



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2016-2017**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Análisis de la campaña electoral del 26-J  
en Televisión Española: la relación entre  
Podemos y Venezuela desde un punto de  
vista mediático y político**

**Autor: Ignacio Pérez Pagador**

**Tutora: Mercedes Miguel Borrás**

**Convocatoria: Julio de 2017**

*Agradecimientos a Alicia Gil por su ayuda durante todo el trabajo*

# **Análisis de la campaña electoral del 26-J en Televisión Española: la relación entre Podemos y Venezuela desde un punto de vista mediático y político**

AUTOR

Ignacio Pérez Pagador

Universidad de Valladolid

TUTORA

Mercedes Miguel Borrás

Universidad de Valladolid

RESUMEN

En esta investigación se analiza el tratamiento informativo recibido por Podemos en Televisión Española durante las elecciones generales del 26J y el tiempo que la cadena dedica a establecer una relación entre la formación presidida por Pablo Iglesias y el chavismo. Tras un breve repaso a las estrategias más comunes en las campañas electorales, la Agenda Setting de los medios y su influencia en los procesos políticos, y los antecedentes de Podemos en lo que se refiere a sus lazos con Venezuela, se analizarán un total de 50 informativos, esto es, 25 de la edición de mediodía y 25 de la noche, desde el comienzo del mes de junio hasta el 26 de ese mismo mes, día de las elecciones generales, para determinar cuánto tiempo dedica la 1 de RTVE a relacionar a Podemos con Venezuela. Posteriormente, se compararan los programas electorales de Podemos para el 26J y del Partido Socialista Unido de Venezuela para las pasadas elecciones del 2013 en el país sudamericano, buscando encontrar así semejanzas y diferencias entre ambas formaciones y verificar o desmentir los supuestos lazos entre las políticas de ambos partidos.

PALABRAS CLAVE

Venezuela, Podemos, Campaña electoral, Telediario, Televisión Española.

## Contenido

1. Introducción.....	5
1.1. Antecedentes .....	5
1.2. Justificación.....	7
1.3. Hipótesis .....	9
1.4. Objetivos.....	9
2. Metodología.....	10
3. Marco Teórico.....	11
3.1. Agenda Setting .....	11
3.1.1. La Agenda Setting en las campañas electorales .....	12
3.1.2. Cómo ha cambiado la agenda televisiva las campañas electorales.....	13
3.2. La Campaña Electoral .....	15
3.2.1. La ética en política .....	17
3.2.2. Comunicación política.....	18
3.2.3. Teoría del posicionamiento.....	20
3.2.4. Campañas negativas .....	21
3.3. Podemos en la campaña electoral: sus lazos con Venezuela.....	24
4. Análisis.....	28
4.1. Comparativa de los programas electorales de Podemos y el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).....	28
4.1.1. Apariencia y Estructura .....	29
4.1.2. Estilo y Características.....	34
4.1.3. Medidas y propuestas políticas .....	36
4.2. Análisis de la cobertura mediática de Venezuela en los telediarios de Televisión Española .....	42
5. Conclusiones.....	44
6. Bibliografía y webgrafía.....	48
7. Anexos.....	49
Anexo 1. Comparación de las propuestas políticas de Podemos y PSUV.....	49
Anexo 2. Análisis de la cobertura mediática de Venezuela en el telediario de RTVE durante el mes de junio .....	60
Anexo 3. Noticias sobre Venezuela: contenido y formato .....	62
Anexo 4. Noticias sobre Venezuela relacionadas con Podemos .....	65

# 1. Introducción

## 1.1. Antecedentes

España, 2014. La crisis económica deja un paisaje de recortes sociales, desahucios, desempleo. El debate político ha dejado el parlamento, está en la calle. Democracia es una de las palabras más buscadas en Google. El gobierno invita a los que protestan a canalizar sus demandas por la vía parlamentaria (León, 2014).

Así comienza el documental *Política: Manual de instrucciones*, un trabajo del director Fernando León de Aranoa, autor de películas como *Los lunes al sol* (2002) y de documentales como *Invisible* (2007). En la cinta se recoge la rápida construcción de Podemos, una formación política que, según uno de sus creadores, el profesor de la Complutense, Pablo Iglesias, fue el movimiento heredero del 15 M.

Aún tendría que transcurrir algún tiempo hasta que la formación alcanzara la notoriedad de la que goza en la actualidad. Según Roberto Bécades, periodista de El Mundo, el día que todo comenzó a cambiar en la política española, sin que nadie se diera cuenta, fue el 25 de abril 2013.

Esa noche, Pablo Iglesias Turrión, profesor de Ciencia Política en la Universidad Complutense de Madrid, y hasta entonces conocido sólo en ámbitos muy restringidos, logró ser invitado en *El Gato al agua*, programa de Intereconomía, como tertuliano. Esa noche, arrancó una carrera que en 13 meses exactos lo ha convertido en la gran revelación electoral<sup>1</sup>.

Su equipo estaría conformado por Juan Carlos Monedero, Iñigo Errejón y Carolina Bescansa, todos ellos, profesores de Ciencias Políticas en la Complutense, expertos en el sistema político español, en campañas electorales y con experiencia en las calles.

Así, en el marco social del 15-M, los tres, y otros amigos y compañeros cercanos, entendieron que había espacio para una nueva formación con otro discurso, pero que no

---

<sup>1</sup> Suanzes, P. (15/11/2014) El líder que profesionalizó las tertulias. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/espana/2014/05/27/5383df7d268e3e24488b458a.html>

iba a ser fácil capitalizarlo sin recursos. Iglesias podía ser la cabeza visible, pero para ello necesitaba llegar de forma regular a millones de personas, y para eso sólo había un camino: la televisión y las redes sociales.

Iglesias intentó durante meses dar el salto a la televisión nacional, y lo hizo retando a sus adversarios más claros de la derecha. Presionó a Intereconomía, desafiando uno por uno a sus redactores, tertulianos y presentadores en las redes sociales para que lo llevaran a discutir a sus programas. Los invitó incluso a su programa, *La Tuerka*, para tender puentes. Y funcionó. El 25 de abril de 2013 se abrieron las puertas de la cadena para él, y ya nunca se cerraron. Se convirtió en habitual, y su mensaje fresco y diferente caló de inmediato. De golpe lo llamaron todos los medios, y a todos dijo sí. La Sexta, Tele5, Cuatro... cadenas con una audiencia semanal de millones de personas, y allí destacó.

20 de diciembre de 2015. El país se enfrenta a un proceso electoral en un marco nunca antes visto: cuatro partidos políticos convergen a las elecciones para lograr el gobierno, a saber: las dos grandes formaciones habituales- PSOE y PP- y dos nuevos partidos- Podemos y Ciudadanos (con Albert Rivera)- que en pocos años de existencia han logrado un importante número de acólitos. El Partido Popular gana dichas elecciones por una mayoría de 7.215.530 votos, mientras que el Partido Socialista obtiene uno de los peores resultados electorales de su historia, con 5.530.693 votos, aunque le vale para mantenerse como segunda fuerza política. Por su parte, Podemos, se consolida como tercera fuerza, muy cerca de los socialistas, logrando 5.189.333, en apenas dos años de existencia. Ciudadanos cae al cuarto puesto con una importante representación también, de 3.500.446 votos.

Estos resultados generan un nuevo marco político en España que obliga a los partidos a pactar para lograr la victoria. En este clima, el rey Felipe VI encarga al candidato del Partido Socialista, Pedro Sánchez, la tarea de lograr la investidura y formar gobierno. Sánchez buscará en un primer momento una triple alianza entre PSOE, C'S y Podemos, mas será imposible debido a la falta de entendimiento por desavenencias ideológicas. Finalmente, Sánchez buscará la investidura con el apoyo únicamente de Ciudadanos, y el voto negativo de Podemos y Partido Popular, logrando en definitiva 219 votos en contra y 131 a favor.

La incapacidad de los líderes de las distintas formaciones para ponerse de acuerdo lleva al país a unas segundas elecciones, 6 meses después, el 26 de julio de 2017. Durante este periodo, el PP se mantiene como primera fuerza política mientras que Podemos, que se une en coalición con Izquierda Unida, conformando así Unidos Podemos, crece más y más en intención de voto. A apenas unas semanas de las elecciones, todas las encuestas hablan de *sorpasso* de Unidos Podemos al PSOE. En votos y también, aunque de forma algo menos nítida, en escaños. Es entonces cuando Venezuela entra de lleno en la campaña electoral.

## **1.2. Justificación**

Nunca en la historia de la democracia española, un país ajeno ha tenido tanto peso en unas elecciones. Venezuela ha sido un pilar más en el debate entre partidos y en los medios de comunicación, a la altura de las políticas económicas o la unidad de España. Dirigentes políticos de formaciones rivales a Podemos han utilizado la problemática de Venezuela como arma electoral para combatir el auge de la formación de Pablo Iglesias.

Según el periódico online, BBC El Mundo, en el caso español, la cobertura sobre el país sudamericano no sólo ha sido particularmente abundante, sino que a menudo también ha parecido pertenecer más a la sección de política nacional que a la de noticias internacionales.

“En mi país hay partidos que apoyan lo que pasa aquí”, dijo Albert Rivera antes de dejar Caracas, tras ser invitado a propuesta de la Comisión de Asuntos Exteriores y de la Junta Directiva del Congreso de Venezuela, poco antes de las elecciones del 26 J. Tras ser preguntado en la capital venezolana por las críticas de Iglesias a su viaje, Rivera afirmó:

Ellos venían aquí a buscar dinero y formación. Otros venimos a ayudar a los que ha hecho sufrir este Gobierno.

La supuesta financiación de Podemos por parte del régimen de Chávez ha sido uno de los principales argumentos para atacar a la formación morada, ya no solo desde Ciudadanos, sino también desde el Partido Popular o incluso el PSOE. "Los que hablan aquí de puertas giratorias se han olvidado ya de Venezuela y de lo que cobraban por

asesorar a ese gobierno y a ese partido que arruinó al país más rico de América", declaró en diciembre de 2015 el expresidente socialista Felipe González.

Mientras, las constantes menciones a Venezuela por parte de Mariano Rajoy, llevaron a Podemos a acusarlo de querer utilizar el tema como una cortina de humo para evitar hablar de los problemas de corrupción de su gobierno.

Por su parte, la estrategia de Podemos ante la ola de acusaciones por parte del resto de formaciones ha sido la de cambiar de tema y llevar el debate hacia los problemas de la propia España. "Es posible que haya quienes en esta campaña tengan ganas de hablar de países muy lejanos al nuestro", advirtió recientemente Iñigo Errejón, el secretario político del movimiento. "En una campaña electoral utilizar la situación de otro país como arma arrojadiza no es propio de una democracia como la nuestra", dijo por su parte Pablo Iglesias.

Así se pronunciaba el diario El Mundo a poco menos de un mes de las elecciones: "La mayoría de los politólogos, sociólogos y expertos en comunicación política consultados por este diario señalan que el protagonismo de Venezuela en la precampaña española es excesivo. Pero también añaden que poner el foco en la quiebra de un país por la gestión del Gobierno bolivariano -con el que se identificaban hace unos años los dirigentes de Podemos- supone un desgaste para este partido e impulsa la campaña de Albert Rivera, cuyo relato languidecía".

Cabe destacar que respecto a la financiación ilegal de Podemos, la justicia ha llegado a archivar hasta siete causas por falta de pruebas, sin embargo, tanto rivales políticos como medios de comunicación contrarios al partido dirigido por Iglesias siguen utilizando esa supuesta financiación ilegal, por lo cual, sigue siendo un tema de interés a pesar de haber transcurrido ya las elecciones.

Hemos elegido a Televisión Española como medio a analizar por varias razones:

- Es la televisión pública de España, es decir, el medio pagado por todos los españoles lo que, en teoría, debería llevarlo a ser el más objetivo e imparcial por tratarse de un medio que representa al conjunto de sus ciudadanos.
- En la práctica, la cadena ha recibido numerosas quejas por lleva a cabo una labor informativa adscrita al partido que está en el gobierno.



Según ha informado La cadena Ser, los trabajadores de Televisión Española, hartos, han denunciado que los Servicios Informativos están trasladando una vez más "una imagen de sumisión al poder político, al gobierno y al partido que lo sustenta". Asimismo, en un comunicado, el Consejo de Informativos ha deplorado el deterioro de la imagen de neutralidad e independencia de la cadena pública: "Una vez más, los informativos de Televisión Española dañan y comprometen la imagen de la televisión pública y ponen en cuestión la naturaleza misma de un medio que pagan todos los ciudadanos pero que de facto está al servicio de unos pocos".

Así pues, como se señala en el comunicado, los responsables de los informativos están utilizando de "forma inadecuada" el cargo para el que han sido designados porque la persistencia en su "actitud en favor de un grupo político determinado podría estar corrompiendo el espíritu y la letra de la Ley de RTVE". Es de interés por tanto, la alta cobertura mediática que este medio ha hecho de Venezuela, principal instrumento electoral para desacreditar a Podemos, formación rival y antagónica del Partido Popular, desde el punto de vista ideológico, y que además es actualmente el partido que sustenta la cadena.

### **1.3. Hipótesis**

Hipótesis 1: "Del espacio que TVE dedica a Podemos en sus informativos, la mitad se usa para establecer un vínculo con Venezuela".

Hipótesis 2: "No existe un vínculo aparente entre las políticas que propone Podemos para España y las que propone el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) para Venezuela".

### **1.4. Objetivos**

- Analizar el tiempo que Televisión Española dedica a Venezuela en sus informativos.
- Concluir qué porcentaje de las noticias sobre Venezuela están relacionadas con Podemos.

## 2. Metodología

La metodología que hemos seguido para la elaboración este trabajo contó con dos partes bien diferenciadas:

- En primer lugar se realizó un análisis cualitativo para comparar el programa electoral de Unidos Podemos para las elecciones generales del 26 J y el del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) para las elecciones generales de 2013. Al realizar esta comparación, somos plenamente conscientes de que España y Venezuela son dos países muy distintos en el plano económico, social, político e histórico y que, por lo tanto, es muy posible que los dos programas electorales a analizar posean diferencias significativas, sin embargo, nos decidimos a realizar esta comparación ya que hay partidos en España que han utilizado a Venezuela como estrategia electoralista para relacionarla con Podemos y creemos necesario comparar ambos programas para desmontar o verificar el argumento de que Podemos es un partido Chavista. Así, la comparativa se llevará a cabo en tres niveles:
  - Apariencia y estructura: se analizará la apariencia externa e interna de ambos programas, su composición gráfica y su atractivo visual, para determinar cómo tratan de llegar al votante a través de características como la imagen, el color o la estructura.
  - Estilo y características: se resaltarán la idiosincrasia y particularidades de ambos programas en lo referente a su lenguaje, su estilo, su ideología o su forma de dirigirse al votante.
  - Medidas y propuestas políticas: se compararán las políticas más destacadas que cada partido proponga en su programa electoral. Para facilitar la comparativa, se separarán las medidas en distintas áreas temáticas; a saber: política nacional, política internacional, política económica, política social y política ciudadana
- Para la segunda parte del trabajo, el universo escogido ha sido Televisión Española y, la muestra a analizar, los telediarios emitidos por dicho canal, tanto de la edición de las 15:00 como de las 21:00, del 1 al 25 junio, día previo a las elecciones generales. Se ha escogido este espacio de tiempo porque se busca abarcar todo el periodo electoral del mes de Junio, comprendiendo tanto la fase

de campaña como la del final de la precampaña, y lograr así una muestra significativa de 50 telediarios que nos permita obtener un resultado fiable para nuestra investigación. En dicho análisis, se estudió en cuántas ocasiones el telediario de Televisión Española informó sobre Venezuela, cuánto tiempo duró cada noticia, en cuántas se relacionó Venezuela con Podemos, directa o indirectamente y, finalmente, si se emitió una réplica de Podemos ante las acusaciones recibidas. Se busca así dilucidar si Televisión Española mostró una cobertura excesiva del país sudamericano en un periodo de elecciones y si se buscó establecer una relación entre Podemos y el régimen de Maduro en sus informativos afín de perjudicar a la formación morada en el proceso electoral.

### **3. Marco Teórico**

#### **3.1. Agenda Setting**

La teoría de la Agenda Setting fue formulada por Maxwell McCombs y Donald Shaw en el año 1972. Estos autores plantearon la existencia de una correlación estadística entre los temas que los medios consideran importantes –agenda de los medios– y las cuestiones a las que los ciudadanos prestan más atención –agenda del público– (Rojano & Gómez, 2006).

Carrera (2008) en su obra “Teoría de la comunicación mediática” sostiene que el principio sobre el que se sustenta esta hipótesis es que la importancia que le da el público a ciertos temas se relaciona con la relevancia que previamente les otorgan los medios.

Hay que tener en cuenta que cuando se habla de Agenda Setting, existen tres tipos de agendas (Rodríguez, 2004) que se relacionan en el proceso comunicativo:

- Agenda Setting de los medios: su principal variable reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación.
- Agenda Setting del público: mide la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia.

- Agenda Setting política: distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas.

Para Dearing y Rogers (1996:72) la “agenda-setting política” representa la “llave maestra” de todas las agendas ya que es la encargada de generar temas nuevos que influenciarán la agenda de los medios y la del público.

En este sentido, hay que tener en cuenta que la teoría de la Agenda setting ha evolucionado desde que se formuló, como así lo han hecho los medios de difusión. Lejos queda aquella definición de McCombs y Shaw donde definían la Agenda setting como “una débil fuerza de cambio” dentro de lo que denominaban como el “mercado de ideas”. (Valbuena, 1977). Ya en 1992, ambos autores, con otra visión del fenómeno, afirmaban que “las noticias no sólo nos dicen sobre qué pensar sino cómo pensarlo. Tanto la selección de temas para la agenda informativa como la selección de marcos sobre esos temas son potentes roles de la agenda setting de estremecedoras responsabilidades éticas”. (McCombs, 1992:820-821)

### **3.1.1. La Agenda Setting en las campañas electorales**

La mayor parte de los estudios que siguieron al de McCombs y Shaw fueran realizados en situaciones de campaña política, tanto nacionales como locales, debido al interés que despiertan los procesos electorales dentro de las Ciencias Sociales. (Casermeiro, 2003).

