



Lectura poli-mediática de las elecciones primarias

Sin extremismos

Andrés Cañizález*

El 12 de febrero, con la celebración de las elecciones primarias de la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), se cerró la primera etapa de lo que será un largo y complejo calendario electoral

El largo y complejo calendario electoral tendrá varias paradas: las presidenciales en octubre de 2012, dos meses después las elecciones para gobernadores y en abril de 2013 la selección de alcaldes y concejos municipales. La elección de Henrique Capriles Radonski, con una tajante diferencia sobre Pablo Pérez, junto a una alta participación de votantes, hace que la candidatura presidencial del gobernador de Miranda arranque con un piso de legitimidad sin precedentes en los otros procesos presidenciales de los últimos trece años. Un activo de las primarias de la MUD es que la campaña de los últimos meses le permitió al país conocer a quienes aspiraban enfrentar al presidente Hugo Chávez; esto significó un calentamiento de motores, que tuvo una suerte de aceleración con la directa confrontación planteada por el jefe de Estado en contra de Capriles Radonski apenas se ungió a este como cabeza de la alternativa democrática. La enorme ganancia que dejan las primarias, amén de

que se ha logrado una efectiva unión en las filas opositoras, es que desde un punto de vista comunicacional Capriles Radonski ganó y ya tiene un camino recorrido puesto que su nombre ya está posicionado, y eso en materia de comunicación política no es un asunto menor.

Viendo lo ocurrido en los últimos meses en materia comunicacional podemos trazar algunas tendencias, que creemos tendrán su réplica en la carrera presidencial.

En materia de medios radioeléctricos, *Globovisión* se consolidó como la caja de resonancia para las voces opositoras. No es algo nuevo. El canal de noticias ofreció una cobertura amplia y bastante equitativa de las diferentes actividades cumplidas por los precandidatos. Otros medios televisivos privados, tales como *Venevisión* y *Televén*, le dieron fuerza a su cobertura electoral especialmente en la recta final y salvo la realización de un debate en el primero, no hubo programación especial para que el país conociera en mayor profundidad a los aspirantes. Obviamente estamos en un proceso de elecciones primarias, que estando en el contexto polarizado en el que vivimos, no le interesaban a la totalidad del país. Este detalle no puede dejarse de lado.

La gran desventaja de que la caja de resonancia para las voces opositoras sea *Globovisión* está en la propia limitación de cobertura del canal. Debe recordarse que su señal no llega a todo el país, su área de influencia principal está en las grandes ciudades y tiene un *target* muy identificado en los sectores opuestos al Gobierno. Para unas primarias opositoras, sin duda, era un canal adecuado para transmitir los mensajes electorales. Para una elección presidencial, donde la clave estará en *hablarle* al chavismo, especialmente al sector descontento con la ineficacia oficial, *Globovisión* pasa a ser un medio bastante limitado. Aquí entramos en varias de las consecuencias que se viven en este tiempo, producto de la llamada *hegemonía comunicacional* del oficialismo.

FACTORES DIVERSOS

Según numerosos estudios, ocho de cada diez venezolanos tienen en la televisión su principal canal para conectarse con el mundo, saber lo que está ocurriendo, informarse, etcétera. No es casual que el presidente Chávez haya puesto tanto empeño en controlar justamente a la pantalla chica. La penetración de *Globovisión* está en torno a 47% (que es la penetración del cable, amén de su cobertura abierta en Caracas y Valencia) y los canales que sí tienen alcance totalmente nacional son *Venevisión*, *Televén*, *VTV* y *TVES*. Los dos primeros, como hemos dicho, tienen espacios informativos y de opinión, pero diríamos que están caminando sobre el filo de

la navaja, después del cierre de *RCTV*, y deben continuar con una programación cuyo peso principal está en el entretenimiento. *TVES* tampoco tiene mucho de información y opinión, aunque obviamente su publicidad está al servicio del proyecto político del Presidente.

Esta conjugación de factores lleva a que sea *VTV*, y no otro, el medio que combina una programación dedicada a la información y opinión con un alcance nacional. Cuando se sale de los grandes circuitos urbanos, por ejemplo, resulta que *VTV* es casi la exclusiva fuente informativa para muchos venezolanos. Este es un asunto que no puede perderse de vista de cara a la campaña para el 7 de octubre.

¿Qué hizo *VTV* durante la campaña de las primarias? Intensificó lo que ha venido haciendo cotidianamente en los últimos años. Fue una trinchera para la descalificación de los aspirantes, le dio una cobertura sesgada a muchos actos proselitistas de la oposición y generó matrices de opinión para torpedear el proceso organizado por la MUD. Tal tendencia, una vez que se definió el nombre de Capriles Radonski, se puso rápidamente en marcha en una suerte de guerra sucia. Es razonable presumir que ese seguirá siendo el tono comunicacional en los medios del Estado.

Comunicacionalmente, la alternativa democrática debe pensar en estrategias muy claras para que el mensaje opositor pueda llegar a los pequeños poblados del país, sin estar mediado por el sesgo de *VTV*. Otra estrategia posible será insistir, ante todas las instancias, para que *VTV* abra espacios equitativos de cobertura y propaganda —y que la oposición pueda acceder a ellos— en esta campaña. La televisión, que nadie lo dude, será el gran campo de batalla electoral.

PRIMARIAS: ALGUNAS LECCIONES

Las encuestas, antes de las primarias, aseguraban que efectivamente Capriles Radonski se haría con el triunfo el 12 de febrero, ya que la candidatura de Pablo Pérez, entre otras cosas, se movió diríamos que esquizofrénicamente: pasó por diversos mensajes y énfasis, arrancó tarde y su lanzamiento estuvo precedido de una historia de lealtad que le empañó seriamente, cuando dijo Pérez que si Manuel Rosales quería ser aspirante, entonces él no se lanzaría; bajo este signo de incertidumbre su candidatura nació con un ala rota. Leopoldo López erró comunicacionalmente al poner como bandera electoral el tema de su inhabilitación (por más que efectivamente él insista en asegurar que no está inhabilitado), con lo cual allanó el camino para que sus seguidores se decantaran por otras opciones. López, por otro lado, fortaleció sin duda alguna a Capriles Radonski; su retiro y decidido apoyo al gobernador de Miranda terminó de

cerrar el asunto. Los otros aspirantes nunca estuvieron cerca de arañar las posiciones salidoras.

Las encuestas, si bien reflejaron claramente este cuadro final con bastante exactitud, no pudieron predecir el número de votantes. Los cálculos fueron duplicados, y más, el 12-F. Entonces las encuestas nos ayudan a aproximarnos a lo que ocurrirá, pero al ser la política un asunto netamente humano, donde en muchas ocasiones más que la razón prevalece la emoción, las encuestas no pueden decir todo lo que ocurrirá.

Las maquinarias son ficción en la Venezuela actual. Dos semanas antes de las elecciones primarias, voceros de Acción Democrática y Un Nuevo Tiempo aseguraban que sus maquinarias, junto a las de COPEI y otros partidos, le garantizarían 1,2 millones de votos a Pablo Pérez y que con ello se obtendría un triunfo seguro. Lo que ocurrió en realidad es que el gobernador del Zulia obtuvo menos de 900 mil votos, y donde sí pudo demostrar su fortaleza fue en su terruño. En otros sitios en los cuales teóricamente AD es fuerte, como los llanos o en oriente, lo que se tuvo fue una baja participación si se le compara con los resultados en los estados centrales. Primero Justicia debe sacar bien sus cuentas porque mucho voto pro-Capriles les benefició pero es razonable dudar que la militancia de PJ sea hoy la *maquinaria electoral* de Venezuela. Al contrario, el gobernador de Miranda hizo una hábil estrategia comunicacional que literalmente le desligó de su partido. Tal estrategia le ha rendido frutos y previsiblemente continuará la lógica del Comando Tricolor como espacio de confluencia a favor de Capriles Radonski.

Los venezolanos que adversan a Chávez apostaron al centro político. Después de analizar y dar seguimiento a muchas horas de cobertura mediática de esta campaña, puedo sostener que Capriles Radonski fue consistente en su tono moderado, tanto en contenido como en forma, se mantuvo apegado a un guión que le llevaba a hablar de su gestión pública (como alcalde, como gobernador) y por tanto se enfocaba en soluciones y/o respuestas prácticas, sensatas. Podría decirse que la campaña de Capriles Radonski fue en realidad el autobús de la sensatez que logró claramente su cometido. Pese a los ataques y descalificaciones muy frecuentes (que ahora se agudizarán más) en los medios gubernamentales, el ahora candidato se mantuvo en su discurso, mencionó muy pocas veces a Chávez y se enfocó en los problemas del país, pero no los asuntos relacionados con la falta de libertades o sobre la implantación de un modelo tiránico. La matemática electoral de los ciudadanos que quieren sacar a Chávez del poder parece apuntar a que a Chávez no lo derrotará otro candidato igual (amenazante o escandaloso), sino uno que efectivamente encarne un cambio. De cara a las elecciones presidenciales, para las cuales casi un tercio

de los venezolanos sigue autodefiniéndose como centro político, ni a favor del Gobierno ni de la oposición, el discurso de HCR efectivamente podría tener mayor chance de captar votos.

Justamente una semana antes de las elecciones primarias leí de un tirón el libro “Cómo ganar o perder las elecciones presidenciales de 2012 en Venezuela”, de José Antonio Gil Yepes. No trataré de resumir aquí todo lo que expresa este autor, pero sin duda una de las ideas que más remarcó es la tesis de que sin extremismos, desde la cancha opositora, es que podrá derrotarse política y electoralmente a Hugo Chávez el 7 de octubre. Esta tesis de Gil Yepes, en la cual insiste consistentemente en su libro, con abundantes datos estadísticos —no puede olvidarse que fue presidente de Datanálisis durante veinte años—, parece muy consona con la decisión popular de ungir a Henrique Capriles Radonski como el abanderado de la alternativa democrática. A fin de cuentas, los venezolanos que adversan a Chávez apostaron mayoritariamente al centro político.

* Comunicador social, investigador y profesor de la Universidad Católica Andrés Bello.