I.

Introducción

La libertad de expresión y especialmente su contracara, el derecho a la información, cumplen una suerte de papel de pivote para el ejercicio de otros derechos civiles y políticos. Una sociedad informada de forma libre y plural, por ejemplo, podrá tener mayor capacidad para elegir a sus autoridades. Existe una clara relación entre el ejercicio de la libre expresión y la realización de elecciones limpias, equitativas y transparentes, pues un libre flujo de ideas, opiniones e informaciones contribuye no sólo a que el ciudadano pueda optar libremente por la opción política de su preferencia, sino que también garantiza una suerte de veeduría electoral y ciudadana a través del material informativo. Un sistema de medios de comunicación que pueda operar en libertad, no sólo ayuda a potenciar las voces de los ciudadanos, sino que también ejerce una observación cotidiana de las acciones políticas, y dicha función cobra mayor importancia en el marco de unas elecciones.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos al sentenciar a favor de Ricardo Canese y en contra del Estado paraguayo, destacó la importancia de la libertad de expresión para la democracia y para asegurar mecanismos de control por parte de la ciudadanía. A su vez recalcó que, particularmente en contextos de elecciones, debe protegerse y garantizarse este derecho en el debate político: «Es preciso

que todos puedan cuestionar e indagar sobre la capacidad e idoneidad de los candidatos, así como disentir y confrontar sus propuestas, ideas y opiniones de manera que los electores puedan formar su criterio para votar. En este sentido, el ejercicio de los derechos políticos y la libertad de pensamiento y de expresión se encuentran íntimamente ligados y se fortalecen entre sí», expresó la Corte en su sentencia (CIDH, 2004).

Alimentado a partir de esta tradición democrática, en el sentido de que la libertad de expresión es un derecho humano fundamental para el ejercicio de otros derechos, el papel de la información en los contextos electorales ha pasado a tener un rol primordial. Pese a este papel, en América Latina no se ha hecho parte intrínseca de las misiones electorales el análisis de la salud de la libertad de expresión e información, conectándolo con el contexto electoral de una nación; aunque debe mencionarse que algunas de estas misiones sí han incorporado como un componente el ítem mediático como parte de sus labores de observación. Debe resaltarse que, en el caso venezolano por ejemplo, el informe de la misión electoral de la Unión Europea de 2006, incluyó una amplia evaluación del sector informativo y comunicacional como parte del clima en el cual se desarrollaron dichas elecciones (Unión Europea, 2007).

El eje principal del libro está en el análisis del contexto mediático/informativo de Venezuela en las coyunturas electorales de los últimos años. Este análisis ha permitido evidenciar la existencia de un clima restrictivo para la libertad de expresión, en los momentos electorales, cuestión que puede tener un peso tanto en la formación de la opinión pública, como en el propio resultado electoral. En los últimos años, en Venezuela, el derecho a la libertad de expresión e información ha estado bajo presiones de diverso tipo; el colocar la mirada nuevamente sobre tales hechos

 © Editorial Comunicación Social

puede ayudar a visualizar tendencias que vienen desarrollándose en la materia. Partiendo de la propia declaración oficial hecha por el entonces ministro de Comunicación e Información, Andrés Izarra, en enero de 2007, en Venezuela las autoridades buscan establecer un modelo estatal de hegemonía comunicacional (Weffer, 2007), y para apuntalar dicho objetivo el gobierno de Hugo Chávez apela a varios mecanismos que son analizados de forma particular en este texto.

Este documento recopila tendencias, con el fin de evidenciar que en el contexto de Venezuela, las elecciones han estado marcadas por paulatinos retrocesos en el derecho de los venezolanos a expresarse e informarse. Durante los meses previos a cada proceso electoral en Venezuela se han registrado de forma sistemática acciones de diverso tipo que menoscaban la libertad de expresión e información. Ello no parece ser casual, y al contrario, la revisión pormenorizada de sucesos que sustenta este informe permite visualizar una clara responsabilidad oficial en ese progresivo achicamiento de los espacios para el intercambio plural de opiniones, ideas e informaciones. Las tendencias reflejan un pluralismo menguante.

