

Referéndum constitucional

Información equilibrada en tres de siete canales de televisión



Tras analizar una extensa muestra previa al referendo constitucional del pasado 2 de diciembre, el Grupo de Monitoreo de Medios (GMM) observó algunas tendencias: la parcialización de algunos medios privados es superada con creces por la falta de equilibrio informativo en los medios gubernamentales, y en general prevalece un periodismo de fuente única, que se refleja en la falta de contraste de puntos de vista dentro de cada noticia

■ **Tomas Andersson**

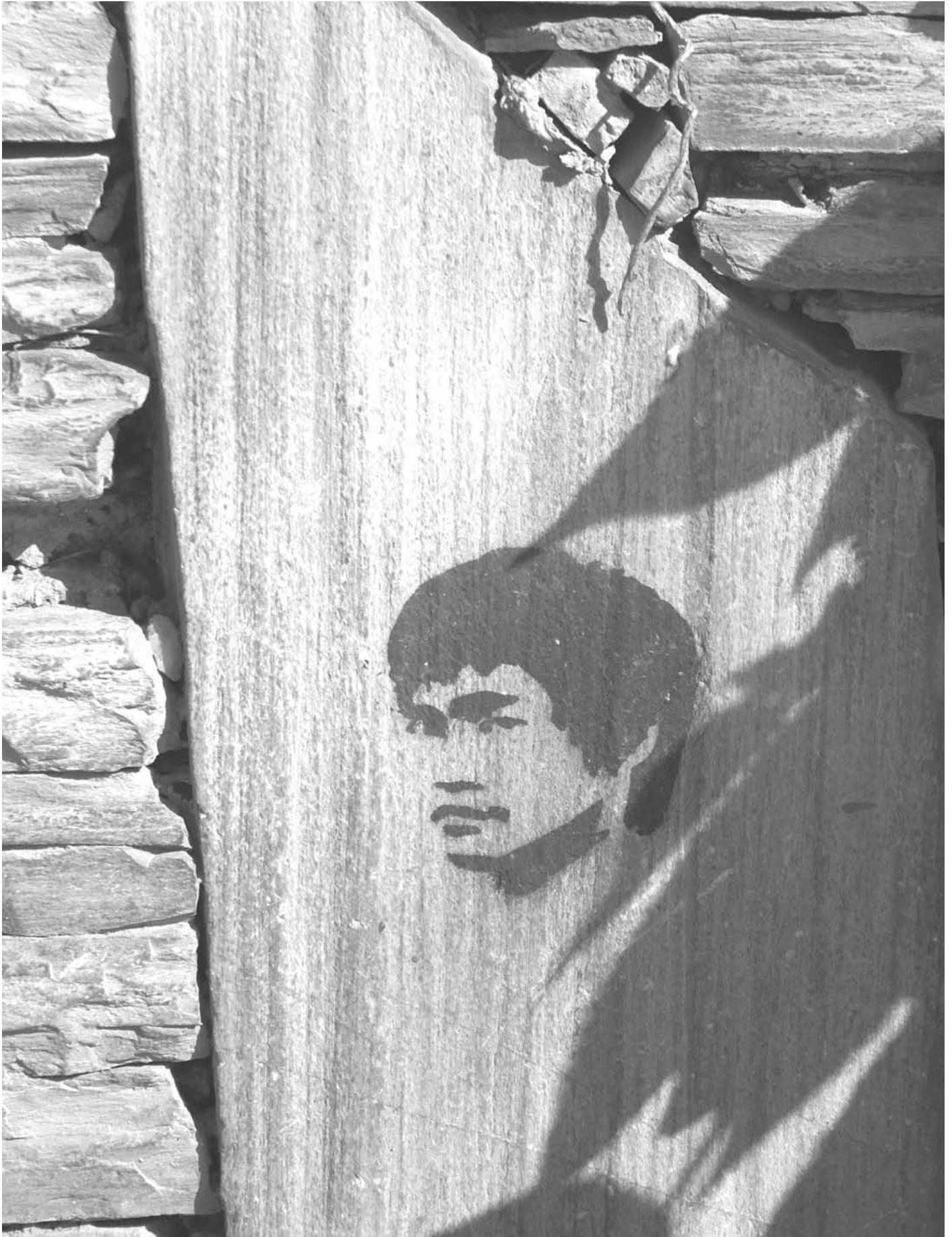
Traducción: Stein Gronsund

Durante todo el mes de noviembre 2007 se desarrolló un debate intenso en los medios de comunicación venezolanos sobre la propuesta de una reforma constitucional. El gobierno y la Asamblea Nacional habían propuesto una revisión de la vigente Constitución de 1998, un total de 69 artículos nuevos o revisados. El 2 de diciembre, el electorado venezolano iba a dar su opinión en un referéndum constitucional.

En reportajes y artículos de opinión se demostró que había, de una parte, una oposición fuerte contra la propuesta, pero también que había grupos grandes de la sociedad que apoyaron la revisión.

La temperatura de la cobertura periodística aumentó considerablemente durante y después de la masiva manifestación estudiantil en contra de la reforma constitucional, el día 7 de noviembre. Esta intensidad se mantuvo hasta el día del referéndum.

Las últimas cuatro semanas antes del referéndum, el Grupo Monitoreo de Medios (GMM) realizó una amplia investigación de la cobertura periodística de la campaña en relación con el referéndum. La investigación científica fue financiada por el Ministerio de Asuntos Extranjeros de Noruega y el Instituto Sueco.¹ El foco de la investigación eran los noticieros más importantes en las principales emisoras nacionales de radio y televisión.



La base teórica de la investigación se encuentra en la metodología elaborada por el investigador sueco Kent Asp (Asp, 2007) sobre el papel de los medios de comunicación durante procesos electorales. El pensamiento fundamental es que el electorado debe obtener, por diferentes vías, suficiente información para formarse una opinión política, y que los medios de comunicación son los informantes más importantes en este proceso, en particular durante campañas electorales.

