



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2018-2019**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**La teoría del *framing* en la formación de la opinión pública. La (auto)proclamación de Juan Guaidó en el 23-E a través de *ABC, El País, Granma y Juventud Rebelde***

**Alumno: Aldo Asuar Geisselmann**

**Tutor(a): Salomé Berrocal Gonzalo**

**Departamento: Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad**

**Convocatoria: Segunda**

## Índice

1.	Introducción .....	4
	1.1. Justificación .....	4
	1.2. Objetivos y preguntas de investigación .....	5
	1.3. Metodología y estructura del trabajo .....	5
	1.4. Estructura del trabajo .....	5
2.	Aproximación al concepto de opinión pública .....	6
	2.1. Medios de comunicación y creación de opinión pública .....	7
3.	Principales teorías de los efectos .....	8
	3.1. Aproximación a la teoría de la Aguja Hipodérmica .....	8
	3.2. Aproximación a la teoría de los Efectos Limitados .....	9
	3.3. Aproximación a la teoría de la <i>agenda-setting</i> .....	10
	3.4. Aproximación a la teoría del <i>framing</i> .....	11
	3.5. <i>Frames</i> en los medios de comunicación .....	13
4.	Contexto histórico .....	14
	4.1. Aproximación a la historia de Venezuela .....	14
	4.2. Llegada y consolidación del chavismo .....	15
	4.3. Muerte de Chávez: del gobierno chavista de Maduro a la proclamación de Guaidó .....	17
5.	Muestra examinada .....	18
	5.1. Plantilla empleada .....	19
	5.2. Exposición general de resultados .....	23
	5.3. Análisis del total de unidades periodísticas publicados .....	23
	5.4. Análisis de aspectos formales .....	23
	5.4.1. En portada .....	25
	5.4.2. En interior .....	28
	5.5. Análisis del protagonista informativo .....	30

5.6. Análisis sesgo .....	32
5.6.1. En el texto .....	33
5.6.2. En las fotografías .....	34
5.7. Análisis de roles políticos .....	38
5.7.1. Caracterización según medios cubanos .....	38
5.7.2. Caracterización según medios españoles .....	39
5.8. Análisis de injerencias o conspiraciones por parte de EEUU en la proclamación de Juan Guaidó .....	41
5.9. Análisis de fuentes empleadas .....	42
6. Conclusiones .....	45
7. Bibliografía .....	49

## 1. Introducción

### 1.1. Justificación

Se produce el fenómeno de que nuestros medios ignoran los países latinoamericanos donde no existen intereses económicos y empresariales. El modelo informativo sobre América Latina obedece al patrón más sencillo: cuanto más se alejan los gobiernos del neoliberalismo más se le somete a la crítica y tergiversación. (Serrano, 2009, p. 138)

Anteriormente conocida como la Capitanía General de Venezuela hasta la conquista de su independencia, la República Bolivariana de Venezuela ha sido durante más de una década una fuente inagotable de noticias. Especialmente desde 2014 -con el nacimiento y popularización de *Podemos*- su presencia se disparó en todos los medios: radio, televisión, internet y periódicos. Las noticias relativas a Venezuela abren las secciones de internacional de los mass-media tanto en Cuba como en España. Pero ¿por qué ahora adquiere tanta relevancia esta cuestión?

El 23 de enero se produce la (auto)proclamación de Juan Gerardo Antonio Guaidó Márquez como “presidente encargado” en la plaza Juan Pablo II ante una importante concentración. El presidente de la Asamblea Nacional, Juan Guaidó, decide no reconocer los resultados electorales del segundo mandato de Nicolás Maduro. Se inicia así una carrera por conseguir el reconocimiento internacional de Guaidó como presidente legítimo de Venezuela. De este modo, se abren numerosas cuestiones que afectan a la actualidad y al futuro inmediato de la república latinoamericana.

Cuestiones tales como ¿cuál es el tratamiento informativo entre cuatro medios de comunicación pertenecientes a sistemas políticos diferentes tales como Cuba y España? ¿Cuáles son las noticias principales en las portadas de los medios? ¿Cómo se produce el sesgo en el uso de fotografía o en titulares?

## **1.2. Objetivo y preguntas de investigación**

El principal objetivo es conocer el tratamiento informativo concedido por dos periódicos de referencia en España, *ABC* y *El País*, y dos periódicos cubanos, *Granma* y *Juventud Rebelde*, ante la autoproclamación de Juan Guaidó como presidente encargado de Venezuela.

Con este objetivo se plantean las preguntas de investigación que orientarán la investigación:

1. ¿Qué tratamiento informativo recibió la noticia en la prensa cubana y en la española?
2. ¿Se observan diferencias de tipo cuantitativo?
3. ¿Se asignan roles vinculados al poder distintos en los medios cubanos y españoles examinados?
4. ¿Se relaciona la autoproclamación con alguna conspiración internacional para apoyar a Juan Guaidó?
5. ¿Qué tipo de fuentes se han empleado para la elaboración de las informaciones?

## **1.3. Metodología**

Para lograr dar respuesta a las hipótesis que hemos planteado en este trabajo, debemos emplear un análisis cualitativo y de contenido a las unidades periodísticas sobre Venezuela. Estas noticias son pertenecientes tanto a medios españoles, *ABC* y *El País*, como medios cubanos, *Granma* y *Juventud Rebelde*. El periodo que abarca es del 24 de enero de 2019 -día posterior a la autoproclamación de Juan Guaidó Márquez como presidente encargado de Venezuela- al 31 de enero; siendo un total de ocho días analizados.

## **1.4. Estructura del trabajo**

El Trabajo de Final de Grado se organiza en siete partes. Por un lado, la primera parte corresponde a la introducción del trabajo, que además incluye la justificación, los objetivos e hipótesis y la metodología. En segundo lugar, el marco teórico compuesto una aproximación al concepto de opinión pública. La tercera parte -también dentro del marco teórico- incluye las principales teorías

sobre los efectos de los medios haciendo énfasis en la teoría del *framing*. En cuarto lugar, esta parte tiene que ver con el surgimiento del movimiento político del chavismo y, por otra parte, sus recientes conflictos de legitimidad al frente del Estado de Venezuela. Seguido de este, la quinta parte corresponde al trabajo de campo, basado en una plantilla de codificación que pretende orientar y dar respuesta a las hipótesis presentadas en este Trabajo de Final de Grado. La sexta parte presenta las conclusiones de la investigación, y aquí será donde se confirman (o no) las hipótesis que se han planteado en la introducción. Por último, la parte séptima incorpora las fuentes empleadas en la Bibliografía y la Webgrafía.

## **2. Una aproximación al concepto de opinión pública**

La opinión pública es un “dato” que se da por descontado. Existe y con eso es suficiente. Es como si las opiniones de la opinión pública fueran, como las ideas de Platón, ideas innatas (...) Pero la noción de opinión pública denomina sobre todo a opiniones generalizadas del público, opiniones endógenas, las cuales son del público en el sentido de que el público es realmente el sujeto principal. (Sartori, 1997, p.73)

El concepto de opinión pública ha estado ligado a diferentes análisis e interpretaciones por parte de estudiosos en el ámbito del periodismo, la sociología o la política. Es por ello por lo que no existe un concepto válido para todos, sino que es un término polisémico enmarcado en las corrientes de estudio del tema. Tanto es así que al tratar de definir el concepto de opinión pública “se ha disuelto cada vez más hasta volverse inútil a efectos prácticos” (Noelle-Neumann 2003: 83). A pesar de lo confuso del término, es vital para poder realizar este trabajo de investigación de final de grado. Ya que se analiza el tratamiento informativo de la política venezolana en medios de comunicación españoles y cubanos, a través de la teoría de la agenda y el *framing* en la consolidación de la opinión pública.

A pesar de las dificultades para establecer una definición inequívoca entre todos los investigadores sobre la opinión pública, esta no está carente de significado. Su uso está presente en investigaciones científicas de diversa índole y su uso

continuado pone de manifiesto que no ha caído en desuso. Rubio (2009) refiere que hay que tener en cuenta los elementos que constituyen la forma de la opinión pública: por una parte, los sujetos que opinan; luego, el tema del que se opina; y, por último, en contexto en el que se da. Pero, además, hay que tener en cuenta una serie de elementos para hacer efectivo el análisis de la opinión pública. Tales como la confirmación de elementos que son catalogados como opinión pública, la influencia de la opinión pública en nuestra sociedad, el esfuerzo de desarrollar diferentes marcos teóricos y su carácter interdisciplinar que engloba estudios como la sociología, la filosofía, las ciencias de la comunicación...

### **2.1. Medios de comunicación y creación de opinión pública**

Desde su surgimiento, los medios de comunicación han actuado como condensadores de la opinión pública, no sólo difundiéndola sino también transformándola. Analizar y estudiar la influencia de los medios de comunicación de comunicación en la creación y conformación de opinión resulta de especial relevancia en conflictos políticos de gran magnitud, como es el ejemplo de Venezuela. La mayoría de los conocimientos que tenemos sobre la realidad exterior se hace necesariamente a través de la experiencia de los medios de comunicación de masas, ya que la mayoría de los temas no entran en nuestra experiencia directa y subjetiva.

Siguiendo a McCombs (2004), en prácticamente la mayoría de los temas de actualidad que interesan o que son considerados de relevancia, los ciudadanos y espectadores deben enfrentarse a unas informaciones que han sido previamente alteradas. Los directores y editores informativos dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción a través del despliegue informativo. De esta forma, los periódicos nos indican distintos elementos sobre la importancia de los temas de la agenda diaria gracias a la disposición y extensión de una noticia, su longitud, el sesgo en el titular, antetítulo y subtítulo... En resumen, los temas más importantes según los medios de comunicación -es decir, la agenda pública- van en paralelo a los temas que más preocupan a la ciudadanía.

A pesar de que existen muchos temas que buscan la centralidad en la agenda pública, sólo unos cuantos lo logran. Dentro de esta percepción de relevancia pública, los medios de comunicación de masas ejercen una importancia influencia sobre nosotros. Pero, no se trata de, generalmente, una influencia premeditada y deliberada por parte de los mass-media, sino que, es más bien una necesidad de los medios por destacar y seleccionar las noticias con mayor relevancia en ese momento. Por tanto, los medios de comunicación influyen en la opinión pública en la medida que establecen los temas más prioritarios para la ciudadanía, pero no nos indican cómo.

### **3. Principales teorías de los efectos de los medios de comunicación**

Atendiendo a la obra de Mauro Wolf *Los efectos sociales de los media* (1994) existen tres etapas que explican la influencia de los medios en la opinión pública: la primera etapa comprende hasta los años treinta y está caracterizada por una gran influencia por parte de los medios; la segunda etapa surge a principios de los años cuarenta y resta poder de influencia por parte de los medios; la tercera etapa, la actual, retoma la importancia de la influencia por parte de los media en las audiencias.

A continuación, se exponen las principales teorías que son imprescindibles para entender este proyecto de investigación. La teoría del encuadre o del *framing* es total para este Trabajo de Final de Grado ya que establece las bases que van a determinar el procedimiento y el marco empírico.

#### **3.1. Aproximación a la teoría de la Aguja Hipodérmica**

La teoría de la Aguja Hipodérmica surge en el contexto de la Primera Guerra Mundial dentro de la propaganda política. También conocida como la teoría de la Bala Mágica, pone de relieve el gran poder de influencia de los medios de comunicación en sus audiencias, ya que la propaganda política penetra “como una bala” en las audiencias.

En esta época diversos psicólogos se interesaron por técnicas de persuasión que aplicaron posteriormente a la propaganda política. Es así como su autor, Harold Lasswell desarrolló este concepto en su obra *Técnicas de propaganda en la Guerra Mundial (1927)* entendiéndolo que se trata de una influencia en las audiencias a través de la manipulación de una simbología común.

El modelo de la aguja Hipodérmica inicia una reflexión sobre los efectos de los medios de masas, que, aunque se basa en un conjunto de conocimientos no verificados, no deslegitima su papel en la fundación de futuras teorías como la de efectos limitados.

### **3.2. Aproximación a la teoría de los Efectos Limitados**

En los años cuarenta surge la teoría de los Efectos Limitados como respuesta a las imperfecciones empíricas del anterior modelo. En este caso, los efectos de los medios de comunicación no tienen una capacidad tan elevada de cambiar opiniones o comportamientos, sino que se encuentran englobados en una compleja red de interacciones sociales que limitan su poder de influencia sobre las audiencias.

Además, la teoría de los Efectos Limitados también se contrapone a la teoría de la Aguja Hipodérmica en lo que concierne a los efectos de los medios; la teoría de la Bala Mágica sólo se centra en el cambio de opiniones en el corto plazo - como, por ejemplo, las campañas electorales, mientras que, la teoría de los Efectos Limitados amplía las variables como también el estudio de los efectos a medio y largo plazo.

Así, autores como Paul Lazarsfeld entienden que los efectos de los medios de comunicación sobre el público están mayormente definidos por el contexto económico y social de cada individuo y que los medios actúan como refuerzo a las opiniones y creencias preexistentes.

### **3.3. Una aproximación a la teoría de la *agenda-setting***

Entre las décadas de los setenta y los ochenta se desarrollan estudios en el ámbito de la comunicación que implica directamente a las teorías sobre los efectos. De esta forma, la teoría de la fijación de la agenda surge por primera vez en 1972 de la mano de McCombs y Shaw en el artículo académico *The Agenda-Setting Function of Mass Media*” *Public Opinion Quarterly*. Se trata de una investigación sobre el poder de los medios y cómo los medios de comunicación de masas fijaban los temas a tratar durante la campaña electoral de Chapel Hill. De esta forma, McCombs y Shaw encontraron paralelismos entre los temas con más notoriedad en los medios de comunicación (tales como política fiscal, derechos civiles, política exterior...) y entre las preocupaciones de los votantes durante el periodo analizado.

Pero, no es hasta la publicación de “*The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press*” (1977) que se consolida la teoría. Originalmente, los primeros estudios del establecimiento de la agenda se emplearon en la *Comunicación Política*.

