líder Bolivariano	2	8	1	2	13
Caudillo	4	0	6	1	11
Presidente	1	2	2	4	9
Mandatario venezolano	0	0	4	2	6
Comandante	4	0	0	1	5
Líder/presidente mesiánico	0	1	1	0	2
Debilitado	0	0	0	1	1
Socialista y Estatista	0	0	0	1	1
Comandante golpista	0	1	0	0	1
Showman de la política	1	0	0	0	1

En la tabla 2 se observa como las dos atribuciones más empleadas para nombrar a Chávez son gobernante/líder bolivariano y caudillo, los dos marcados en rojo. Además, vemos como la mayoría de atribuciones tienen connotaciones negativas. En este sentido, los conceptos “caudillo”,

“mesiano”, “estatista”, “debilitado”, “golpista” o “showman”, enmarcados sobre todo en el contexto español, tienen un sentido perjudicial para la imagen de Hugo Chávez.



Tabla 3. Atribuciones para referirse a Henrique Capriles

Atribuciones Henrique Capriles	El País	El Mundo	La Vanguardia	ABC	TOTAL
Candidato opositor	1	8	4	8	21
Candidato único de la oposición	0	1	6	9	16
Líder oposición	7	3	2	2	14
Ex gobernante de Miranda	0	7	2	0	9
Joven rival	0	0	3	1	4
El “Flaco”	1	0	1	1	3
Joven abogado de 40 años	0	0	2	1	3
Comparación con Nelson Mandela	0	2	0	0	2
Candidato presidencial	0	2	0	0	2
Abanderado de la oposición	0	0	0	1	1
Líder antichavista	0	1	0	0	1

En este caso, las palabras utilizadas para este candidato son antagónicas a las utilizadas para Chávez. Henrique Capriles es definido la mayoría de ocasiones simplemente como “Candidato de la oposición” o “Candidato único de la Oposición”. La forma de referirse a este personaje es mucho más aséptica que la manera de referirse a Chávez.

Además, ninguna de la atribuciones tiene connotaciones negativas, al contrario que la tabla 2. Se puede observar referencias bastante positivas como “joven”, “ex gobernante de Miranda”, “abanderado” o una comparación con Nelson Mandela. Con estas atribuciones se refuerza la imagen política de Henrique Capriles.

Por otro lado, en la tabla 4 se pueden observar como los conceptos “violencia” e “inseguridad ciudadana” son los más empleados para describir la situación de Venezuela. También es interesante observar como todas las atribuciones que emplean los cuatro medios son conceptos negativos. De este modo, la imagen general que se trasmite a la ciudadanía española es la de un país peligroso. Además, de esta forma se legitima el cambio de gobierno.

En este sentido, los simpatizantes de Capriles son definidos mediante conceptos bastante sencillos como “oposición”, “simpatizantes” y con referencias que no muestran ningún tipo de opinión por parte del periodista.

Tabla 4. Atribuciones a Venezuela

Atribuciones Venezuela	El País	El Mundo	La Vanguardia	ABC	TOTAL
Violencia	4	5	4	10	23
Inseguridad ciudadana	1	0	3	5	9
Miedo	1	3	1	1	6
Despilfarro	0	0	0	3	3
Criminalidad	0	1	1	1	3
Terror	0	0	0	2	2
Caos	0	0	0	2	2
Pobreza extrema	0	0	0	1	1
Tensión	0	0	1	0	1

Sin embargo, a la hora de definir a los simpatizantes de Chávez, los conceptos no son tan asépticos. Asimismo, los periodistas emplean atribuciones o adjetivos negativos como “radicales”, “incondicionales”, “comandos armados”, “partidarios del caudillo” o “avalancha bolivariana”.

De este manera, se percibe como los partidarios de Capriles se definen como personas civilizadas que pretenden un cambio de gobierno y los partidarios de Chávez son radicales y agresivos.

Lo más interesante de todas las atribuciones es que en la mayoría de ocasiones se emplea la palabra “Chávez” para referirse a sus simpatizantes. Al contrario que la oposición, donde en ningún momento se emplea el apellido de Henrique Capriles para referirse a ellos. De hecho, para referirse a ellos también emplean la palabra “Chávez”, como en “frente anti Chávez” y “oposición a Chávez”. Así pues, hasta en la forma de describir los simpatizantes de los dos partidos Hugo Chávez es protagonista.