Para que el electorado pueda formarse una opinión independiente, es importante que tenga acceso a información de calidad, y a la argumentación de todos los actores importantes en el proceso electoral. Como la mayoría de los votantes normalmente no siguen más que uno, o posiblemente dos medios de comunicación diariamente, cada medio de comunicación tiene la responsabilidad de presentar argumentos de todos los participantes, preferiblemente en el mismo reportaje.

Una idea importante en las investigaciones del GMM es la publicación de resultados durante la campaña electoral, primeramente para dar a los medios de comunicación herramientas para eventualmente cambiar su cobertura, e igualmente darle al electorado la posibilidad de evaluar esa cobertura.²

MATERIAL Y METODOLOGÍA

En la campaña electoral antes del referéndum realizado en Venezuela en diciembre de 2007, hemos investigado los noticieros de siete televisoras y cuatro emisoras de radio durante el periodo del 5 al 30 de noviembre. Las televisoras monitoreadas son las privadas *Globovisión*, *Telegen*, *RCTV Internacional*, *Venevisión* y *Canal I* más las televisoras estatales *VTV* y *Tves*. El material analizado ha consistido en un total de 1.641 noticias sobre el referéndum en sus noticieros principales de la noche. Cuando se trata de la radio hemos evaluado los noticieros de las emisoras privadas *Radio Caracas Radio* y *Unión Radio* y las emisoras estatales *Radio Nacional* y *YVKE Mundial*. La muestra para el análisis abarcó 1.001 noticias o reportajes sobre el referéndum. Se grabaron los noticieros de la mañana, y se analizaron usando una metodología cuantitativa.

Un elemento importante en la evaluación de cada noticiero ha consistido en medir la participación de los actores de la campaña, así como también si el reportero o la emisora han otorgado más tiempo o se han inclinado por una u otra tendencia.

“

El pensamiento fundamental es que el electorado debe obtener, por diferentes vías, suficiente información para formarse una opinión política, y que los medios de comunicación son los informantes más importantes en este proceso, en particular durante campañas electorales

”

El GMM ha realizado dos ruedas de prensa durante la campaña, la primera el 12 de noviembre, presentando los números preliminares de la primera semana de investigación. La segunda rueda de prensa fue realizada el 26 de noviembre.

El día después de la segunda rueda de prensa, el ministro de Comunicación e Información William Lara criticó el proyecto, en particular que la tendencia de los medios estatales había sido presentada de una manera demasiado negativa. Luego, el Consejo Nacional Electoral confirmó esta tendencia en una investigación independiente.

LOS NOTICIEROS DE LA TELEVISIÓN

En total, 1.641 noticias sobre el referéndum fueron grabados y analizados. El canal con más noticias era el privado *Venevisión* con 411 noticias en contraste con las 71 noticias del estatal *Tves*. También el otro canal estatal *VTV* tuvo un número de noticias relativamente reducido en su noticiero principal. Sin embargo, toda la hora del noticiero de *VTV* fue ocupada por Hugo Chávez (tabla 1)

EL EQUILIBRIO EN LOS NOTICIEROS DE LA TELEVISIÓN

Para que el electorado pueda formar sus opiniones sobre las propuestas políticas

del referéndum, requieren acceso a las opiniones de las dos partes. En la práctica significa que, portavoces importantes del gobierno como de la oposición deberían participar en los noticieros, preferiblemente en el mismo espacio. También se puede llegar a un equilibrio presentando portavoces de un lado u otro en igual número de espacios diferentes.

Varios de los canales analizados no lograron esta meta durante la campaña electoral. Tanto los canales estatales *VTV* y *Tves* como los privados *RCTV* y *Globovisión* han presentado noticieros muy desequilibrados, los estatales a favor del gobierno, los privados a favor de la oposición.

Tres canales, todos privados como son *Venevisión*, *Telegen* y *Canal I* han presentado voceros del gobierno y la oposición y han dado una impresión relativamente equilibrada. Las tablas 2 a 8 muestran, canal por canal, la distribución porcentual de espacios con voceros del SÍ (el gobierno) y del NO (la oposición).

Entre los canales privados, *RCTV* tiene el desequilibrio más marcado. *RCTV* perdió su concesión en mayo de 2007, por ello el GMM ha examinado *RCTV Internacional* distribuido por satélite y cable.

Solamente en siete por ciento de los 369 espacios analizados han aparecido representantes de las dos partes involucradas en el referéndum. El número puede parecer bajo, pero es a pesar de todo, uno de los números más altos de la investigación.

Sin embargo, la distribución entre la oposición y el gobierno del restante material noticioso, es más desequilibrado. Los voceros a favor de la nueva Constitución aparecen solamente en diez por ciento de los espacios, la oposición 60 por ciento. Es decir, el mensaje unilateral de la oposición ha aparecido seis veces más que el mensaje del gobierno.

En 18 por ciento de los espacios no hay actores del SÍ o NO, sino otros actores como la Comisión Nacional Electoral (CNE) explicando detalles prácticos del proceso electoral. (tabla 2)

La otra televisora privada con un desequilibrio relativo era *Globovisión*, un canal dominado por programas de información y noticias. También en *Globovisión* aparecen voceros del NO y del SÍ en siete por ciento del material analizado. En 19 por ciento hay solamente actores a favor de la propuesta, 57 por ciento presentan la opinión de la oposición. Es decir que la oposición ocupó casi tres veces más espacio en *Globovisión* que los voceros del gobierno. En veinte por ciento de los

espacios, no hubo representantes del SÍ o del NO. (tabla 3)

Tres canales privados se han distinguido con un equilibrio relativo. El mejor equilibrio lo hemos encontrado en *Televen* que también en investigaciones anteriores (2004 y 2006) ha mostrado este tipo de equilibrio en su material de noticias. El problema con los noticieros de *Televen* para una persona que se quiere mantener informada, es que son pocos y relativamente cortos. Durante las cuatro semanas de investigación, han aparecido únicamente 95 espacios con información sobre el referéndum.