Uno de los descubrimientos de estos estudios ha sido el de la importancia de la publicidad como fuente de información. A través del pago de publicidad, los candidatos políticos pueden influir directamente en el público. Además, en un sistema económico donde los medios son privados y, por tanto, dependientes de la publicidad, la misma podría implicar otro poder de agenda, tan poderoso como las líneas de los medios (Casermeiro, 2003) McCombs y Shaw concluyen al respecto: “La publicidad es, al menos, un poder potencial”. (1997:82)

En otro estudio realizado por Weaver y McCombs durante las elecciones presidenciales de 1976 en EEUU entre los votantes de New Hampshire, Indianapolis y Chicago, se descubrió que la mayor influencia de la Agenda setting no se daba durante la campaña propiamente dicha sino durante las elecciones “primarias”. La parte del año en que se

elegían los candidatos de cada partido en vistas a las elecciones resultó la época de mayor influencia. Por el contrario, durante la campaña propiamente dicha, la influencia fue menor. También se pudo medir que la gente presta más atención a los medios durante las elecciones. (Casermiro, 2003)

Asimismo, en otro estudio, realizado en Taipei (Taiwan) en 1994 durante las elecciones generales, se comprobó que la prensa afecta a la imagen de los atributos que el público percibe respecto a los candidatos. Es decir, que los medios determinarían qué atributos evocan los votantes cuando piensan en un candidato particular. También se pudo observar que cuando el candidato era menos conocido la influencia de los medios bajaba, mientras que cuando el candidato de un partido aparecía con mayores posibilidades de ganar aumentaba la influencia de los medios. (Casermiro, 2003).

En este sentido, se observó que los medios parecen tener un mayor y más inmediato efecto en relación con la imagen de los candidatos que con respecto a los temas de debate: “Es en el reino de la imagen de los candidatos, más aún que en el reino de los temas, que los medios parecen tener mayores y más inmediatos efectos en cuanto al resultado de las elecciones”. (Roberts, 1977:89)

Este hecho tiene mucho que ver con cómo los medios y la agenda de los mismos han cambiado la campaña electoral clásica, centrada en el mitin político, y la han sustituido por una campaña hecha para los medios, y más concretamente para la televisión, ya que es el medio elegido de forma mayoritaria por los electores para seguir la campaña electoral. (Berrocal, 2016)

### **3.1.2. Cómo ha cambiado la agenda televisiva las campañas electorales**

El predominio de la televisión como medio donde se desarrolla la campaña electoral, ha cambiado considerablemente la forma de hacer política. En la obra “Comunicación Política” (Muñoz-Alonso, Rospir, 1995), sus autores se refieren al término “teledemocracia política” al hablar de los múltiples cambios que se han producido en las democracias occidentales, tras el nacimiento de la televisión. Entre ellos, mencionan la transformación que se ha producido en el espacio electoral, las nuevas estrategias de campaña adoptadas por los partidos políticos para presentarse en televisión o el nuevo

papel adquirido por los candidatos, que se convierten ahora en los grandes expositores de la política de los partidos a los que representan. (Berrocal y Cebrián, 2009).

En esta misma línea de análisis, de las repercusiones que tiene la televisión y su agenda en la política, se encuentran autores como Sartori (1998, 65-117) que analiza el concepto de la “videopolítica” a través del estudio de algunas de sus características como la desconceptualización del discurso político, la transformación de la política en lo que conocemos como show business, la dramatización de lo trivial y la manipulación de la cultura democrática, o Manzini (1995, 141-144), que utiliza la expresión “americanización” para referirse a un estilo americano de comunicar y hacer política basado en el culto a la imagen. (Berrocal y Cebrián, 2009).

Schwartzberg (1978) señala que entre el arte dramático o político y el artificio hay relaciones evidentes. La política espectáculo vive y sienta sus bases en la personalización del poder y la teatralización de la vida pública. Toda esta “política postiza”, subraya, vive del engaño y de sentimientos falsos, forzados o fabricados. (Berrocal y Cebrián, 2009:43).

Se pueden destacar tres transformaciones (Peña, 2008) en la nueva política de la sociedad de la comunicación:

- Personalización: ya no se habla de apoyar o hacer popular a un candidato, sino de posicionarlo como un producto en el mercado. Se aplican técnicas de Marketing por parte de las organizaciones políticas y los poderes públicos, para suscitar el apoyo concentrado o difuso de los grupos sociales a que se dirigen.
- Espectacularización: La política es aplicable a la esfera del espectáculo, en tanto se habla de la “video política”, donde se le da primacía a las imágenes más que a las ideas, a las emociones por encima de la razón. Se le da menos relevancia a los programas políticos que a las consignas, menos análisis a los argumentos que a las grandes verdades, más el cómo se dice que el qué se dice.
- Sustitución: cuando los responsables por el manejo de los mass media, de cierta forma, reemplazan a los políticos, se habla de una sustitución. Esto ocurre cuando el video político sustituye a la política, y los consumidores o televidentes suplantán a los ciudadanos; ocurre porque en los medios no se habla de política, ésta se hace en los medios.

En esta línea, las investigaciones sobre comunicación política posibilitan la tarea de establecer tres categorías (Berrocal y Cebrián, 2009) a través de las cuales los candidatos luchan con la competencia por su aprobación pública:

- La imagen: La imagen del líder es el principal activo de cualquier partido político. De hecho, puede ser el sustituto de un programa si es capaz de resultar creíble y prestigioso.
- El lenguaje: Los juegos de palabras y los recursos estilísticos se convierten en herramientas gubernamentales para comunicar al electorado las ideas generales del partido. A estos juegos “se les confía la estrategia de construir y desacreditar a los adversarios” a través de la repetición y la inteligibilidad.
- El programa político: A pesar de que “resume los principales eventos que servirán de guía a la acción y a la comunicación electoral del partido, no suelen ser más que un conjunto de enunciados generales carentes de precisión”.

Como conclusión, Salomé Berrocal y Elena Cebrián, en su artículo “El «infoentretenimiento» político televisivo. Un análisis de las primeras intervenciones de Zapatero y Rajoy en «Tengo una pregunta para usted»” (2009) concluyen que la presencia de la televisión en la vida política, en las democracias occidentales, ha transformado el funcionamiento de los partidos políticos, de sus candidatos y del electorado. Asimismo destacan cómo la cultura de la imagen triunfa en la política, convirtiéndola en un espectáculo.

Sobre los medios de comunicación y su agenda, afirman que desde los años 90, en aquellos países en los que existe competencia audiovisual, se aprecia un cambio en los informativos que incorporan cada vez más noticias “suaves”, “frívolas” o “espectaculares por su imagen”, en detrimento de las noticias puras de política nacional o internacional.

### **3.2. La Campaña Electoral**

El diccionario de la Lengua Española define el término “campaña” del siguiente modo: “Conjunto de actos o esfuerzos de índole diversa que se aplican a conseguir un fin

determinado.” Por su parte, la campaña política con fines electorales es definida por Agranoff como “el esfuerzo coordinado para conseguir ganar unas elecciones a través de la movilización de recursos humanos, sociales y ambientales”. (1989:253).

Las campañas electorales, sin embargo, han evolucionado considerablemente desde sus inicios. El juego político se aleja cada vez más de ser una cuestión de azar. Ya en los 50, el politólogo francés, Gustav Le-Bon, pareció anticiparse a la actividad, tal y como se contempla hoy en día, cuando aseguró que “la improvisación en política es sinónimo de decadencia”. Una campaña política es hoy, por lo tanto, una actividad estudiada, programada y realizada de forma sistemática. (De Aragón, 2011).

Tanto es así, que para denominar las acciones llevadas a cabo por los partidos y candidatos para llegar a su electorado del mejor modo posible se utiliza la expresión “marketing político”. Así, Luis Costa Bonino, en su libro “Manual de Marketing Político” (1994) define a los partidos políticos como empresas y a los políticos como empresarios:

“Los partidos pueden ser vistos como empresas políticas que producen bienes políticos (ideologías, servicios políticos, decisiones, etc.). Los productos políticos de partidos y candidatos constituyen la oferta política de un país en un determinado momento. A esa oferta se corresponde una demanda de la sociedad o del cuerpo electoral. Esa demanda puede estar compuesta por necesidades de autoridad o de libertad, de justicia o de eficacia, etc” (Costa, 1994:4)

En este sentido, es necesario tener en cuenta que la opinión pública, que será la destinataria de dichas campañas de marketing, tiene un comportamiento cambiante; se modifica constantemente con el surgimiento de acontecimientos políticos, económicos y sociales internos o externos. (De Aragón, 2011)

Hay distintas formas de clasificar al electorado, por ejemplo, si viven en zonas urbanas o rurales, por sexo, nivel de estudios, ocupación o edad, sin embargo, en las campañas electorales, la tipología más común se sustenta en la forma en la que ha votado el elector. De esta forma, la segmentación habitual de mercados ha clasificado a los electores en cuatro categorías (Valdez y Amparo, 2011):

- El voto duro: electores que muestran gran identidad, lealtad e identificación con un determinado partido, de tal forma que siempre votarán por él



independientemente de los candidatos que postulen o la circunstancia política que se viva en el momento.

- El voto blando: tiene cierta afinidad e identidad con alguna sigla partidista, orientando su voto tradicionalmente por ese partido, sin embargo, el sufragio no es completamente seguro, ya que evalúa la coyuntura del momento, el tipo de candidatos postulados, así como el carácter y naturaleza de su oferta electoral.
- El voto opositor: son los electores que manifiestan su oposición o rechazo hacia el partido y los candidatos que postula. Estos nunca votarían por un determinado partido, aunque hubiera postulado a buenos candidatos o su plataforma electoral fuera la más pertinente, por lo que la estrategia política que se recomienda consiste en no perder ni tiempo, ni recursos en ellos.
- Los indecisos: el elector indeciso es aquel poco involucrado en la política, que no manifiesta identidad, simpatía o lealtad con ninguna fuerza partidista. Es un elector poco informado de los asuntos públicos y que, por igual, puede decidir votar por un partido u otro, o incluso, no votar.

Así, la propuesta de los políticos tiende a buscar en el ciudadano el respaldo y la definición, y con ello como principio, que se involucre en los debates de la nación. Para “vender” el programa político a los votantes es necesario que sientan que sus intereses serán atendidos y adoptar una seria competencia definida sobre los temas nacionales. Se debe entender que solo una campaña intensa y bien programada, tanto para la conquista de las emociones como de los razonamientos, logrará impactar a la opinión pública con posibilidades de victoria. (De Aragón, 2011).

Así pues, la organización de una campaña electoral supone una gran parte del triunfo o la derrota de sus candidatos. Una buena campaña exaltará lo mejor de la figura política y disimulará sus debilidades, mientras que cuando el candidato sea mediocre o malo, una buena campaña podría significar más del 50 % de las razones del triunfo. (De Aragón, 2011). De hecho, en algunas vivencias compartidas, en que ha ganado el candidato mediocre, la campaña ha sido responsable hasta del 70% del triunfo. El conocido voto de protesta también es una forma de hacer ganar a un candidato sin todas las condiciones de calidad. (De Aragón, 2011).

### **3.2.1. La ética en política**

La ética en política no compete solo a los políticos sino a todos los actores que participen en la actividad y puedan regirse por principios. Por ejemplo, el político que promete a sabiendas de que no cumplirá está violando principios éticos; el consultor que anima a su cliente político a mentir o gastar injustificadamente está violando un principio ético de respeto a la sociedad y a su cliente; el medio de comunicación que pondera o ataca, teniendo como objetivo sus intereses empresariales o políticos, viola un principio ético; y el votante que no acude a las urnas para castigar a los corruptos políticos, está violando la ética pues a quienes castiga en realidad es a sus conciudadanos, a sus hijos y hasta a sus nietos que están por venir. Se puede aseverar que en los países en que se respetan los principios éticos, se produce un beneficio macro social, tanto moral como económico. (De Aragón, 2011)

Aún con ello, existen en política herramientas de dudoso carácter ético que tal vez no se comentan abiertamente dada su naturaleza. El mercado político tiene por un lado a los investigadores, analistas, consultores, etc. quienes realizan una labor de obtención de información sobre figuras partidos y otros entes relacionados con la actividad política mediante información disponible al público; en consecuencia, su obtención es legal. Sin embargo, existen personas que están relacionadas con la procuración de información limitada o no disponible públicamente. (De Aragón, 2011)

Sin embargo, sobre este aspecto, Joseph Napolitan, durante la décimo novena Conferencia Anual de la Asociación Internacional de Asesores Políticos (1986) advertía de que la trayectoria profesional de cualquier candidato es susceptible de ataque, pero su vida privada no. Sin embargo, los ataques son un hecho en la vida política y de usarlos es preferible hacerlo de la forma más efectiva. La mejor opción es que el candidato no ataque a su oponente en spots de radio o televisión; es preferible presentarlo como un tipo simpático. Cuando un ataque está justificado, el mensaje negativo debe ser transmitido por una voz en off, o el texto de un anuncio, o por una persona que no sea el candidato. (Napolitan, 1994)

### **3.2.2. Comunicación política**

La comunicación política es el conjunto de elementos interrelacionados con un objetivo común: llevar el mensaje de forma precisa, veraz, rápida y eficaz a los segmentos poblacionales de interés en cuya aceptación confiamos. La comunicación política es

capaz de construir mitos y deshacerlos, así como establecer un contacto casi personal con los electores, dado los avances en los medios (De Aragón, 2011).

El investigador en ciencia política José Luís Exeni (2000) afirma que existen tres criterios analíticos para definir la comunicación política:

- Por sujeto: Se trata de la presencia e interacción entre actores que intervienen en la comunicación política, como los políticos, los operadores de los medios y actores sociales.
- Por objeto: Se aborda el intercambio de símbolos como los mensajes, el discurso y la información, que permiten la consecución de la agenda política.
- Por el ámbito comunicativo: Relación estrecha entre el sistema político y los mass media. También contempla la relación entre el sistema político y las sociedades.

A partir de lo anterior “hablamos de Comunicación Política fundamentalmente para referirnos a la relación que mantienen los gobernantes y gobernados (sujetos), en un flujo de mensajes ida y vuelta (objeto), a través de los medios de comunicación social y con el concurso de periodistas especializados en cubrir la información generada por las instituciones y los protagonistas del quehacer político (ámbito de la comunicación)” (b. Wolton, 1998: 29-31).

En el pico de la campaña masiva, la comunicación política satura los medios. Se aprecia una paradoja: mientras más ofertas bien formuladas se tengan, mayor será la incertidumbre respecto a la decisión final del voto. Habrá pues, lagunas en cuanto a quien otorgarle más credibilidad o asumir que tiene más razón. Habrá dificultades para persuadir eficazmente a los electores con los mensajes y proclamas. Para ello, la credibilidad del producto político y del medio será crucial. Se deben conjugar estos elementos para lograr su objetivo: confianza, inteligencia, autoridad y habilidad (De Aragón, 2011).

En época electoral la ciudadanía estará expuesta a muchas fuentes de comunicación de diferente intensidad y magnitud, atacarán sus necesidades personales y de su grupo familiar, sus creencias religiosas; los aspectos laborales y todo cuanto a su alrededor sea objeto de cuestionamiento psicológico en la suposición que, como receptor, lo asociará a sus carencias y aceptará las promesas como la posible solución; por ello se produce la

creencia de que “no puede votar en contra de quien le resolverá sus problemas personales”. (De Aragón, 2011:58).

Los medios deberán tener la responsabilidad de verificar la objetividad de sus fuentes. No deberán inclinar la opinión pública en una u otra dirección, ni orquestar ataques ni defensas que respondan a intereses ajenos a la gran sociedad y la noticia misma. (De Aragón, 2011).

En la actualidad tienen más oportunidades de triunfar, no el partido que tenga el mejor programa de gobierno, ni hombres y mujeres mejor capacitadas, sino quienes tengan más acceso a los medios de comunicación, ya sea por disponibilidad económica o por favoritismo de estos. Es el capital y los medios quienes ejercen mayor influencia. Lo ideal sería que todos los partidos tuvieran acceso a cierta cantidad de espacio en los medios de comunicación masiva para mensajes sea cual fuere su naturaleza. (De Aragón, 2011).

El mensaje político deberá ser:

- Preciso: Lograr la comprensión de su contenido con el menor número de palabras posible y en los más precisos términos.
- Emotivo: Tocar las emociones y la sensibilidad de los receptores. Se logra tocando algún problema que la sociedad esté sufriendo y o su forma de expresión y presentación exacerben la afectividad del votante.
- Entendible: Para que no tenga otras posibles interpretaciones y no sea discutible su contenido.
- Repetitivo: Insistir y repetir cada vez que se presente la oportunidad hasta que logre captar el primer nivel de recordación de la mayor parte del grupo objetivo o población posible.

### **3.2.3. Teoría del posicionamiento**

La mente humana está expuesta a una avalancha de mensajes diarios de muy diverso contenido. La capacidad de asimilación es limitada, aun cuando se tiene en el subconsciente una cantidad infinita de archivos. El posicionamiento es por tanto, la

lucha por una porción en ese subconsciente, la necesidad de adueñarse de un espacio de la mente del elector. (De Aragón, 2011).

La metodología del posicionamiento se resume en 4 puntos (Ramírez y Ávila, 2012):

- Identificar el mejor atributo de nuestro producto (en este caso, el candidato)
- Conocer la posición de los competidores en función a ese atributo
- Decidir nuestra estrategia en función de las ventajas competitivas
- Comunicar el posicionamiento al mercado a través de la publicidad.

Es necesario comprender la diferencia entre posición y posicionamiento: posición es “lo que es”, mientras posicionamiento es lo que otras personas creen que es. Una forma de posicionarse en política es atacando o haciéndose atacar por la figura principal o el que muestre mejor posición en las encuestas. Si el agresor lograra una reacción por parte del primero en la escena, habrá logrado su objetivo. (De Aragón, 2011).

Hay que tener en cuenta que el posicionamiento exige que todos los aspectos tangibles de que se disponen apoyen la estrategia de posicionamiento que se escoja. Para competir a través del posicionamiento existen 3 alternativas estratégica (Ramírez y Ávila, 2012):

- Fortalecer la posición actual en la mente del consumidor (en este caso el elector).
- Apoderarse de la posición desocupada.
- Desposicionar o reposicionar a la competencia.