Temas analizados

Debido a la existencia de numerosos hechos a lo largo de los últimos años, conectados con el derecho a la libertad de expresión e información, se propone una red temática compuesta por los siguientes puntos:

1. Uso de las cadenas presidenciales de radio y televisión.
2. Crecimiento del aparato mediático estatal gubernamental.

3. Leyes y acciones judiciales contra periodistas, editores y medios.
4. Sanciones administrativas a los medios por sus líneas editoriales, cuando éstas son críticas y/o independientes.
5. Agresiones y ataques directos contra periodistas y medios de comunicación por parte de simpatizantes del gobierno.
6. Uso de mecanismos indirectos como la asignación de publicidad oficial.
7. Intimidación (amenazas) de un alto funcionario a periodistas y/o medios.
8. Uso de los medios estatales para descalificar a los actores políticos de oposición.
9. Censura de contenidos electorales en los medios.

Nota aclaratoria para lectores no venezolanos.

A lo largo de este libro se utilizará el término «cadena presidencial» o «cadenas presidenciales». La «cadena» es un mecanismo establecido legalmente en Venezuela que permite al jefe de Estado la transmisión obligatoria de sus alocuciones, así como de actos oficiales.

Antes de la llegada al poder de Chávez estas *cadenas* se usaban esporádicamente, en contadas ocasiones a lo largo del año. El chavismo trajo consigo un cambio importante, ya que las cadenas pasaron a usarse de forma extendida, con lo cual el mensaje presidencial termina siendo único pues todo el sistema de radio y televisión debe transmitirlo obligatoriamente.

© Editorial Comunicación Social

I.

Metodología

Esta investigación tiene como punto de partida un estudio longitudinal de una serie de informes anuales producidos por instancias venezolanas como: Programa Venezolano de Educación y Acción en Derechos Humanos (PROVEA), Instituto Prensa y Sociedad, Espacio Público. Así como los sitios web del Colegio Nacional de Periodistas, el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) y el portal Infocracia. Asimismo se analizó información de fuentes internacionales como los reportes anuales de la Relatoría para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Comité para la Protección de Periodistas y Reporteros Sin Fronteras, entre otros.

II.

Uso de las cadenas presidenciales de radio y televisión

Durante el período oficial de la campaña presidencial de 2012 (del 1 de julio al 4 de octubre), cuando Hugo Chávez buscaba su reelección, el jefe de Estado emitió cadenas por el equivalente a 45 horas, 38 minutos y 34 segundos (UCAB, 2012). De este tiempo acumulado, según el monitoreo realizado por la Universidad Católica Andrés Bello, casi 2 horas de transmisión en cadena del presidente Chávez fueron utilizadas para hacer campaña de manera explícita. Sin embargo, no puede perderse de vista que aunque el presidente no hiciera campaña de manera explícita, en líneas generales su discurso en las cadenas nacionales de radio y televisión durante 2012 resaltaba la buena gestión de sus más de 14 años de mandato, mostrando constantes inauguraciones, recorridos por zonas afectadas tras los incendios en las refinerías petroleras, atención a los afectados de las lluvias, consignación de viviendas a los damnificados, acuerdos de financiación para viviendas, graduación de militares y policías. A esto se le añade un verbo que desprestigiaba a la alternativa política y ensalzaba el socialismo como modelo político. Debe recordarse que la cadena, como se le llama popularmente en Venezuela, impide cualquier otro mensaje por la red nacional —pública y privada— de radio y televisión. Se-

gún la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), entre febrero de 1999 y julio de 2009 los medios de comunicación venezolanos transmitieron «un total de 1.923 cadenas presidenciales, equivalentes a 1252 horas y 41 minutos, o lo que es igual, a 52 días no interrumpidos de emisión de mensajes del mandatario» (CIDH, 2009, §407). Se trata de un largo monólogo (RSF, 2009), que por su propia naturaleza impide un diálogo o debate político, y ello tiene repercusión notable en momentos preelectorales, en los cuales debe propiciarse un clima general de libre deliberación en una sociedad democrática.

El uso de las cadenas en Venezuela estaba limitado, antes de la llegada de Hugo Chávez al poder, a un número reducido de mensajes a lo largo del año por parte del jefe de Estado, la transmisión de actos oficiales en fechas patrias y el arribo de dignatarios extranjeros. El 2 de febrero de 1999, cuando tomó posesión el presidente Chávez, se estableció una marca sin precedentes en el país ese mismo día. Se transmitieron cuatro cadenas presidenciales que totalizaron 8 horas y 14 minutos de duración en el horario matutino, vespertino y *prime time*, estableciendo el récord de ocupación de la pantalla de televisión en una transmisión gratuita de este tipo (AGB, 2009).