En el material hemos encontrado siete por ciento de espacios con participación de las dos partes involucradas en el referéndum. Representantes del gobierno han aparecido en 35 por ciento de los espacios, mientras la oposición ha dominado 33 por ciento. Una cuarta parte del material no tiene representantes de la partes. (tabla 4)

Venevisión era la televisora con más espacios de información durante las cuatro semanas analizadas. En total hemos registrado 411 espacios sobre el referéndum en los noticieros del canal. Únicamente en 4 por ciento aparecen las dos partes del referéndum en la misma noticia, pero en el resto del material, *Venevisión* mantiene un buen equilibrio en su cobertura con representantes del gobierno en 38 por ciento de las noticias, y de la oposición en 46 por ciento. 13 por ciento de las noticias no tuvo actor de las partes. (tabla 5)

El tercer canal privado con un buen equilibrio en su cobertura era *Canal I*, que además era el canal con más noticias donde participaron representantes de las dos partes, un total de 9 por ciento de las 286 noticias analizadas. En los espacios restantes aparecieron 33 por ciento representantes del gobierno, y 37 por ciento eran voceros de la oposición. El número de espacios sin representantes de las partes llegaron a 21 por ciento. (tabla 6)

Los noticieros de los canales estatales han sido bastante diferentes de sus colegas privados. Había una presencia marcada de mensajes e información del gobierno. En variadas ocasiones, todo el noticiero ha consistido en un mensaje del Presidente.

Hemos registrado un total de 71 espacios en *Tves* en las cuatro semanas de investigación. En 6 por ciento de los espacios han aparecido voceros de los dos lados en la misma noticia. En 4 por ciento, la oposición ha dominado la noticia, en 80 por ciento han aparecido únicamente representantes del gobierno. En 10 por

“

Tres canales privados se han distinguido con un equilibrio relativo. El mejor equilibrio lo hemos encontrado en Televen que también en investigaciones anteriores (2004 y 2006) ha mostrado este tipo de equilibrio en su material de noticias

”

ciento de las noticias no han participado representantes del SÍ o del NO. (tabla 7)

En el otro canal estatal *VTV* hemos registrado 135 noticias sobre el referéndum en su noticiero principal. Representantes de las dos partes han aparecido solamente en 2 por ciento de las noticias, el peor número de todos los noticieros analizados. La oposición ha figurado en 3 por ciento del material, el gobierno ha dominado 83 por ciento. 13 por ciento es material neutral. (tabla 8)

LOS ACTORES MÁS DESTACADOS

Una imagen más detallada de la política informativa de las televisoras, se encuentra analizando los actores que han participado en los programas. Este análisis muestra que dos tipos de actores dominan los noticieros; los líderes de la campaña del SÍ, el Presidente y miembros del gobierno incluidos, y los estudiantes que se han manifestado en contra de la propuesta. Otros grupos de actores han sido menos escuchados en los noticieros. Los que han aparecido en un número relativamente alto son estudiantes que se han proclamado a favor de la propuesta constitucional, y los líderes de la campaña del SÍ. (tabla 9)

En los canales estatales la participación de representantes importantes era una excepción. Las pocas voces de oposición que aparecieron en *Tves* y *VTV* eran estudiantes o representantes de las universidades.

Los actores dominantes en estos canales eran representantes del gobierno y otros voceros de la campaña del SÍ, y una variedad de estudiantes positivos a la propuesta de una nueva Constitución.

Los tres canales privados *Televen*, *Venevisión* y *Canal I* tuvieron una representación amplia de los actores de la campaña. Eso ha sido también, en cierto modo, válido para *Globovisión*.

RCTV Internacional representó la imagen de espejo de los canales estatales. En sus noticieros dedicó solamente 6 por ciento de los espacios a voceros del oficialismo. Actores dominantes eran estudiantes, voceros de las universidades y líderes de la campaña en contra de la propuesta constitucional.

LA TENDENCIA DE LOS REPORTAJES

Como era la excepción que las dos partes participaran en el mismo reportaje, una gran parte de éstos tuvieron una tendencia a favor o en contra de la propuesta constitucional. En algunos ejemplos, la tendencia se basó en una decisión editorial, pero lo más común era que una parte dominara el espacio. Por eso, los reportajes han sido evaluados como neutrales y como positivos y/o negativos para el SÍ o el NO. Medido de esta manera, los canales *Televen* y *Canal I* tienen la mejor representación de espacios neutrales, entre 20 y 25 por ciento. *Globovisión* y *Venevisión* tienen una parte neutral de 15 por ciento mientras la parte neutral en los demás canales está por debajo del 10 por ciento. (tabla 10)

Varios de los canales de televisión tuvieron un desequilibrio tangible entre espacios favorables al chavismo y la oposición. El patrón era, en términos generales, el mismo observado en el análisis de los actores; significa que los canales estatales *Tves* y *VTV* eran fuertemente favorables a la propuesta constitucional, y el canal privado *RCTV* igual de fuerte favorable a la oposición. También en *Globovisión*, una mayoría de los reportajes eran favorables a la oposición, pero no en la misma medida que *RCTV*.

Los tres canales privados *Televen*, *Venevisión* y *Canal I*, tenían un equilibrio bastante mejor, aunque en los tres hay una leve mayoría de reportajes favorable a la oposición.