Los medios de comunicación de masas tienen la capacidad de establecer la agenda pública y de esta manera influenciar al público sobre aquellos temas que los mass-media entienden como importantes. Por tanto, los medios de comunicación de masas determinan en qué pensamos en la medida en que se destacan unos temas en detrimento de otros. Esta teoría se engloba en la *mass communication research* norteamericana de los años sesenta y se ha establecido como la teoría primordial para explicar el proceso de influencia de los medios de comunicación en la opinión pública. La traducción más fidedigna al castellano de *agenda-setting* es el “establecimiento de agenda” o “fijación de la agenda”. Se trata de un término acuñado por muchos comunicólogos norteamericanos que se ha extendido por toda la bibliografía internacional, estableciéndose como referencia común.

### **3.4. Una aproximación a la teoría del *framing***

El término *framing* viene del inglés y puede traducirse como “encuadre”, “marco; o “enfoque”; podríamos considerarlo como “teoría del encuadre”. El *framing* es un concepto fracturado, no hay un acuerdo sobre este, como tampoco cómo se hace presente en su aplicación en los mass-media. Atendiendo al autor que se estudie, la formulación y su justificación varía. El término surge en el contexto de la sociología interpretativa, aunque es Erving Goffman quien rescata el término del mundo de la psicología y lo complementa con elementos sociológicos que luego serán aplicados a estudios de comunicación.

La teoría del *framing* o encuadre tiene su origen en la sociología interpretativa, que es aquella que aglutina “variantes recientes de la sociología, que concentran su atención en los procesos intersubjetivos de definición de la situación” (Giner, Lamo de Espinosa & Torres, 1998, p. 747). Dentro de esta rama de la sociología y de la búsqueda de la definición de situación se encuadran tres escuelas relacionadas con el *framing*: la Escuela de Chicago, la fenomenología y de la etnometodología. La interacción de estas permitirá la consolidación del término dentro de las ciencias sociales.

Primero, la Escuela de Chicago dominó las ciencias sociales en Norteamérica durante el primer tercio del siglo XX. Esta corriente perderá fuerza, pero resurgirá como el Interaccionismo Simbólico de la mano de Herbert Blumer (como se citó en Sábada, 2007, p. 146) que entiende que “el hombre actúa conforme a lo que las cosas significan para él, y que este significado surge como consecuencia de una interacción”. En esta corriente se incide en que el aspecto central no es la realidad exterior en sí, sino cómo la interpretamos.

Por otro lado, la fenomenología vendrá representada por Alfred Schutz, siguiendo de cerca el Interaccionismo Simbólico. Su ensayo “*On múltiples realities*” identifica la vida cotidiana como elemento vertebrador de su estudio. Según Schutz (como se citó en Sábada, 2007) piensa que “todos los individuos aceptan su mundo como “natural”, de manera que la duda empuja ya hacia otra de las “realidades múltiples”, en las que se dan otras reglas y valores, como puede ser el mundo de la ciencia, por ejemplo”. Siguiendo esta vía, Peter Berger y Thomas Luckmann renuevan la sociología de su tiempo a través de su obra *La*

*construcción social de la realidad* (1966) en la que se sostiene que la realidad es producto de la suma de las definiciones conjuntas e individuales.

Por último, la etnometodología de Harold Garfinkel entiende que las cosas que damos por supuestas podrían ser distintas ya que se encuentran socialmente construidas. Esta teoría tiene como objeto de estudio todos los llamados procesos interactivos, en especial los que se relacionan con el habla y la conversación. Se centra en las circunstancias que dan sentido a los acontecimientos cotidianos.

En consecuencia, la teoría del encuadre o *framing* se constituirá como la herramienta para describir el proceso de significación e interpretación de la realidad. Será empleada por sociólogos para conocer los significados de la realidad.

No fue hasta 1955 cuando se acuñó el término de *frame*. Fue el antropólogo Gregory Bateson cuando aludía a proceso de recepción de los mensajes para establecer el marco o contexto de interpretación por el cual nos detenemos en unos aspectos concretos de la realidad, mientras que se omitimos otros.

A partir de Bateson, en 1986, Goffman publica *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. En esta obra, Goffman rescata el término de la psicología y lo traslada a la sociología: “las definiciones de una situación se construyen de acuerdo con principios organizativos que gobiernan los acontecimientos, al menos los sociales, y nuestra implicación en ellos. *Frame* es la palabra que uso para referirme a estos elementos” (Goffman, 1986, p. 10). De esta forma, para Goffman, un *frame* engloba tanto el contexto de la realidad como también el esquema mental que incorpora datos subjetivos basados en la percepción. Además, dentro de los *frames* existen dos niveles: el individual y el social. Una determinada realidad tiene significaciones según quien la observa, pero existe un significado común sobre esta.

Goffman también introduce otro concepto toral en las teorías de la comunicación, el “*keying*” o la modulación, en castellano. Se trata de un proceso de transcripción donde los marcos primarios -aquellos que constituyen la base de nuestro entendimiento- dan sentido a los hechos con nuestras interpretaciones.

De esta forma, un mismo hecho puede tener distintos tipos de sistemas explicativos. Cualquier realidad es comprendida gracias a que se articulan en *frames*.

### **3.5. *Frames* en los medios de comunicación**

Durante las décadas de los setenta y de los ochenta, los teóricos centraron el eje de sus análisis en los significados de la realidad elaborados por los medios de comunicación y su posterior repercusión en la concepción de la realidad por parte de las audiencias. De esta manera, el *framing* surge como respuesta al objetivismo informativo; representado por la máxima de Scott (1921) de principios del siglo pasado: “Los hechos son sagrados y las opiniones son libres”. Dicho objetivismo entiende que los criterios de las ciencias naturales son siempre compatibles con las sociales y humanas. Sin embargo, resulta complicado presentar las diferentes fuentes de una noticia sin incidir más en una que en otra o sin otorgar mayor relevancia a cualquiera de ellas. Atendiendo a la disposición de la noticia, el uso de la fotografía, el lenguaje utilizado, las declaraciones destacadas u otros elementos como el sesgo en los titulares, la información muta tanto entre diferentes medios que parece que no tratasen la misma realidad objetiva.

Siguiendo a Goffman, los mass-media actúan como intermediarios de la realidad y las audiencias, pero los medios de comunicación transforman estos acontecimientos en productos informativos que son filtrados con anterioridad. Los medios de comunicación no reflejan la realidad de forma pasiva, sino que incorporan sus propios marcos.

Sin embargo, otros autores como Gaye Tuchman revisan los principios propuestos por Goffman con anterioridad. En su obra *Making News* (1978) o en castellano *La producción de la noticia* -que se engloba dentro del constructivismo social- incorpora las ideas de la sociología interpretativa al trabajo de los periodistas; esta obra penetra en las redacciones y el proceso de elaboración de las noticias. Tuchman (1978) introduce su metáfora sobre la noticia como una ventana: “La noticia es una ventana al mundo (...). Pero la vista desde una ventana depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u

opaco, de si da a la calle o a un patio...” (p.1). Paralelamente, los marcos de la noticia condicionan y resignifican las realidades. Estos encuadres generan distintas formas de ver la realidad, que se contraponen a las posturas objetivistas, reconociendo la diversidad de puntos de vista y la consecuente creación de la realidad que se genera a través de la información.

Para Tuchman, los *frames* de los medios de comunicación están determinados por las actitudes profesionales de los periodistas y por la propia organización del medio en cuestión. Así, los *frames* serían marcos comunes de los periodistas en una redacción a través de los que se entiende la realidad sobre la que se informa y que, a su vez, son transmitidos por los periodistas a las audiencias. En cuanto a la organización del medio y las rutinas profesionales se convierten en elementos torales para la selección y encuadre de las noticias. En lo que respecta a la profesionalidad de los periodistas, también fundamental para la configuración de los *frames*, está influenciada por el uso de las fuentes, su variabilidad, el lenguaje, el estilo o la ideología.

#### **4. Contexto histórico de Venezuela**

##### **4.1. Una aproximación a la historia de Venezuela**

Para la elaboración de este capítulo sobre la historia de Venezuela me he basado en dos obras de bibliográficas sobre esta materia: *Venezuela: Una revolución sui géneris* (Harnecker, 2004) y *Desinformación: Cómo los medios ocultan el mundo* (Serrano, 2009). Estas obras establecen el punto de partida para conocer el fenómeno, además de la lectura de artículos científicos y periodísticos relacionados con la materia; estos contribuyen a completar la información.

Siguiendo a Serrano (2009), la República de Venezuela se estableció en 1830, pero nunca se estableció como una democracia en los siguientes años y no llegará hasta 1935 con la llamada “nueva democracia”. Los gobiernos constitucionales se sucedieron hasta el golpe de Estado de Marcos Pérez Jiménez en 1953. Cinco años más tarde, se estableció un acuerdo, conocido como el “Pacto de Punto Fijo” entre los tres partidos más importantes, excluyendo y persiguiendo a los partidos de izquierda como el Partido Comunista

de Venezuela (PCV). Hay que destacar que, desde principios del siglo pasado, la extracción y venta de petróleo y su posterior redistribución a los diferentes estratos sociales ha sido la principal fuente de recursos del Estado.

#### **4.2. Llegada y consolidación del chavismo**

Durante el segundo mandato de Carlos Andrés Pérez -con el pacto aún vigente- se producen dos acontecimientos de vital importancia para comprender el posterior desarrollo del país. En una grave situación de crisis económica e inestabilidad política se produce el “caracazo” en febrero de 1989. Un levantamiento violento popular que surgió como respuesta a las políticas de recortes y liberalización de Carlos Andrés Pérez y que tuvo como respuesta del gobierno utilizar al ejército para disolver las protestas. Hubo centenares de víctimas y durante días la ciudad estuvo sometida al caos y sin alimentos. El otro acontecimiento total es el levantamiento militar de febrero de 1992 cuyo objetivo era el derrocamiento de Andrés Pérez. Hugo Chávez fue uno de los militares que lideró estas acciones que resultó en fracaso en Caracas, no así en otros cuarteles. De esta forma, Chávez se entregó a las autoridades a cambio de un minuto televisivo; en este minuto, Hugo Chávez asumió la responsabilidad del “movimiento militar bolivariano” y pidió a sus compañeros la entrega de armas con el fin de evitar una masacre. Esto generó una imagen de simpatía del militar entre los venezolanos.

Carlos Andrés Pérez fue condenado en reiteradas ocasiones por su vinculación al robo de fondos públicos, pero nunca entró en prisión. Por otra parte, el comandante Hugo Chávez Frías fue indultado tras pasar dos años en prisión. Funda el Movimiento V República en coalición con partidos de izquierdas y así, posteriormente, es elegido presidente por mayoría de votos en las elecciones de diciembre de 1998. Se inicia así el camino hacia un nuevo texto constitucional. Para esto, se convocó en abril de 1999 un referéndum sobre la creación de “una Asamblea Nacional Constituyente”, que posteriormente redactó la nueva Constitución. De esta forma, se establecen y recogen derechos no presentes en el anterior marco legal y se cambió el nombre de República de Venezuela por la República Bolivariana de Venezuela (Serrano, 2009).

El 30 de julio de 2000 se produjeron elecciones generales -bajo el nuevo marco constitutivo- cuyo resultado fue la reelección de la coalición de partidos, Polo Patriótico, liderado por Hugo Chávez Frías.

En diciembre de 2001, cuando el gobierno manifiesta por primera vez públicamente su decisión de afectar intereses económicos (...) -habilitando por la Asamblea Nacional Constituyente- 49 leyes, entre ellas la Ley de tierra, la Ley de pesca, la Ley de Hidrocarburos, la Ley de cooperativas (...) [asusta a los sectores burgueses]. (...) El 11 de abril del 2002, un golpe militar exitoso destituye a Chávez y coloca como presidente a Pedro Carmona, el más alto ejecutivo de la asociación empresarial Fedecámaras. (Harnecker, 2004, p.38).

Tras las primeras horas de convulsión, los venezolanos partidarios de Hugo Chávez comenzaron a movilizarse para exigir su vuelta al poder. El 13 de abril Chávez fue restituido y delegó en los tribunales de justicia el proceso de los correspondientes delitos. (Serrano, 2009, p. 150-151).

Ese mismo año, la oposición buscó el derrocamiento a través del control de la empresa del Estado petrolera, PDVSA. El intento fracasó, pero meses más tarde se consiguió forzar un referéndum revocatorio hacia Chávez. Se celebró en agosto de 2004 y fue positivo hacia Hugo Chávez, permaneciendo en el cargo. Hugo Chávez salió reelegido en septiembre de 2006 con una mayoría más amplia. No fue hasta diciembre de 2007 que el chavismo empezaba a perder fuerza cuando fracasó su referéndum sobre reformas constitucionales. Dicho referéndum establecía la capacidad de reelección indefinidamente del presidente y establecía a Venezuela como Estado socialista.

La situación comienza a complicarse con notoriedad a partir del 2009, los precios de los hidrocarburos empiezan a desplomarse en el mercado internacional, hecho que conduce a que el Estado tuviese menor renta disponible para gasto social. Además, se desoyen las promesas electorales y el mandato popular. Poco tiempo después, la situación se estabilizó, pero no se impulsaron las reformas necesarias dado el cambio en el mercado internacional. Así, en 2012 el precio del petróleo volvió a caer arrastrando -otra vez- al Estado a una situación insostenible.

### **4.3. Muerte de Chávez: del gobierno chavista de Maduro a la proclamación de Guaidó**

A mediados de 2011, Chávez se encontraba de visita oficial en varios países latinoamericanos cuando se detuvo en La Habana para comunicar posteriormente a los medios de comunicación la existencia de “células cancerígenas”. En las elecciones presidenciales de la segunda mitad del 2012, Hugo Chávez Frías ganó las elecciones a la oposición, lideradas por una coalición, Mesa de la Unidad, cuyo candidato fue Henrique Capriles Radonski. A principios de 2013, Chávez no pudo presentarse a su investidura debido a su estado de salud y nombró a su vicepresidente, Nicolás Maduro como sucesor suyo en caso de que algo le sucediese durante sus operaciones. El 5 de marzo de 2013 se hace oficial la muerte de Chávez.