Tabla 5. Atribuciones simpatizantes Capriles

Atribuciones simpatizantes Capriles	El País	El Mundo	La Vanguardia	TOTAL
Oposición/ opositores	7	16	2	27
Simpatizantes	3	1	0	5
Marea/ola/Alianza tricolor	0	2	0	3
Frente anti Chávez	0	1	0	1
Oposición a Chávez	1	0	0	1

Tabla 6. Atribuciones simpatizantes Chávez

Atribuciones simpatizantes Chávez	El País	El Mundo	La Vanguardia	ABC	TOTAL
Chavismo/Chavistas	12	11	8	0	31
Oficialistas	2	10	0	1	13
Marea Roja	1	2	0	2	5
Chavistas radicales/incondicionales	0	2	0	2	4
Bandas chavistas	0	0	0	3	3
Comandos de Chávez	0	0	0	3	3
Comandos armados	0	0	0	1	1
Activistas de trinchera	0	0	0	1	1
Chavismo duro	0	1	0	0	1
Partidarios del Caudillo Bolivariano	0	0	1	0	1
Partidarios Chávez	0	0	1	0	1
Avalancha bolivariana	1	0	0	0	1

VI. Discusión y Conclusiones

El análisis de estos siete parámetros o aspectos ha conseguido resultados de lo más interesantes, puesto que en la mayoría de aspectos analizados los cuatro periódicos tenían resultados similares. En este sentido, mediante el estudio de los siete parámetros correspondientes se ha conseguido cumplir con los tres objetivos que se planteaban al principio. Así pues, se ha hecho un análisis exhaustivo del tratamiento que los principales diarios españoles dieron a las elecciones venezolanas, del espacio que se le otorgó al ex presidente Hugo Chávez y de la importancia que se le asignó a este acontecimiento.

Además, muchos de los resultados obtenidos concuerdan con las tesis de algunos de los autores que se han destacado en este trabajo. En este sentido, podemos destacar a Urdaneta (2010), puesto que los temas en los que hicieron hincapié los cuatro diarios, a parte de la información electoral, mostraron una imagen negativa de Venezuela y de Chávez. También pueden relacionarse los resultados obtenidos en la tabla 4 (las atribuciones a Venezuela) con el estudio de Bonilla y Tamayo (2007), puesto los principales diarios españoles incidieron de una forma elevada en conceptos como “violencia”, “crimen” e “inseguridad”, entre otros, para formar una imagen determinada de Venezuela en la mente de los españoles. Por último, el protagonismo que los cuatro diarios más importantes en España concedieron a la figura de Hugo Chávez durante la cobertura de las elecciones coincide con la tesis de Casado (2011), el cual afirmaba que la prensa occidental ofrecía una visibilidad excesiva a este actor político.

En cuanto a los límites que han surgido en el estudio de este tema, cabe destacar el análisis de las fuentes. En el presente trabajo se han recopilado las fuentes que han sido favorables a cada candidato teniendo en cuenta solo aquella información que aportaba o si hacía alguna crítica al otro aspirante. No obstante, en algunas ocasiones, aunque la fuente ofreciera información beneficiosa para uno de los candidatos, el periodista incluía más tarde un comentario para que lo que exponía la fuente quedara deslegitimado. Esto ocurría en los cuatro diarios, sobre todo en las fuentes que eran favorables a Hugo Chávez, las cuales en numerosas ocasiones quedaban exentas de credibilidad por los comentarios que más tarde escribían los periodistas. Así pues, este tipo de detalles han dificultado el análisis de las fuentes. Sin embargo, finalmente los resultados que se han extraído sí pueden considerarse suficientemente representativos para extraer alguna conclusión al respecto.

Por otro lado, a la hora de analizar la importancia que los cuatro medios dieron a las elecciones venezolanas podría haberse realizado una comparación con otro acontecimiento. En este sentido, podría haberse comparado el número de piezas dedicadas a este acontecimiento y el que se empleó para cubrir las elecciones en Estados Unidos, las cuales tuvieron lugar en un periodo similar a las de Venezuela (6 de noviembre de 2012). No obstante, realizar esta comparación hubiera ampliado mucho el campo de estudio, por lo que se prefirió centrar el análisis solo en las piezas dedicadas a los comicios venezolanos.

Así las cosas, las principales y más importantes conclusiones a las que se han llegado con este estudio son las siguientes:

1. Los principales diarios españoles no fueron imparciales a la hora de cubrir la información sobre las elecciones de 2012 en Venezuela. Los motivos que inducen a esta afirmación son:
2. Los cuatro diarios generalistas más importantes en España otorgaron un espacio elevado y una imagen negativa a la figura de Hugo Chávez durante el 1 y 9 de octubre de 2012.

3. La principal prensa española otorgó un elevado nivel de importancia a las elecciones de Venezuela de 2012.

4. El País, El Mundo, La Vanguardia y ABC ofrecieron un tratamiento semejante de las elecciones, los dos candidatos presidenciales y la situación de Venezuela.

Así pues, esta última conclusión demuestra el discurso único que se ofreció a la ciudadanía española durante las elecciones venezolanas. Se observa como a la hora de informar sobre Venezuela o sobre Hugo Chávez los principales periódicos en España realizan un tratamiento bastante similar. Esta conclusión es muy interesante teniendo en cuenta el posicionamiento ideológico tan diferenciado de cada periódico.

En definitiva, el presente trabajo demuestra que el tratamiento que los principales diarios españoles hicieron de las elecciones venezolanas de 2012 no fue imparcial. En este sentido, los resultados del análisis han demostrado que se posicionaron a favor de uno de los candidatos y desprestigiaron al otro.

Además, dentro del campo del periodismo, son muy interesantes todos aquellos estudios que tienen que ver con los mass media y el ex presidente de Venezuela, Hugo Chávez. Este actor político se convirtió en un paradigma en el mundo de los medios de comunicación. Así pues, el tratamiento que los principales diarios españoles realizaron durante las elecciones de 2012 demuestra el poder que tienen los medios de comunicación en la construcción de la realidad, en este caso, de la realidad de Venezuela y su presidente.

En cualquier caso, queda evidenciado el grado de importancia que la prensa española concede a todo lo que ocurre en Venezuela y a la imagen que los españoles tienen sobre este país y sus representantes. También ha quedado demostrado que los cuatro diarios más importantes de España apoyaron de una forma unánime el cambio de gobierno durante las elecciones venezolanas de 2012.

VII. Bibliografía

AIMC (2012): *Resumen General. Estudio General de Medios*, Madrid.

BELTRÁN, M. (1989): «Cinco vías de acceso a la realidad social», en M. GARCÍA FERRANDO y otros (comp.): *El análisis de la realidad social, Métodos y técnicas de investigación*, Alianza, Madrid.

BERGER P.L y LUCKMANN, T. (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, Paidós, Barcelona.

BONILLA VÉLEZ, J.I. y TAMAYO GÓMEZ, C. A. (2007): *Violencia y medios de comunicación en América Latina*, Signo y Pensamiento, vol. XXVI, nº50. Universidad Pontificia Javeriana, Colombia.

CASADO, F. (2011): *La visión estereotipada de Venezuela en los titulares de la prensa internacional*. III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna.

CASERO RIPOLLÉS, A. (2008): *La construcción mediática de las crisis políticas*, Fragua, Madrid.

EL PAÍS (1993): *El País, libro de estilo*, Ediciones El País, Madrid.

HOLGADO GONZÁLEZ, M. (2003): *El papel de los medios de comunicación en la campaña electoral*, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.

KRIPPENDORFF, K. (1990): *Metodología de análisis de contenido*. Paidós, Barcelona.

RODRIGO ALSINA, M. (2005): *La construcción de la noticia. Nueva edición revisada y ampliada*, Paidós, Barcelona.

MARTÍN, G. (2013): *Medios de comunicación: Intereses cruzados en la cobertura sobre América Latina*, Mundiario.

RODRIGO ALSINA, M. y ESTRADA A. (2009): *Teories de comunicació*, Editorial UOC, Barcelona.

SERRANO, P. (2004): *Los medios de comunicación españoles y Hugo Chávez. Disparando contra Venezuela*. Laberinto.

SERRANO, P. (2009): *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*, Península, Barcelona.

URDANETA GARCÍA, M. (2010): *La imagen de Venezuela y Chávez en la prensa electrónica española*. Revista PANGEA. Red Académica Iberoamericana de Comunicación.

VAN DIJK, TEUAN A. (2009): *Discurso y poder*, Gedisa editorial, Barcelona.