En algunos canales se pueden ver cambios en la tendencia durante las cuatro semanas de campaña analizadas por el proyecto. Es el caso de *Globovisión* que la semana después de la primera rueda de

TABLA 1
Noticias sobre el referéndum. Numero de noticias por semana

	Semana 45	Semana 46	Semana 47	Semana 48	Total
Globovisión	86	63	57	68	274
RCTV	101	70	84	114	369
Televen	24	22	20	29	95
Venevisión	90	91	104	126	411
TVes	22	11	21	17	71
VTV	47	34	29	25	135
Canal I	73	61	56	96	286
Total	443	352	371	475	1.641

TABLA 2
Distribución de actores
en los noticieros de RCTV Internacional
(%) N=369

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	7	10	17
Sí ausente	65	18	83
Total	72	28	100

TABLA 3
Distribución de actores
en los noticieros de Globovisión
(%) N = 272

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	7	19	26
Sí ausente	53	20	73
Total	60	39	99

TABLA 4
Distribución de actores
en los noticieros de Televen
(%) N = 95

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	7	35	42
Sí ausente	33	25	58
Total	40	60	100

TABLA 5
Distribución de actores
en los noticieros de Venevisión
(%) N = 411

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	4	38	42
Sí ausente	46	13	59
Total	50	51	101

TABLA 6
Distribución de actores
en los noticieros de Canal I
(%) N = 286

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	9	33	42
Sí ausente	37	21	58
Total	46	54	100

TABLA 7
Distribución de actores
en los noticieros de TVes
(%) N = 71

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	6	80	86
Sí ausente	4	10	14
Total	10	90	100

TABLA 8
Distribución de actores en los
noticieros de VTV
(%) N = 135

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	2	83	85
Sí ausente	3	13	16
Total	5	96	101

TABLA 9
Actores dominantes. Porcentaje

Actores del Sí(en favor de la propuesta constitucional)						
RCTV	Globovisión	Televen	Venevisión	Canal I	Tves	VTV
Líderes de campaña 6	Líderes de campaña 14	Líderes de campaña 25	Líderes de campaña 21	Líderes de campaña 17	Líderes de campaña 34	Líderes de campaña 36
Estudiantes 3	Estudiantes 4	Estudiantes 6	Estudiantes 6	Estudiantes 7	Simpatizante 18	Estudiantes 16
Simpatizante 2	Simpatizante 2	Parlamentario 2	Parlamentario 5	Parlamentario 3	Estudiantes 9	Simpatizante 10

Actores del NO (en contra de la propuesta constitucional)						
RCTV	Globovisión	Televen	Venevisión	Canal I	Tves	VTV
Estudiantes 28	Estudiantes 31	Estudiantes 25	Estudiantes 15	Estudiantes 10	Estudiantes 7	Estudiantes 2
Líderes de campaña 9	Líderes de campaña 7	Publico en general 4	Líderes de campaña 13	Líderes de campaña 10	Movimiento popular 1	Representante de universidad 2
Representante de universidad 8	Representante de universidad 4	Líderes de campaña 2	Simpatizante organizado 4	Simpatizante organizado 7	Representante de universidad 1	Líderes de campana 1
N=369	N=274	N=95	N=411	N=286	N=71	N=135

TABLA 10
La tendencia de los espacios noticieros. Porcentaje / semana

	Semana 45	Semana 46	Semana 47	Semana 48	Total
RCTV					
Positivo al Sí	3	13	6	16	9
Positivo al NO	90	80	86	76	83
Neutral	7	7	8	8	8
N	101	70	84	114	369
Globovisión					
Positivo al Sí	6	24	14	10	13
Positivo al NO	78	56	75	78	72
Neutral	16	21	11	12	15
N	86	63	57	68	274
Televen					
Positivo al Sí	38	36	50	28	37
Positivo al NO	54	23	35	55	43
Neutral	8	41	15	17	20
N	24	22	20	29	95
Venevisión					
Positivo al Sí	32	46	38	37	38
Positivo al NO	48	45	50	44	47
Neutral	20	9	12	19	15
N	90	91	104	126	411
Canal I					
Positivo al Sí	23	47	30	32	33
Positivo al NO	52	46	50	27	42
Neutral	25	7	20	41	25
N	73	61	56	96	286
Tves					
Positivo al Sí	73	100	90	94	87
Positivo al NO	23	0	0	0	7
Neutral	4	0	10	6	6
N	22	11	21	17	71
VTV					
Positivo al Sí	89	94	90	88	90
Positivo al NO	6	0	0	4	3
Neutral	4	6	10	8	7
N	47	34	29	25	135

prensa con resultados del GMM, tuvo un equilibrio claramente mejor que la semana anterior. Durante las últimas semanas de la campaña, *Globovisión* volvió a una cobertura más polarizada. (Gráfico 1)

También se puede ver un mejoramiento del equilibrio en *RCTV* y, desde la semana 46 en adelante, un incremento sucesivo del material neutral en *Canal 1*. (gráficos 2 y 3)

En *Tves* pasó lo contrario con una polarización cada día más marcada, expresada en que la oposición fue completamente borrada de las noticias el fin de la campaña (gráfico 4). No obstante, es importante interpretar los cambios durante las cuatro semanas con cuidado, pues el número de espacios en una sola semana es relativamente pequeño.

LAS NOTICIAS DE LA RADIO

También la oferta noticiera de cuatro emisoras de radio fue analizada las últimas cuatro semanas de la campaña. El material analizado representa 1.001 espacios o reportajes.

Las emisoras analizadas eran, como en las dos investigaciones anteriores (2004 y 200), las estatales *Radio Nacional* y *YVKE Mundial*, más las emisoras privadas *Unión Radio* y *Radio Caracas Radio*.

YVKE Mundial y *Radio Caracas Radio* tuvieron entre 300 y 400 reportajes sobre la campaña durante el periodo de análisis, mientras *Radio Nacional* y *Unión Radio* han emitieron entre 100 y 200. (tabla 11)

EL EQUILIBRIO EN LAS EMISORAS DE RADIO

El equilibrio entre los actores en los noticieros de radio es bastante parecido al de la televisión. Las emisoras estatales fuertemente a favor de la propuesta, y una situación más diferenciada en las emisoras privadas.