Atendiendo a la Carta Magna de la República Bolivariana de Venezuela, se convocaron elecciones generales poco después. Estas tuvieron lugar el 14 de abril del mismo año y el resultado fue una estrecha victoria en las presidenciales de Maduro frente a Capriles. Los próximos años del mandato de Maduro se caracterizaron por un mercado del petróleo inestable, un escaso carisma del líder del chavismo y una política estatal errática. Por ello, en las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre de 2015 el chavismo sufrió una severa derrota, a pesar de la fuerte diferencia en la distribución de recursos por parte del Estado para las campañas electorales del chavismo y de la oposición. De esta forma, el poder Ejecutivo permanece en manos del chavismo, mientras que el Legislativo pasaba ahora a la oposición.

En 2014 las protestas y marchas pacíficas se multiplican por el país y se denuncia la violación sistemática de derechos fundamentales por parte de grupos paramilitares afines al chavismo (conocidos como colectivos). Estas protestas fueron enmarcadas dentro de una estrategia por parte de la oposición venezolana, según las autoridades chavistas. Así, miembros de la oposición fueron condenados por incitación pública a la violencia, como fue el caso del líder opositor, Leopoldo López. La situación no desencalla y sólo se acumula indignación y resentimientos. Entre abril y junio de 2017, en un contexto de inestabilidad política y económica, se suceden las protestas y marchas contra el gobierno de Nicolás Mauro. En estas protestas se busca la celebración de

nuevas elecciones, pero, en cambio, Maduro respondió con la creación de una nueva Asamblea Nacional Constituyente, que diera lugar a un nuevo texto legal. Dicha cámara tiene supuestamente poderes plenos. Este proyecto contó con la oposición frontal de importantes sectores de la sociedad venezolana e internacional, tanto fue así que la oposición decidió no presentarse a estos comicios por considerarlos fraudulentos. El resultado de estas tampoco fue reconocido por la mayoría de los institutos y observatorios dedicados a la materia. A pesar de todo esto, el ejecutivo encabezado por Nicolás Maduro aprobó el proyecto, lo cual produjo más protestas y muertes en las calles.

El 23 de enero de 2019 se produce la proclamación de Juan Gerardo Antonio Guaidó Márquez -más conocido como Juan Guaidó- como “presidente encargado” de Venezuela. Esta proclamación se produjo en una concentración y unas marchas contra el régimen de Maduro. El nuevo presidente de la Asamblea Nacional, Juan Guaidó, opta por no reconocer los resultados electorales como tampoco el proceso constitutivo encabezado por Nicolás Maduro. De esta forma, Venezuela cuenta con dos cámaras paralelas: la Nacional, gobernada por los diputados de la oposición que fueron elegidos en las elecciones de 2015; y la Constituyente, dirigida por el chavismo tras los resultados de las elecciones -no reconocidas nacional ni internacionalmente- de 2017. Con la proclamación de Guaidó empieza una carrera por conseguir el reconocimiento internacional por parte de otros Estados de Guaidó como único presidente legítimo de Venezuela.

## **5. Muestra**

Con el objetivo de elaborar un correcto análisis de las unidades periodísticas de los días posteriores a la proclamación de Juan Guaidó como presidente, se ha establecido una muestra basada sólo en noticias de carácter informativo (obviando las noticias opinativas) de los medios con mayor representatividad en la República de Cuba y el Reino de España. El periodo de análisis incluye los ocho días posteriores a la proclamación de Juan Guaidó como presidente e incluye un total de 84 unidades periodísticas de Venezuela en los medios

españoles (52 *El País* y 32 *ABC*) y 14 en los medios cubanos (6 *Juventud Rebelde* y 8 *Granma*); sumando un total de 98 noticias temáticas.

### **5.1. Plantilla**

Establecida la muestra, debemos introducir la plantilla de análisis. En este caso, está basada en la empleada en *La imagen de Castilla y León en la prensa nacional de referencia* desarrollada por Berrocal, Campos-Domínguez y Martínez (2016). A pesar de que la plantilla se inspira en este modelo, se incluyen otras variables y se atiende también a las noticias en portada. De esta forma, hay unas variables comunes y, a su vez, una doble distinción entre aquellas unidades periodísticas en portada y en el interior de los diarios.

## I. DATOS GENERALES

- **Nombre del diario:**  
El País/ ABC/ Granma / Juventud Rebelde
- **Día de publicación:**  
24/01/2019 – 31/01/2019

## II. ASPECTOS FORMALES

### EN PORTADA

- **Tipo de información:**  
Noticia principal/ Noticia secundaria/ Sumario
- **Extensión:**  
Página entera/ Zona superior/ Zona inferior/ Izquierda/ Derecha

### EN EL INTERIOR DEL EJEMPLAR

- **Ubicación:**  
Pág. Par/ Pág. Impar
- **Extensión:**  
Página entera/ Zona superior/ Zona inferior/ Izquierda/ Derecha

## III. CONTENIDO

- **Tema informativo:**  
Movimiento social/ Partido político/ Juan Guaidó/ Nicolás Maduro/ Institución pública

### SESGO INFORMATIVO

- **Título, antetítulo y subtítulo:**  
Positivo Maduro/Positivo Guaidó/ Neutro/ Negativo Maduro/ Negativo Guaidó
- **Cuerpo de la información:**  
Positivo Maduro/Positivo Guaidó/ Neutro/ Negativo Maduro/ Negativo Guaidó
- **Pie de foto:**  
Positivo Maduro/Positivo Guaidó/ Neutro/ Negativo Maduro/ Negativo Guaidó
- **Fotografía/Infografía:**  
Positivo Maduro/Positivo Guaidó/ Neutro/ Negativo Maduro/ Negativo Guaidó
- **Protagonista informativo:**  
No hay/ Sí hay – Maduro/ Guaidó/ Inst. pública/ Mov. Social/ Partido Político
- **Autor:**  
Redacción/ Agenda/ Corresponsal-Enviado/ Sin firma/ Otros
- **¿Se considera en las informaciones que existe una conspiración de injerencia de EE.UU. en Venezuela?**  
Sí/ No/ No aplica
- **Tipo de fuentes se han empleado:**  
Medios de comunicación/ Gobierno de España/ Gobierno Venezuela/ Gobierno de EEUU/ Agencia de noticias/ Institución pública
- **Caracterización de Juan Guaidó:**  
Líder televisivo/ Líder transformador/ Líder ideológico/ Líder transaccional/ Líder político/ Carismático/ Dictador/ Golpista
- **Caracterización de Nicolás Maduro:**  
Líder televisivo/ Líder transformador/ Líder ideológico/ Líder transaccional/ Líder político/ Carismático/ Dictador/ Golpista

## Variables de estudio

Los campos se engloban en los datos generales, que incluye el medio y fecha; el contenido, con tema informativo, el sesgo, el protagonista informativo, el autor de las informaciones, la existencia de una injerencia por parte de los Estados Unidos de América, los tipos de fuentes, la caracterización de Guaidó y de Maduro; y los aspectos formales, que son diferentes dependiendo de si son noticias en portada: tipo de información, extensión, número de páginas que ocupa y, en el interior del periódico: ubicación, disposición, sección y el número de columnas que ocupa.

### I. Datos generales

- a. **Medio:** corresponde a los mass-media con mayor difusión en Cuba, *Granma* y *Juventud Rebelde*, y a los españoles más representativos de la derecha y la izquierda, *ABC* y *El País*.
- b. **Fecha:** fundamental para entender la evolución del tratamiento informativo según iban pasando los días tras la autoproclamación de Juan Guaidó.

### II. Contenido

- c. **Tema informativo:** conocer el tema tratado y su enfoque.
- d. **Sesgo:** elemento toral que nos permitirá conocer cuál ha sido el tratamiento informativo de las noticias atendiendo a los elementos estructurales y gráficos que componen estas.
  - i. **Sesgo inf. Titular, ant. y sub.:** hay que analizar la existencia de titulares tendenciosos o poco precisos.
  - ii. **Sesgo cuerpo inf.:** se trata de un análisis más exhaustivo que revela cómo están enfocadas las unidades periodísticas en su desarrollo.
  - iii. **Sesgo pie informativo:** es considerada como información verídica y por tanto susceptible de análisis por sus implicaciones comunicativas y en la formación de opinión pública.

- iv. **Sesgo fotografía/infografía:** el uso de la fotografía es de vital importancia para lograr la construcción de personalidades políticas. Tiene especial importancia.
- e. **¿Existe algún tipo de conspiración de EE. UU. en Venezuela?** EE. UU. como potencia hegemónica ha ejercido en la historia reciente mucho peso en los gobiernos de los países del centro y sur de América.
- f. **Tipos de fuentes:** permite conocer de quien es la autoría de una información; del propio medio de comunicación, de una agencia de noticias o de algún gobierno.
- g. **Caracterización Juan Guaidó:** es importante dado que tras la proclamación de Juan Guaidó, muchos países reconocieron el papel de este. De esta forma, se establece un choque de legitimidades con el chavismo.
- h. **Caracterización de Nicolás Maduro:** es relevante ya que dependiendo del medio analizado se otorga un papel político de reconocimiento a Nicolás Maduro, mientras que en otros a Juan Guaidó.

### III. Aspectos formales

- i. **Noticias en portada o interior del periódico:** la disposición de las informaciones sobre Venezuela indica la importancia que le otorga el medio a estas.
- j. **Noticias en portada**
  - i. **Tipo de información:** nos indica la naturaleza de la información; si se trata de una noticia principal, secundaria, sumario...
  - ii. **Extensión:** espacio que ocupan las informaciones sobre la crisis política en Venezuela. Atendiendo al volumen de esta se extrapola la importancia de la unidad de análisis periodística.
- k. **Noticias en el interior del periódico**
  - i. **Ubicación:** nos indica si la unidad de análisis periodístico está situada en una página par o impar.
  - ii. **Disposición:** define la extensión de la noticia sobre Venezuela entre página entra, zona superior, inferior...

## 5.2. Exposición general de resultados

### 5.3. Análisis de total de unidades periodísticas

En el periodo analizado (entre el 24 y 31 de enero) se observa que la mayoría de las noticias de carácter informativo son pertenecientes a los medios españoles. De un total de noventa y siete noticias sobre el conflicto político en Venezuela, ochenta y tres pertenecen a medios españoles -de los cuales treinta y tres son del *ABC* y cincuenta de *El País*- y catorce pertenecen a medios cubanos -ocho de *Granma* y 6 de *Juventud Rebelde*-. Así, el 85,57% del total de las noticias son de medios españoles, frente al 14,43% de los cubanos.

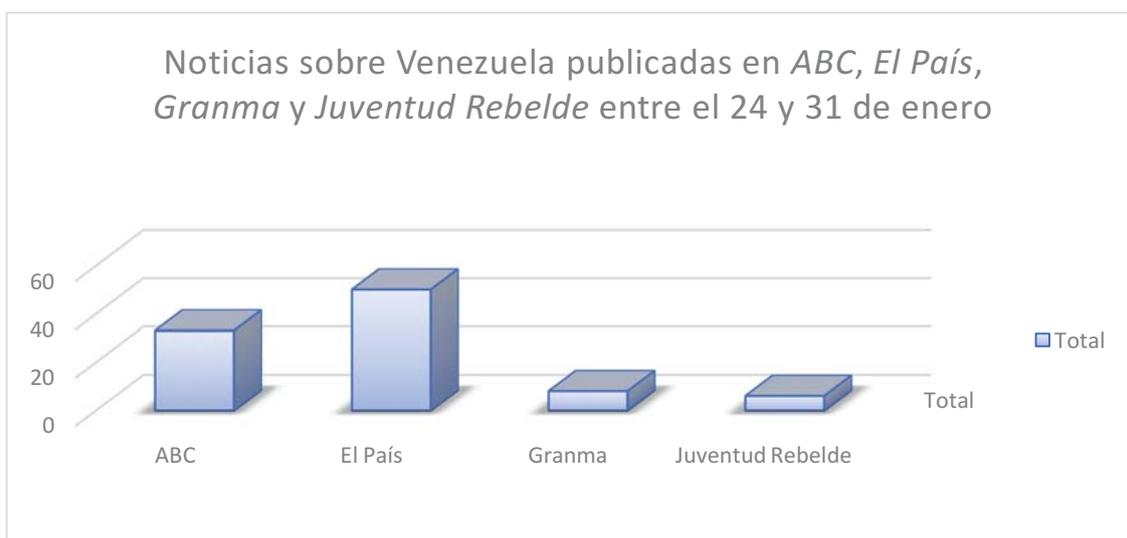


Gráfico 1. Fuente: Elaboración propia

### 5.4. Análisis de los aspectos formales

En cuanto a los aspectos formales, lo primero a analizar es la disposición de las noticias. Observamos que, en los medios cubanos las noticias sobre la crisis venezolana se encuentran en el interior de los periódicos (64%), mientras que sólo una parte se encuentra en portada (36%).

### Noticias en portada o interior publicadas por *Granma* y *Juventud Rebelde*



Gráfico 2. Fuente: Elaboración propia

### Noticias en portada o interior publicadas por *ABC* y *El País*



Gráfico 3. Fuente: Elaboración propia

En el caso de los medios españoles esta disposición de noticias en el interior de los periódicos se acrecienta hasta alcanzar un 84% del total de las noticias informativas sobre la crisis política en Venezuela. Sólo un 16% de las informaciones sobre la crisis política de Venezuela están en portada.

#### 5.4.1. Noticias que se encuentran en portada

En lo que respecta al tipo de información que se encuentra en portada - englobado en los aspectos formales- distinguimos entre noticia principal, secundaria y sumario.

En el caso de los medios de comunicación cubanos, observamos que se opta por un modelo de sumario como primer tipo de noticia (60%), mientras que las noticias secundarias (20%) se encuentran en segundo y último lugar junto con las noticias principales (20%). Desgranando los resultados, *Granma* también opta por incorporar el sumario, aunque en un papel secundario (40%), mientras que la noticia principal alcanza la mitad de los casos (50%), sin olvidar además la noticia secundaria (10%). Por su parte, *Juventud Rebelde* se centra en el modelo de sumario (80%) en casi la totalidad de los casos y otorga importancia a las noticias secundarias (80%).