Las cadenas tienen un claro impacto en el contexto electoral de Venezuela por varias razones. El presidente Chávez hace un uso propagandístico de un espacio, que dada su naturaleza estatal y pública, debería estar ajeno a la pugna política; hace un uso excesivo de dicho mecanismo, lo cual genera una distorsión en el volumen de mensajes oficiales y opositores en el marco de una campaña; y por último, cuando el presidente Chávez habla en cadena anula cualquier otro mensaje, es decir coarta la posibilidad de que los venezolanos escojan libremente qué puntos de vista, informaciones u opiniones seguir. Se trata de un

 © Editorial Comunicación Social

mensaje único, el del presidente, que debe ser seguido de forma obligatoria por el resto del país. Tal como lo ha sostenido la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), en su documentado informe «Democracia y Derechos Humanos en Venezuela», en el país se registran «una gran cantidad de cadenas nacionales oficiales en los medios de comunicación», las mismas «obligan a los medios de comunicación a cancelar su programación habitual para transmitir información impuesta por el gobierno», y «muchas de ellas tuvieron una duración y frecuencia que podrían considerarse abusivas a la luz de la información allí vertida que no siempre podría estar sirviendo al interés público» (CIDH, 2009, §406).

Las cadenas, con frecuencia, se utilizan para que el presidente participe del debate político-electoral, pese a la naturaleza pública del instrumento. Una revisión de las semanas previas al referendo constitucional de febrero de 2009 arroja algunos ejemplos de lo que intentamos demostrar. En una cadena nacional de radio y televisión, el 5 de diciembre de 2008, el jefe de Estado designó a los jefes del comando de campaña a favor del sí (a favor de la enmienda constitucional para permitir la reelección sin límite de los cargos de elección popular). «Designo como cabezas visibles a Jorge Rodríguez (alcalde del municipio Libertador) a Cilia Flores (Presidenta de la Asamblea Nacional) y a Aristóbulo Istúriz. Son las primeras comisiones del comando de campaña, cuyo nombre, hasta ahora, es ¡Uh, Ah, Chávez no se va!» (RSF, 2009) —anunció el presidente en medio de un entusiasmado discurso partidista que debía ser visto y oído de forma obligatoria por todo el país.

Durante la campaña presidencial de 2012, mientras el presidente Chávez pudo dirigirse al país en cadena, y por tanto teniendo un monopolio en la emisión de mensajes radioeléctricos dentro del territorio nacional, durante algo

más de 45 horas, el principal aspirante opositor, Henrique Capriles Radonski no tuvo oportunidad alguna de hacer llegar su mensaje a la totalidad del país de forma simultánea por el sistema nacional de radio y televisión.

Otro elemento que evidencia el uso sesgado de este mecanismo en el contexto de una campaña en Venezuela: la única intervención que hizo el Consejo Nacional Electoral (CNE) en cadena, fue el 4 de octubre en horas de la noche para anunciar la finalización del período de campaña y para exhortar a los diferentes actores involucrados en el proceso (candidatos, partidos políticos y organizaciones), a los medios de comunicación social y a la ciudadanía en general a respetar lo establecido en la LOPRE (Ley Orgánica de Procesos Electorales) para el desarrollo pacífico de la jornada electoral. Esta cadena de Tibisay Lucena, la presidenta del organismo, fue de corta duración (7 minutos y 41 segundos) (UCAB, 2012).

Como ha sostenido la organización Reporteros Sin Fronteras, el Presidente Chávez especialmente en el contexto electoral «monopoliza la palabra pública mediante las cadenas, cuyo interés y utilidad no están demostrados». Un juicio emitido por esta organización, que es bastante aceptado en el mundo democrático, es que justamente una campaña electoral «es un momento privilegiado para el pluralismo de opiniones», lo cual debería lograrse de acuerdo con «el principio de un reparto justo del tiempo de la palabra, que el Estado tiene obligación de garantizar» (RSF, 2009). El uso del mecanismo de las cadenas no sólo dista de ese reparto justo, sino que tiene un impacto en la formación de la opinión pública en momentos electorales.

En esa dirección, es notorio cómo se hace mayor el uso de las cadenas nacionales de radio y televisión en el contexto electoral. El 15 de agosto de 2004 se efectuó en Venezuela el referendo revocatorio del mandato presidencial, y el mes en

 © Editorial Comunicación Social