El más parcializado en la selección de actores fue la estatal *Radio Nacional*, donde la oposición solamente dominó en un 5 por ciento de los reportajes. Una variedad de voceros a favor de la propuesta constitucional estuvo en el orden del 73 por ciento de los reportajes, y únicamente en un reportaje durante las cuatro semanas, las dos partes aparecieron en el mismo espacio. Las dos partes han estado ausentes en 21 por ciento de los reportajes. (tabla 12)

El otro canal estatal analizado, *YVKE Mundial*, tuvo una parte significativa sin intervenciones de las dos partes de la

GRÁFICO 1
La tendencia de las noticias en Globovisión - cuatro semanas

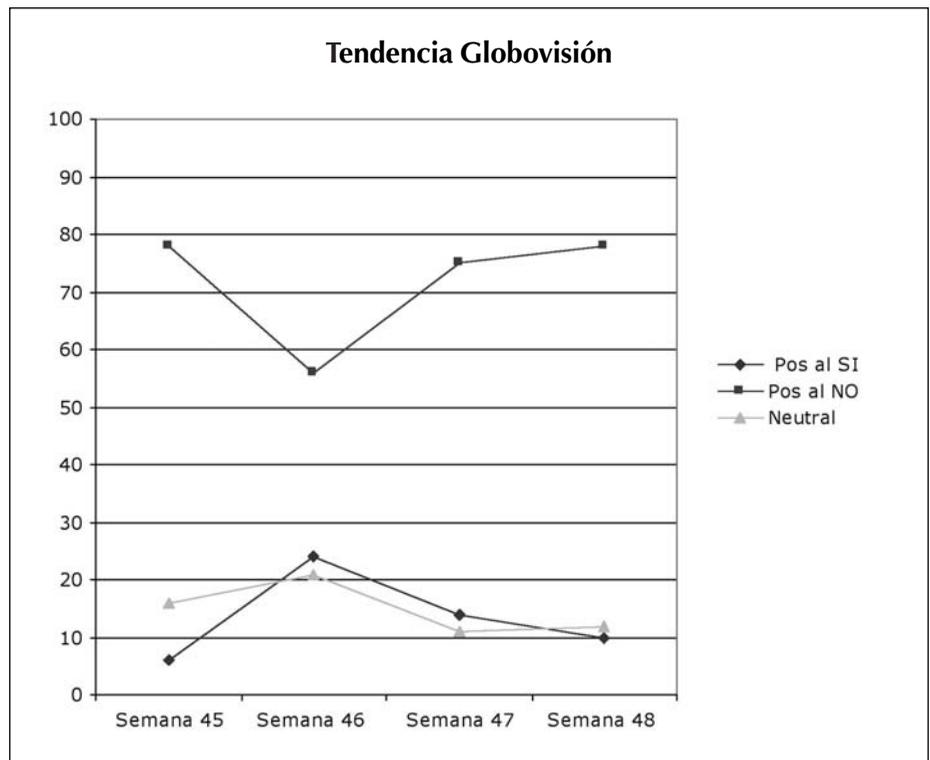


GRÁFICO 2
La tendencia de las noticias en RCTV - cuatro semanas

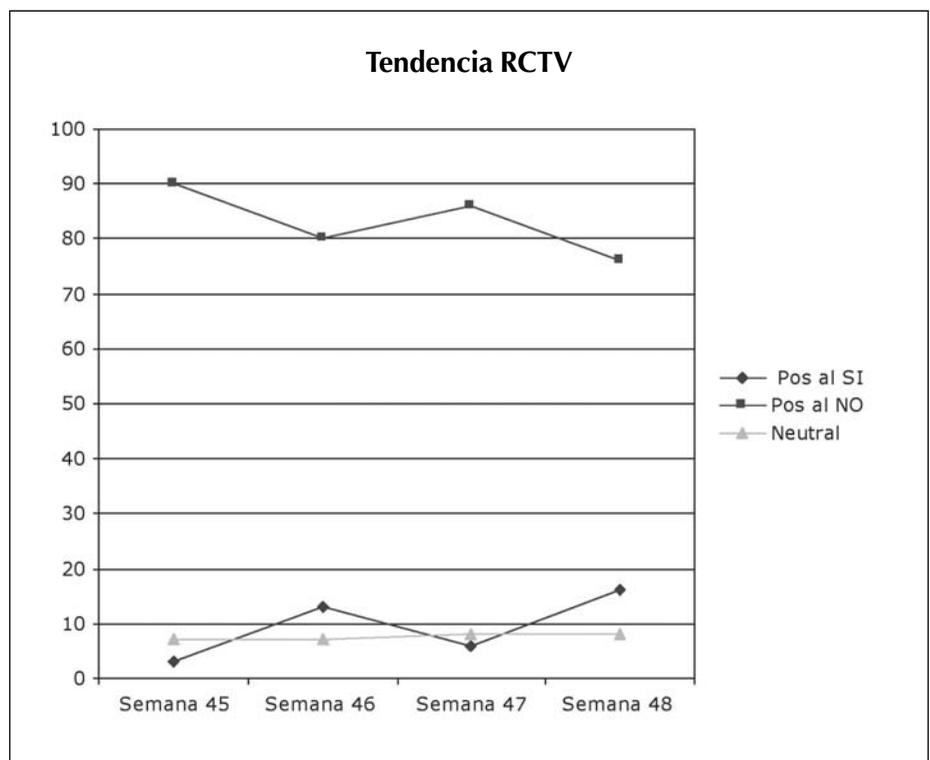


GRÁFICO 3
La tendencia de las noticias en Canal I - cuatro semanas

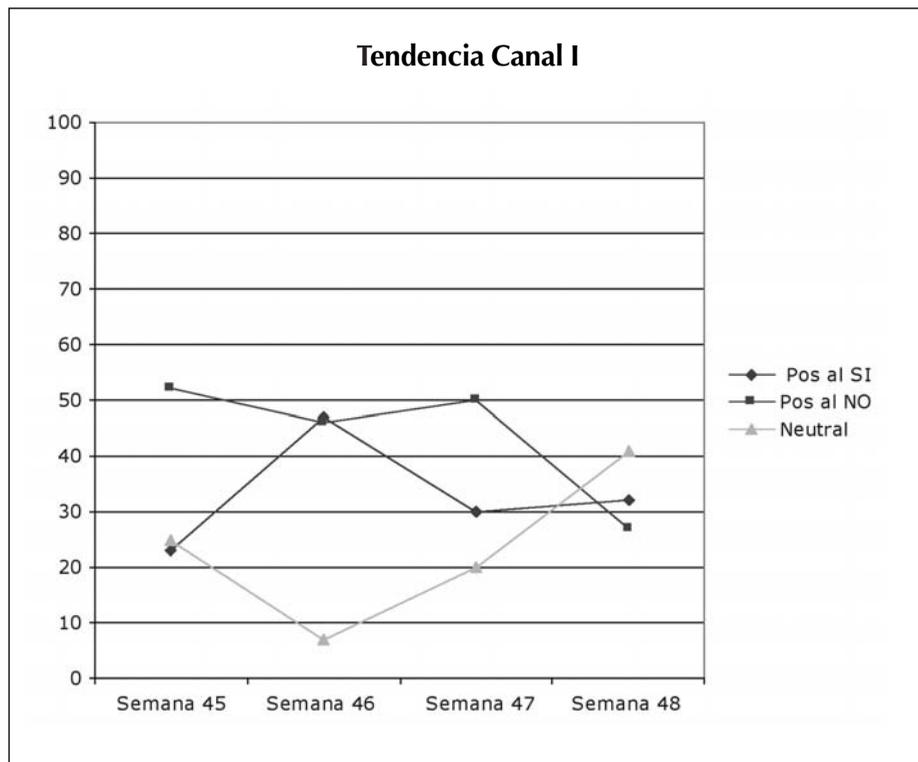
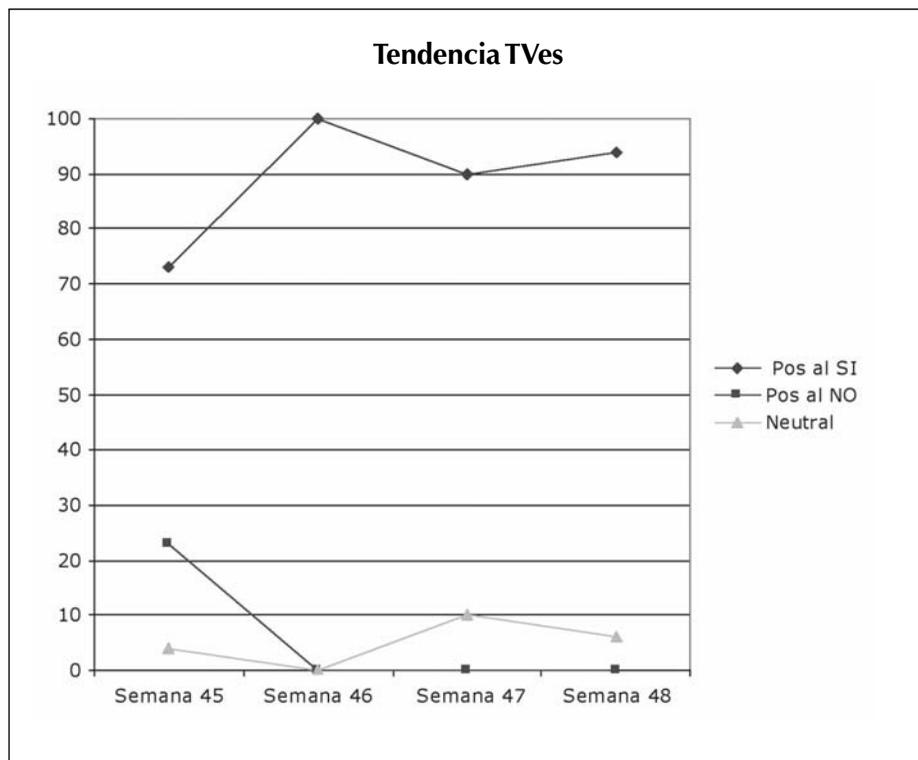


GRÁFICO 4
La tendencia de las noticias en TVes - cuatro semanas



campana, un total de 44 por ciento. Pero la oposición casi ha sido borrada de los noticieros de YVKE con 1 por ciento de los reportajes con representantes de los dos frentes de la campana y 2 por ciento con la oposición como participante dominante. Voceros de la campana del SÍ dominaron el resto de la programación de noticias con un total de 44 por ciento. (tabla 13)