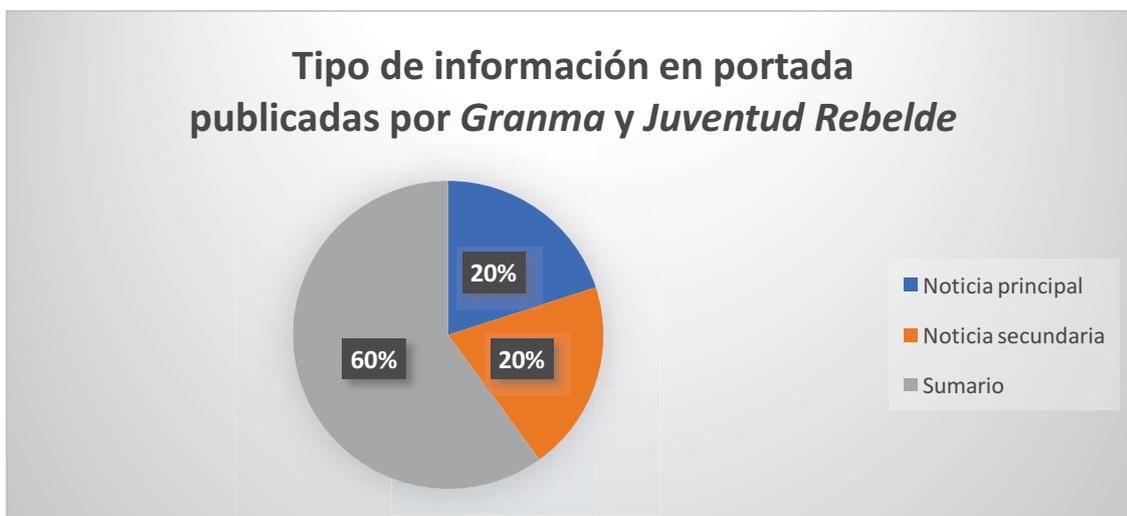


Gráfico 4. Fuente: Elaboración propia

En el caso de los medios de comunicación en España, la noticia principal en portada es el tipo de información más abundante (68%), seguido de la noticia secundaria (23%) y, por último, también encontramos casos de sumarios (9%). Ampliando los resultados, *ABC* suele usar la noticia principal como tipo de información preeminente (68%), seguido de la noticia secundaria (17%) y el

sumario (16%). Paralelamente, *El País* emplea sólo dos modelos: el de noticia principal (71%) y la secundaria (29%).

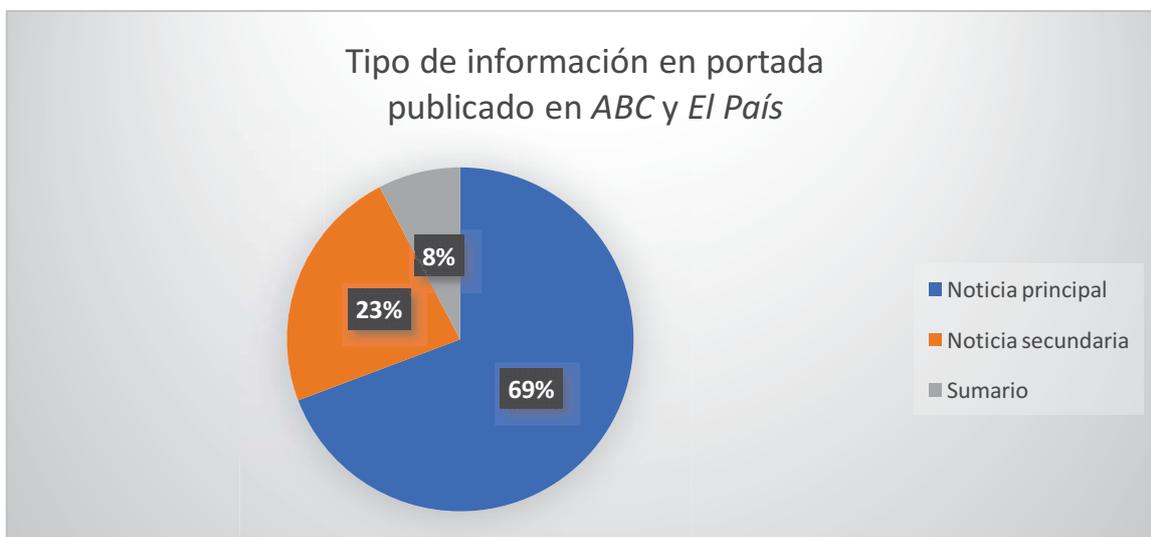


Gráfico 5. Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la extensión -también englobado en los aspectos formales- de las noticias en portada según los medios cubanos es claro: primero, destaca una disposición o ubicación mayoritaria en la zona inferior (60%); seguido de la zona derecha (20%) y la zona superior (20%) al mismo nivel. En el caso específico de *Granma*, la distribución es equitativa entre la zona superior (50%) y la inferior (50%). Por otra parte, *Juventud Rebelde* opta por colocar la mayoría de las unidades de análisis periodístico en la zona inferior (67%) y en la zona derecha (33%).

Disposición o extensión de las noticias en portada publicado por *Granma* y *Juventud Rebelde*

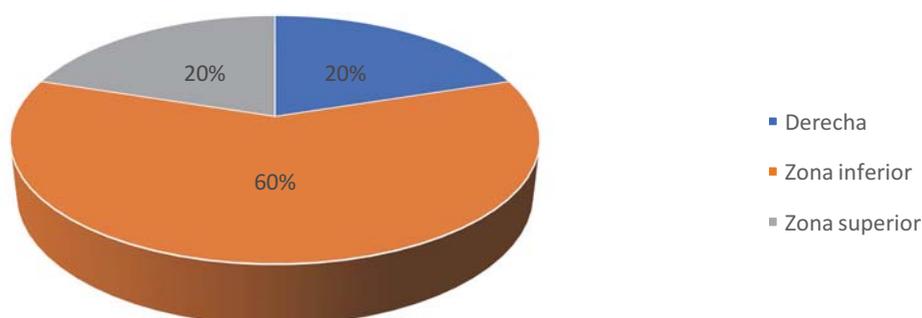


Gráfico 6. Fuente: Elaboración propia

Extensión o disposición de las noticias en portada publicadas en *ABC* y *El País*

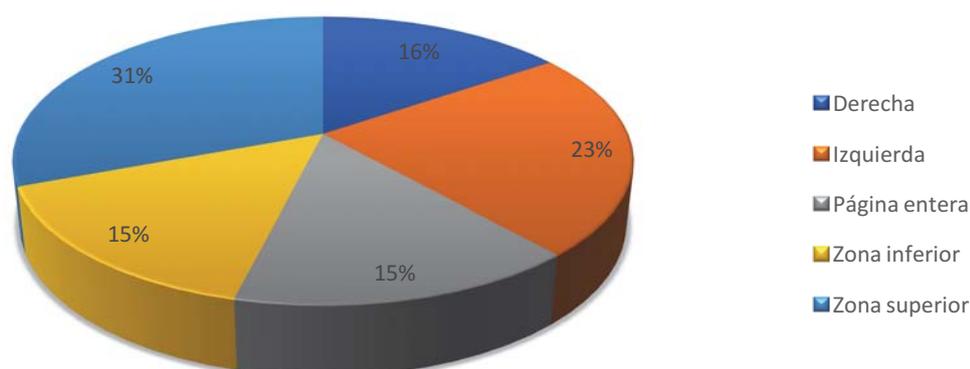


Gráfico 7. Fuente: Elaboración propia

Observamos que los datos en conjunto de los medios españoles responden a la siguiente lógica: en primer lugar, la disposición de noticias en la zona superior (31%), seguido de una disposición en la zona izquierda (23%); después, la zona derecha (16%); y, por último, la página entera (15%) y la zona inferior (15%). En el caso de *ABC*, se opta por la página entera como modelo mayoritario (34%), seguido muy de cerca por la zona superior (33%) y la zona inferior (33%). En el caso de *El País*, la zona izquierda se impone (43%) frente a la zona superior (29%) y la zona derecha (28%).

#### 5.4.2. Noticias que se encuentran en el interior del periódico

Dentro de los aspectos formales de las noticias que no se encuentran en portada sino en el interior del ejemplar, encontramos la ubicación que puede ser en página par o impar. En el caso de los media en Cuba, la ubicación más frecuente es la página par (78%), mientras que la impar obtiene un papel menor (22%). Ampliando los datos vemos que esta tendencia se acrecienta en *Granma* en las páginas pares (83%) y las impares también se reducen (17%). Por otra parte, *Juventud Rebelde* tiene unos resultados más moderados, las páginas pares (67%) superan a las impares (33%).

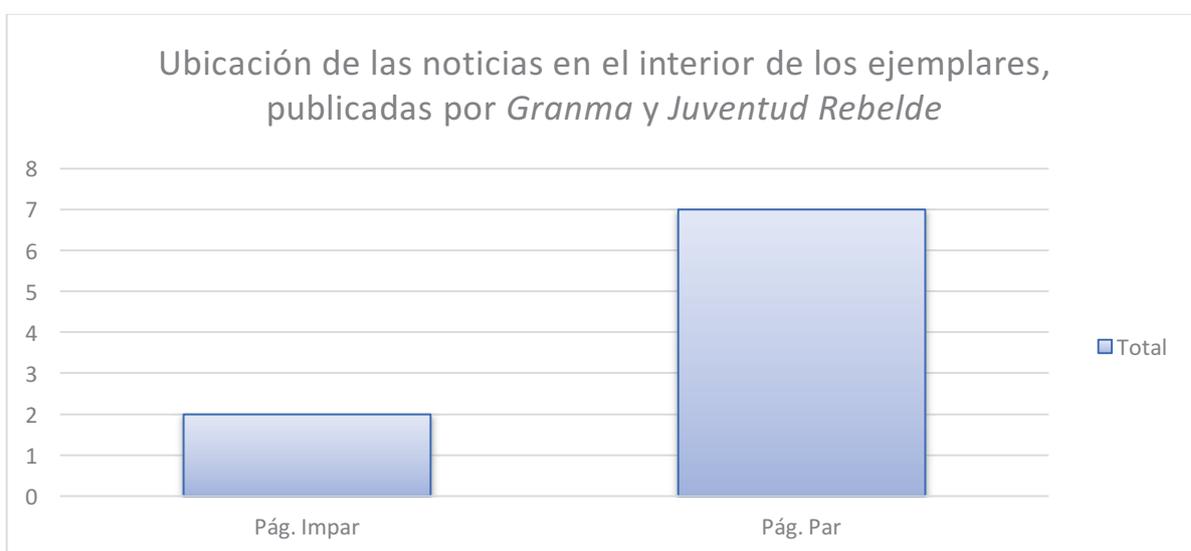


Gráfico 8. Fuente: Elaboración propia

En los medios de comunicación en España, la ubicación más frecuente es en las páginas pares (71%), seguido de las impares (29%). En el caso específico de *ABC*, la cifra aumenta en las pares (78%) en detrimento de las impares. (22%). *El País*, en cambio, reduce este porcentaje ligeramente en las pares (67%) y aumenta en las páginas impares (33%).



Gráfico 9. Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, tenemos que valora la disposición de las noticias en el interior del ejemplar (en la zona superior, derecha, inferior...) que se engloban en el bloque de los aspectos formales. Los medios de comunicación cubanos analizados optan mayoritariamente por la disposición de página entera (78%), frente a una disposición de zona superior (11%) y de zona inferior (11%). Ampliando estos datos, *Granma* emplea principalmente la página entera (67%) frente a la disposición en la zona superior (17%) y en la zona inferior (16%). Paralelamente, en *Juventud Rebelde* la disposición en página entera se impone (91%) sobre la zona inferior (9%).

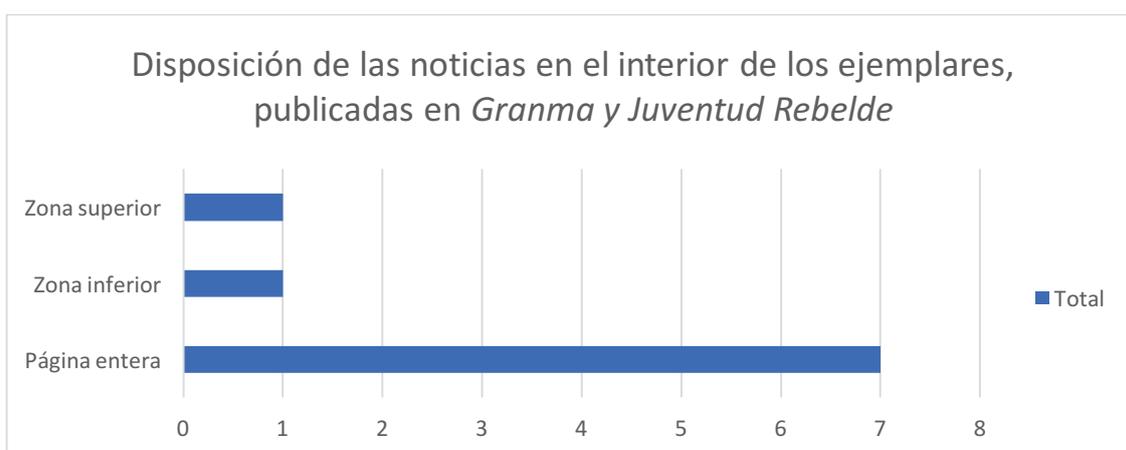


Gráfico 10. Fuente: Elaboración propia

En el caso de los medios de comunicación de España, en conjunto, la zona superior se impone (36%), seguido de cerca por la página entera (31%) y por la zona inferior (29%), además de la zona derecha (4%). Por su parte, *ABC* encabeza la disposición con un empate entre la página entera (33%) y la zona inferior (33%), seguido de la zona superior (26%) y en algunos casos minoritarios la zona derecha (4%). Por último, *El País* usa con más frecuencia la zona superior (42%), seguido de la página entera (30%), seguido de cerca por la zona inferior (26%) y también en menor medida por la zona derecha (2%).