Si la tendencia en la intención de voto es reñida, crece el valor estratégico por la búsqueda de los indiferentes e indecisos. Además, si existe un periodo de crisis o grandes problemas nacionales, las propuestas de solución que se ofrecen en las campañas adquieren mayor importancia que la de las lealtades partidistas o el carácter de los candidatos. (De Aragón, 2011).

### **3.2.4. Campañas negativas**

- La campaña de ataque: es la que se dedica a exaltar todo lo malo que puede tener una figura o partido o idea política. En ocasiones se emplean solo de forma

negativa, sin ofrecer solución es sobre lo criticado. Este tipo de campaña puede debilitar a los receptores de los ataques, pero no fortalecen a quienes los originan.

- La contracampaña: es aquella que se utiliza como repuesta a otra que ha sido lanzada contra la figura o partido. Por lo regular, el objetivo es desvirtuar, restar credibilidad a un ataque, idealmente presentando evidencias que logren neutralizarlo.
- Las campañas negras: son las difamatorias, las que se lanzan con la intención de disminuir la imagen del receptor, utilizando, además de la calumnia o agresión, un idioma despectivo, crítico o de mofa.

En la contienda política se usan estos tipos de campaña como forma de presión psicológica contra uno o varios candidatos. Se ausculta la vida personal, el origen de los fondos, su historia como contribuyente del Estado, las relaciones con figuras polémicas, con grupos de presión y todo cuanto pudiera generar algún nivel de incertidumbre y desconfianza en el electorado. Después de contar con esta información, que es generada por un investigador especializado, el emisor decide qué tipo de campaña utilizará. (De Aragón, 2011).

Una campaña negra puede crear rechazos pero nunca creará simpatía hacia el emisor. En otras palabras, podrá debilitar al receptor del ataque pero no fortalecerá al que lo formule. Aunque esta práctica es potestad de todos, es principalmente utilizada por aquellos que buscan una confrontación para que el candidato objeto de los ataques se le asocie con más aspectos negativos que quien la origina o quien la está sirviendo. (De Aragón, 2011).

Una de las consecuencias más comunes que se puede generar en el elector mediante estas campañas negras es el llamado “voto del miedo”. Este tipo de voto, se genera por inducción, principalmente por los partidos y candidatos que buscan ganar o conservar una posición de poder político, creando a través de diferentes estrategias de comunicación política, una serie de dudas sobre posibles escenarios futuros adversos y dañinos para la sociedad en el caso de que sus opositores ganen las elecciones. Las campañas centradas en este tipo de estrategias, buscan principalmente generar temor, cuestionar certezas, generar sospecha y producir dudas respecto de los adversarios (Valdez, 2009).

Las actuales campañas electorales en el mundo se articulan, de una u otra forma, con base en la generación e institucionalización del miedo. Por un lado, miedo a que las cosas empeoren y se pierda lo que se tiene o ha logrado, o que se amenace el sistemas de creencias y valores predominante. Por el otro, como garantía de seguridad pública, militar, económica, jurídica o social y salvaguarda ante las amenazas y peligros, reales o imaginarios, existentes. (Valdez y Amparo, 2011)

También se fomenta dentro de este tipo de campañas el “voto de la ira”, que es aquel que se genera motivado por el hartazgo, el descontento, la inconformidad, el malestar y la irritación social en contra de algunos de los partidos contendientes o sus candidatos y/o sus plataformas político- ideológicas. Es el voto de protesta, también llamado voto negativo. (Valdez y Amparo, 2011)

Michael Gant y Dwight Davis (1984) definen el sufragio negativo cuando un elector decide la orientación de su voto motivado no por la simpatía hacia alguien o algo (candidato, partido o plataforma electoral) sino por su antipatía. Es en este sentido, es un voto “en contra” y no “por.”

Mientras más fuerte sea la campaña que se genere, más pronto se habrá desviado la atención pública sobre la conducta de un candidato, o de su partido, sobre los asuntos que se quiere evidenciar. Esta práctica se ejecuta con el interés de debilitar, molestar, aturdir, intimidar, sacar de balance al agredido poniéndolo a la defensiva. (De Aragón, 2011).

Esta práctica puede producir en la opinión pública situaciones de repulsa y en alguna proporción, provocar abstencionismo. La segunda acción por parte del votante receptor de los ataques será ir en búsqueda de una tercera opción; rara vez votará por quien le provocó el desengaño. Es por este comportamiento que las difamaciones son formuladas por terceros, o por candidatos con pocas posibilidades de triunfo, no por la posible segunda opción, o segundo lugar de contienda. El ataque a difamación a no posibles ganadores es inexistente en política. (De Aragón, 2011).

Cuando los ataques son, o parecen ser infundados, o han sido enderezados contra una figura más carismática que el remitente, por lo regular, la opinión pública se resiste a aceptarlos, aun estando apoyados en evidencias. Pero cuando se vuelven reiterativos y de alguna manera creíble, parcial o totalmente, el candidato agredido se vuelve

vulnerable a todo lo que se diga sobre él, sea cierto o infundado. Por ello, el ataque tiene que ser certero y tener cuidado de que no se retorne con la misma virulencia con que fue enviado. (De Aragón, 2011).

### **3.3. Podemos en la campaña electoral: sus lazos con Venezuela**

¿Es Podemos un partido financiado por el gobierno de Venezuela? La formación de Pablo Iglesias ha sido acusada en repetidas ocasiones, tanto por rivales políticos como por medios de comunicación, de recibir dinero del régimen de Nicolás Maduro. El partido, sin embargo, siempre se ha desmarcado de estas acusaciones y ha repetido en reiteradas ocasiones que Podemos se financia únicamente con las donaciones de los simpatizantes y que las cuentas son públicas.

En efecto, si se acude a su página web, en el margen superior derecho, existe una pestaña con el subtítulo “Financiación”. Si se clica en ella, se accede a una página donde se muestran datos de su financiación, basada en tres principios: innovación, independencia y transparencia. En el apartado “Las cuentas claras”, se puede acceder a un amplio sumario con todos los gastos e ingresos del partido, e incluso se ofrecen diferentes opciones de criba para reducir la búsqueda a autonomías, municipios o conceptos concretos, en caso de que así se desee.

Asimismo, en el margen inferior se muestran varias opciones para ayudar económicamente con la formación, a saber: a través de una colaboración periódica de 5 euros al mes, mediante el “crowdfunding” de proyectos concretos, con microcréditos para financiar la campaña o entrando en su tienda para comprar banderolas, libros y accesorios. La página está coronada por el siguiente subtexto: “En Podemos nos tomamos nuestros mecanismos de financiación y transparencia como una cuestión política de máxima importancia porque consideramos que la independencia financiera y la transparencia en los partidos es una condición necesaria para el correcto funcionamiento de la democracia.”

A pesar de los esfuerzos de la formación por mantener públicas sus cuentas, no son pocas las querellas que han recibido por presunta financiación ilegal. Sin embargo, a día de hoy, todas ellas han sido archivadas y son ya hasta 7 las causas relacionadas con la



financiación del partido que los tribunales han desestimado<sup>2</sup> (2016). De hecho, el propio Iglesias animó en 2016 a acudir a los tribunales a aquellos capaces de hacer una imputación a Podemos y se mostró “encantado” de que los magistrados investiguen a las formaciones políticas<sup>3</sup>. (2016)

Sin embargo ¿cabe la posibilidad de algún tipo de financiación indirecta? Varios medios, entre ellos “Vozpopuli”, han informado de que la fundación Centro de Estudios Económicos Políticos y Sociales (CEPS) en la que participan algunos miembros del partido, ha recibido financiación de Venezuela<sup>4</sup>. Algunos de estos miembros son el presidente de la organización, Alberto Moreno Soler, que presentó Podemos en Málaga, Pablo Iglesias, Íñigo Errejón, Carolina Bescansa, Luis Alegre Zahonero, Alberto Montero, Ariel Jerez y Ángela Ballester. A ellos se suman los diputados nacionales Rubén Martínez Dalmau y Txema Guijarro y los parlamentarios autonómicos en las Cortes valencianas, Fabiola Meco y Antonio Montiel. Por su parte, Antonio de Cabo, que también formó parte del Consejo Ejecutivo de la fundación CEPS, engrosa igualmente las filas de la formación morada como miembro de la Comisión de Garantías de Podemos Comunidad de Madrid y del Consejo Ciudadano de Rivas Vaciamadrid. (Sanz, 2016)

¿Pero, qué es CEPS exactamente? El Centro de Estudios Políticos y Sociales (CEPS), tal y como se define en su página web, “es una organización política no partidaria dedicada a la producción de pensamiento crítico y al trabajo cultural e intelectual para fomentar consensos de izquierdas”<sup>5</sup>. (2010) Respecto a su ámbito de actuación, el centro afirma lo siguiente: “Durante más de una década, nuestra experiencia política ha estado concentrada en América Latina proveyendo consultoría política, jurídica y económica a fuerzas y gobiernos progresistas en la región.” (2010) Entre los países donde han

---

<sup>2</sup> InfoLibre. (15/07/2016) La Justicia archiva por séptima vez una acción penal por la financiación de Podemos. *InfoLibre*. Recuperado de:

[https://www.infolibre.es/noticias/politica/2016/07/15/la\\_justicia\\_archiva\\_por\\_septima\\_vez\\_una\\_accion\\_penal\\_contra\\_podemos\\_sus\\_dirigentes\\_52566\\_1012.html](https://www.infolibre.es/noticias/politica/2016/07/15/la_justicia_archiva_por_septima_vez_una_accion_penal_contra_podemos_sus_dirigentes_52566_1012.html)

<sup>3</sup> Iglesias, P. (13/05/2016) Pablo Iglesias anima a acudir a los tribunales a quien pueda hacerle una imputación a Podemos. *Europa Press*. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=RyEJzDak1HU>

<sup>4</sup> Sanz, S. (14/05/2016) Doce dirigentes de la fundación Ceps, asesora del chavismo, dieron el salto a la política con Podemos. *Vozpopuli*. Recuperado de:

[http://www.vozpopuli.com/actualidad/nacional/Podemos-Pablo\\_Iglesias-Venezuela-Fundacion\\_Ceps-Elecciones\\_26J-fundacion\\_Ceps\\_11\\_916518340.html](http://www.vozpopuli.com/actualidad/nacional/Podemos-Pablo_Iglesias-Venezuela-Fundacion_Ceps-Elecciones_26J-fundacion_Ceps_11_916518340.html)

<sup>5</sup> CEPS. (17/06/2010) ¿Qué es la fundación CEPS? *CEPS*. Recuperado de:

[https://web.archive.org/web/20160211074828/http://ceps.es/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=35&Itemid=60](https://web.archive.org/web/20160211074828/http://ceps.es/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=35&Itemid=60)

actuado, se hallan, además de Venezuela, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Colombia, Brasil, Perú, El Salvador, México y Nicaragua. Entre sus aspiraciones, según declaran, se encuentran apostar por “la transformación del presente modelo económico hacia otro que se oriente a la satisfacción de las necesidades sociales, en lugar de al beneficio privado de unos pocos”; apostar por la “extensión de una ciudadanía universal, vinculada al lugar de residencia y trabajo, robusta y dotada de derechos sociales y políticos efectivos, como herramienta para la transformación social” y apostar por “el poder constituyente como capacidad democratizadora de avance histórico para las mayorías sociales” (2010).

Pablo Iglesias, preguntado por su colaboración con CEPS, en una entrevista en “Periodista Digital”, contestó lo siguiente:

“En lo que respecta a la fundación CEPS hemos hecho convenios de colaboración y asesoramiento con muchos gobiernos, yo mismo estuve durante un mes en el verano de 2011 trabajando en una unidad estratégica de análisis político en la República Bolivariana de Venezuela, ¿cobré un sueldo? No. Cobré exclusivamente las dietas de desplazamiento y de manutención. Ahora bien, cuando tenemos unidades en las que participa muchísimo personal desplazado de manera permanente en algunos países haciendo tareas de asesoramiento en diferentes áreas, es lógico que esas personas tengan que cobrar un salario.” (Iglesias, 2014)

La propia organización se ha visto obligada a emitir un comunicado en el que han denunciado que “el hecho de que algunos miembros de PODEMOS hayan pertenecido o pertenezcan a la Fundación CEPS, y que incluso hayan podido colaborar en proyectos que la entidad ha tenido o tiene en el exterior, no puede justificar el ataque continuo y el aluvión de difamaciones al que nos vemos sometidos prácticamente a diario por algunos medios de comunicación”. (2015) En esta línea, aseguran que han exigido a estos medios “la rectificación, y continuarán haciéndolo, de todas aquellas informaciones que hayan faltado a la verdad”. (2015) En el comunicado también lamentan que “el daño continuado a la reputación de la Fundación CEPS está a su vez ocasionando perjuicios tanto a las contrapartes con las que ha trabajado como también y de manera muy especial sobre las personas que han colaborado con la entidad y que no forman parte de PODEMOS” (2015).

En esta línea, algunas acusaciones se han realizado, no ya contra el partido, sino en el ámbito personal contra determinados miembros o ex-miembros, como es el caso de Juan Carlos Monedero, a quien el diario El Mundo acusó en 2015 de recibir un importe cercano al millón de euros procedente de Venezuela. De nuevo, la fundación CEPS salió al paso con un comunicado donde aseguraba lo siguiente: “Juan Carlos Monedero dejó de ser colaborador de la entidad hace una década. Las cuentas de la Fundación CEPS son públicas y en ellas puede comprobarse que no se han efectuado dichas transferencias a Juan Carlos Monedero. La entidad sólo le abonó hace diez años unas dietas en el marco de uno de los proyectos que la Fundación CEPS estaba desarrollando en Venezuela y para el que contó con su colaboración”. (2016)

Sobre este asunto se pronunció en “InfoLibre” Santiago Donaire, un fotoperiodista jinense de 26 años que lleva tres ejerciendo su profesión en Venezuela para medios nacionales e internacionales. Donaire define su trabajo para algunos medios españoles y europeos como una batalla constante por no aceptar hablar de lo que te piden, sino intentar contar lo que pasa realmente. (Donaire, 2016). Asimismo, declaró al medio digital lo siguiente: “Me han ofrecido muchísimo dinero por hacer reportajes medio contruidos o medio manipulados, por establecer una relación directa entre el Gobierno venezolano y Podemos a partir de pruebas que no existen. Me pusieron cuatro cifras por delante diciendo que si conseguía, rebuscaba, literalmente, me lo dijeron así, 'el papel' que demuestra la financiación ilegal de Podemos por el Gobierno de Venezuela, me daban muchísimo dinero. Es la falta de ética, el infantilismo de pensar que hay un documento que diga: 'Yo, Hugo Chávez, pago tanto a Podemos'". (Donaire, 2016)

Sobre este asunto, el catedrático Fernando Casado, publicó en 2015 un libro llamado “Antiperiodistas. Confesiones de las agresiones mediáticas contra Venezuela”, donde recoge declaraciones de más de 70 periodistas que trabajan para diarios de América latina y España, responsables de crear los estereotipos existentes sobre el Gobierno venezolano. Según Casado, muchas veces, los propios periodistas confesaban que tenían órdenes de manipular cuando se trataba de Venezuela. (Casado, 2015)

Asimismo, el politólogo Amauri Chamorro<sup>6</sup> (2015) señaló en una entrevista que la opinión pública que la prensa privada busca crear, está dirigida a los procesos democráticos, en los cuales se busca perjudicar a los gobiernos progresistas.

## **4. Análisis**

### **4.1. Comparativa de los programas electorales de Podemos y el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV)**

Se ha tomado como base para la comparativa el programa electoral de Podemos para el 26J y la Propuesta del Candidato de la Patria Hugo Chávez Para la Gestión Bolivariana Socialista 2013-2019.

Cabe señalar que en el documento no se encuentran todas las propuestas de los candidatos. Para un conocimiento en profundidad de dichas propuestas, se recomienda revisar los programas electorales completos, cuyo acceso se facilita a continuación.

Programa electoral de Podemos

<https://lasonrisadeunpais.es/wp-content/uploads/2016/06/Podemos-Programa-Electoral-Elecciones-Generales-26J.pdf>

Programa electoral del PSUV:

<http://www.archivoelectoral.org/documentos/programa-electoral/455>

---

<sup>6</sup> Chamorro, A. (13/01/2016) Fernando Casado desenmascara manipulación mediática contra Venezuela. *TeleSur TV*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=kXlw63vtG9g>

### 4.1.1. Apariencia y Estructura

En este punto se analiza y compara el diseño y la estructura gráfica de ambos programas, como se trata de llegar al votante desde el plano más puramente visual.

#### 4.1.1.1. Podemos

El programa electoral de Podemos para el 26J se presenta imitando un catálogo de Ikea, la conocida cadena escandinava de centros comerciales de venta de muebles.



En él, las distintas partes de un hogar cualquiera se corresponde con los diferentes ámbitos socio-políticos del Estado, recogiendo así, en cada uno de ellos, las medidas más destacadas que se buscan implementar; a saber.

- Cocinas (producción y transformación),
- Salones (espacios comunes),
- Iluminación (nuevo modo de entender la política),
- Despachos (espacios de trabajo),
- Comedores (participación democrática),
- Dormitorios (derechos sociales),
- Infantil (educación),
- Baños (administraciones públicas) y
- Jardín o terraza (espacios abiertos).

# Índice



<p><b>p. 5</b> Cocinas</p> <p>Banca pública y regulación financiera y regulación financiera ..... 6 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Sociedad del conocimiento, I+D+i y políticas científicas ..... 8 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Justicia y derechos humanos ..... 12 DEMOCRACIA POLÍTICA</p> <p>Servicios sociales ..... 14 DEMOCRACIA SOCIAL</p> <p>Agricultura y pesca ..... 16 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p>	<p><b>p. 21</b> Salones</p> <p>Un sistema de pensiones de calidad ..... 22 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Dependencia y diversidad funcional ..... 26 DEMOCRACIA SOCIAL</p> <p>Cultura ..... 28 DEMOCRACIA SOCIAL</p> <p>Seguridad ..... 30 DEMOCRACIA POLÍTICA</p>
---	--



<p><b>p. 33</b> Iluminación</p> <p>Hacia la transición energética ..... 34 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Política exterior y cooperación internacional ..... 38 DEMOCRACIA INTERNACIONAL</p> <p>Igualdad ..... 42 DEMOCRACIA SOCIAL</p>	<p><b>p. 45</b> Despachos</p> <p>Reestructuración de la deuda española ..... 46 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Nuevo modelo productivo ..... 50 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Las políticas macroeconómicas en el ámbito europeo: fin de la austeridad fiscal y salarial ..... 56 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Derecho al trabajo y empleo digno para todos los personas ..... 58 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Una política para mejorar las condiciones de trabajo y avanzar hacia la igualdad de género ..... 62 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p>
---	--



<p><b>p. 61</b> Infantil</p> <p>Educación ..... 92 DEMOCRACIA SOCIAL</p> <p>Infancia ..... 98 DEMOCRACIA SOCIAL</p> <p>Transportes e Infraestructuras ..... 102 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Movilidad ..... 104 DEMOCRACIA CIUDADANA</p>
--

<p><b>p. 65</b> Comedores</p> <p>Democracia, transparencia y lucha contra la corrupción ..... 66 DEMOCRACIA POLÍTICA</p> <p>Modelo territorial y derecho a decidir ..... 70 DEMOCRACIA POLÍTICA</p> <p>Pymes, autónomos y economía social ..... 72 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Programa de Renta Garantizada ..... 76 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p>
--

<p><b>p. 107</b> Baños</p> <p>Sanidad ..... 108 DEMOCRACIA SOCIAL</p> <p>Una reforma fiscal para la suficiencia, la equidad y la cohesión social ..... 110 DEMOCRACIA ECONÓMICA</p> <p>Administración Pública ..... 112 DEMOCRACIA POLÍTICA</p>
---



<p><b>p. 79</b> Dormitorios</p> <p>Vivienda y suministros ..... 80 DEMOCRACIA SOCIAL</p> <p>Libertad religiosa y de conciencia ..... 86 DEMOCRACIA CIUDADANA</p> <p>Migraciones y asilo ..... 88 DEMOCRACIA INTERNACIONAL</p>
---

<p><b>p. 115</b> Jardín/Terraza</p> <p>Mundo rural ..... 116 DEMOCRACIA CIUDADANA</p> <p>Costas y suelo ..... 118 DEMOCRACIA CIUDADANA</p> <p>Medio ambiente ..... 120 DEMOCRACIA CIUDADANA</p> <p>Bienestar animal ..... 122 DEMOCRACIA CIUDADANA</p> <p>Deportes ..... 124 DEMOCRACIA SOCIAL</p>
--

índice 3

**p. 126**

QUEREMOS, SAREMOS, PODEMOS.  
Un programa para cambiar nuestro país

**p. 179**

MEMORIA ECONÓMICA.

**p. 186**

ACUERDO UNIDOS PODEMOS.  
50 pasos para gobernar juntos

De este modo, la lectura del programa resulta amena y familiar y se construye la metáfora de un país a imagen y semejanza de un hogar.

El programa tiene 192 páginas en total, de las cuales, las 125 primeras están dedicadas a mostrar las medidas más significativas de forma sencilla y explicativa, con abundancia de fotografías de representantes de la formación morada en situaciones cotidianas y predominio de colores claros y templados. No hay grandes masas de texto y se utiliza un lenguaje cercano y directo, con predominio de la redacción en primera persona.

**Las políticas macroeconómicas en el ámbito europeo: fin de la austeridad fiscal y salarial**  
DEMOCRACIA ECONÓMICA

**85**  
Impulso de una reforma de las instituciones europeas que democratice la toma de decisiones políticas y económicas en la eurozona.

**87**  
Adopción de forma inmediata de un plan de choque para erradicar la pobreza y la exclusión infantil en todo el territorio europeo.

**88**  
Desarrollo de un seguro de desempleo común que complemente los sistemas nacionales y que, en caso de crisis, actúe de estabilizador automático.

**89**  
Creación de un «Eurogrupo Social», que estará compuesto por los ministros de Empleo y Asuntos Sociales y supervisará los desequilibrios sociales y la coordinación de las políticas laborales de la zona euro.

**81**  
**Abandono de la política de devaluación salarial**  
Abandonaremos la política de devaluación salarial como vía para promover una mejora de la competitividad por sus efectos sociales y económicos negativos. Para ello, derogaremos las dos últimas reformas laborales y adoptaremos medidas que favorezcan un crecimiento suficiente de los salarios y la recuperación de su capacidad adquisitiva. También reforzaremos el papel de la negociación colectiva mediante la derogación de las medidas incluidas en la última reforma laboral, incrementaremos el salario mínimo y terminaremos con los recortes salariales en el sector público.

**El sueldo medio declarado cayó en 2014 un 7,007% más**  
Los salarios más altos no han dejado de incrementarse durante la crisis.\*

\* Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT), 2014 (últimos datos disponibles).

DESPACHOS 57

Ana Harroche... Trabajadora social

A partir de la página 126, se presentan ya las medidas en su conjunto y totalidad, clasificadas en distintos apartados: democracia económica, democracia social, democracia política, democracia ciudadana y democracia internacional; un total de 394 medidas explicadas de forma somera y concisa.

### QUEREMOS, SABEMOS, PODEMOS.

#### Un programa para cambiar nuestro país

En enero de 2014 varias decenas de personas nos dimos cita en el Teatro del Barrio de Lavapies (Madrid) para redactar el primer texto que Podemos nos dio a sí mismo: recoger cincuenta mil firmas que avalasen la propuesta de concurrir a las elecciones europeas del 25 de mayo de 2014. Bastaron dos días para conseguirlo. Y el centro de iniciativas, habían suscrito la propuesta casi con mil personas. Podemos nació en el día de la construcción de mayoría, nació de un descontento ciudadano y popular que se dio a base de carnes, recortes, desajustes y desahucios. Podemos nació de la candidez de unos pocos y del dolor de unos muchos. Desde entonces, el camino nos ha multiplicado y, gracias a la donación generosa de tiempo, talento y esfuerzo de miles de personas, hemos llegado hasta aquí. Tres estos meses de trabajo no siempre fácil, ha llegado el momento para el que nacimos. Hemos llegado a la orilla de esta transición en la historia de España y de nosotros dependará la dirección del cambio.

Tienes ante tus ojos el programa electoral con el que vamos a ganar las elecciones generales del 20 de diciembre.

Algunos podéis pensar que se trata de un programa más de un partido más en unas elecciones más. Sin embargo, la forma en que se ha elaborado, el alcance de nuestras propuestas y el compromiso con el que las asumimos nos alejan mucho de los programas electorales al uso. Este programa electoral es muchas cosas al mismo tiempo. Este programa es, en primer lugar, el resultado del trabajo colaborativo de miles de personas. Los marcos, los esfuerzos y las propuestas que lo conforman son el resultado de la articulación de las voces de expertos y de miles de personas comprometidas con su presente y con su país.

Más de diez mil han aportado sus ideas en Plaza Podemos, nuestra plataforma para la participación digital. Presencialmente, se han celebrado más de tres mil asambleas programáticas. Más de veinticinco áreas de trabajo han recogido propuestas, han invitado a expertos y expertas, han reunido los informes de decenas de organizaciones de la sociedad civil. Y, en la fase final, más de quinientos mil personas han elegido la prioridad de las propuestas que lo conforman. No existir precedentes en nuestro país en un programa de participación programática de este tipo, y se concierne con los decanos de la tradición participativa de otros países.

En segundo lugar, este programa es una lista de propuestas verdaderas en un país cuya fuerza vinculante quedó en manos de un porvenir incierto. Este programa es un

contrato con la gente y nos obligamos a cumplirlo a lo largo de toda la legislatura. Defendemos estas propuestas y las pondremos en una lista clara, con el apoyo de la gente. No se nos va a olvidar que, de todos las medidas elegidas, la más votada ha sido la que propone la posibilidad de celebrar un referéndum convocatorio si el Gobierno incumple de manera sustancial y manifiesta su programa electoral. Una medida aprobada en Plaza Podemos por una ciudadanía anónima o por un ciudadano anónimo, y que se ha convertido en la propuesta de mayor consenso de todos los que defendemos. Este programa es nuestro contrato con el país y, por muchos siglos a nuestra voluntad, no pudiésemos estar a la altura de nuestros ideales, será la gente la que decida con su voto si quiere o no quiere que sigamos gobernando. Éste es nuestro compromiso: el control democrático como garantía y límite del contrato programático.

En tercer lugar, este programa es una guía de viaje para nuestro país. Proponemos una ruta capaz de dejar atrás la España de los últimos mil años, de la precariedad, de la explotación de los autónomos, de la dependencia energética. Es una guía que propone caminos sencillos y efectivos contra la impunidad de los corruptos. Es una guía que propone caminos sencillos y efectivos para democratizar la España plurinacional y responsable que ya existe en las ciudades y en los pueblos y que aún no ha entrado en los partidos y en las instituciones. Es una propuesta, en definitiva, para transferir hacia un país en el que las instituciones se pongan a trabajar con el mismo afán en garantizar la igualdad política, la sanidad universal y el derecho de petición, la educación pública y gratuita a una fiscalidad justa con las clases medias y los trabajadores. Un país en el que la Administración Pública se dedique a hacer frente a la precariedad laboral con el mismo afán con el que supervisa la recaudación del IVA de los autónomos y las pymes.

No será fácil cambiar el funcionamiento de la Justicia, de la Administración y del Gobierno, pero sabemos que podemos lograrlo porque contamos con el apoyo más poderoso: la gente. Sabemos y sentimos que somos mayoría las personas hartas de ver a las instituciones defendiendo los intereses de los poderosos mientras paralizamos o ignoramos a los problemas de la gente. Queremos cambiar nuestro país y sabemos cómo hacerlo. Este programa contiene propuestas de muy diversa naturaleza: unas se refieren a las pensiones y otras a la vivienda, unas se centran en mejorar nuestro modelo energético y

otros quieren garantizar la igualdad política. Pero, en conjunto, todas ellas proponen una ruta de cambio para nuestro país que implica modificar nuestro marco constitucional. Cumplir este programa implica llevar a cabo cambios en la norma del 78 capaces de dotar a nuestro país de una nueva arquitectura jurídica. Cumplir este programa supone acometer cambios constitucionales dirigidos a:

- Garantizar que las instituciones públicas protejan el derecho a la salud, la educación, la vivienda y el trabajo digno de la gente con un nivel de cobertura jurídica similar al que poseen los derechos civiles y políticos. Una nueva estructura constitucional capaz de garantizar el cambio del modelo productivo mediante niveles estables de inversión pública en I+D+i, la herramienta más eficaz para luchar contra el desempleo y la precariedad laboral.
- Garantizar el funcionamiento de la Justicia, que pasa por asegurar su gratuidad y dotar a los juzgados, a los notarios judiciales y a los Campos y Fuerzas de Seguridad del Estado de los recursos materiales y humanos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento del Estado de derecho.
- Garantizar el fin de la impunidad de los corruptos a través de la modificación de los marcos normativos relativos al funcionamiento interno de los partidos, su financiación, la transparencia de sus cuentas, la participación ciudadana y el blindaje constitucional de los plazos para la investigación de los delitos de corrupción.
- Garantizar el reconocimiento del carácter plurinacional de España y el derecho a decidir democráticamente el tipo de relación que se desea establecer con el conjunto de España.
- Garantizar la igualdad política de todos los españoles y de todas las españolas. Implementar constitucionalmente un nuevo sistema electoral capaz de certificar que el voto de cada persona tiene el mismo peso y valor.

Al igual que nosotros, mucha gente puede sentir que establecer garantías constitucionales que blinden el derecho de todos a la salud, a la vivienda o a la igualdad política es una obligación. Pero, en democracia, el debate y la discrepancia son la norma y no la excepción. Por eso, porque creemos que con más democracia podremos superar las crisis económica, social, institucional y territorial que atraviesa España, queremos que sean todas las españolas y todos los españoles quienes decidan a través de un referéndum si quieren iniciar o no un proceso de cambio constitucional en nuestro país.

### QUEREMOS, SABEMOS, PODEMOS 127

Este programa electoral es nuestra propuesta y, para llevarla a cabo, consideramos imprescindible cambiar el marco constitucional. Queremos que la Constitución garantice el derecho a la salud, a la educación, al trabajo y a la vivienda. Queremos que el cambio de modelo productivo sea una realidad. Queremos que la Constitución se utilice para hacer funcionar la Justicia y servir fin a la impunidad de los corruptos. Queremos que en España la gente pueda decidir la estructura territorial del país. Queremos que la igualdad política de todas las españolas y de todos los españoles sea una realidad y que el voto de todos cuente lo mismo. Queremos que el poder vuelva a las calles y que sea la gente, con su voto, la que decida si quiere o no cambiar este marco constitucional.

Ha llegado el momento para el que nacimos. Ha llegado el momento de que el descontento popular que nos ha traído hasta aquí tome las riendas del gobierno de nuestro país.

Queremos, sabemos, podemos!

#### DEMOCRACIA ECONÓMICA

##### HACIA LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

**1 Plan Nacional de Transición Energética**

Crearemos un Plan Nacional de Transición Energética que movilice la inversión público-privada en eficiencia energética y energías verdes en un 1,2% anual del Producto Interior Bruto (PIB) durante un periodo de veinte años. El fin es transformar el aparato productivo, el modelo inmobiliario y el sistema de transportes para avanzar hacia una economía baja en carbono y garantizará por el uso de fuentes de energía renovables.

La aplicación de este plan permitirá una disminución del 30% del consumo nacional de energía primaria, mientras que una gran parte del consumo restante se cubrirá de manera autónoma por medio de energías renovables al final de su aplicación, reduciendo así la dependencia energética. Conseguiremos una reducción muy sustancial de las emisiones de CO<sub>2</sub> y un fuerte impacto sobre el empleo, tanto en sectores laborales que sufren el paro asociado al fin de la burbuja inmobiliaria como en sectores profesionales de alta cualificación técnica. En el primer año de funcionamiento del plan se crearán 100.000 empleos estables, cifra que ascenderá a los 400.000 en la fase final. Este plan nacional se sustenta en dos grandes pilares:

- Plan Nacional de Ahorro Energético: orientado a impulsar la mejora de la eficiencia energética en los edificios, pero también en

el transporte, la industria y los sistemas de distribución eléctrica. La columna vertebral de este plan es la rehabilitación de 200.000 viviendas al año desde el primero, para abarcar el aislamiento térmico, la instalación de sistemas de calefacción y agua calientes eficientes y la sustitución de aparatos de consumo. Estos trabajos conducirán a un ahorro de hasta el 80% de la demanda de energía de las viviendas rehabilitadas.

- Plan Nacional de Energías Renovables: centrado en la expansión e instalación de energías renovables limpias tales como la solar, la eólica, la geotérmica, la pequeña hidroeléctrica y la biomasa de baja emisión. Este plan incluye toda la cadena de investigación, desarrollo, fabricación e instalación y estará particularmente orientado a reducir drásticamente el consumo de combustibles fósiles en generación eléctrica, creando además un tejido industrial propio de alto valor añadido. Ambos planes deben organizarse de modo que se priorice la democratización y redistribución del proceso de generación y distribución eléctrica, para que la propiedad de los nuevos sistemas de producción permanezca en manos de ayuntamientos, consumidores o pequeñas empresas.

**2 Derogación del Real Decreto 900/2015, de 9 de octubre, y aprobación de una normativa que permita el desarrollo del autoconsumo eléctrico**

Derogaremos el Real Decreto 900/2015, de 9 de octubre, sobre autoconsumo eléctrico y aprobaremos una normativa que permita su desarrollo, con las siguientes características básicas:

- La energía autoconsumida instantáneamente quedará libre de cualquier tipo de imposición.
- La energía vertida al sistema eléctrico será totalmente retribuida por parte de la empresa comercializadora (mediante la cancelación de la cantidad de kilovatio hora consumida de la red o por medio de un saldo económico).
- Establecimiento de unos trámites administrativos ágiles.

**3 Impulso y desarrollo de infraestructuras verdes**

Impulsaremos las infraestructuras verdes (redes de transporte colectivo, transporte ferroviario, eficiencia en el uso del agua, rehabilitación, edificios) y los planes de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) específicamente diseñados para el desarrollo de tecnologías verdes que, en particular, proporcionen nuevas formas de aprovechamiento de energía, nuevos vectores energéticos y nuevas capacidades de modulación de la

electricidad generada, como el hidrógeno o la solar termoeléctrica, que permitan optimizar el aprovechamiento de las energías renovables en el sistema eléctrico.

**4 Adopción progresiva de una energía 100% renovable en todas las dependencias de la Administración Pública**

Contrataremos, de forma progresiva, el 100% de la energía renovable en todas las dependencias de la Administración Pública a través de una Comercializadora eléctrica que ofrezca fiés servicios.

**5 Compromiso público de no autorizar instalaciones de fractura hidráulica (fracking)**

**6 Realización de una auditoría de costes de todo el sistema eléctrico**

Llevaremos a cabo una auditoría de costes de todo el sistema eléctrico que determine los costes reales de producción de la electricidad con toda tecnología, así como los costes asociados a los servicios de transporte y distribución. Asimismo, realizaremos una auditoría de la deuda asociada al déficit de tarifa.

**7 Modificación del marco regulatorio para que todas las fuentes de energía reciban una retribución razonable basada en los costes reales de producción**

Modificarémos el marco regulatorio de modo que todas las fuentes de energía reciban una retribución razonable basada en los costes reales de producción. Esta retribución proporcionará ventajas comparativas a las Fuentes de menor impacto ambiental. Además, el nuevo marco terminará con los beneficios injustificados de las centrales nucleares e hidroeléctricas.

**8 Establecimiento de controles efectivos que impidan prácticas oligopólicas en el sistema eléctrico**

Estableceremos controles efectivos para impedir prácticas oligopólicas en el sistema eléctrico, incluida la integración vertical. En particular, se estudiará la posibilidad de separar la propiedad y la gestión de las redes de distribución.

**9 Protagonismo de las energías renovables en la planificación del sistema eléctrico**

Situaremos las energías renovables en el lugar central de la planificación del sistema

## 4.1.1.2. Partido Socialista Unido de Venezuela

Por su parte, el programa del PSUV o “Propuesta del candidato Hugo Chávez Para la Gestión Bolivariana-Socialista 2013 2019”, se presenta mucho más parco y sencillo en su estructura.

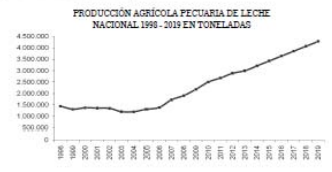
Ya desde su portada se presenta como una propuesta, no del partido, sino del candidato, fomentando así el culto al líder y la personalización.

## PROPUESTA DEL CANDIDATO DE LA PATRIA COMANDANTE HUGO CHÁVEZ Para la Gestión Bolivariana Socialista 2013-2019



A pesar de ser bastante más corto en extensión al de Podemos, (tan solo 40 páginas) es considerablemente más denso en información, con abundantes masas de texto, a tres columnas por página, y con un tamaño de fuente menor.

Propuesta del candidato de la Patria Hugo Chávez



AÑO	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2019
Producción (Toneladas)	1.443.230	1.388.121	2.079.202	2.853.956	3.640.360	4.283.028						

15.3.11 Desarrollar aplicaciones informáticas con sentido crítico y atendiendo a necesidades sociales.

15.3.12 Generar y difundir contenidos basados en valores nacionales, multilingües y pluriculturales de nuestro pueblo; y con ellos los principios inherentes al Socialismo Bolivariano.

15.3.13 Garantizar la creación y apropiación del conocimiento para el desarrollo, producción y buen uso de las telecomunicaciones y tecnologías de información.

**OBJETIVO NACIONAL:**  
15 Fortalecer el poder defensivo nacional para proteger la Independencia y la soberanía nacional, asegurando los recursos y riquezas de nuestro país para las futuras generaciones.

**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y GENERALES:**

15.1 Incrementar la capacidad defensiva del país con la consolidación y fortalecimiento de la redistribución territorial de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana.

15.1.1 Mantener actualizados los planes para la Defensa Territorial y Defensa Integral adaptados a las características geográficas y sociopolíticas de nuestra Patria.

15.1.2 Incrementar la actividad operativa militar en las fronteras de nuestro país con el fin de controlar y neutralizar el crimen transnacional, así como la acción de grupos generadores de violencia y la defensa de nuestro territorio.

15.1.3 Efectuar los procesos de creación, reestructuración, reequipamiento y reabi-

15.3.2 Incrementar y fortalecer el empleo de la Milicia en las funciones de apoyo al desarrollo nacional.

15.3.3 Fomentar e incrementar la creación de los Cuerpos Constituyentes en todas las estructuras del Estado Venezolano.

15.3.4 Fortalecer e incrementar la incorporación de más compatriotas a la Milicia Nacional Bolivariana.

15.3.5 Diseñar estrategias para garantizar la participación del pueblo; que asegure la lucha en cualquier circunstancia, por adreñas que estas sean.

15.4 Incrementar y mantener el Aprestamiento Operacional de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana para la Defensa Integral de la Patria.

15.4.1 Modernizar, conservar, almacenar y mantener el equipamiento y los sistemas de armas de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana.

15.4.2 Fortalecer el sistema de apoyo logístico y de sanidad militar de nuestra Fuerza Armada Nacional Bolivariana.

15.4.3 Incrementar las reservas de materiales, sistemas y equipos para el sostenimiento de la Defensa Integral de la Patria.

15.4.4 Incrementar la adquisición de sistemas de armas y materias para la dotación de unidades.

**II. CONTINUAR CONSTRUYENDO EL SOCIALISMO BOLIVARIANO DEL SIGLO XXI EN VENEZUELA, COMO ALTERNATIVA AL MODELO SALVAJE DEL CAPITALISMO Y CON ELLO ASESORAR LA "MAYOR SUMA DE SEGURIDAD SOCIAL, MAYOR SUMA DE ESTABILIDAD POLÍTICA Y LA MAYOR SUMA DE FELICIDAD", PARA NUESTRO PUEBLO.**

**OBJETIVO NACIONAL:**  
21 Propiciar la transformación del sistema económico, para la transición al socialismo bolivariano, trascendiendo el modelo rentista petrolero capitalista hacia el modelo económico productivo socialista, basado en el desarrollo de las fuerzas productivas.

"La América Española pedía dos revoluciones a un tiempo, la Pública y la Económica..." Simón Rodríguez.

Hugo Chávez Frías

**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y OBJETIVOS GENERALES:**

21.1 Impulsar nuevas formas de organización de la producción que pongan al servicio de la sociedad los medios de producción e impulsen la generación de tejido productivo bajo un nuevo metabolismo para la transición al socialismo.

21.1.1 Inventar nuevas esquemas productivos tendientes al socialismo que irradian en su entorno relaciones de producción e intercambio complementarias y solidarias, al tiempo que constituyan tejidos productivos de sostén de un nuevo metabolismo.

Estos insumos productivos tendrán políticas de asociación entre sí bajo formas de conglomerados para multiplicar su escala.

21.1.2 Propiciar la democratización de los medios de producción e impulsar nuevas formas de articulación de formas de propiedad, colocándolas al servicio de la sociedad.

21.1.3 Fortalecer la planificación centralizada y el sistema presupuestario para el desarrollo y direccionamiento de las cadenas estratégicas de la nación.

21.2 Expandir e integrar las cadenas productivas orientándolas hacia la satisfacción de las necesidades sociales en camino a la construcción del socialismo.

21.2.1 Generar un sistema de integración de las redes productivas, que permita articular la cadena de valor de las materias primas, diversificando la producción para la satisfacción de las necesidades sociales de la población.

21.2.2 Potenciar el aparato productivo nacional, actualizándolo tecnológicamente para proveer la base material articulándolo al nuevo modelo, para la construcción del socialismo.

21.2.3 Fortalecer sectores productivos donde el país presente ventajas comparativas, orientando los excedentes como base económica alternativa al modelo monetarista.

21.2.4 Conformar un sistema de parques industriales para el fortalecimiento temático de cadenas productivas y articulación del tejido industrial nacional, incorporando facilidades logísticas, formación, tecnología y sistema de distribución de insumos y productos con precios justos.

21.3 Desarrollar modelos de gestión de las unidades productivas incoherentes, par-

titipalinos con los trabajadores y trabajadoras, alineados con las políticas nacionales, así como con una cultura del trabajo que se contraponga al rentismo petrolero, desmontando la estructura oligopólica y monopolista existente.

21.1.1 Constituir una cultura del trabajo que se contraponga al rentismo mediante el impulso de la formación desde la praxis del trabajo, conciencia del trabajador y trabajadora, como sujetos activos del proceso de transformación y participación democrática del trabajo bajo los más altos intereses nacionales.

21.1.2 Propiciar un nuevo modelo de gestión en las unidades productivas -en las unidades de propiedad social directa e indirecta-, eficiente, sustentable y que genere reformabilidad social y económica del proceso productivo al más alto interés nacional.

21.1.3 Desarrollar un sistema de estímulos para el fomento de las pequeñas y medianas empresas privadas, empresas conjuntas en un marco de máxima corresponsabilidad social del aparato productivo, reconociendo el trabajo de los hombres y mujeres emprendedores.

21.1.4 Contribuir con el bienestar socioeconómico del entorno donde se asientan las unidades productivas, en una política de punto y círculo, dando cabida a la participación popular en procesos sociales y económicos así como de control social. Las unidades de mayor escala propiciarán ramificaciones de insumos a escala comunal, para cooperar en la satisfacción de las necesidades de nuestras comunidades.

21.4 Fortalecer el sistema de distribución directa, alternativo de los insumos y productos atacando la especulación propia del capitalismo.

21.4.1 Generar y fortalecer las cadenas de distribución Estatales, comunales y mixtas que representen alternativas en la distribución al por mayor y al por menor.

21.4.2 Propiciar sistemas de transporte, distribución que llenan al flujo de mercancías directas desde las unidades de producción al consumidor; centros de apoyo o unidades de producción intermedias.

**OBJETIVO NACIONAL:**  
22 Construir una sociedad igualitaria y justa.

Para el periodo 2013-2019, asumimos el reto de profundizar la Revolución Bolivariana en lo que constituye su esencia: la justicia social. La continuidad de la revolución debe garantizar la irreversibilidad del proceso en lo referente a las avanzadas en los derechos humanos; en las condiciones que imposibiliten volver a la pobreza, en las condiciones que han determinado la profundización en la lucha contra las desigualdades sociales; en lo que ha permitido ir avanzando en la liberación de pueblo; en la participación protagónica del pueblo en las misiones sociales. Llevar adelante el objetivo de construcción de una sociedad justa e igualitaria es avanzar en la ruta hacia el socialismo, significa el futuro pleno de condiciones de vida gratificantes, conluidas con el mismo pueblo como sujeto.

En esta nueva fase, seguir construyendo una sociedad igualitaria y justa, requiere el desarrollo de un sistema de prevención, protección y seguridad social que debe adquirir una nueva calidad política al convertirse en el más poderoso instrumento para el vivir bien, como condición de liberación, independencia y soberanía del pueblo venezolano en tránsito hacia el socialismo. Para ello es necesario avanzar extraordinariamente en torno a procesos fundamentales que apoyen la transformación social radical, los que constituyen objetivos estratégicos para la revolución.

**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y OBJETIVOS GENERALES:**

22.1 Profundizar el impulso a la transformación de las relaciones esenciales del pueblo con la naturaleza, con el Estado, con la sociedad, con el proceso de trabajo y con el pensamiento.

22.1.1 Despliegue de relaciones socialistas entre trabajadores y trabajadoras con el proceso de trabajo.

22.1.2 Asegurar el desarrollo físico, cognitivo, moral y ambiente seguro y saludable de trabajo, en condiciones de trabajo y de seguridad social gratificantes.

22.1.3 Superar las relaciones de trabajo disfrazadas de trabajo asalariado.

22.1.4 Asegurar la formación colectiva en los centros de trabajo, asegurando su incorporación al trabajo productivo, solidario y liberador.

El claro predominio del texto, es acompañado de un bajo número de imágenes, tan solo algunos dibujos en el inicio, apenas algunos gráficos hacia el final y una única fotografía de una joven con una bandera venezolana, pasada la introducción. Hay una inexistencia general de color en el conjunto, tan solo se muestra el texto sobre un fondo



blanco neutral. Se descuida la amenidad de la lectura en pos del contenido, más concreto, pero también mucho más tedioso y extenso.

Propuesta del candidato a la Patria Hugo Chávez

tar el equilibrio de la tierra y apuntalar los procesos económicos productivos del ser humano, sobre la base del respeto de los ciclos de la Tierra y de sus procesos regenerativos, mediante el establecimiento de una relación distinta de los humanos con la naturaleza.

Este nuestro modelo alternativo de desarrollo socialista requiere un rol protagónico de hombres y mujeres con los nuevos valores del vivir bien que apoyen una economía ecológica y socialmente sustentable. Esto solo será posible desde el socialismo como única alternativa al modelo depredador capitalista que ya ha fracasado.

Este nuevo modelo verdaderamente cumplirá con el mandato que surgió de la Cumbre de la Tierra del año 1992: satisfacer nuestras necesidades actuales sin po-

ner en riesgo, ni amenazar, la capacidad de satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Nuestro país luchará en aquellos temas sensibles en materia ambiental en todos los ámbitos (nacional, regional y multilateral) con especial énfasis en la lucha contra el cambio climático, la transformación de los modelos de producción y de consumo insostenibles y la defensa de un nuevo modelo de desarrollo social, ecológico y socialista, como la única alternativa planetaria para garantizar la vida.

En este contexto, se impulsará complementariamente, en el seno de la Organización de las Naciones Unidas, la construcción de la "Nueva Arquitectura Ética Social Internacional" que, permitiendo definir la nueva Agenda Internacional para el Desarrollo Humano y el Desarrollo Sostenible.

**OBJETIVOS NACIONALES**

**1. DEFENDER, EXPANDIR Y CONSOLIDAR EL BIEN MÁS PRECIADO QUE HEMOS RECONQUISTADO DESPUÉS DE 200 AÑOS: LA INDEPENDENCIA NACIONAL.**

- 1.1 Garantizar la continuidad y consolidación de la Revolución Bolivariana en el poder.
- 1.2 Preservar y consolidar la soberanía sobre los recursos petroleros y demás recursos naturales estratégicos.
- 1.3 Garantizar el manejo soberano del ingreso nacional.
- 1.4 Lograr la soberanía alimentaria para garantizar el sagrado derecho a la alimentación de nuestro pueblo.
- 1.5 Desarrollar nuestras capacidades científico-tecnológicas vinculadas a las necesidades del pueblo.
- 1.6 Fortalecer el poder defensivo nacional para proteger la Independencia y la soberanía nacional, asegurando los recursos y riquezas de nuestro país para las futuras generaciones.



En cuanto a las medidas, se dividen en cinco grandes objetivos:

- “Defender, expandir y consolidar el bien más preciado que hemos reconquistado después de 200 años: la independencia nacional”.
- “Continuar construyendo el socialismo bolivariano del siglo XXI, en Venezuela, como alternativa al sistema destructivo y salvaje del capitalismo, y con ello asegurar la “mayor suma de seguridad social, mayor suma de estabilidad política y la mayor suma de felicidad, para nuestro pueblo”;
- “Convertir a Venezuela en un país potencia en lo social, lo económico y lo político dentro de la gran potencia naciente de América Latina y el Caribe, que garanticen la conformación de una zona de paz en nuestra América”;
- “Contribuir al desarrollo de una nueva geopolítica internacional en la cual tome cuerpo mundo multicéntrico y pluripolar que permita lograr el equilibrio del universo y garantizarla paz planetaria”.
- “Contribuir con la preservación de la vida en el planeta y la salvación de la especie humana”.

Cada apartado se subdivide a su vez en un “objetivo nacional” y en objetivos “generales y estratégicos”. Así, cada uno de estos objetivos está sostenido por decenas de medidas,

en la mayoría de los casos de no más de un par de líneas, concisas pero muy numerosas y cuidadosamente ordenadas en una estructura numeral. Se observa que el lenguaje es mucho más combativo y agresivo que en el caso de Podemos, aunque coincide en el predominio de la primera persona.

#### **4.1.2. Estilo y Características**

En este apartado se resaltan las principales características que se han observado durante el análisis de ambos programas en lo referente a su lenguaje, su estilo, su ideología o su forma de dirigirse al votante, entre otras.

##### **4.1.2.1. Estilo y Características en Podemos**

- El programa electoral de Podemos tiene un cierto componente populista, en tanto en cuanto dirige su afinidad hacia las clases populares, dice defender los intereses y aspiraciones del pueblo y en ocasiones busca la exaltación de los sentimientos. Ya desde la primera página, se apela al ciudadano a “defender los principios que nos enseñaron nuestros padres” (2016:1), se presenta el programa como un contrato firmado con el pueblo y se insta a todos, “con sus padres y madres, hijos e hijas” a participar en las elecciones del 26 J para luchar contra la precariedad, el paro o la dependencia energética.
- Habla directamente al votante, instándole a unirse al cambio. Esta es una idea que se repite constantemente, se quiere remarcar la imagen de Podemos como el partido del cambio y eso es algo que se refleja una y otra vez en frases como “nuestro país tiene la oportunidad de estrenar un nuevo futuro”, “súmate al país que viene” o, incluso, de modo más categórico, en el último párrafo de la introducción: “El próximo 26 de Julio tenemos la oportunidad de escribir el capítulo más decisivo de la historia reciente de nuestro país: ese en el que elegimos entre seguir defendiendo la política que hemos conocido hasta ahora o unirnos al país que está llegando”. (2016:1)
- Se aprecia también una clara vocación explicativa, las medidas están expuestas con un lenguaje sencillo y entendible para todo el mundo y se justifican con datos. Por ejemplo, sustentan su iniciativa de acabar con el secreto bancario de

los paraísos fiscales con el siguiente dato: “Anualmente se pierden alrededor de 200.000 millones de euros en ingresos fiscales en todo el mundo debido a los paraísos fiscales” (2016:7)

- Por otra parte, si bien Podemos no se declara en ningún momento afín a ninguna ideología, en su programa y en sus medidas se aprecia un evidente componente de izquierdas (luchar por la igualdad, proteger el medio ambiente, garantizar los derechos de los trabajadores, acabar con los privilegios de las grandes empresas...) y un claro intento de coadyuvar para que la gente participe más en el juego democrático mediante la puesta en marcha de mecanismos de democracia participativa como la implantación de un referéndum revocatorio por incumplimiento del programa electoral o la defensa del derecho a decidir en el caso catalán.

#### **4.1.2.2. Estilo y características en el PSUV**

- El programa electoral del Partido Socialista Unido de Venezuela se posiciona desde su portada como una propuesta bolivariana y socialista, por lo que no esconde su claro matiz ideológico y sustenta toda su propuesta sobre estos dos pilares.
- Posee un importante componente populista, en tanto en cuanto trata de exaltar los sentimientos patrios de los votantes apelando a figuras históricas como Simón Bolívar, repitiendo una y otra vez la idea de mantener la independencia nacional, y apelando para ello al pueblo a seguir luchando por la revolución como único método para lograrlo.
- Tiene un cierto halo utópico, ya que no solo se habla de alcanzar metas plausibles sino también otras más abstractas como, por ejemplo, la “felicidad del pueblo venezolano”, “la paz planetaria” o “la salvación de la especie humana”.
- En sus medidas también se observa una clara vocación expansionista, y un lenguaje combativo, en su afán de lucha contra el capitalismo y el imperialismo a nivel planetario y ello se plasma en frases como la siguiente: “en este momento histórico, la República Bolivariana de Venezuela, de acuerdo con los principios éticos del socialismo, alza la bandera de una lucha necesaria para

adoptar, en el ámbito nacional y en el ámbito global, un esfuerzo por cambiar el modelo de desarrollo depredador que el capitalismo le ha impuesto al mundo en los últimos tres siglos, mediante la amenazante extensión de la voraz economía de mercado” (2013:7).

- Se repite una y otra vez la idea de la soberanía total para el pueblo, es uno de los puntos en los que más se incide, se proponen medidas concretas para que la mayoría de la responsabilidad nacional resida en el poder popular, como, por ejemplo, y entre otras, la de “diseñar, junto a las organizaciones de base del Poder Popular, un plan específico para el desarrollo legislativo y práctico de todos los artículos constitucionales que le reconocen al pueblo el ejercicio de la democracia directa” (2013: 25).
- Finalmente, el programa chavista cuenta con un fuerte componente nacionalista, con constantes alusiones a la patria, a la historia de Venezuela y con imágenes de la bandera que se repiten en diferentes partes del programa.