Más equilibrada era la emisora privada *Unión Radio* que ha presentado voceros de las dos partes más o menos el mismo número de veces. Pero tampoco en *Unión Radio*, las dos partes participaron con frecuencia dentro del mismo reportaje; un total de 5 por ciento de los 179 reportajes analizados. 21 por ciento era neutral; es decir, noticias sobre el referéndum constitucional sin participación directa de los frentes opuestos. En el 74 por ciento restante, la oposición ha dominado 39 por ciento y el chavismo 35 por ciento. (tabla 14)

La emisora privada *Radio Caracas Radio (RCR)* tuvo 313 noticias sobre el referéndum durante las cuatro semanas. En 6 por ciento de estos reportajes aparecieron representantes de las dos partes en el mismo espacio, el 20 por ciento ha consistido en material neutral. En los restantes reportajes, la oposición ha predominado claramente. Mientras los voceros del SÍ han sido actores dominantes en 12 por ciento del material analizado, la oposición tuvo protagonismo en 61 por ciento de las noticias. (tabla 15)

LA TENDENCIA DE LOS NOTICIEROS DE RADIO

También para las emisoras de radio, se ha investigado la cuota de material neutral, y cómo las emisoras han distribuido su cobertura entre los voceros del SÍ y la oposición. Como en el resto del material, *Unión Radio* luce como la emisora mas equilibrada; por su parte, las estatales han beneficiado los voceros chavistas, y *Radio Caracas Radio* la oposición.