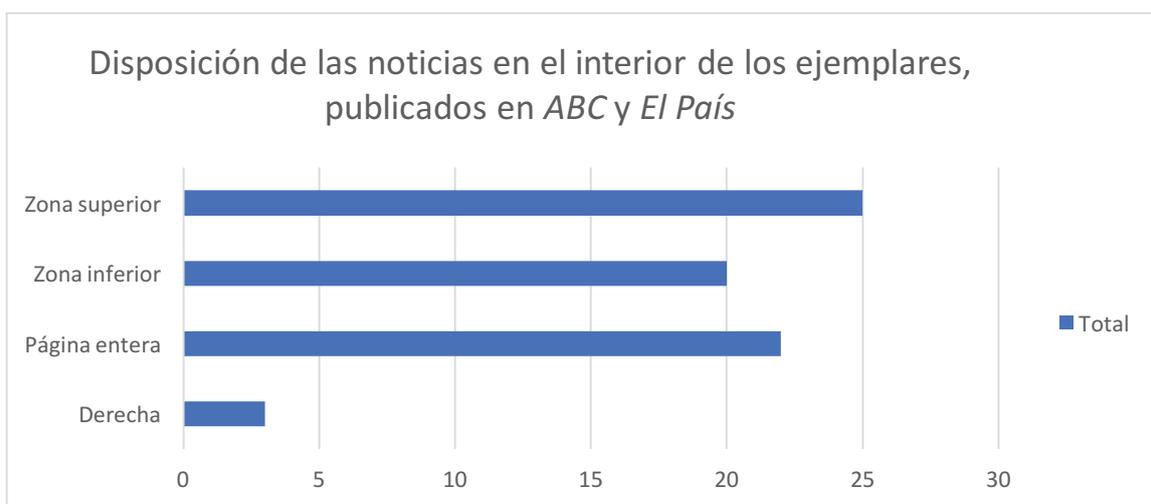


Gráfico 11. Fuente: Elaboración propia

### 5.5. Protagonista informativo

Por último, dentro del contenido encontramos el protagonista informativo. Los medios de comunicación españoles, en conjunto, optan por las instituciones públicas venezolanas (35%) como protagonista informativo, seguido de Juan Guaidó (26,5%), los movimientos sociales (16,68%) y, en último lugar, Nicolás Maduro (12%).

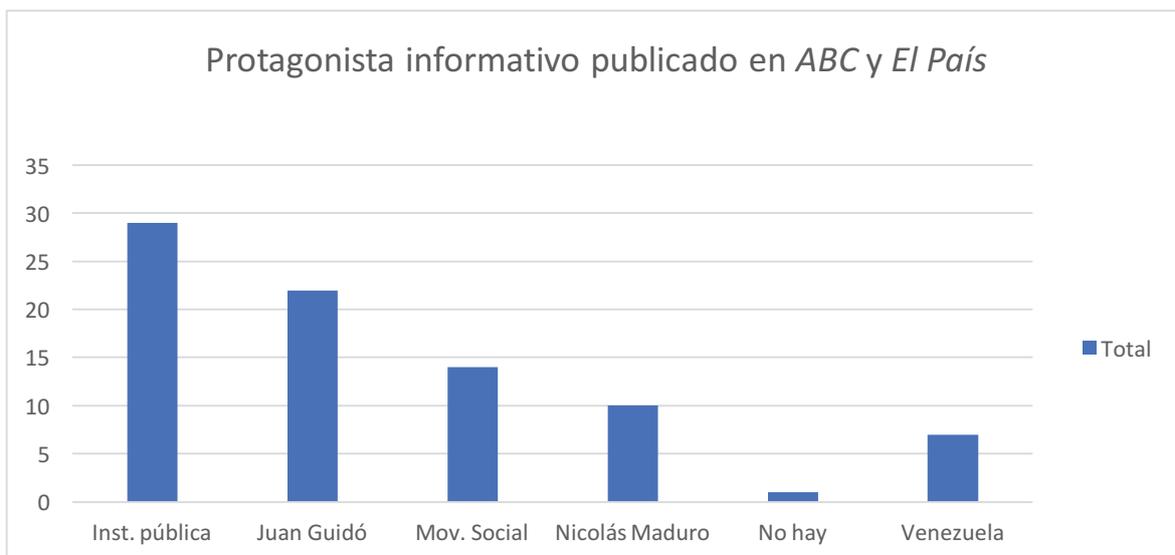


Gráfico 20. Fuente: Elaboración propia

Desglosando los resultados, *ABC* opta por situar a Juan Guaidó (33,33%) como principal protagonista informativo. Luego de instituciones públicas (30,3%), Nicolás Maduro (18,2%), Venezuela (12,12%) y movimientos sociales (6%). El caso de *El País*, el principal protagonista informativo son las instituciones públicas (38%); en segundo lugar, de cerca, los movimientos sociales (36,4%); tercero, Juan Guaidó (22%); y, en último lugar, Nicolás Maduro (12%).

En cuanto al protagonismo en los medios de comunicación en Cuba, destaca Venezuela como principal protagonista (64,28%), seguido de Nicolás Maduro (21,43%) y, compartiendo último lugar, los movimientos sociales (7,14%) y las instituciones públicas (7,14%).

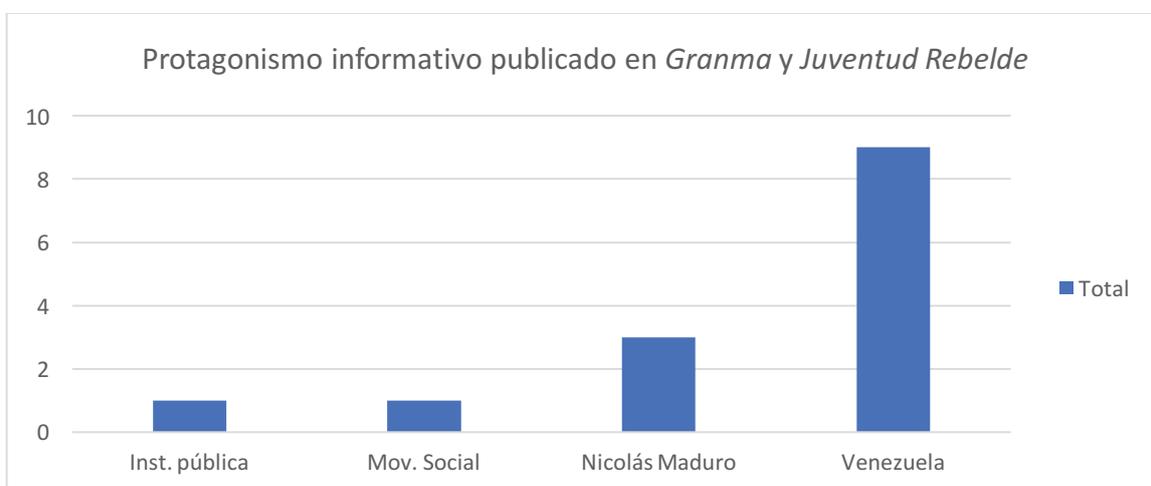


Gráfico 21. Fuente: Elaboración propia

Analizando caso a caso, *Granma* emplea como principal protagonista informativo a Venezuela (75%), seguido de las instituciones públicas (12,5%) y Nicolás Maduro (12,5%). Juventud Rebelde emplea en la mitad de los casos a Venezuela como protagonista de las informaciones (50%), después de Nicolás Maduro (33%) y, en último sitio, los movimientos sociales (17%).

## 5.6. Análisis del sesgo

Por otra parte, debemos analizar el sesgo, que se engloba dentro del contenido -junto con el tema informativo. El sesgo informativo se subdivide en el sesgo según el titular, subtítulo y subtítulo; sesgo del cuerpo de las informaciones; el sesgo en las fotografías o infografías; y el sesgo en el pie informativo de las fotografías.

### 5.6.1. Análisis del sesgo en el texto

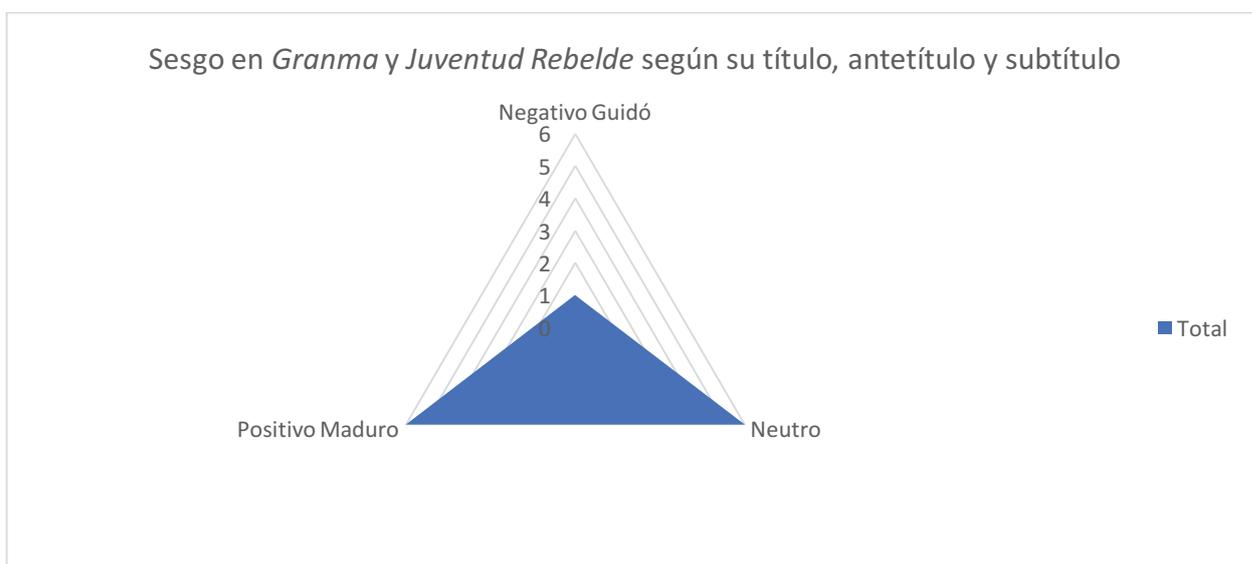


Gráfico 12. Fuente: Elaboración propia

La tendencia en el sesgo de los medios cubanos en lo relativo al titular, antetítulo y subtítulo es positiva hacia Nicolás Maduro en casi la mitad de los casos (46,15%) y, también, tiende a postulados neutros (46,15%). El resto de los casos, el sesgo es negativo hacia Juan Guaidó (7,7%).

Los medios españoles, en cambio, siguen una tendencia distinta. El sesgo en lo relacionado al titular, antetítulo y subtítulo es en conjunto neutro (49,4%), seguido de un sesgo negativo hacia Maduro (30,1%) y positivo hacia Guaidó (19,28%).

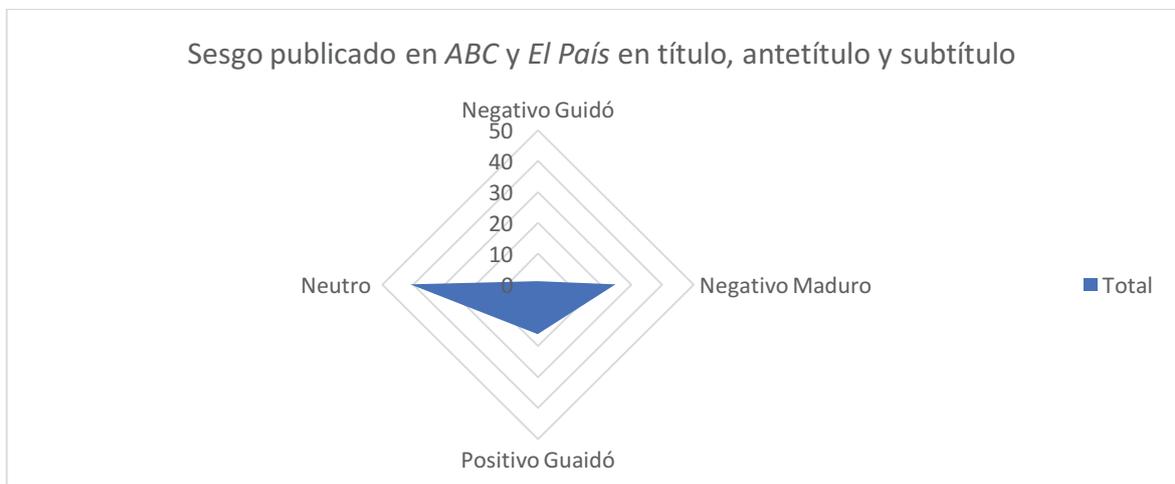


Gráfico 13. Fuente: Elaboración propia

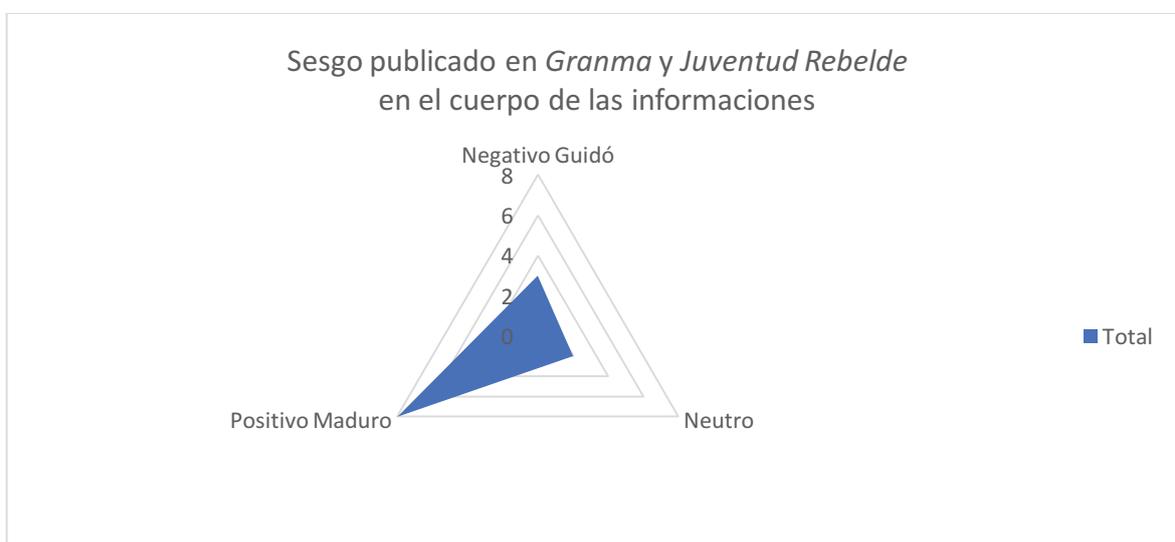


Gráfico 14. Fuente: Elaboración propia

Granma y Juventud Rebelde acrecientan el sesgo positivo hacia Nicolás Maduro en el cuerpo de las informaciones (61,54%), como también crece el sesgo negativo hacia Guaidó (23,1%) y disminuyen el neutro (15,38%).