#### **4.1.3. Medidas y propuestas políticas**

En este punto se exponen los resultados de la comparación entre las medidas más destacadas del programa electoral de Podemos y del programa electoral del PSUV. Tal y como se recogió en la metodología, con el fin de facilitar la comparativa, las medidas se agruparon en distintas áreas temáticas: política nacional, política internacional, política económica, política social y política ciudadana. (Ver anexo 1)

##### **4.1.3.1. Política Nacional**

Podemos:

- La mayor parte de las medidas, en lo referente a la política nacional, están dirigidas a la construcción de un sistema político donde los ciudadanos tengan un mayor peso, y busca lograrlo mediante la implantación de mecanismos de democracia directa que complementen la actual democracia representativa existente en España. Para ello, se proponen medidas como un referéndum revocatorio por incumplimiento del programa, una reforma del actual sistema electoral (Ley D’hont) para hacerlo más justo e igualitario, la obligación legal

para los candidatos de presentarse a primarias o, en el caso de los gobiernos autonómicos, la regulación del derecho a decidir.

- En esta línea, también se busca lograr una política más transparente y limpia a través de medidas que ayuden a combatir la corrupción y que hagan de la política un ámbito menos opaco y más visible a la ciudadanía a través de propuestas como la ley de paredes de cristal o la regulación de las incompatibilidades en los cargos públicos para acabar con las puertas giratorias.

PSUV:

- La mayor parte de medida están dirigidas al mantenimiento y fortalecimiento de la soberanía nacional sobre las empresas y recursos de que goza el país sudamericano a través de la consolidación de la revolución bolivariana. Así, el programa chavista propone eliminar la participación de las instituciones financieras internacionales en los proyectos de desarrollo nacional, garantizar la continuidad y consolidación de la Revolución Bolivariana en el poder y preservar y consolidar la soberanía sobre los recursos petroleros y mineros en el territorio nacional. En esta línea, también se propone reforzar el poderío militar del país con el fin de evitar injerencias extranjeras en los asuntos de la nación.
- Por otra parte, otro de los puntos clave, es el de dar un mayor peso al poder popular en la toma de decisiones políticas, al igual que en el caso de Podemos, sin embargo, lejos de los mecanismos accesorios de democracia participativa que proponía el partido español, el programa chavista busca la implantación progresiva de una democracia directa a través de diferentes propuestas, como garantizar la transferencia de competencias en torno a la gestión y administración de lo público hacia comunidades organizadas y demás instancias del poder popular, y dar impulso a un plan específico para el desarrollo legislativo y práctico que fomente el ejercicio de la democracia directa.

#### **4.1.3.2. Política Internacional**

Podemos:

- Gran parte de sus medidas están destinadas a combatir la fuga de capitales y la evasión de impuestos, a través de propuestas como la creación de una agencia

fiscal internacional bajo el auspicio de la ONU y la creación de un impuesto global para la riqueza.

- Otra parte importante de la batería de medidas en lo referente a la política internacional son las referidas a la regulación de las migraciones y los derechos de los migrantes, tanto de los emigrantes españoles como de los inmigrantes en España. Así, se propone el establecimiento de mecanismos que posibiliten el retorno de los emigrantes españoles, la mejora del sistema de contribuciones para el reconocimiento de los años cotizados en países de la Unión Europea, la garantía del derecho de asilo y el fortalecimiento de los derechos para las migraciones de ida y vuelta entre España y América Latina. La mayor parte de estas medidas están destinadas a países de la Unión Europea, por ser los países del entorno geopolítico, y de Sudamérica por los lazos históricos y culturales.
- Finalmente, también se aprecia un compromiso con problemas internacionales más allá de los propios del estado español y entre otras medidas, la formación morada se compromete con la libre determinación del Sahara Occidental y con el reconocimiento del Estado Palestino de forma unilateral.

#### PSUV:

- El Partido Socialista Unido de Venezuela centra su política internacional en mantener y ampliar acuerdos con aliados internacionales que les permitan líneas de financiación viables, principalmente con Rusia, China e Irán, aunque también centra muchas de sus medidas en dar impulso a alianzas con países de su entorno, mayormente del Caribe y Centroamérica. Así, entre otras, está la propuesta de fortalecer y ampliar los Convenios de Cooperación Energética, los acuerdos en el marco de Petro Caribe, suscrito por 14 naciones de esta región, y el interés por desempeñar un papel protagónico en la construcción de la unión latinoamericana y caribeña. En el caso del PSUV, la mayor parte de su política internacional está dirigida a países asiáticos, árabes, centroamericanos y caribeños.
- Respecto a otras cuestiones, el programa chavista da una gran importancia al respeto a los recursos naturales y la lucha contra el cambio climático, problemas que achaca al modelo “capitalista depredador”. Y este es otro de los puntos a remarcar: el programa resalta en varias ocasiones su intención de combatir el

capitalismo salvaje y el imperialismo de los países desarrollados, especialmente EEUU, así como su compromiso con la cooperación pacífica entre las naciones, el respeto al principio de autodeterminación de los pueblos y la no intervención en los asuntos internos de cada país.

#### **4.1.3.3. Política Económica**

Podemos:

- Especial atención a la lucha contra los delitos fiscales que en España suponen pérdidas de hasta 26.000 millones según el Consejo General de Economistas (EFE, 2017). Así, se propone acabar con el secreto bancario privilegiado de los paraísos fiscales, una reforma del IRPF o una ampliación a 10 años del plazo de prescripción de los delitos fiscales.
- Respecto a las inversiones, especial atención a la inversión en I+D+i y en las energías renovables, para lo que proponen crear el Plan Nacional de Transición Energética, que movilice la inversión público-privada en eficiencia energética y “energías verdes” a fin de transformar el aparato productivo, el modelo inmobiliario y el sistema de transportes para avanzar hacia una economía baja en carbono y caracterizada por el uso de fuentes de energía renovables.
- Respecto a la recaudación de impuestos y a uso de los mismos se comprometen a garantizar la sostenibilidad del sistema de pensiones, a reestructurar la deuda hipotecaria de los hogares o a aumentar el número de alimentos con IVA superreducido, en general, medidas sociales encaminadas a favorecer a las clases más populares.

PSUV:

- Parte de las medidas económicas del Partido Socialista Unido de Venezuela están destinadas también a la regulación fiscal pero, de nuevo, enfocadas al mantenimiento y la garantía de la soberanía nacional. Así, se propone optimizar los mecanismos fiscales del Estado para garantizar la soberanía en el manejo de los beneficios que se deriven del patrimonio de la República, fortalecer el régimen de recaudación y fiscalización o promover la constitución de fideicomisos para el financiamiento de proyectos de infraestructura.

- La mayor parte de medidas están destinadas a la optimización de la industria agraria y ganadera, en la que basa gran parte de su economía, y entre estas medidas se incluyen acabar con los latifundios o lograr la soberanía alimentaria que garantice el “sagrado derecho” a la alimentación del pueblo, lo cual deja entrever que Venezuela, lejos del nivel de estados como España, es aún un país en desarrollo.
- En cuanto a los recursos económicos, como sucedía con las responsabilidades políticas, se busca depositar en manos del poder popular los recursos mediante la creación de 3.000 Bancos de la Comuna que contribuyan a desarrollar una nueva arquitectura financiera administrada por las diferentes comunidades y organizaciones del poder popular.

#### **4.1.3.4. Política Social**

Podemos:

- La mayor parte de las medidas se centran en garantizar y mejorar los servicios públicos básicos, tanto sanidad, donde se propone un aumento del gasto de 8.800 millones y el acceso universal a la tarjeta sanitaria, hasta educación pública, gratuita, laica y de calidad, a la que se destinarán 13.700 millones.
- Otras medidas van encaminadas a asegurar derechos básicos como el derecho a la vivienda a través de medidas como la dación en pago, la despenalización del uso de viviendas vacías o acabar con los desahucios.
- Otros objetivos sociales para Podemos van encaminados a la protección de los más vulnerables, uno de los objetivos destacados es el de lucha por la igualdad que pretende lograrse a través de una Ley de Identidad de Género y un Plan Estratégico para la Conciliación Laboral y Familiar. Por otro lado, se propone un plan contra la pobreza infantil y la exclusión social, así como la creación de una cartera estatal de servicios sociales garantizados.

PSUV:

- El Partido Socialista de Venezuela deja entrever de nuevo en sus propuestas sociales las carencias que sufre el país sudamericano, ya que algunas de ellas se centran en la creación de una infraestructura educativa en el país que garantice la total escolarización, la erradicación de la pobreza extrema o la construcción y manutención de carreteras que conecten las grandes y medianas ciudades del



país; en definitiva, derechos e infraestructuras que en países desarrollados ya han sido conquistados y normalizados.

- En general, al igual que Podemos, el programa chavista se centra en garantizar los servicios públicos, ya sean la educación, la sanidad y las pensiones, con la dificultad añadida de tratarse de un país en desarrollo.
- También, al igual que Podemos, plantea una serie de medidas para luchar por la igualdad y entre otras, propone consolidar la equidad de género con valores socialistas, profundizar la participación política y protagónica de las mujeres en el Poder Popular y promover la armonización de la vida familiar y laboral.

#### **4.1.3.5. Política Ciudadana**

Podemos:

- Una parte de la política ciudadana de Podemos está destinada a garantizar la laicidad, la libertad de conciencia y la separación total entre iglesia y estado y entre otras medidas propone la anulación del concordato de 1953 firmado con la Santa Sede.
- Otra parte está dedicada a la movilidad y en este sentido, se proponen el objetivo CERO en accidentes de tráfico y garantizar el acceso al transporte público y del derecho a la movilidad de todas las personas mediante una tarificación especial o gratuita para la población que se encuentre en riesgo de pobreza y exclusión social
- Finalmente, la mayor batería de medidas en materia de política ciudadana están dirigidas a la protección del medio ambiente, el ámbito rural y el bienestar animal con medidas como el Plan de Uso Social de la Tierra o la nueva ley de usos del suelo para crear un marco legal que garantice una visión integral del territorio, proteja los bienes comunes y públicos

PSUV:

- Prácticamente todas las medidas del Partido Socialista de Venezuela están destinadas a la protección del medio ambiente y la naturaleza y entre otras, se propone Impulsar el desarrollo y utilización de tecnologías de bajos insumos, reduciendo las emisiones nocivas al medio ambiente y profundizar el impulso a la transformación de las relaciones esenciales del pueblo con la naturaleza, con

el Estado, con la sociedad, con el proceso de trabajo y con el pensamiento. Construir e impulsar el modelo económico productivo eco-socialista, basado en una relación armónica entre el hombre y la naturaleza

- También se centra en garantizar la salud y el bienestar de sus ciudadanos, y para ello propone profundizar en la masificación deportiva, asegurar una alimentación saludable y una nutrición adecuada y garantizar a la población ambientes que favorezcan la actividad física, la recreación, la cultura y el deporte para promover la disminución de la población de niños con sobrepeso y reducir el sedentarismo.

#### **4.2. Análisis de la cobertura mediática de Venezuela en los telediarios de Televisión Española**

La cobertura mediática de Venezuela por parte de Televisión Española durante el mes de junio, coincidiendo con el periodo electoral español, ha sido considerablemente amplia. No en vano, el país sudamericano se convirtió en un elemento más de la campaña debido a las estrategias de algunos partidos rivales de Podemos, tal y como la presentadora, Ana Blanco, le mencionaba a Albert Rivera en una entrevista durante uno de los informativos analizados, concretamente, el del 6 de Junio durante la edición de mediodía (2016). Así, tal y como se observa en la tabla de resultados, (Ver anexo 2) del total de los 50 informativos analizados, Venezuela tuvo un espacio en casi la mitad de ellos, concretamente en 21, un 42% del total.

Respecto a las noticias de Venezuela que estaban relacionadas con Podemos, se puede observar cómo el número se reduce pero, de nuevo, alcanza casi la mitad: de las 21 noticias sobre país sudamericano, 9 de ellas estaban relacionadas con Podemos, un 43%. (Ver anexo 2)

A pesar de que en más de la mitad de las noticias sobre Venezuela relacionadas con Podemos se emite una réplica de algún representante de la formación morada, estas apenas duran unos pocos segundos, 15 de media, y son considerablemente más breves en tiempo que las acusaciones recibidas, en torno a 1 minuto y 35 segundos de media.

Es necesario destacar los periodos en que se producen la mayor parte de noticias sobre Venezuela.

El periodo de precampaña (del 1 al 9 de junio) es el momento en que las encuestas comienzan a hablar de “sorpasso” de Podemos al PSOE, y es entonces también cuando mayor número de noticias sobre Venezuela se emitieron, en concreto, en esos 9 días hubo 10 noticias sobre el país caribeño, repartidas entre los 18 informativos, si se tiene en cuenta la edición de mediodía y de la noche.

Una vez comenzó la campaña (del día 10 al 24), la aparición de Venezuela en los informativos se vio reducida, en parte debido al gran cúmulo de acontecimientos noticiosos que sucedieron en ese periodo. (Atentado en club gay de Orlando, asesinato de la diputada laborista Jo Cox, el “Brexit”, la Eurocopa de fútbol...). Estos acontecimientos ocuparon casi por completo los espacios informativos de Televisión Española. Sin embargo, el país presidido por Nicolás Maduro siguió teniendo espacio esporádicamente durante la campaña, en concreto, hasta en 10 ocasiones, repartidas entre los 14 días de campaña (28 informativos). Cabe destacar que es en este periodo en el que más se relacionó a Venezuela con Podemos, por la presunta financiación ilegal del partido (Ver anexo 4).

El mayor vacío informativo sobre Venezuela se produjo entre los días 18 y 22, únicamente roto por un breve de poco más de un minuto el día 20, donde Gallardón anunciaba que se sumaba al equipo de defensa de Leopoldo López. No será hasta el día 22, cuando vuelva al escenario mediático y a la campaña electoral la supuesta financiación ilegal de Podemos, coincidiendo además con la que fue la noticia más destacada del día, el escándalo de las escuchas ilegales del ministro popular Fernández Díaz.

El día 25, jornada de reflexión, durante el informativo de mediodía se produce la última noticia sobre Venezuela previa a la jornada electoral, una cola de 39 segundos sobre una recogida de firmas en Venezuela para impulsar un revocatorio contra Maduro.

En cuanto al tipo de noticias, cabe destacar lo siguiente (ver anexo 3):

- De las 21 noticias sobre Venezuela, 15 son VTR, es decir, vídeos editados, aproximadamente de 1 minuto y medio de duración, donde se mezclan imágenes de archivo con declaraciones de los protagonistas.
- El resto: 3 colas (imágenes de recurso con la voz en off del presentador que cuenta la noticia desde plató), un total (declaración de un protagonista a cámara,

en este caso Gallardón), una noticia con corresponsal desplazado y una entrevista (en este caso a Albert Rivera).

Respecto al contenido de las mismas (ver anexo 3):

- La mayor parte de noticias tratan de acusaciones contra el gobierno de Maduro, hacia el que se muestra constantemente una visión desfavorable mientras tiende a mostrarse una visión favorable a la oposición.
- Del mismo modo, tiende a aceptarse la versión de la financiación ilegal de Podemos, a pesar de la falta de pruebas, dando pábulo así la estrategia de campaña de partidos como Ciudadanos o PP, contrincantes de la formación morada en las elecciones.
- Las imágenes utilizadas son actuales y es común que aparezcan declaraciones de Maduro o de algún líder de la oposición.

## **5. Conclusiones**

Las presente investigación permiten determinar la influencia que tuvo la televisión pública española a la hora de crear lazos entre uno de los partidos que se presentaba a las elecciones, Podemos, y el régimen venezolano de Nicolás Maduro, durante un periodo de campaña electoral. Si bien es imposible determinar la influencia que este tratamiento mediático causó en los votantes, en esta investigación se ha tratado de determinar hasta qué punto Televisión Española trató de relacionar a Podemos con Venezuela y qué relación real existe entre dicho partido y el partido actualmente encabezado por Nicolás Maduro en el país latinoamericano. Así, En base a las hipótesis planteadas al inicio de este trabajo y a raíz de los resultados obtenidos con los datos analizados se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- Hipótesis 1. Del espacio que TVE dedica a Podemos en sus informativos, más de la mitad se usa para establecer un vínculo con Venezuela.

Se refuta la hipótesis: si bien Venezuela obtuvo una amplia cobertura mediática en Televisión Española durante las elecciones generales del 26 J, ya que se convirtió en un elemento más de la campaña debido al interés de algunos grupos políticos por usar al

país sudamericano con fines electoralistas, las noticias relacionadas con Podemos no llegaron a la mitad, como se establecía en la hipótesis. Sin embargo, es necesario destacar los porcentajes ya que los números son significativos:

- Hasta en un 42% de los 50 telediarios analizados (21) tuvo presencia Venezuela
- Hasta un 43% de las noticias sobre Venezuela estaban relacionadas con Podemos (9).
- De las 21 noticias sobre Venezuela, 15 son VTR, con una duración media de 1 minuto y 30 segundos.

Se ha podido observar que el presunto pago de 7 millones de euros por parte del gobierno de Hugo Chávez a CEPS, organización con la que están relacionados algunos de los miembros de Podemos, dio pábulo a sus diferentes rivales políticos para crear una campaña difamatoria y de desprestigio contra la formación encabezada por Pablo Iglesias que fue recogida por los medios.

Cabe destacar que la versión de Televisión Española sobre la realidad política y social en Venezuela es parcial, en tanto en cuanto se posiciona, claramente, del lado de la oposición y contraria al gobierno de Maduro, en lugar de adoptar una posición neutral ante el conflicto y limitarse a informar. Asimismo, adopta una posición igualmente parcial respecto a la campaña electoral española ya que, no solo acepta, sino que alimenta la estrategia de los partidos rivales de Podemos al acusar a éste de financiación ilegal, a pesar de la falta de pruebas y de que los jueces han archivado todas y cada una de las querellas interpuestas por este motivo.

Señalar que en la mayoría de los casos, ante las acusaciones a Podemos, TVE suele emitir alguna declaración de algún dirigente de la formación morada a modo de réplica, sin embargo, el tiempo que se le dedica a la defensa del partido es ínfimo (15'' de media) en comparación con el tiempo que se le dedica a acusarlo (1'35'' de media).

Por ello, a pesar de refutar la hipótesis, puede concluirse que Televisión Española ha utilizado sus informativos para alimentar la estrategia de los rivales políticos de Podemos, creando así una vinculación entre la formación morada y el régimen de Venezuela, y que, a pesar de que los porcentajes no cumplen las expectativas, se acercan considerablemente.

- Hipótesis 2. No existe relación aparente entre las políticas que propone Podemos para España y las políticas propuestas por el PSUV para Venezuela.

Se confirma la hipótesis: las semejanzas entre el chavismo y el modelo político de Podemos son casi inexistentes, tanto en sus medidas, como en sus principios y características.

A continuación se muestra una tabla donde se resume la comparativa llevada a cabo entre las políticas de ambos partidos:

	<b>PODEMOS</b>	<b>PSUV</b>
<b>Política nacional</b>	Mayor peso del ciudadano en sistema político  Transparencia política	Fortalecer soberanía nacional  Transmitir competencias políticas al poder popular
<b>Política internacional</b>	Combatir la evasión fiscal y los paraísos fiscales  Regular las migraciones  Solidaridad con países en conflicto (Sahara, Palestina...)	Mantener y ampliar acuerdos con aliados internacionales  Compromiso contra el cambio climático  Combatir el capitalismo salvaje y el imperialismo
<b>Política económica</b>	Combatir delitos fiscales  Invertir en I+D+i y en energías renovables  Garantizar servicios públicos	Regulación fiscal en pos de la soberanía nacional  Optimizar la industria agraria y ganadera  Transmitir competencias económicas al poder popular
<b>Política social</b>	Mayor gasto en servicios públicos básicos  Asegurar derechos básicos, como la vivienda  Medidas para la igualdad y la protección de los más vulnerables	Lograr la total escolarización y erradicar la pobreza extrema  Garantizar los servicios públicos básicos  Luchar por la igualdad y contra la exclusión social
<b>Política ciudadana</b>	Garantizar separación Iglesia y Estado	Proteger el medioambiente y la

	Medidas para una mejor y más segura movilidad  Proteger el medio ambiente y el ámbito rural	naturaleza  Desarrollar un modelo económico eco-socialista  Favorecer el ámbito deportivo para garantizar la salud y el bienestar de sus ciudadanos
--	---	---

Respecto a sus características, ambos coinciden en que son partidos con una base de izquierdas y con una retórica populista pero poseen muchas más diferencias que semejanzas. No se puede considerar a Podemos como un partido chavista debido a que carece de muchas de las características que identifican a esta corriente: el socialismo como base, la exaltación del patriotismo, el componente combativo de la revolución, el rechazo al capitalismo y al “imperialismo colonial” y la búsqueda de la implantación de una democracia directa sustentada por el poder popular.

Huelga decir, como ya se remarcó en la metodología, que la realidad socio-política de ambos países es completamente distinta, siendo España un país desarrollado y con un sistema político asentado y Venezuela un país en desarrollo que ha sufrido hasta tres golpes de estado en los últimos 25 años.

Así, Podemos, a pesar de mostrar rasgos de ideologías de izquierdas, evita encasillarse en ninguna de ellas, mientras que el programa chavista, ya desde su portada, se autodenomina socialista y bolivariano, y en varias ocasiones, durante el contenido, antiimperialista y anticapitalistas. Asimismo, el programa de Podemos usa un lenguaje sencillo, sin pretensiones combativas, y propugna por una democracia más participativa a través de distintos mecanismos, pero está lejos del nivel de democracia directa que se propone alcanzar el chavismo.

Por lo tanto, se puede concluir que Televisión Española falta a la verdad al intentar crear una vinculación entre Podemos y Venezuela, ya que, respecto a la financiación, como se explicó en el marco teórico, los jueces han archivado las causas por falta de pruebas y, respecto al ámbito político, no hay relación alguna entre el chavismo y Podemos.

## 6. Bibliografía y webgrafía

- Agranoff, R., en Meadow, R.G. "Political campaigns", en Rice, R.E., Atkín, C.K. (comp.) Public communication campaigns. California, Sage Publication, 1989, p. 253.
- Amparo, A. y Maldonado, C. (2009). Formación de agenda y procesos de toma de decisiones: una aproximación desde la ciencia política. *CIDE*, (207), pp. 1-17
- Arévalo, J. (29/05/2016). Venezuela resucita a Ciudadanos y amarga a Podemos. *El Mundo*. Recuperado de:  
<http://www.elmundo.es/espana/2016/05/29/5749e02d268e3e2c118b45cb.html>
- Bécares, R. (15/11/2014). El líder que profesionalizó las tertulias. *El Mundo*. Recuperado de:  
<http://www.elmundo.es/espana/2014/05/27/5383df7d268e3e24488b458a.html>
- Berrocal, S. y Cebrián, E. (2009). El «infoentretenimiento» político televisivo. Un análisis de las primeras intervenciones de Zapatero y Rajoy en «Tengo una pregunta para usted». *Textual & Visual Media*, (2), pp. 41-60.
- Casermiro, A. (2003) Los medios en las elecciones : la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires: Educa. Disponible en:  
<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/educa/medios-eleccionesagenda.pdf>
- Costa, L. (1994) *Manual de Marketing Político*. Montevideo: Fin de Siglo
- De Aragón, A. (2009) *Cómo ganar el corazón y la mente de los votantes*. Guatemala: Serviprensa.
- Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española, Madrid, 1992, vigésima primera edición, p. 379.
- EFE. (04/07/2016). La Audiencia Nacional archiva otra denuncia sobre financiación ilegal de Podemos. *Eldiario.es*. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/politica/archiva-denuncia-financiacion-Podemos-informe\\_0\\_533697149.html](http://www.eldiario.es/politica/archiva-denuncia-financiacion-Podemos-informe_0_533697149.html)
- Exeni, J. (2000). Tras las huellas de la "democracia mediática" Comunicación para/desde la política. México: Becas CLACSO.



León, F., Roures, J. (productoras) y León, F. (director). (2016). Política, manual de instrucciones (documental). España: Mediapro y Reposado.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Napolithan, J. (1986). 100 cosas que he aprendido en 30 años de trabajo como asesor de campañas electorales. *19 Conferencia anual de la Asociación Internacional de Asesores Político*. En República Dominicana.

Ortega, M. (22/05/2016). Manifestaciones, viajes a Caracas... Venezuela entra en la campaña del 26-J. *El Confidencial*. Recuperado de:  
[http://www.elconfidencial.com/elecciones-generales/2016-05-22/ciudadanos-pp-rivera-venezuela-maduro-podemos-iu\\_1204280/](http://www.elconfidencial.com/elecciones-generales/2016-05-22/ciudadanos-pp-rivera-venezuela-maduro-podemos-iu_1204280/)

Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la "Agenda-Setting": aplicación a la enseñanza universitaria*. Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Romero, J. (18/06/2016). El 'sorpaso' de Podemos al PSOE se afianza en los sondeos de los principales periódicos. *El Confidencial*. Recuperado de:  
[http://www.elconfidencial.com/elecciones-generales/2016-06-18/sorpaso-unidos-podemos-psoe-consolida-encuestas-principales-periodicos\\_1219403/](http://www.elconfidencial.com/elecciones-generales/2016-06-18/sorpaso-unidos-podemos-psoe-consolida-encuestas-principales-periodicos_1219403/)

Sanz, S. (14/05/2016). Doce dirigentes de la fundación Ceps, asesora del chavismo, dieron el salto a la política con Podemos. *Vozpopuli*. Recuperado de:  
[http://www.vozpopuli.com/espana/Podemos-Pablo\\_Iglesias-Venezuela-Fundacion\\_Ceps-Elecciones\\_26J-fundacion\\_Ceps\\_11\\_916518340.html](http://www.vozpopuli.com/espana/Podemos-Pablo_Iglesias-Venezuela-Fundacion_Ceps-Elecciones_26J-fundacion_Ceps_11_916518340.html)

Valbuena, F. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Editorial Noesis.

Valdez, A. y Huerta, D. (2011) ¿Qué mueve a los votantes? un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector. *Razón y Palabra*, (75), pp. 5-6

## **7. Anexos**

### **Anexo 1. Comparación de las propuestas políticas de Podemos y PSUV Podemos**

- Revocatorio por incumplimiento del programa electoral; a los dos años de mandato se evaluará el grado de cumplimiento del programa y en caso de producirse un incumplimiento sustancial se llevaran a cabo las medidas pertinentes para llevar a cabo un referéndum donde se pregunte a la ciudadanía si se deben celebrar nuevas elecciones.
- Reforma del sistema electoral; con el objetivo de establecer una circunscripción autonómica como única base territorial para la asignación de diputados y la implantación de fórmulas que garanticen la igualdad del peso del voto de todos los ciudadanos.
- Obligación legal de presentarse a primarias; los partidos políticos estarán obligados a presentar a primarias a todos aquellos candidatos a presidir sus órganos ejecutivos.
- Regulación de las incompatibilidades en los cargos públicos; acabar con las puertas giratorias.
- Justicia gratuita real; mejora del servicio público de asistencia jurídica gratuita y la dignificación del turno de oficio.
- Ley de Paredes de Cristal; mayor transparencia institucional, seguimiento de la ejecución presupuestaria, contratos administrativos abiertos y accesibles.
- Derecho a decidir; los Gobiernos autonómicos podrán celebrar consultas a la ciudadanía sobre el encaje territorial del país.
- Gestión directa en la Administración Pública y optimación del desempeño de los profesionales; recuperar las competencias que se han privatizado o externalizado.

#### PSUV

- Garantizar la continuidad y consolidación de la Revolución Bolivariana en el poder.
- Preservar y consolidar la soberanía sobre los recursos petroleros y demás recursos naturales estratégicos, con el objetivo de garantizar su uso para los objetivos humanistas y naturalistas del socialismo.
- Mantener y garantizar el control por parte del Estado de las empresas estatales que exploten los recursos mineros en el territorio nacional.

- Incrementar la capacidad defensiva del país con la consolidación y afianzamiento de la redistribución territorial de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana.
- Fortalecer la Milicia Nacional Bolivariana. Incrementar el desarrollo de la Milicia Territorial con la finalidad de asegurar las fuerzas necesarias para la Defensa Integral de la Patria.
- Desarrollar modelos de gestión de las unidades productivas incluyentes con los trabajadores así como con una cultura del trabajo que se contraponga al rentismo petrolero, desmontando la estructura oligopólica y monopólica existente.
- Garantizar la transferencia de competencias en torno a la gestión y administración de lo público hacia las comunidades organizadas y demás instancias del poder popular, como línea estratégica de restitución plena del poder al pueblo soberano.
- Desatar la potencia contenida en la Constitución Bolivariana para el ejercicio de la democracia participativa y protagónica. Diseñar, junto a las organizaciones de base del Poder Popular, un plan específico para el desarrollo legislativo y práctico que fomente el ejercicio de la democracia directa.
- Profundizar la integración nacional y la equidad socio-territorial a través de Ejes de Desarrollo Integral.
- Eliminar la participación de las instituciones financieras internacionales en los proyectos de desarrollo nacional.

### **3.1.3.2. Política Internacional**

#### Podemos

- Oposición al Tratado Transatlántico de Comercio e Inversión (TTIP); por considerarlo una amenaza para la soberanía nacional. Oposición asimismo al TISA (Acuerdo en Comercio de Servicios) y CETA (Acuerdo Integral de Economía y Comercio)
- “Tasa Tobin” e impuesto global para la riqueza; a fin de combatir la evasión fiscal se instará a la creación de una agencia fiscal internacional bajo el auspicio de la ONU.

- Establecimiento de mecanismos y organismos que posibiliten el retorno de los emigrantes españoles; y mejora del sistema de contribuciones para el reconocimiento de los años cotizados en países de la Unión Europea, y equiparación de los derechos de las personas emigradas a los del resto de españoles en todo lo relativo a servicios sociales.
- Garantía del derecho de asilo; promover la adopción de un sistema común de asilo real y eficaz en el ámbito europeo que ponga fin a la falta de homogeneidad en la protección internacional de los refugiados en los distintos países miembros, así como la creación de una Agencia Europea de Salvamento.
- Derechos para las migraciones de ida y vuelta entre España y América Latina; fortalecer las relaciones con una región clave para España por los lazos históricos, económicos y socioculturales favoreciendo la intermigración con acuerdos bilaterales.
- Compromiso con la libre determinación del Sáhara Occidental y concesión de la nacionalidad española a la población saharauí residente en España.
- Reconocimiento del Estado palestino de forma inminente y unilateral.

PSUV:

- Mantener y ampliar el Fondo Conjunto Chino – Venezolano, una estructura de cooperación bilateral, mediante la cual se reciben importantes recursos financieros, que luego son cancelados a través del suministro de crudos y productos.
- Fortalecer y ampliar los Convenios de Cooperación Energética (CCE), una propuesta del Gobierno Bolivariano para materializar la unión energética de los pueblos, como un habilitador geopolítico que permita utilizar los recursos energéticos para motorizar el establecimiento de relaciones más justas, solidarias y eficientes en la lucha contra la pobreza, reduciendo las asimetrías económicas y sociales.
- Fortalecimiento de acuerdos en el marco de PetroCaribe, suscrito por 14 naciones de la región del Caribe, con la finalidad de resolver las asimetrías en los accesos a los recursos energéticos por la vía de un nuevo esquema de intercambio comercial favorable, equitativo y justo entre los países de la región caribeña.

- Constituir empresas mixtas de exportación con países aliados como China, Rusia e Irán. Diseñar y ejecutar una política de exportación a los países del Caribe y al norte de Brasil.
- Ampliar y conformar el poderío militar para la defensa de la Patria con un fin netamente defensivo y disuasivo, que no amenaza a nadie ni tiene pretensiones invasoras.
- Continuar desempeñando un papel protagónico en la construcción de la unión latinoamericana y caribeña, fortaleciendo la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA), como el espacio vital del relacionamiento político de la Revolución Bolivariana.
- Continuar impulsando la transformación de los Sistemas de Derechos Humanos, sobre la base del respeto, la democratización del sistema, la igualdad soberana de los Estados y el principio de la no injerencia.
- Desmontar el sistema neocolonial de dominación imperial. Deslindar a Venezuela de los mecanismos internacionales de dominación imperial. Denunciar los tratados multilaterales que limiten la soberanía nacional frente a los intereses de las potencias neocoloniales.
- Contribuir a la conformación de un gran movimiento mundial para contener las causas y reparar los efectos del cambio climático que ocurren como consecuencia del modelo capitalista depredador.

### **3.1.3.3. Política Económica**

#### Podemos:

- Eliminación del secreto bancario privilegiado de los paraísos fiscales; Exigir en los acuerdos internacionales la eliminación del secreto bancario privilegiado de los paraísos fiscales, para favorecer la desaparición de la extraterritorialidad y la deslocalización del capital financiero.
- Plan Integral de lucha contra el Fraude, que desarrolle un estatuto básico en la AEAT.
- Ampliación a 10 años del plazo de prescripción de los delitos fiscales, tipificados a partir de los 50.000 euros defraudados.

- Reforma del IRPF, aumentando su número de tramos a partir de los 60.000 euros anuales. Elevación del tipo marginal de cada tramo desde el 45% actual al 55% para rentas superiores a los 300.000 anuales.
- Eliminación de deducción de carácter más regresivo. Eliminación de la dualidad de las rentas de trabajo y de ahorro; tarifa única.
- Impulso de un Pacto Estatal para la Ciencia y la Innovación, con el objetivo de aumentar la inversión estatal en I+D+i hasta alcanzar el 3% de los PGE para el 2020.
- Compromiso de garantizar la sostenibilidad del sistema de pensiones.
- Reestructuración de la deuda hipotecaria de los hogares; Régimen de segunda oportunidad para personas físicas y jurídicas mediante un proceso simplificado de reestructuración y cancelación de deudas.
- Aumento del número de alimentos con IVA superreducido y aplicación del reducido a todos los suministros básicos (calefacción, agua y electricidad), y a los productos culturales y escolares.
- Recuperación del gravamen efectivo en el impuesto sobre el patrimonio y en el de sucesiones y donaciones.
- Modificación del impuesto de sociedades: eliminación de privilegios fiscales, impuesto mínimo para las grandes empresas, impulso del proyecto de Directiva Accis, persecución de la elusión fiscal de empresas a través de sociedades.

#### PSUV:

- Optimizar los mecanismos fiscales del Estado para garantizar la soberanía en el manejo de los beneficios que se deriven del patrimonio de la República.
- Fortalecer el régimen de recaudación y fiscalización.
- Promover la constitución de fideicomisos para el financiamiento de proyectos de infraestructura.
- Desencadenar el potencial agro productivo para lograr la soberanía alimentaria que garantice el sagrado derecho a la alimentación de nuestro pueblo
- Eliminar definitivamente el latifundio. Realizar un proceso de organización y zonificación agroecológica en base a las capacidades de uso de la tierra y crear

un sistema de catastro rural para garantizar el acceso justo y uso racional del recurso suelo.

- Fortalecer y modernizar el sistema de regulación social y estatal para combatir la usura y la especulación en la compra y distribución de los alimentos, dado su carácter de bien esencial para la vida humana.
- Propulsar la transformación del sistema económico, para la transición al socialismo bolivariano, trascendiendo el modelo rentista petrolero capitalista hacia el modelo económico productivo socialista, basado en el desarrollo de las fuerzas productivas.
- Fortalecer el sistema de distribución directa y alternativa de los insumos y productos, atacando la especulación propia del capitalismo.
- Generar un tejido productivo diversificado y sustentable que garantice el desarrollo de las comunidades y la nación, mediante la recuperación, reforzamiento, activación y creación de empresas de propiedad social.
- Conformación de 3.000 Bancos de la Comuna que contribuyan a desarrollar una nueva arquitectura financiera administrada por las diferentes comunidades y organizaciones del poder popular.
- Fortalecer el sector Turismo, como una herramienta de inclusión social, así como el posicionamiento internacional de Venezuela como destino turístico, a través de la promoción turística masiva internacional, aspirando a alcanzar un número de 2 millones de Turistas Internacionales, triplicando la cifra promedio.

#### **3.1.3.4. Política Social**

##### Podemos

- Creación de una cartera estatal de servicios sociales garantizados; Asignación de 85 millones de euros para su garantía por parte de los municipios.
- Aprobación de una Ley de Autonomía y Dignidad de los dependientes; impulsar un plan de choque que reponga el 13% del nivel mínimo de financiación de la Ley de Dependencia
- IVA cultural reducido; encaminado a dinamizar y estimular la creación, la producción, la distribución y el acceso a la cultura.

- Desarrollo de una Ley de Identidad de Género y un Plan Estratégico para la Conciliación Laboral y Familiar; Se protegerá a las familias monoparentales o la adopción en las familias LGTBI.
- Fin de los desahucios, derecho a la dación en pago, y despenalización del uso de viviendas vacías y abandonadas; promover el derecho a la vivienda, con alquileres asequibles, y el derecho garantizado a suministros básicos.
- Promover una educación pública, gratuita, laica y de calidad; Se destinarán 13.700 millones de euros (7% del PIB). Supresión de la religión.
- Derogación de la LOMCE y promoción de una nueva Ley de Educación nacida del debate y participación de toda la comunidad educativa.
- Nueva Ley de Universidades, que mejore su financiación y su gobernanza. Reducción de las tasas y aumento de becas.
- Medidas urgentes contra la pobreza infantil y la exclusión social; Pacto de Estado por la Infancia para garantizar la igualdad de oportunidades entre niñas, niños y adolescentes y reducir la pobreza infantil.
- Incremento del presupuesto público en sanidad en 8.800 millones de euros y acceso universal a la tarjeta sanitaria.

### PSUV

- Expansión de las redes de distribución socialista mediante mercados comunales y programas de distribución gratuita.
- Consolidar el despliegue de la infraestructura educativa del país, en los centros universitarios, técnicos, medios y ocupacionales para la formación para el trabajo liberador.
- Promover la armonización de la vida familiar y laboral.
- Asegurar la garantía de prestaciones básicas universales relativas a las contingencias de vejez, sobrevivencia, personas con discapacidad, invalidez, cesantía y desempleo, derivadas de la vinculación con el mercado de trabajo.
- Consolidar la equidad de género con valores socialistas. Profundizar la participación política y protagónica de las mujeres en el Poder Popular.
- Promover espacios de formación integral, con voluntariado que atienda a jóvenes en situación de vulnerabilidad.



- Promover Comunidades Penitenciarias de producción socialista; generar alternativas para cumplimiento de la pena, crear condiciones para el apoyo post penitenciario, no divulgación de antecedentes penales e inserción en programas Socio Educativo y Laboral.
- Erradicar la pobreza extrema, según ingresos (pobreza extrema 0). Continuar disminuyendo la pobreza general. Disminuir el número de personas en situación de vulnerabilidad.
- Extender la cobertura de la matrícula escolar a toda la población, con énfasis en las poblaciones excluidas.
- Asegurar la salud de la población, a través de la consolidación del sistema público nacional de salud, y la articulación de todos los niveles y ámbitos del sistema de protección, promoción, prevención y atención integral a la salud individual y colectiva.
- Consolidar y expandir la Red de Farmacias Populares en todo el territorio nacional.
- Mantener y construir las carreteras, autopistas y troncales que conecten las grandes y medianas ciudades a lo largo del territorio nacional. Construir la infraestructura vial necesaria que permita conectar las zonas industriales, con las zonas de explotación de recursos.
- Desarrollar la segunda fase de la Gran Misión Vivienda Venezuela para abatir definitivamente el déficit habitacional acumulado.

### **3.1.3.5. Política Ciudadana**

#### Podemos

- Nueva Ley de Libertad de Conciencia; sustitución de la actual Ley de Libertad Religiosa por una Ley de Libertad de Conciencia que garantice la laicidad del Estado y su neutralidad frente a todas las confesiones religiosas.
- Anulación del Concordato de 1953; los cinco acuerdos concordatarios que firmó el Estado español con la Santa Sede en 1976 y 1979, así como los signados con otras confesiones religiosas.

- Objetivo CERO en accidentes de tráfico; minimizar los riesgos de accidente en la red viaria al adecuar la señalización e información, las condiciones y el estado de las vías así como acabar progresivamente con los “puntos negros”.
- Garantizar el acceso al transporte público y del derecho a la movilidad de todas las personas mediante una tarificación especial o gratuita para la población que se encuentre en riesgo de pobreza y exclusión social, así como para los parados y paradas de larga duración.
- Garantizar la aplicación de la actual Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, para revertir la tendencia al despoblamiento y abandono del medio rural e impulsar el concierto entre las Administraciones.
- Nueva ley de usos del suelo; crear un nuevo marco legal que garantice una visión integral del territorio, proteja los bienes comunes y públicos, articule la vinculación sectorial y defina las unidades espaciales de planificación de los diferentes niveles administrativos.
- Plan de Uso Social de la Tierra; Instaurar una Agencia Pública y Autónoma de la Gobernanza Responsable y Sostenible de la Tierra que regule los terrenos rústicos y favorezca un acceso democrático y justo a la tierra
- Ley de bienestar animal; creación de un galardón Ciudades Amigas de los Animales, revisión y regulación de zoológicos y acuarios y estudio de los espectáculos donde se produzca confinamiento o maltrato animal.

## PSUV

- Impulsar el desarrollo y utilización de tecnologías de bajos insumos, reduciendo las emisiones nocivas al medio ambiente.
- Profundizar el impulso a la transformación de las relaciones esenciales del pueblo con la naturaleza, con el Estado, con la sociedad, con el proceso de trabajo y con el pensamiento. Superar las relaciones de trabajo disfrazadas de trabajo asalariado.
- Profundizar la masificación deportiva. Conformar el Fondo Nacional del Deporte, Actividad Física y Educación Física para impulsar la masificación del deporte. Ampliar la infraestructura de la Misión Barrio Adentro Deportivo a nivel parroquial y de todos los espacios deportivos. Fortalecer el Deporte de

Alto rendimiento, con apoyo integral al atleta de alto rendimiento y héroes del deporte.

- Asegurar una alimentación saludable y una nutrición adecuada a lo largo del ciclo de vida, en concordancia con los mandatos constitucionales sobre Salud, Soberanía y Seguridad Alimentaria, con el incremento de la prevalencia de la Lactancia Materna Exclusiva (LME) en un 70%.
- Asegurar a la población ambientes que favorezcan la actividad física, la recreación, la cultura y el deporte en los centros educativos, laborales y residenciales, para promover la disminución en un 12% el porcentaje de la población de 7-14 años con sobrepeso y reducir el sedentarismo en un 50%.
- Acelerar la promoción de la participación del pueblo en los sistemas comunales de agregación para el fortalecimiento de las capacidades locales de acción sobre aspectos territoriales, políticos, económicos, sociales, culturales, ecológicos y de seguridad y defensa de la soberanía nacional.
- Garantizar la plena inclusión social: El Poder Popular como garante del reconocimiento de la dignidad del ser humano, como sujeto en ejercicio pleno de sus derechos, reconociendo a la familia como un factor determinante de protección y base fundamental del nuevo andamiaje social, cuyas premisas han de ser la armonía, la solidaridad, la complementariedad y la corresponsabilidad como vía hacia el vivir bien.
- Desarrollar anualmente el Plan Vacacional Comunitario, con un enfoque de corresponsabilidad entre el poder popular y la institucionalidad revolucionaria. Se incorporarán progresivamente 500.000 niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad.
- Fortalecer y mejorar los sistemas de agua potable a lo largo del territorio nacional.
- Construir e impulsar el modelo económico productivo eco-socialista, basado en una relación armónica entre el hombre y la naturaleza, que garantice el uso y aprovechamiento racional, óptimo y sostenible de los recursos naturales, respetando los procesos y ciclos de la naturaleza.
- Afianzar las políticas especiales para la población en mayor nivel de vulnerabilidad: Niños, adolescentes, mayores, personas con discapacidad,

personas en situación de calle, personas con adicciones y población sexo-genero-diversa, entre otros.

## **Anexo 2. Análisis de la cobertura mediática de Venezuela en el telediario de RTVE durante el mes de junio**

En la presente tabla se analiza la cobertura mediática que los telediarios de Televisión Española, tanto en la edición de las 15:00 como de las 21:00, dieron a Venezuela entre los días 1 y 25 de junio de 2016 y qué porcentaje de la misma estuvo dedicado a crear una vinculación con Podemos.

En la tabla aparece reflejados los resultados clasificados y ordenados en los siguientes apartados (de izquierda a derecha): el día del mes (Día)/ la edición del telediario, bien la de las 15:00 o la de las 21:00 (Edición)/ si en esa edición hubo noticias sobre Venezuela (¿Noticia de Venezuela?)/ la duración de dicha noticia (Minutado)/ si la noticia está relacionada con Podemos (¿Está la noticia relacionada con Podemos?)/ en caso afirmativo, si el telediario emite o no una réplica de dicho partido (¿Hay réplica?)/ y en caso afirmativo, el espacio de tiempo en que se produce dicha réplica (Minutado).

ANÁLISIS DE LA COBERTURA MEDIÁTICA DE VENEZUELA EN EL TELEDIARIO DE RTVE DURANTE EL MES DE JUNIO						
DÍA	Edición	¿Noticia de Venezuela?	Minutado	¿Está relacionada con Podemos?	¿Hay réplica?	Minutado
1	15:00 h	✓	1' 53''	✗	—	—
	21:00 h	✗	—	✗	—	—
2	15:00 h	✓	1'38''	✗	—	—
	21:00 h	✗	—	✗	—	—
3	15:00 h	✗	—	✗	—	—
	21:00 h	✓	1'10''	✗	—	—
4	15:00 h	✗	—	✗	—	—
	21:00 h	✗	—	✗	—	—
5	15:00 h	✓	0'30''	✗	—	—

	21:00 h	✓	0'30''	✗	–	–
6	15:00 h	✓	1'45''	✓	✗	–
	21:00 h	✓	0'27''	✗	–	–
7	15:00 h	✗	–	✗	–	–
	21:00 h	✓	1'55''	✓	✗	–
8	15:00 h	✓	2'07''	✓	✗	–
	21:00 h	✓	2'20''	✓	✓	0'12''
9	15:00 h	✗	–	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–
10	15:00 h	✓	1'23''	✗	–	–
	21:00 h	✓	0'30''	✗	–	–
11	15:00 h	✓	1'34''	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–
12	15:00 h	✓	0'50''	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–

13	15:00 h	✗	–	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–
14	15:00 h	✗	–	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–
15	15:00 h	✓	1'04''	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–
16	15:00 h	✗	–	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–
17	15:00 h	✓	2'20''	✓		0'15''
	21:00 h	✓	2'27''	✓		0'15''
18	15:00 h	✗	–	✗	–	–
	21:00 h	✗	–	✗	–	–

19	15:00 h	X	–	X	–	–
	21:00 h	X	–	X	–	–
20	15:00 h	X	–	X	–	–
	21:00 h	✓	1'20''	X	–	–
21	15:00 h	X	–	X	–	–
	21:00 h	X	–	X	–	–
22	15:00 h	✓	1'37''	✓		0'17''
	21:00 h	✓	1'24''	✓		0'18''
23	15:00 h	X	–	X	–	–
	21:00 h	X	–	X	–	–
24	15:00 h	X	–	X	–	–
	21:00 h	X	–	X	–	–
25	15:00 h	✓	0'39''	X	–	–
	21:00 h	X	–		–	–

### **Anexo 3. Noticias sobre Venezuela: contenido y formato**

Día y edición: 1 de junio; edición de las 15h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: Luis Almagro, secretario general de la Organización de Estados Americanos (OEA), activa la carta democrática, que podría terminar con la expulsión de Venezuela del mismo. Maduro lo tacha de injerencia externa y el chavismo convoca una huelga para protestar contra lo que consideran un ataque a la libertad del pueblo de Venezuela.

Día y edición: 2 de junio; edición de las 15h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: la OEA opta finalmente por una declaración conciliadora sobre Venezuela, impulsada por Argentina y adoptada por consenso, que apuesta por el diálogo de todos los actores políticos venezolanos.

Día y edición: 3 de junio; edición de las 21 h

Tipo de noticia: corresponsal desplazado

Contenido: el expresidente del gobierno español, José Luis Rodríguez Zapatero, ha viajado a Caracas para intentar mediar en la crisis venezolana. Mientras, la oposición ha llamado a movilizaciones con el objetivo de reclamar de nuevo un referéndum revocatorio contra Nicolás Maduro.

Día y edición: 5 de junio; edición de las 15h y de las 21h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: Zapatero se ha reunido en la cárcel durante más de dos horas con el opositor encarcelado, Leopoldo López.

Día y edición: 6 de junio; edición de las 15h

Tipo de noticia: entrevista

Contenido: Albert Rivera es preguntado por su viaje a Venezuela, invitado por parte la Asamblea Nacional y critica a Podemos acusándolo de recibir fondos del chavismo.

Día y edición: 6 de junio; edición de las 21:00 h

Tipo de noticia: cola

Contenido: el opositor venezolano, Leopoldo López, ha confirmado en Twitter su encuentro en la cárcel con José Luis Rodríguez Zapatero.

Día y edición: 7 de junio; edición de las 15:00h y de las 21:00h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: acto solidario en Madrid para la recogida de alimentos para Venezuela con la participación de Lilian Tintori. PP y Ciudadanos aprovechan el acto para atacar a Podemos.

Día y edición: 8 de junio; edición de las 15:00h y de las 21:00

Tipo de noticia: VTR

Contenido: La Eurocámara vota para pedir la liberación de presos políticos en Venezuela. El telediario destaca que Podemos se ha abstenido e IU ha votado en contra.

Día y edición: 10 de junio; edición de las 15h y 21:00h

Tipo de noticia: Cola

Contenido: diputado de la oposición venezolana agredido, presuntamente, por chavistas.

Día y edición: 11 de junio; edición de las 15h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: Amnistía Internacional alerta de la crisis humanitaria que vive Venezuela e insta al gobierno a pedir ayuda internacional, mientras los opositores Enrique Capriles y Lilian Tintori denuncian que sus firmas han sido excluidas de la lista para solicitar un referéndum revocatorio contra Maduro.

Día y edición: 12 de junio; edición de las 15:00h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: la oposición exige de inmediato el referéndum revocatorio contra Maduro.

Día y edición: 17 de junio; edición de las 15:00 y 21:00h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: la asamblea venezolana anuncia que estudiará el presunto pago del gobierno de Chávez a Podemos de más de 7 millones de euros.

Día y edición: 20 de junio; edición de las 21:00h

Tipo de noticia: Total

Contenido: Gallardón se suma al equipo de defensa de Leopoldo López.

Día y edición: 22 de junio; edición de las 15:00 y 21:00h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: el parlamento venezolano emplaza a Pablo Iglesias e Iñigo Errejón a comparecer para explicar el origen de 7 millones de euros que, presuntamente, recibieron del gobierno de Hugo Chávez.

Día y edición: 25 de junio; edición de las 15:00 y 21:00h

Tipo de noticia: VTR

Contenido: 25MD: recogida de firmas para el revocatorio contra Nicolás Maduro



#### **Anexo 4. Noticias sobre Venezuela relacionadas con Podemos**

6 de junio; edición de las 15:00

Durante una entrevista con Albert Rivera, la presentadora pregunta al líder de Ciudadanos por su visita a Venezuela y este, asegura que fue invitado por la oposición de la Asamblea Nacional mientras acusa a Pablo Iglesias de haber ido invitado por el chavismo para financiar su fundación y le acusa asimismo de querer implantar la política de Chávez en España.

7 de junio; edición de las 21:00

Pablo Iglesias participa en una entrevista en los informativos de RTVE y Ana Blanco pregunta al líder de Podemos si cree que en Venezuela se respetan los derechos humanos y si considera que Leopoldo López es un golpista. Respecto a la primera cuestión, contesta que hay cosas que cree que se podrían hacer mejor pero que la situación es similar a la del resto de países del entorno y que el interés de algunos por Venezuela es meramente electoral, mientras que, respecto a la segunda pregunta, afirma que no le gusta que haya presos políticos en ningún lugar y añade: “Creo que hay que respetar la decisión de los tribunales. Por desgracia Venezuela es un país con una enorme tradición de golpes de estado, el último de ellos en el año 2012. Recuerdo además que un editorial del país justificaba ese golpe de estado. Yo creo que todos deseamos sociedades sin presos políticos y sin golpes de estado”.

7 de junio; edición de las 21:00

Durante la cobertura de un acto solidario en Madrid para la recogida de medicamentos para Venezuela, presidido por Lilian Tintori, esposa del líder opositor encarcelado, Leopoldo López, donde participaron PP y Ciudadanos, Fernando Martínez Maíllo, político del grupo popular, acusó a Podemos de haber ofendido con sus declaraciones a los venezolanos que hacen colas para comer mientras Albert Rivera invitaba a la formación morada a ayudar al pueblo venezolano en lugar de “criticar desde el sofá”.

8 de junio; edición de las 15:00 y de las 21:00

La Eurocámara pide a Venezuela la liberación de los presos políticos y el respeto al procedimiento revocatorio contra Nicolás Maduro. El Telediario destaca que Podemos se ha abstenido e IU ha votado en contra. En la edición de las 15:00, no emiten los

motivos de la abstención de Podemos ni del grupo de Izquierda Unida. Ya en el de las 21:00, emiten la noticia ampliada y hacia el final, la eurodiputada por Podemos, Tania González, explica el motivo de la abstención en apenas 10 segundos.

#### 17 de junio; edición de las 15:00 y de las 21:00

La Asamblea nacional de Venezuela anuncia que estudiará el presunto pago de más de 7 millones de euros por parte del gobierno de Hugo Chávez a la fundación CEPS, origen de Podemos. En la noticia aparecen además declaraciones de la vicepresidenta del gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, instando a Podemos a colaborar con la investigación sobre su financiación y Albert Rivera, solicitando a Podemos que dé explicaciones. La noticia termina con Ramón Espinar, de Podemos, recordando que todas las querellas interpuestas a la formación por su financiación han sido sistemáticamente archivadas y asegurando que se trata de un ejercicio de difamación y de tratar de llevar la campaña a Venezuela.

#### 22 de junio; edición de las 15:00 y de las 21:00

la Asamblea de Venezuela emplaza a Pablo Iglesias e Iñigo Errejón a comparecer ante ella para explicar el origen de los 7 millones de euros que presuntamente recibieron del gobierno de Hugo Chávez. En la misma noticia, emiten un fragmento de una entrevista con Iglesias en “Los desayunos de TVE”, donde afirma que no aceptan la invitación porque, según sus palabras, quien se tiene que encargar de investigar esas cuestiones son los jueces y no la acusación particular.