El desequilibrio fue más fuerte en *Radio Nacional* donde 86 por ciento de los reportajes han favorecido el SÍ en comentarios, o con la participación directa del chavismo. *Radio Caracas Radio* tuvo una situación opuesta, con 67 por ciento favorable a la oposición. El mejor equilibrio se encontró en *Unión Radio*: 46 por ciento a favor de la oposición, 32 por ciento a favor de los voceros del chavismo.

En tres emisoras, *YVKE Mundial*, *Unión Radio* y *RCR*, el material neutral está

TABLA 11
Reportajes sobre la campaña, número semanal.

	Semana 45	Semana 46	Semana 47	Semana 48	Total
Radio Nacional	46	6	31	36	119
YVKE Mundial	119	53	44	174	390
Union Radio	42	32	49	56	179
Radio Caracas Radio	52	87	88	86	313
Total	259	178	212	352	1.001

TABLA 12
Distribución de actores
en los noticieros de Radio Nacional
(Porcentaje)

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	1	73	74
Sí ausente	5	21	26
Total	6	94	100

TABLA 13
Distribución de actores
en los noticieros de YVKE Mundial
(Porcentaje)

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	1	53	54
Sí ausente	2	44	46
Total	3	97	100

TABLA 14
Distribución de actores
en los noticieros de Unión Radio
(Porcentaje)

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	5	35	40
Sí ausente	39	21	60
Total	44	56	100

TABLA 15
Distribución de actores
en los noticieros de Radio Caracas Radio
(Porcentaje)

	NO presente	NO ausente	Total
Sí presente	6	12	18
Sí ausente	61	20	81
Total	67	32	99

TABLA 16

	Semana 45	Semana 46	Semana 47	Semana 48	Total
Radio Nacional					
Positivo al Sí	76	67	94	94	86
Positivo al NO	13	0	0	0	5
Neutral	11	33	6	6	9
N	46	6	31	36	119
YVKE Mundial					
Positivo al Sí	89	81	71	60	73
Positivo al NO	2	8	2	1	2
Neutral	9	11	27	39	25
N	119	53	44	174	390
Union Radio					
Positivo al Sí	31	47	39	20	32
Positivo al NO	40	25	43	66	46
Neutral	29	28	18	14	21
N	42	32	49	56	179
Radio Caracas Radio					
Positivo al Sí	10	8	21	11	13
Positivo al NO	73	63	76	58	67
Neutral	17	29	3	31	20
N	52	87	88	86	313

GRÁFICO 5
La tendencia de las noticias en YVKE Mundial - cuatro semanas

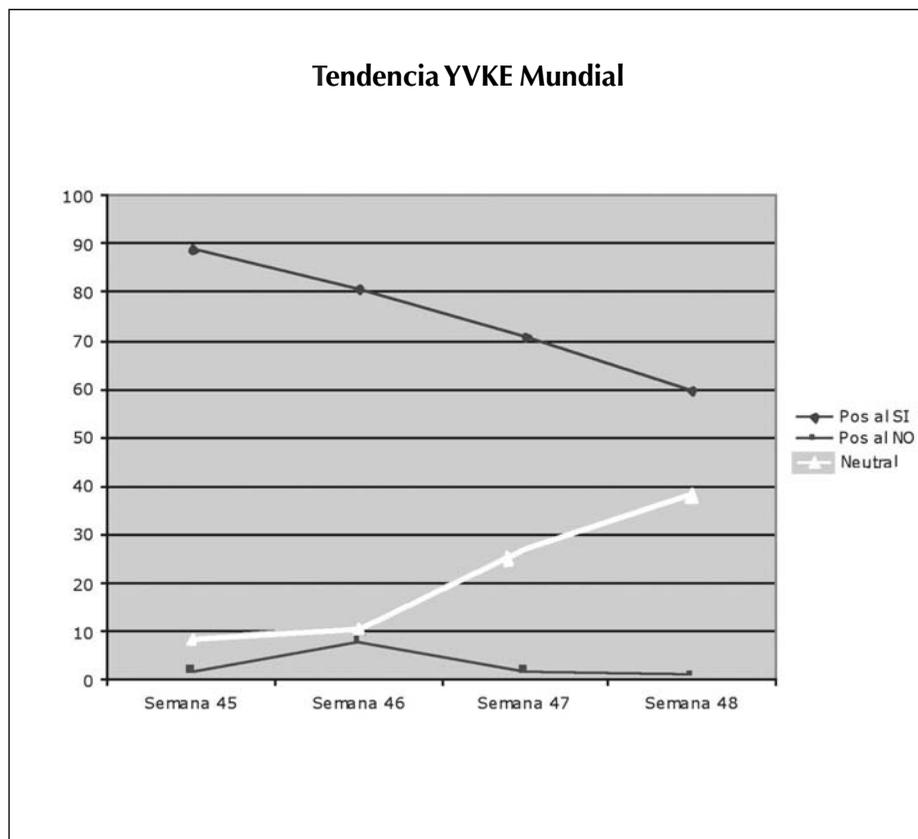
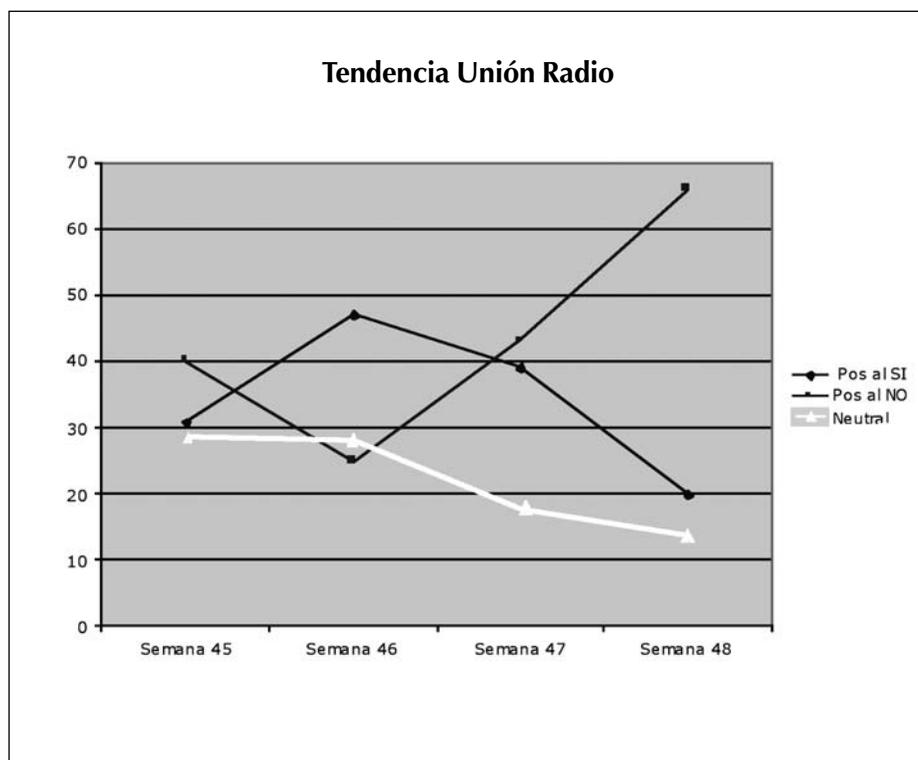