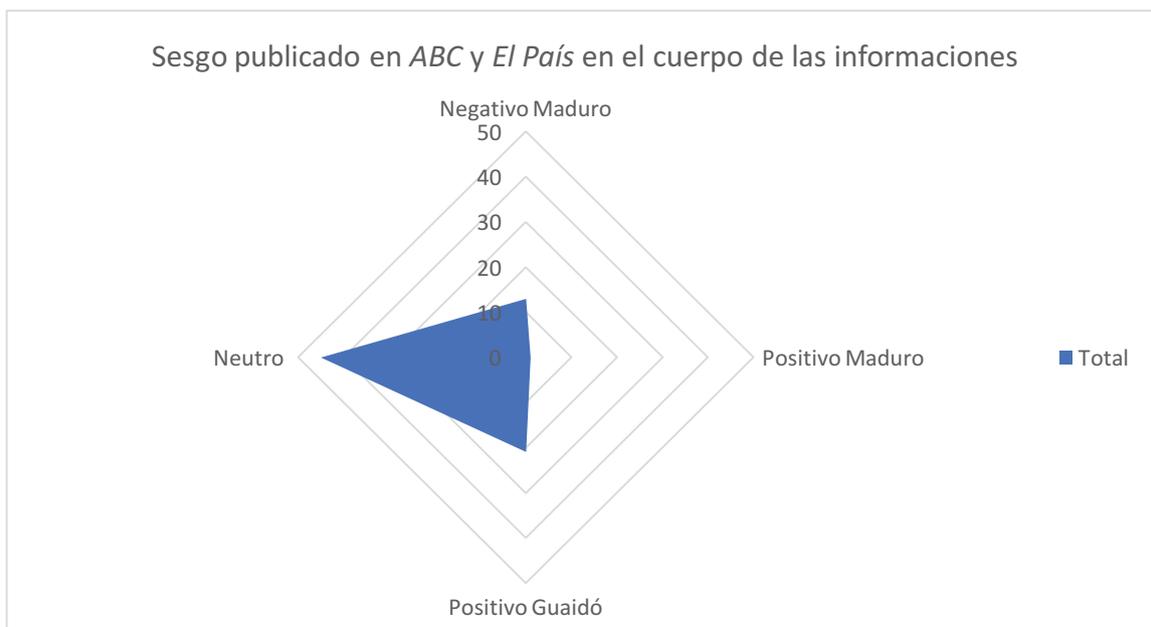
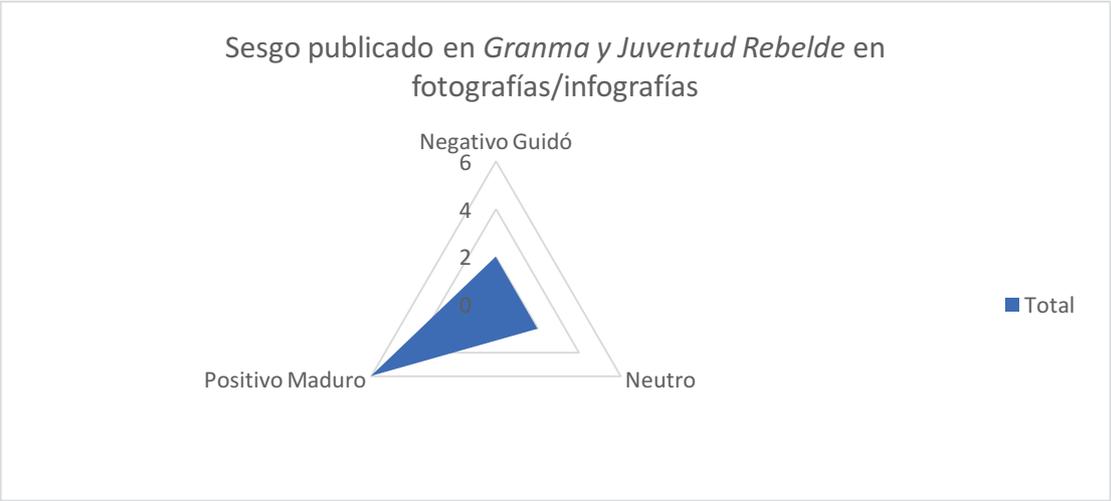


Gráfico 15. Fuente: Elaboración propia

Los medios de comunicación españoles tienen en su mayoría un sesgo en el cuerpo de las informaciones neutro (56,25%), seguido de un sesgo positivo hacia Juan Guaidó (26,25%) y un sesgo negativo hacia Nicolás Maduro (16,25%).

### 5.6.2. Análisis del sesgo en las fotografías/infografías

En lo referente al sesgo de la fotografía en los medios cubanos, la tendencia es positiva hacia la figura de Nicolás Maduro en la mayoría de los casos (60%). En otros casos, la fotografía empleada no tiene sesgo (20%) y el resto son de sesgo negativo hacia Juan Guaidó (20%).



*Gráfico 16. Fuente: Elaboración propia*

Fotografía publicada en portada en *Granma* el 24 de enero de 2019, en la que se observa a Nicolás Maduro acompañado de sus seguidores en un tono triunfalista.



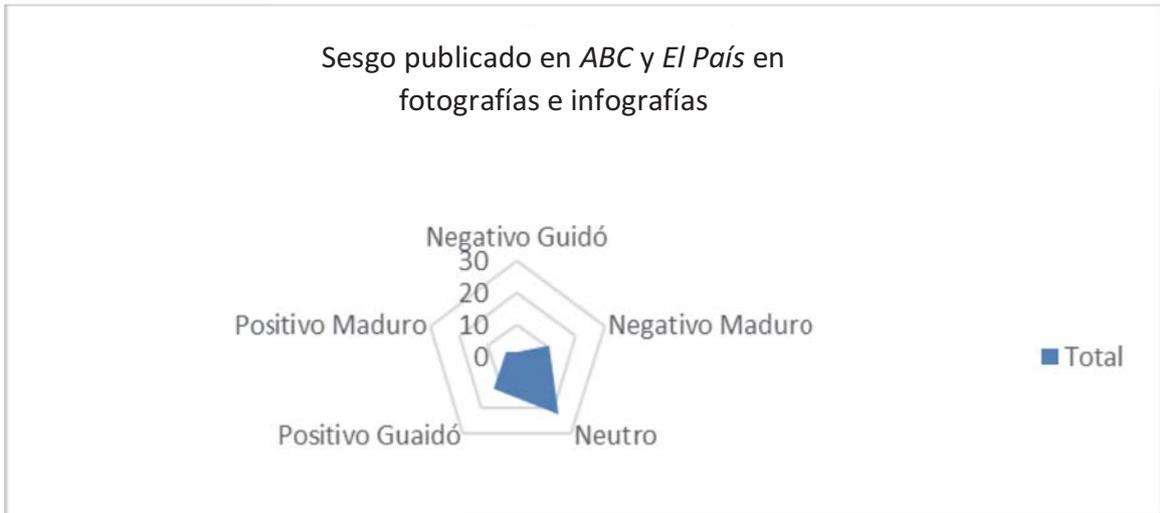


Gráfico 17. Fuente: Elaboración propia

El sesgo de la fotografía en *ABC* y *El País* es primero neutro (44,23%). Las fotografías e infografías tienen un modelo que ensalza el papel de Guaidó (25%) y señala los defectos de Nicolás Maduro (21,15%).

Fotografía publicada en portada en *ABC* el 24 de enero de 2019, en la que se observa a Juan Guaidó con la mano en el corazón junto a banderas de Venezuela.



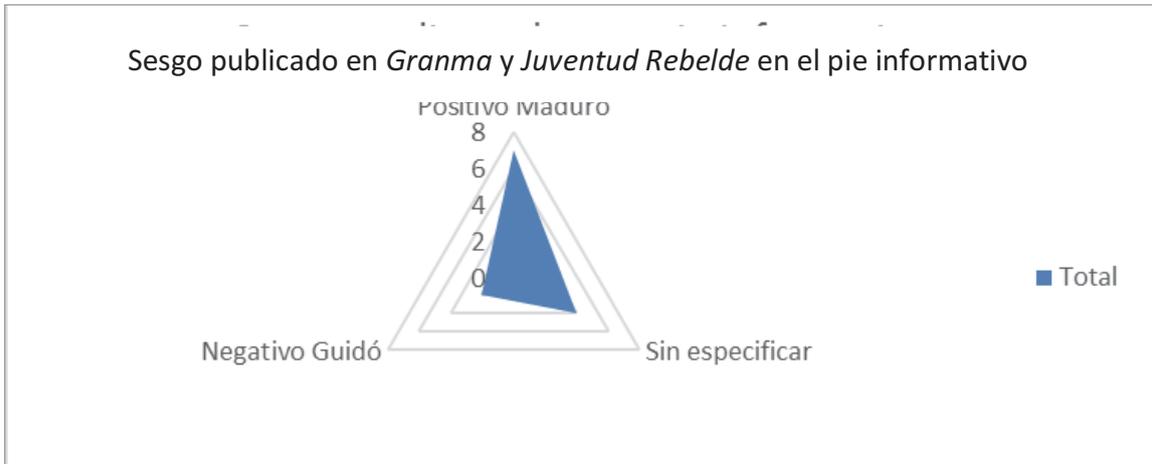


Gráfico 18. Fuente: elaboración propia

El sesgo de los pies de fotografía en los mass-media de Cuba es positivo hacia Nicolás Maduro si observamos el conjunto total de resultados (53, 85%). Por otra parte, el sesgo neutral también adquiere una posición secundaria, aunque de relevancia (30,77%). Y, por último, el uso de sesgo en los pies informativos negativo hacia Juan Guaidó también tiene algo de notoriedad (15,38%).

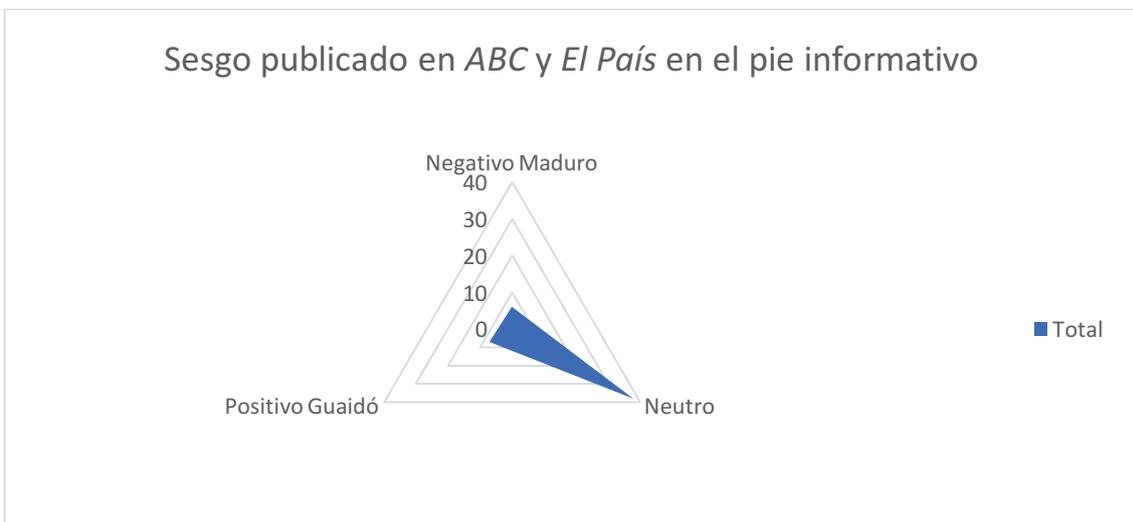


Gráfico 19. Fuente: Elaboración propia

El sesgo en los pies informativos de los medios de comunicación de masas españoles es casi siempre neutro (74,51%). Por otra parte, también se destaca

de forma positiva el papel de Juan Guaidó (13,52%) y se vuelve a señalar peyorativamente a Nicolás Maduro (11,76%).

## 5.7. Análisis de roles políticos

Con la (auto)proclamación de Juan Guaidó y su posterior reconocimiento por parte de EE. UU., el Grupo de Lima y otros países, se produce una situación de doble legitimidad entre Nicolás Maduro y Juan Guaidó.

### 5.7.1. Caracterización política según *Granma* y *Juventud Rebelde*

La mayoría de las informaciones en los medios de comunicación en Cuba, once de un total de catorce (78,57%), sitúan a Maduro como líder político, frente a tres casos en los que no se especifica un rol concreto (21%). De este entendimiento de Nicolás Maduro como líder legítimo, analizando los resultados, *Granma* corresponde a una mayoría de los casos (62,5%) y *Juventud Rebelde* la totalidad de los casos (100%).

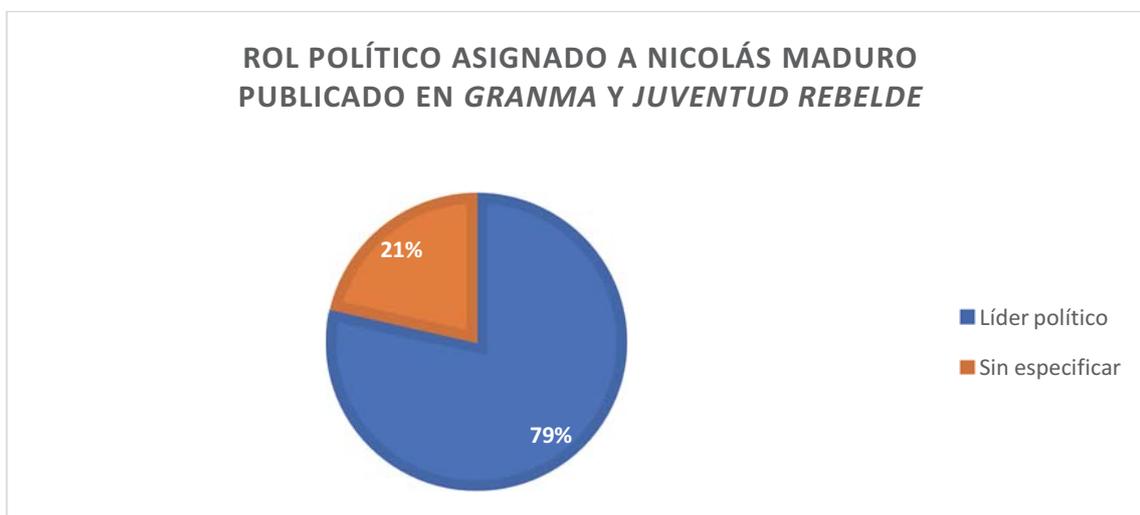


Gráfico 22. Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, en el caso de Juan Guaidó los planteamientos son distintos. En la mitad de los casos, Guaidó es llamado “autoproclamado”. Seguido de “golpista militar” (20%) y “títere” (20%). También es reconocido como líder político (10%).

Pormenorizando los resultados, el diario *Granma* entiende que Juan Guaidó es “autoproclamado” (60%), luego de “golpista” (20%) y “líder político” (20%). Mientras que *Juventud Rebelde* incide en el concepto de “títere” (40%), además de “autoproclamado” (40%). Por último, también se menciona como “golpista” (20%).

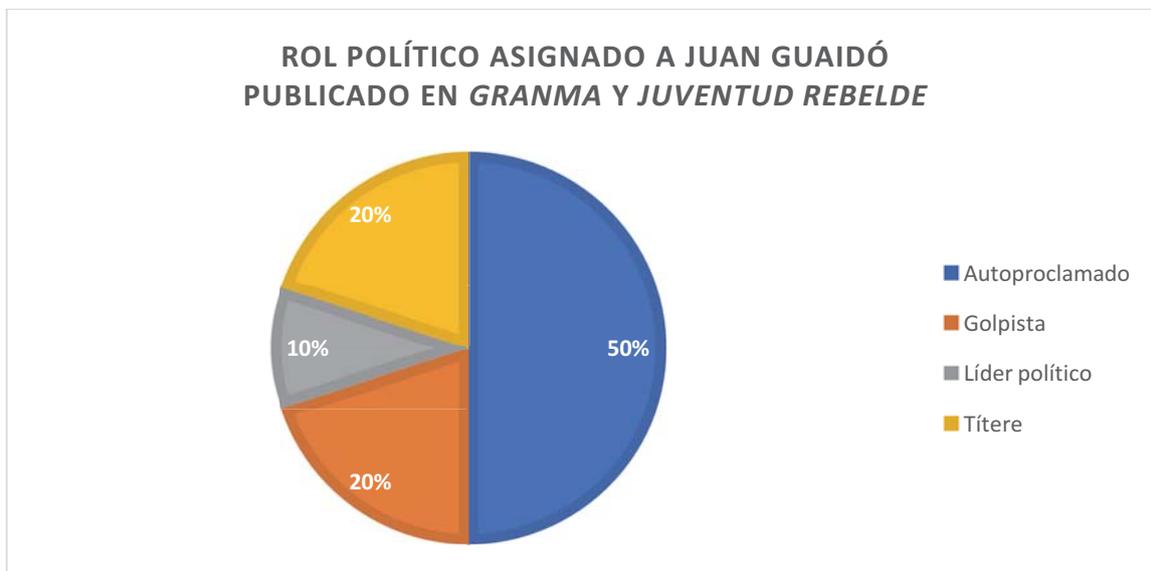


Gráfico 23. Fuente: Elaboración propia

### 5.7.2. Caracterización política según *ABC* y *El País*

En los medios de comunicación españoles, la figura de Nicolás Maduro no recibe especificaciones sobre cuál es su papel político concreto (77%). *ABC* (61%) y *El País* (88%) optan de esta forma en la mayoría de los casos, por no denotar al líder del chavismo, aunque a distintas intensidades. En otros casos, se considera al líder como “dictador” (10%) e “ilegítimo” (10%). Y en menor medida también se reconoce su papel como líder político (3%).

Pormenorizando los resultados, *El País* usa “ilegítimo” como segunda apelación a Nicolás Maduro (8%) y, por último, “líder político” (4%). *ABC*, en cambio, usa “dictador” como segunda asignación de roles políticos a Nicolás Maduro y también como “ilegítimo” (12%).

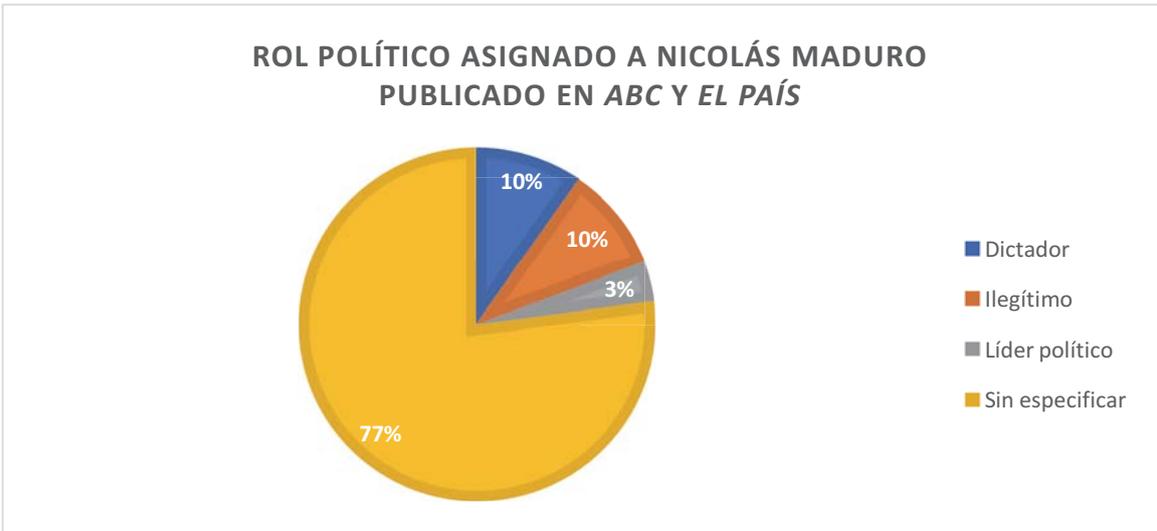


Gráfico 24. Fuente: Elaboración propia

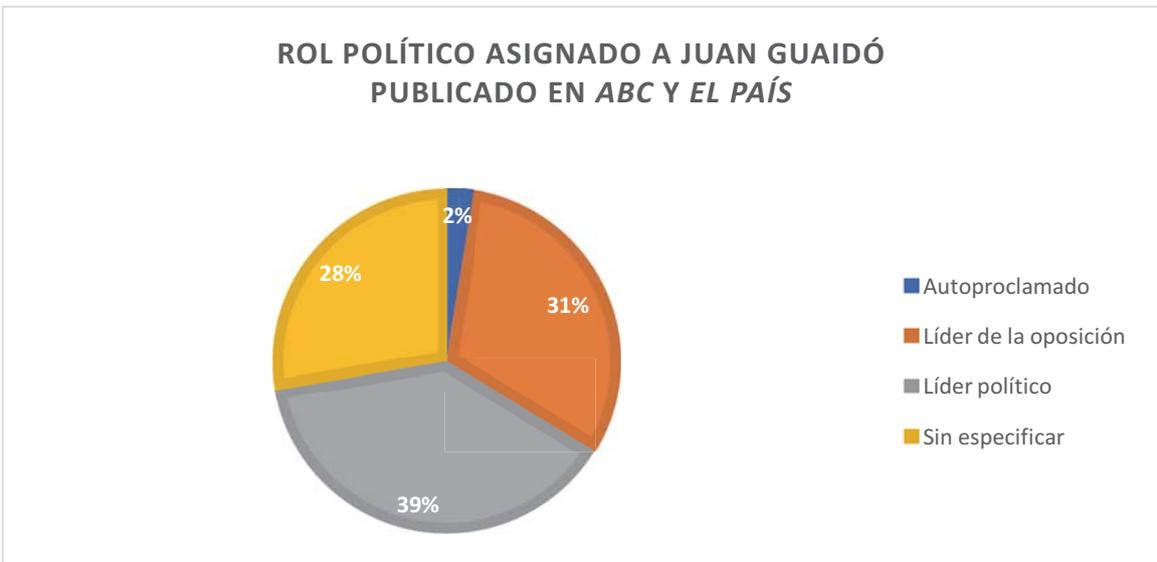


Gráfico 25. Fuente: Elaboración propia

El caso de Juan Guaidó en los medios de comunicación españoles se plasma una imagen de él como líder político (39%). Seguida de esta, se entiende que tiene un papel como líder de la oposición (31%). Por último, hay también un considerable número de casos en los que no se especifica su papel político (28%).

Existen importantes divergencias en cuanto al papel de Juan Guaidó en los medios españoles. *ABC* considera en la mayoría de las informaciones que Juan Guaidó es un líder político legítimo (82%), seguido de un rol sin especificar (12%)

y “líder de la oposición” (3%) y “líder autoproclamado” (3%). Frente a *El País* que en la mitad de las unidades periodísticas consideró que el rol de Guaidó es ser líder de la oposición (50%), como una importante no asignación de roles específicos (38%), seguido de “líder político” (10%) y, por último, “autoproclamado” (3%).

### 5.8. Análisis de una posible conspiración o injerencia de los EE.UU. en la proclamación de Guaidó

#### Conspiración de EE. UU. según *Granma* y *Juventud Rebelde*

En los mass-media en Cuba existe una clara referencia hacia una conspiración estadounidense para controlar Venezuela y sus recursos. Esto se refleja tanto en los titulares de las informaciones como en el cuerpo de estas. Siendo de esta forma, alcanza el 84,62% del total general de las noticias analizadas. Las informaciones sobre injerencias alcanzan la totalidad (100%) en *Juventud Rebelde*, mientras que en *Granma* se sitúa por detrás (71,42%).

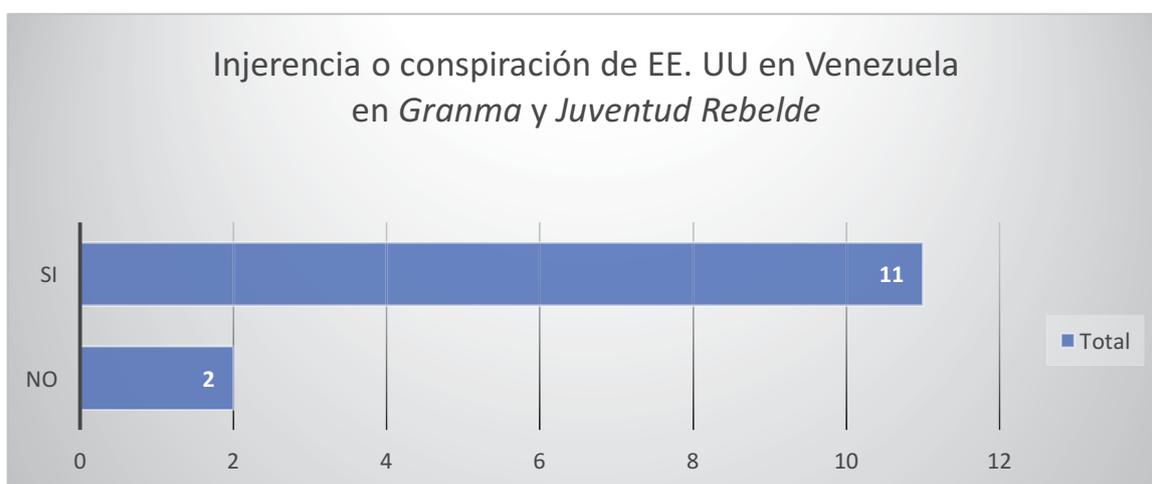


Gráfico 26. Fuente: Elaboración propia

## Conspiración de EE. UU. según ABC y El País

Como podemos observar, los medios de comunicación en España en la inmensa mayoría de los casos no se hace referencia alguna a una conspiración (92,77%), salvando algunas excepciones (7,23%). Tanto ABC (6,06%) como El País (8%) apenas mencionan dicha cuestión.

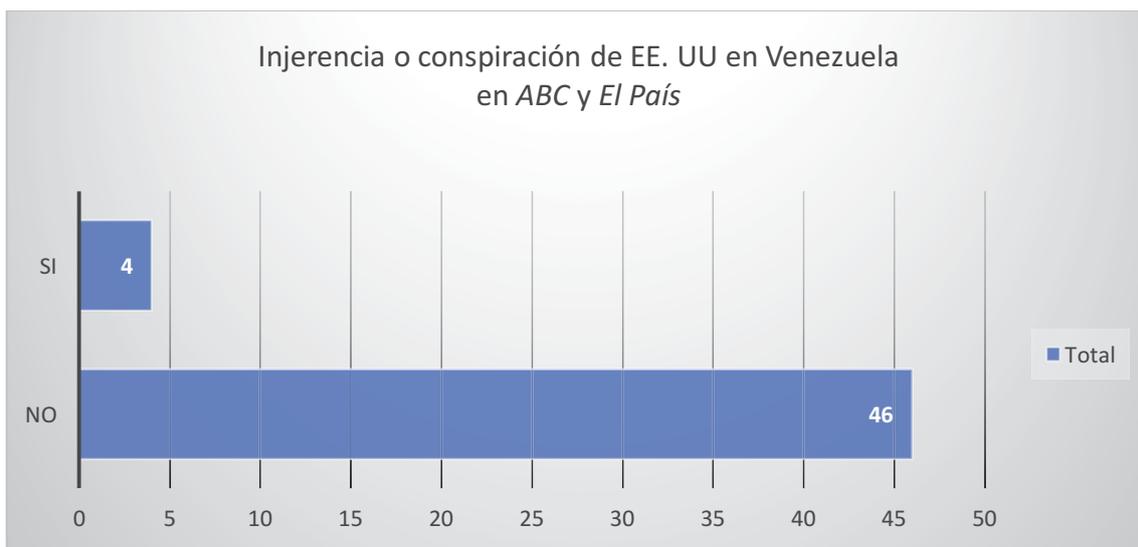


Gráfico 27. Fuente: Elaboración propia

### 5.9. Análisis de fuentes empleadas

Se observa que, en la mayoría de los casos, los medios tanto de España como Cuba emplean medios de comunicación como fuente principal de las informaciones (69,1%). De esta forma, en los medios españoles este porcentaje disminuye (65,1%) y en los medios cubanos se dispara (92,86%).

## Análisis de fuentes según medios españoles

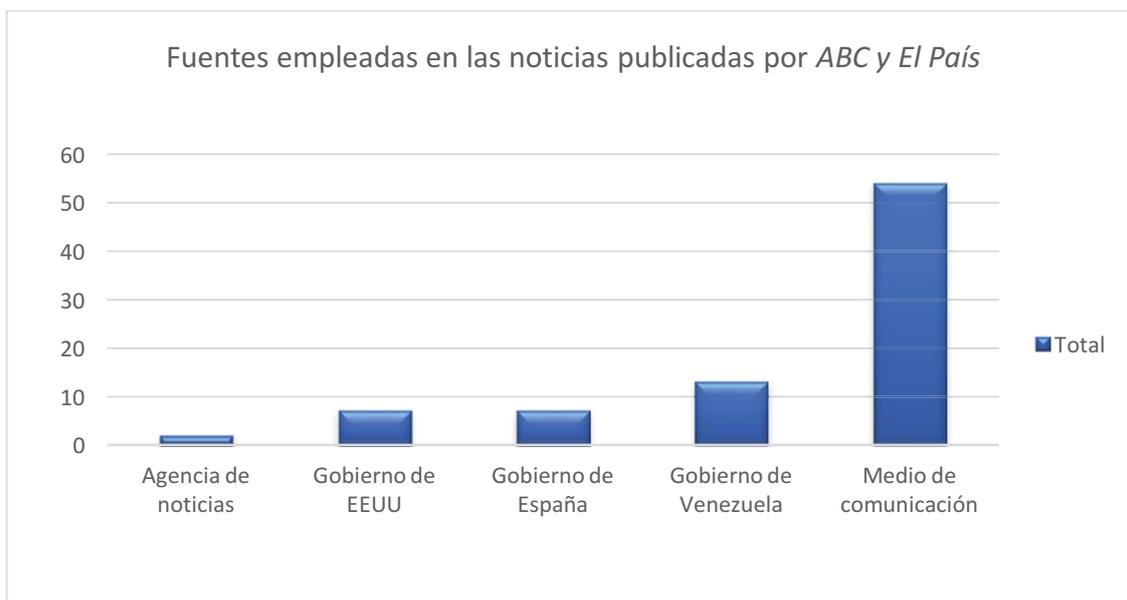


Gráfico 28. Fuente: Elaboración propia

Los medios de comunicación en España tienen como segunda fuente informativa al gobierno de Venezuela (15,66%), mientras que los gobiernos de EE. UU. y España comparten un tercer puesto (8,43%). Por último, también se incluye alguna noticia cuya fuente es una agencia de noticias (2,41%).

Desglosando los resultados, *ABC* tiene como primera fuente informativa a los medios de comunicación (57,6%), seguido del gobierno de EE. UU. (18,2%). Tras ello, gobierno de Venezuela (15,15%) y, por último, el gobierno de España (9%). Por otra parte, *El País* emplea los medios de comunicación como fuente principal de información (70%). En segundo lugar, el gobierno de Venezuela (15,15%), seguido del gobierno de España (8%), agencias de noticias (8%) y, en último lugar, el gobierno de los Estados Unidos de América (2%).

## Análisis de fuentes según medios cubanos



Gráfico 29. Fuente: Elaboración propia

Los medios de comunicación son la principal fuente (92,86%) en el caso cubano. Seguido después del gobierno de Venezuela (7,14%). No se consideran ningún otro tipo de fuente alternativo. Ampliando resultados, *Granma* sólo emplea medios de comunicación como fuente informativa (100%). Mientras que, *Juventud Rebelde* sí que introduce otras fuentes: primero, los medios de comunicación (83,33%) y último, el gobierno de Venezuela (16,66%).

## 6. Conclusiones

El objetivo principal de este trabajo es conocer el tratamiento informativo concedido por medios dos periódicos de referencia en España, *ABC* y *El País* y en Cuba, *Granma* y *Juventud Rebelde* ante la proclamación de Juan Guaidó como “presidente encargado”. Tras la investigación se ha podido demostrar cómo se sustancia esta cobertura informativa a partir del 23 de enero.

**La primera pregunta de investigación planteaba qué tipo de tratamiento tuvo la noticia de la proclamación en la prensa de referencia en Cuba y España.** En primer lugar, podemos observar que la disposición de las noticias sobre la crisis política que vive Venezuela en el interior de los periódicos, frente a una disposición en portada, es una constante tanto en los medios cubanos como en los españoles.

En cuanto a las noticias en portada, los medios de comunicación cubanos analizados, *Granma* y *Juventud Rebelde* optan mayoritariamente por emplear sumarios en las informaciones sobre Venezuela y también colocan estas noticias en la zona inferior de las páginas, buscando un enfoque menos prioritario. En paralelo, los mass-media en España, *El País* y *ABC* dan bastante relevancia a la cuestión venezolana ya que estas informaciones suelen ser noticias principales, ocupando en mayor medida la zona superior.

Las noticias que están en el interior de los periódicos, en el caso español, sobresalen con notoriedad en las páginas pares frente a las impares, abriendo sección normalmente. Siendo la disposición más habitual la de página entera. De este modo, tanto *ABC* como *El País* otorgan especial relevancia a la cuestión venezolana. Sucede lo mismo en los medios cubanos analizados. La ubicación en páginas pares es superior a las impares, al igual que la disposición es de página entera en la mayoría de los casos analizados. Por tanto, se entiende que todos los medios de comunicación, tanto españoles como cubanos, dan relevancia a la cuestión venezolana.

Otro elemento de análisis que debemos concluir es el sesgo. En el caso del sesgo en el titular, antetítulo y subtítulo, los medios en España tienen a la neutralidad, aunque se critica a Nicolás Maduro. En el caso del cuerpo de las informaciones del caso español, en la mayoría de los casos no se entra a valorar

el papel específico de cada parte, pero cuando se hace, se destacan aquellas características positivas de Guaidó y se remarcan las negativas de Maduro.

Por otra parte, los medios de comunicación cubanos tienden en los titulares a remarcar el papel de Maduro o directamente no existe un sesgo marcado. En el cuerpo de las informaciones, la tendencia se acrecienta mucho hacia Nicolás Maduro, en detrimento de Juan Guaidó. Por tanto, entenderemos que los medios cubanos apoyan la legitimidad de Nicolás Maduro frente al gobierno venezolano y como conclusión, estos otorgan legitimidad al régimen político planteado por los chavistas.

El papel de la fotografía en los medios cubanos trata de plasmar una imagen positiva y de fuerza de Maduro junto a multitudes de chavistas. Comparando el modelo cubano con el español, el uso sesgado de fotografías hacia un político - Maduro, en este caso- es mayor que el empleado por los medios de comunicación en España hacia Juan Guaidó, que tiende en su mayoría hacia posiciones neutrales.

La tendencia en el sesgo dentro de los medios de comunicación cubanos es similar tanto en las fotografías e infografías como en los pies de foto que acompañan a estas. El caso español refuerza las tendencias del sesgo neutro en los pies de la fotografía o infografía y reduce -aunque conserva- el sesgo positivo hacia Guaidó, como también el negativo hacia Maduro.

Por otra parte, el protagonismo informativo en los medios de comunicación españoles no es igual en ambos casos. *ABC* opta por la personalización del conflicto, otorga prioridad a Juan Guaidó como protagonista de las informaciones, mientras que *El País* no ocurre tanto. Además, en *ABC*, se menciona más del doble de veces a Nicolás Maduro que en *El País*. Aunque en conjunto, las instituciones públicas venezolanas suelen centrar las informaciones.

El caso cubano es diferente, *Granma* y *Juventud Rebelde*, no sitúan a Juan Guaidó como protagonista informativo y se plantea Venezuela como elemento total. Después, se hace hincapié en el papel y las habilidades políticas de Nicolás Maduro, que centran muchas informaciones de estos medios.

**La segunda pregunta de investigación planteaba si existen diferencias de tipo cuantitativo en el número de noticias.** *El País* es el medio con más unidades periodísticas de análisis, seguido de *ABC*. En conjunto y también por separado, los mass-media en España tienen la mayor parte de las informaciones. Por detrás, se encuentran los medios cubanos -*Granma* y *Juventud Rebelde*- cuya diferencia en cantidad es sustancial respecto a los medios de comunicación españoles (83 frente a 14).

**La tercera pregunta de investigación planteaba si existen roles de poder específicos diferentes atendiendo a los medios analizado.** Los medios de comunicación cubanos entienden que la legitimidad reside sólo en el líder del chavismo, Nicolás Maduro. De esta forma, los mass-media en Cuba reconocen con unanimidad a Nicolás Maduro como líder político legítimo del país. Mientras que, Juan Guaidó obtiene un papel más discreto y carente de legitimidad democrática. Se le asocia con la trayectoria de los intentos de injerencias y golpes de Estado en Venezuela.

Los medios de comunicación de España analizados optan por no especificar cuál es la función asociada al poder de Nicolás Maduro. Así, se sitúa a Maduro en un rol meramente secundario en las informaciones. *El País* opta por una vía más moderada, al tiempo que *ABC* rechaza cualquier tipo de legitimidad por parte del líder del chavismo.

En cuanto a Juan Guaidó, las diferencias entre medios españoles resultan más evidentes. *ABC* se declina con evidencia por reconocer a Juan Guaidó como líder político legítimo y *El País* opta por colocarlo como líder de la oposición o por no especificar su papel.

**La cuarta pregunta de investigación plantea si se hace cualquier referencia en las informaciones a algún tipo de injerencias o conspiración de EE. UU. en la proclamación de Guaidó.** Los medios de comunicación en Cuba señalan, en la mayoría de las informaciones, la existencia de una conspiración dentro de

Venezuela para ayudar a Guaidó desde EE. UU. Se trata de un elemento toral en las informaciones durante el período analizado de ocho días.

El caso español, los mass-media en España siguen una tendencia opuesta a la planteada en los medios cubanos. Apenas existen referencias a una conspiración o intento de influencia alguna por parte de los EE. UU. Estas escasas excepciones no se plantean en los mismos términos que en los medios cubanos. Se transforman conceptos como “injerencia” o “conspiración” por “aires de democracia”, entre otros.

**Por último, la quinta pregunta de investigación plantea qué tipo de fuentes han sido empleadas para la elaboración de las unidades periodísticas.** La fuente principal empleada en los medios cubanos y los medios españoles es la misma, son los propios medios de comunicación. Aunque existe una diferencia, los medios de comunicación en Cuba sólo emplean dos tipos de fuentes informativas: los medios de comunicación y el gobierno de la República de Venezuela, aunque esta tiene un rol menor. No se emplean otro tipo de posibles fuentes como el gobierno de EE. UU. o alguna agencia de noticias, tal y como se hace en los medios españoles. Por tanto, observamos una mayor variabilidad en la cantidad de fuentes en los medios españoles respecto a los cubanos.

Por su parte, otra diferencia sustancial es el protagonismo del gobierno de EE. UU. como fuente secundaria en el *ABC*, mientras que en *El País* ocupa un papel anecdótico, siendo la última fuente empleada.

## 7. Bibliografía

- Berger, P. & Luckmann, T. (1995). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu.
- Berrocal Gonzalo, S., Campos Domínguez, E., & Martínez Sanz, R. (2016). *La imagen de Castilla y León en la prensa nacional de referencia*. Valladolid: NUTECO.
- Blumer, H. (1969) *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- GINER, Salvador; LAMO DE ESPINOSA, Emilio y TORRES, Cristóbal (eds.). (1998) *Diccionario de Sociología*, Alianza Editorial, Madrid
- Goffman, E. (1986) *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press, Boston.
- Hannecker, M. (2004). *Venezuela: una revolución sui géneris*. España. Ediciones de Interacción Cultural/ El Viejo Topo.
- McCombs, M. (2006) *Establecimiento de la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Noelle-Neumann, E. (2003) *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona. Paidós.
- Rubio, J. M. (2009) Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda-setting. *Gazeta de Antropología*. 25 (1).
- Sábada, M. T.: "Origen, aplicación y límites de la teoría del encuadre (*framing*) en comunicación". (2007) *Comunicación y Sociedad*, vol. 14 (2)
- Sartori, G. (1997). *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*. Barcelona. Penguin Random House.
- Schutz, A. (1962) *Collected Papers I*. Martinus Nijhoff, La Haya
- Serrano, P. (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona, España. Grup Editorial.
- Shaw y McCombs (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, 177-187.
- TUCHMAN, G. (1978). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Wolf M. (1994) *Los efectos sociales de los media*, Barcelona: Paidós.