GRÁFICO 6
La tendencia de las noticias en Unión Radio - cuatro semanas



por encima del 20 por ciento. En *Radio Nacional*, este porcentaje es de 9 por ciento. (tabla 16)

Tres de las emisoras mostraron cambios en su cobertura durante la campaña. En la emisora estatal *YVKE Mundial* vemos un aumento sucesivo de material neutral y al mismo tiempo una reducción de material unilateralmente positivo al SÍ. A pesar de este desarrollo, la emisora ha sido fuertemente polarizada a favor de la propuesta del chavismo pero con una distribución menos marcada las últimas semanas. Reportajes beneficiosos a la oposición no han aparecido, con la excepción de un par de segmentos la primera semana de la investigación (Gráfico 5).

La otra emisora estatal, *Radio Nacional*, se ha comportado de una manera opuesta. Sus noticieros eran ya bastante polarizados, y las últimas semanas antes del referéndum fueron aún más favorables a la posición chavista.

En el material de *Radio Caracas Radio* se nota un desarrollo parecido, aumentando la polarización hacia el final de la campaña. Hasta *Unión Radio* fue más polarizada la última semana antes del referéndum, con reportajes favorables a la oposición. (Gráfico 6)

CONCLUSIÓN

Como conclusión podemos constatar que el electorado venezolano ha podido conseguir información sobre las alternativas del referéndum para, personalmente, formar una opinión siguiendo los noticieros en los canales *Venevisión*, *Canal 1* y *Televen*. Hasta la última semana, *Unión Radio* era también una alternativa.

Los canales *VTV*, *Tves* y la emisora *Radio Nacional* han sido partidarios de la propuesta oficial de una nueva Constitución y no han funcionado como fuentes completas de información. Se puede decir lo mismo de *RCTV* que está demasiado a favor de la oposición.

Globovisión, *Radio Caracas Radio* y *YVKE Mundial* también presentan tendencias polarizadas, los dos primeros a favor de la oposición, el último a favor del chavismo. En estos canales de información hay, entre tanto, un cierto intento de presentar todo el espectro político. Estos intentos no fueron suficientes para que el consumidor de medios de comunicación haya podido formar una opinión independiente de los asuntos claves de la propuesta a una nueva Constitución.

■ **Tomas Andersson.**
Profesor de la Universidad de Gotemburgo (Suecia)
Stein Gronlund.
Experto noruego en medios de comunicación
Ambos coordinaron el Grupo de Monitoreo de Medios (GMM 2007)

Notas

- 1 El Grupo Monitoreo de Medios (GMM) es dirigido por el periodista Stein Ove Gronlund, Noruega y el director científico Tomas Andersson Odén de la Universidad de Gotemburgo, Suecia y desde 2007 en cooperación con el profesor Andrés Cañizález de la Universidad Católica Andrés Bello en Caracas. Es la segunda vez que GMM realiza una investigación grande de la cobertura de los medios de comunicación antes de un referéndum en Venezuela. La primera vez fue en relación con el referéndum revocatorio en agosto de 2004. Adicionalmente, el grupo ha realizado un proyecto menor en relación con las elecciones presidenciales de 2006.
- 2 La metodología ha sido aplicada por GMM en 2004 y ha sido desarrollada en Andersson Odén (2007). El informe se puede encontrar en www.nordicom.gu.se/?portal=mr&main=info_publicacion.php&ex=247&me=2

Referencias Bibliográficas

ASP, Kent (2007): "Fairness, Informativeness and Scrutiny. The Role of News Media in Democracy". *Nordicom Review*, Anniversary Issue 2007.

ANDERSSON ODÉN, Tomas (2007): "More Balanced Election Coverage with Media Researchers on Location". *Nordicom Review* 1/2007.

The Carter Center (2005): *The Carter Center and the Peacebuilding Process in Venezuela, June 2002 - February 2005*.



Visite nuestra página en internet
www.gumilla.org.ve



BUZONES CORREO ELECTRÓNICO

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve

UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org.ve

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve