

# Tal Cual: Análisis del Discurso Editorial de Teodoro Petkoff

Teresa Rita y Ana Melissa Zárraga ☆

## Resumen

Este artículo busca develar la estrategia del discurso editorial de Petkoff en *Tal Cual* en el 2006, mediante el Análisis Pragmático del Discurso propuesto por Fairclough que usa el análisis lingüístico para descubrir estructuras sociales del poder. La estrategia dominante fue la de ataque a figura, actuación y proyectos de Hugo Chávez, mientras que se defendió el proyecto y figura de Manuel Rosales, sin mencionar su gestión. El discurso planteó el debate entre la democracia y el totalitarismo.

**Palabras clave:** Editorial; análisis del discurso; democracia; periodismo; Teodoro Petkoff; Venezuela.

## Abstract

This article discusses the discursive strategy of Petkoff in the daily *Tal Cual*'s leading editorial throughout 2006, applying Critical Discourse Analysis proposed by Fairclough as a methodological tool. This uses linguistic analysis to disclose social structures of power. Fundamentally, these editorials attacked President Hugo Chávez's as a person, his actions, and his proposals, while defending the opposition candidate Manuel Rosales' plans and personality. However, they did this without mentioning his government performance. The discourse analysis also addresses the debate between democracy and totalitarian regimes.

**Keywords:** Editorial; analysis of the speech; democracy; journalism; Teodoro Petkoff; Venezuela.

### Résumé

Dans cet article on analyse la stratégie du discours éditorial de Teodoro Petkoff, directeur du quotidien *Tal Cual*, tout au long de l'année électorale 2006 en utilisant l'analyse pragmatique du discours de Fairclough qui part de l'analyse linguistique pour découvrir les structures sociales du pouvoir. La stratégie dominante de ce discours fut une attaque à la personne, à l'action et au projet du président Hugo Chavez face une défense de la personne et du projet de Manuel Rosales sans jamais mentionner les caractéristiques de sa gestion comme gouverneur. Le discours proposait un débat entre démocratie et totalitarisme

**Mots clés:** éditorial; analyse du discours; démocratie; journalisme; Teodoro Petkoff; Venezuela

Recibido: 28/02/2008

Aprobado: 18/04/2008

En las últimas dos décadas de la historia democrática de Venezuela se ha puesto en evidencia el rol protagónico de los medios de comunicación en el devenir político de la sociedad. Según Dragnic (2002), los medios y el poder político tuvieron una relación armónica hasta que la corrupción fue ganando espacios dentro del sistema político y los sectores populares y la clase media se empobrecían cada vez más. Esta ruptura entre el Poder político y los medios se fue profundizando a medida que los medios ejercieron mayor crítica sobre la acción gubernamental, tal como afirma Capriles (1996).

Tras el estallido social del 27 de febrero de 1989, El Caracazo, durante el cual medios de comunicación y periodistas fueron acosados y censurados, se observó desde la segunda mitad de ese año y durante 1990 y 1991, un mayor criticismo por parte de los medios frente a la acción gubernamental. El creciente desprestigio se extendió hacia el Estado como estructura y hacia la clase política en general, imagen que es difundida por varios medios desde 1989, hasta 1992, creando una brecha entre éstos y el Ejecutivo (Capriles, 1996).

Los medios de comunicación asumieron que la mayor cuota de responsabilidad de la corrupción en el sistema político, recaía en la

política como práctica y no en los actores del sistema. Esto trajo como consecuencia que estuviesen involucrados en una campaña antipartidista para obtener y diseminar información que luego utilizaron para asumir un liderazgo político, propio de las organizaciones políticas.

Asimismo, la crisis de los partidos políticos venezolanos comenzó a reflejarse en la opinión pública a través de la calificación negativa que daban los propios ciudadanos acerca de su desempeño en la función pública.

Según señala Álvarez (1996) la crisis se debió a cuatro factores fundamentales: a) la evaluación crecientemente negativa que sobre ellos hace la opinión pública, b) la tendencia a una creciente pérdida de afiliados, c) los cambios en el comportamiento electoral que evidencian fenómenos de personalización y regionalización de la política, y d) el deterioro de la credibilidad y del prestigio de los partidos en comparación con el de otras instituciones.

Los medios se hicieron eco de las frustraciones de la población y las exacerbaron, haciéndose más activos en las denuncias de corrupción, llevando éstas al primer plano de cualquier discusión sobre el gobierno y las políticas públicas. (Naim, c.p Capriles 1996)

El rol político de los medios consiste a veces en un poderoso “contrapoder” (o también correa de transmisión de poder) cuando las autoridades restringen o deforman la información sobre asuntos de interés público, silencian la crítica y contribuyen así al mantenimiento del orden establecido. (Dader, 1983)

La importancia de este poder mediático, unido al debilitado poder político, quedó en evidencia cuando se archivó –por presiones de los medios– la reforma constitucional que pretendía impulsar el ex presidente Caldera, la cual era ya en los tempranos 90 un clamor de la ciudadanía. Posiblemente en aquel momento se selló el triunfo electoral, posterior, de Chávez o de cualquiera otra figura que encarnara una oferta de cambios y sin vinculación con la vieja clase política. (Cañizález, 2003)

Para 1999, la llegada de Chávez a la presidencia con un discurso de la participación ciudadana, propicia en los medios una actitud de conservación de sus propios intereses y moviliza a sus audiencias en torno a esos intereses. Debido al descrédito de la política tradicional,

los principales diarios del país obtuvieron cuotas de poder que les permitieron convertirse en actores políticos, y en la práctica, “defensores del pueblo”, con actitudes que suscitaron las críticas y amenazas del presidente en cadena de radio y televisión.

Por otro lado, las intervenciones en cadena nacional comenzaron a utilizar un lenguaje de confrontación con los medios de comunicación que como señala Dragnic “propició el descontento de los sectores medios hacia las cadenas generando una matriz de opinión, más emotiva que racional, que se expresó en un vasto movimiento de clara y activa oposición al presidente” (2002).

Es por ello que la misma autora sostiene que los periodistas han sido víctimas y victimarios al mismo tiempo, ya que algunos contribuyeron con esa fractura que hoy vive la sociedad venezolana y otros, perdieron la sindéresis en un momento de confrontación donde estaba en juego la paz.

En consecuencia, la polarización política que ya había tomado lugar en la práctica social fue agudizándose en torno a la figura de Hugo Chávez, en ocasiones de manera muy radical (Cañizález, 2003). El mismo autor afirma que el discurso de los medios aunque critica el discurso oficial, lo reproduce en otra dirección, por lo cual estamos ante un debate político pobre, que se expresa desde posiciones emotivas, con visiones simplistas y maniqueas.

Los medios privados han ido adentrándose en la arena política, promoviendo sin ningún reparo las agendas de los partidos de oposición e ignorando el profesionalismo y el equilibrio. Debido a que los partidos opositores venezolanos están desacreditados o divididos, los medios han ocupado ese vacío y se han convertido en una poderosa fuente de oposición al gobierno (CPJ, 2002).

La manifestación más clara de esta difícil relación entre medios y poder político, en Venezuela, alcanzó su cúspide en abril del 2002, cuando el conjunto de empresas periodísticas del país desplegaron un importante dispositivo para dar cobertura a lo que se esperaba como el desenlace de la crisis. Un paro general convocado por las organizaciones sindicales y empresariales, unido a una paralización, inédita a la fecha, en el sector petrolero tuvo una amplia y favorable cobertura.

Al ir desarrollándose la crisis que desembocó en la destitución del jefe de Estado por parte de su alto mando militar y el consiguiente ascenso de Pedro Carmona a la presidencia la madrugada del 12 de abril, fue sucedida por un seguimiento absolutamente favorable de los primeros pasos del gobierno de facto del empresario (Cañizález 2003).

El siguiente paso fue el silencio sobre la serie de hechos que se dieron desde el 12 mismo y que el 13 fueron claramente favorables al regreso de Chávez al poder (Dragnic, 2002). Este silencio informativo, que se vivió en televisión, radio y prensa, ha sido explicado por propietarios y periodistas tanto por razones de seguridad para poder desarrollar su cobertura, como por la precaución de que se extendiera la violencia en la capital venezolana.

Pese a lo ocurrido, los continuos enfrentamientos entre el Ejecutivo y los medios de comunicación en Venezuela abonan a la politización de todos los sectores que ha llevado a la crisis que actualmente vive la nación. “La guerra mediática, a más de las acciones de manipulación y la persuasión, da lugar a una permanente lucha de poderes que genera la consiguiente ruptura de la sociedad en su conjunto” (Linares, 2006).

En ese mercado mediático marcado por la polarización política, surge Tal Cual con una posición claramente definida de ser un periódico político y de autor, pero que no pertenece a ningún grupo económico o partido político.

El director y el creador de Tal Cual, Teodoro Petkoff, concretó la idea de un periódico político y de opinión, luego de su experiencia como director del vespertino *El Mundo* en el año 1999. “Entonces estaba dándole vueltas a la idea de crear un periódico, y unos días después de mi salida del MAS, Miguel Ángel Capriles me propuso la dirección de *El Mundo*, y el paso por allí me dejó el apetito para embarcarme en una experiencia como la de *Tal Cual* creando una compañía anónima. La experiencia en “*El Mundo*” me hizo ver que habíamos dado en el clavo, que el periodismo político iba a tener mucho sentido en este período” (Moleiro, 2006).

Petkoff no era un novato en las lides del periodismo. Durante su militancia en el Partido Comunista de Venezuela (PCV) en los años sesenta,

había sido reportero de su órgano divulgativo, *Tribuna Popular*. Luego, al abandonar el PCV y crear el Movimiento al Socialismo (MAS) en los años setenta, colaboró en su periódico político, *Punto*, hasta 1975.

Posteriormente, a finales de la década de los noventa, fue director del vespertino *El Mundo*, cargo que abandonó meses antes de la creación de *Tal Cual*, al publicar numerosos titulares en los cuales se hacía una dura crítica al actual gobierno.

El 3 de abril del año 2000 es la fecha inaugural de *Tal Cual*, cuya primera plana exhibía el titular “¡Hola Hugo!”, desglosado por un editorial que mostró la posición antagónica del periódico. El diario surgió con dos elementos que lo distinguían de los demás periódicos venezolanos: un titular de impacto y un editorial en la primera página del periódico, junto al lema “claro y raspao” que indica el uso de un lenguaje directo hacia sus lectores.

El objetivo de este medio impreso es presentar editoriales de gran impacto que debaten temas de actualidad frente a la extrema polarización que vive el país. Su irreverencia y permanente crítica tanto de los personajes del gobierno actual como de la oposición hace que sus editoriales sean uno de los elementos que distingue a *Tal Cual* de los medios tradicionales.

En esa problemática situación que atraviesa Venezuela, *Tal Cual* ha buscado su nicho dentro de medios y actores políticos con posturas muy firmes, que se evidencian más en eventos coyunturales como los procesos electorales. Durante este periodo del 2006 el vespertino, expresó claramente su línea editorial como un periódico político y de opinión e hizo visibles sus planteamientos y apoyos durante la campaña política de ese año.

Paralelamente, el propio Petkoff formó parte importante de la unidad opositora en ese proceso electoral y eso se reflejó en el editorial del 10 de agosto de 2006, titulado “Primero Rosales”, donde se respalda la candidatura del zuliano y el acuerdo entre los precandidatos para elegir al aspirante con mayor apoyo popular. *Tal Cual* sirvió de tribuna para el editorialista en su lucha contra la campaña abstencionista y la movilización de la sociedad civil con miras al evento electoral de ese año.

## 1. Análisis Pragmático del Discurso

El propósito fundamental del estudio es determinar la estrategia discursiva que ha utilizado Petkoff a través del año 2006, por lo que la muestra incluyó los editoriales con los temas más repetidos durante los doce meses, considerando que en su mayoría son elegidos por el editorialista.

En este sentido, el tópico claramente más recurrente fue el referente a las elecciones presidenciales celebradas en el mes de diciembre del 2006, y con especial énfasis en la figura de los dos candidatos, por ello, conformarán el corpus de esta investigación con la finalidad de observar las variaciones de tácticas discursivas de un editorial a otro, con respecto al mismo tema durante el período en estudio.

Para estudiar este fenómeno dentro de la categoría de análisis de medios de comunicación y mensajes, hemos empleado el análisis del discurso, que subraya el hecho evidente, pero no explorado del todo hasta el momento, de que los "mensajes" de los medios son tipos específicos de habla y texto. Las teorías y métodos del nuevo campo interdisciplinario del discurso pueden llevar a comprender una explicación más sistemática y explícita de las estructuras de los mensajes de los medios (Jensen y Jankowski, 1993).

Como señala Searle (1997) este análisis se sustenta en la idea del acto ilocucionario o acto de habla: se produce cuando lo que se dice lleva consigo ciertas condiciones e intenciones y sus efectos se miden de acuerdo con las convenciones que rigen las reglas de conversación.

Para Cortés y Camacho (2003), es difícil distinguir entre las corrientes de esta teoría, ya que tanto aquellas que se preocupan más por los aspectos lingüísticos como las que lo hacen en menor medida, terminan entrelazándose entre sí.

Dentro de las que basan su estudio en elementos conversacionales más que lingüísticos, tenemos a Goffman, Searle y Parsons, que provienen de disciplinas como la filosofía o la sociología, y a Greimas, por parte de la semiótica estructuralista. En cuanto a los estudiosos centrados en la lingüística, Cortés y Camacho afirman que existen tres escuelas: la escuela funcional del discurso, la escuela de Birmingham y la escuela de Ginebra, que distinguen al discurso como acto lingüístico de comunicación.

En este estudio el tipo de análisis utilizado corresponde a una variante del análisis del discurso, llamado Análisis Crítico del Discurso (ACD), también conocido como Análisis Pragmático del Discurso, cuya teoría está fundada en la obra de Norman Fairclough (1989), *Language and Power*, que busca determinar las relaciones de poder existentes en un determinado discurso.

Este modelo, propuesto a finales de la década de los años ochenta, cobra vigencia en la actualidad venezolana cuando el quiebre del sistema de partidos políticos da paso a otra realidad distinta, en donde la polarización política y el rol político de los medios de comunicación, genera una lucha de poder en las redes sociales.

Este método de análisis pragmático, sienta entonces las bases para estudiar los distintos discursos políticos, dominantes o de oposición, que se gestan en la sociedad. Por ende, es recomendable este procedimiento de análisis para ahondar en los elementos lingüísticos y tácticos del discurso político oral o escrito.

No obstante, Fairclough no propone un procedimiento específico para el procesamiento de los mensajes de los medios de comunicación, por lo que se utilizó la clasificación de Kientz (1976) para los análisis de contenido en los mass media:

En primer lugar, el objetivo general fue analizar la estrategia discursiva de Teodoro Petkoff en los editoriales de Tal Cual durante el año 2006, y a su vez, se derivaron objetivos específicos tales como: clasificar los tópicos discursivos; determinar los tipos de actos de habla dentro de la muestra, analizar de las tácticas discursivas utilizadas por Petkoff, profundizar en las interacciones entre los interlocutores del discurso, y por último, determinar la estrategia discursiva del editorialista.

En segundo lugar, se constituyó un corpus con los editoriales que formarían parte del análisis. Como criterios de análisis de estas unidades de estudio, se tomó en cuenta que fuesen textos escritos por Petkoff, y no por otros editorialistas del vespertino; que fuesen redactados en el año 2006; y como última consideración, que los editoriales tuviesen como tema central la figura, las actuaciones y los proyectos de los dos candidatos en la contienda electoral.

Esto se debe a que el Análisis Crítico del Discurso (ACD) toma como elemento clave el contexto en el cual se desarrolla el discurso, en este



caso, la estrategia discursiva del director de Tal Cual en la coyuntura electoral venezolana, por haber sido él mismo precandidato y luego formar parte del proyecto político opositor al gobierno.

Posteriormente, al fragmentarse la muestra en unidades más pequeñas, se utilizaron cuatro elementos de los que se partió para realizar el análisis de la estrategia discursiva de Petkoff, a través de una matriz, de acuerdo a lo propuesto por Fairclough (1989): Tópico discursivo, actos de habla, táctica discursiva e interacciones. Como señala el ejemplo de la Tabla 1, las unidades de análisis se categorizaron de acuerdo con:

a) Número de Editorial: Corresponde a la codificación de cada editorial objeto de estudio para fines de sistematización y manejo de cada uno.

b) Fecha de Publicación: Día, mes y año de publicación de la edición de *Tal Cual* del que se extrajo el editorial.

c) Título del Editorial

Tabla 1. Análisis del discurso editorial de Teodoro Petkoff en el editorial 002 publicado el 9 de febrero de 2006 en el vespertino Tal Cual

Título	Tópico	Actos de Habla	Táctica Discursiva	Interacciones
Brothers	Exposición del falso dilema que hay entre Hugo Chávez y George Bush, y que en realidad se trata de una estrategia electoral.	(1) Declarativo: Brothers.	Préstamo	Se ataca las actuaciones de Chávez, comparándolo con la figura de Bush, y desmontando el falso dilema frente al auditorio que es el electorado.
		(2) Declarativo: No hay que dejarse engañar por esa furibunda cháchara "anti-imperialista" de Chávez.	Metáfora	
		(3) Asertivo: Hay una intención de intimidar y acorralar a los adversarios, estigmatizándolos como "enemigos de la patria".	Alusión Metáfora	
		(4) Declarativo: Chávez y Bush son dos caras de una misma moneda.	Metáfora	

Los ítems utilizados para determinar la estrategia discursiva de Petkoff, fueron los siguientes:

a) Tópicos: Son los temas que resaltan en un texto por su efecto en los destinatarios. Están influidos además por el contexto y la intertextualidad presente en los discursos.

b) Actos de Habla: Orientación de las acciones que los participantes del discurso atribuyen a los elementos textuales del discurso, basándose en el conocimiento previo que estos poseen y la interpretación del contexto en el cual se da la acción discursiva.

Debido a que Fairclough no propone una categorización específica para los actos de habla, se utilizó la planteada por Searle (1997), que divide a los actos ilocutivos en cinco categorías básicas:

- Asertivo: Busca afirmar, predecir, admitir, disentir, conjeturar, etc.
- Compromisivo: Se refiere a una acción futura, y la acción se enfoca en prometer, ofrecer, amenazar, consentir, entre otras.
- Directivo: Es un intento de hacer que un sujeto obedezca determinada orden, por lo que pide, ordena, interroga, recomienda, etc.
- Declarativo: Es un estado de acción de carácter actual y busca aprobar, nombrar, bautizar, dimitir, entre otras.
- Expresivo: Pronuncia una actitud real, en la medida en que cuenta como expresión de un estado psicológico. Felicitar, saludar, quejarse, e insultar, son algunas de las acciones expresivas.

c) Táctica discursiva: A través las operaciones –como marcas lingüísticas- utilizadas por el destinador en el editorial, se determinará la táctica discursiva. Fairclough, hace la distinción entre estrategia y táctica, explicando que la primera se refiere al objetivo final del discurso, mientras que la otra, son los mecanismos que utiliza el destinador para alcanzar este objetivo. Las tácticas propuestas por el autor son:

- Defensa: El editorialista contradice o refuta los argumentos que de otro sector han sido dirigidos hacia el suyo, con el fin de protegerse.
- Ataque: El destinador agrede al adversario utilizando sus argumentos y desmontando los del otro, o bien descalificándolo.
- Negociación: El destinador del discurso cumple una función proactiva buscando convenir puntos de consenso con sus interlocutores.
- Reto: El editorialista desafía al adversario a ejecutar una determinada acción.

Con el fin de determinar cómo se ejecutan estas tácticas discursivas, se tomaron en cuenta las figuras o tropos, es decir, las formas del discurso que se apartan de las reglas o de los usos comunes de la

lengua, (insertar cita) mediante las cuales Petkoff se defendió, atacó, negoció o retó a sus adversarios políticos en los editoriales.

d) Interacciones: Explicación breve de las intervenciones de los interlocutores durante el discurso, así como del rol que en el contexto en que se origina el discurso, desempeñan los interlocutores mencionados. Los elementos mencionados anteriormente, pueden resumirse en el esquema propuesto por Norman Fairclough en *Language and Power*.

### Análisis del discurso según Fairclough

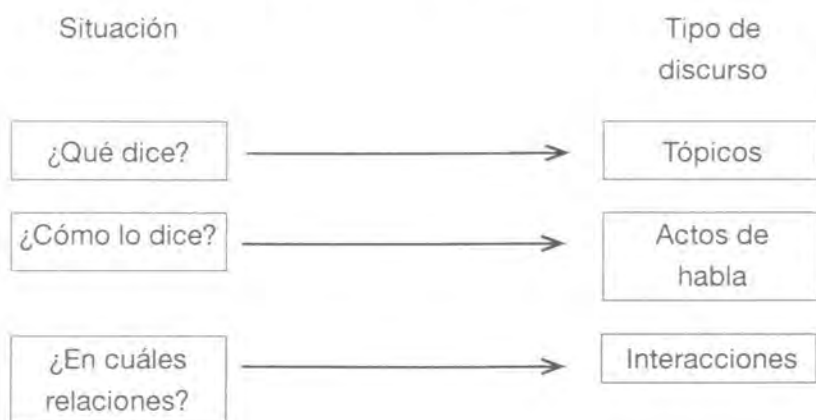


Figura 1. Modelos de situación y tipos de discurso propuesto por Norman Fairclough Fuente: Fairclough, N. *Language and Power* (1989)

4. Análisis de la estrategia discursiva utilizada: Se refiere a los resultados de la interacción entre los tópicos, contexto, actos de habla, tácticas e interacciones entre los interlocutores del discurso que permitirá determinar y analizar la estrategia discursiva que Petkoff utilizó para dirigirse a sus destinatarios e interlocutores, a través del vespertino político Tal Cual, bajo unas circunstancias determinadas.

## 2. Chávez vs. Rosales en Tal Cual

Los actos de habla, entendidos como entidades discursivas con intereses e intenciones sobre el orden discursivo, aparecen entonces como reflejo de las luchas que se libran en la sociedad por cambiar el orden discursivo y transformar el discurso en acciones concretas.

Dentro de esas redes sociales se produce un discurso dominante que en este caso, proviene del Poder Ejecutivo venezolano. En contraparte, se genera un discurso de oposición o "alternativo", como es el caso del emitido por *Tal Cual*, que busca cambiar el orden establecido por el discurso dominante o bien desmontarlo desde sus mismos argumentos, enmarcado en el ambiente político-social de la campaña electoral presidencial del mes de diciembre de 2006 (lo que Fairclough denomina contexto intertextual, en el cual se dan las interacciones entre los factores políticos que a su vez, están identificados con ciertas posturas que adoptan los medios de comunicación).

En ese sentido, un discurso alternativo verá incrementada su capacidad de influencia sobre su audiencia en la medida en que quien lo emita goce de mayor credibilidad y respeto. Los "líderes de opinión", como es el caso de Teodoro Petkoff, actúan por comunicación directa o interpersonal; y tienen influencia sobre la opinión de las personas que suelen seguir sus actitudes. Lazarsfeld y Katz (cp. Núñez 1979) los definieron como "individuos" que sobresalen entre los demás por su interés y sus opiniones con respecto a los temas del momento.

Si a los cambios que este tipo de "individuos" puede generar sobre su audiencia, le añadimos la influencia selectiva que tiene el género editorial, tenemos que el rol de *Tal Cual* como un vespertino caracterizado esencialmente por sus editoriales avalados por un líder de opinión como Petkoff, se convierte o bien en constructor de agenda mediática o bien en mediador de opinión, repotenciando así su discurso alternativo al poder.

Es por ello, que el tipo de editorial al que Petkoff acudió más recurrentemente en el año 2006 fue el *polémico*, que de acuerdo a la clasificación editorial propuesta por Martínez (1983), es aquél que trata de refutar las posiciones contrarias de un autor, una corriente de opinión o un estado general de cosas, desmontando sus tesis, y convencer al

lector por la vía de la argumentación; y los actos de habla en su mayoría fueron *asertivos* con respecto al Presidente Chávez, ya que buscaban predecir las actitudes de su “adversario” y adelantar su contraataque en el mismo editorial.

Durante el mismo año, por el ambiente preelectoral que se vivía, los editoriales dominantes bajo la rúbrica de Petkoff fueron los referentes a los candidatos presidenciales: el Presidente Chávez (candidato a la reelección) y, más tarde en el mes de Agosto, Manuel Rosales (candidato único de la oposición). En su mayoría, los textos editoriales estuvieron dirigidos a atacar las actuaciones, la figura y los proyectos del presidente Chávez, así como también a defender y apoyar la figura de Rosales.

En este sentido, debido al tardío lanzamiento de la candidatura opositora (que también se refleja en su aparición en los editoriales de *Tal Cual*), éste sector se vio en la necesidad de movilizar de nuevo sus fuerzas que habían quedado desmotivadas y desmovilizadas luego de perder contiendas electorales anteriores, aunado al hecho de que Hugo Chávez, candidato a la reelección, contaba con apoyo mayoritario del electorado y condiciones electorales ventajosas que facilitaban la consecución de su proyecto político.

Es así como Teodoro Petkoff, sumido en un doble rol de editorialista y de figura fundamental del sustento ideológico-político del candidato Manuel Rosales, ejecuta una estrategia discursiva desde los editoriales de *Tal Cual* que busca primordialmente desmontar el discurso “dominante” bolivariano, estableciendo una lucha dicotómica entre una propuesta excluyente y dogmática (el proyecto chavista) y otra democrática e inclusiva (la propuesta opositora). De este modo, los editoriales pueden catalogarse como de *temas – temáticos* (Dader, 1983) porque la discusión que se plantea de fondo, va más allá del tema coyuntural o de la agenda mediática del día o de la semana.

Así por ejemplo, se vale de un acontecimiento puntual, como fue la celebración de la renovación del contrato con una constructora brasileña para la edificación del segundo puente sobre el Orinoco, para atacar con un doble frente: al Presidente Chávez mediante las figuras interpuestas de los periodistas Vladimir Villegas y Eleazar Díaz Rangel a quienes acusa de aplaudir sin reparo todas las acciones del

Presidente, y asimismo, critica la posición del presidente Lula Da Silva, quien complacido por la licitación, reitera su respaldo a la gestión de Hugo Chávez.

Para ejecutar las estrategias discursivas, Petkoff establece un mapa: en primer lugar, una audiencia que no está conformada sólo por los lectores, sino por la población venezolana en general; unos interlocutores para atacar la figura de Chávez (ministros, assembleístas, etc. afectos a la posición oficialista); una variedad de recursos retóricos, que le permiten aludir a las figuras y actuaciones de los candidatos, y por último, referencias históricas que le facultan realizar paralelismos entre situaciones históricas y actuales, como por ejemplo, el editorial publicado el 29 de septiembre de 2006 sobre el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).

En el mismo texto que llevó por título *Todos estos tuvieron partido único*, el editorialista mediante el uso de tropos y referencias históricas estableció analogías entre los líderes, tanto de derecha como de izquierda, con tendencias autoritarias del pasado y las aspiraciones expresas del Presidente Chávez. En este caso, Petkoff se dirige muy especialmente a los sectores y partidos minoritarios del chavismo que con la creación del PSUV se verían disminuidos en sus roles y participación.

Del mismo modo que el editorialista hizo uso de figuras interpuestas para atacar las acciones del candidato a la reelección, utilizó la figura del candidato Manuel Rosales para defender un proyecto político superior, del que él mismo tomaba parte importante.

Fue este el caso del editorial publicado el 25 de octubre de 2006 en *Tal Cual*, titulado *La oposición que hacía falta* en el que el editorialista responde a las acusaciones del entonces Vicepresidente de la República, José Vicente Rangel, quien declaró que en Venezuela no existía oposición al gobierno del presidente Chávez. Petkoff utiliza la estrategia de defensa, y advierte al Poder Ejecutivo que el proyecto opositor liderado por Rosales, en primer lugar surge de un pacto político, y en segundo lugar, no se trata ni de una propuesta de país improvisada ni de una alianza de sectores fácticos de la oposición.

Es así, como a través del 2006 la estrategia discursiva editorialista, se configura de la siguiente forma: un primer trimestre conformado

por las críticas a las actuaciones del Presidente Chávez, un segundo trimestre en el que los editoriales se dirigían a asuntos coyunturales de interés público, y un tercero y cuarto marcado por ataques a la figura, actuación y proyectos del Presidente. Asimismo, estos dos últimos periodos compartieron espacio para la defensa del proyecto de Rosales y el apoyo a la figura opositora.

En el caso de los editoriales referidos al candidato por la oposición, resulta menester mencionar la ausencia de referencia alguna a las actuaciones de Rosales, entendidas éstas como los resultados de la gestión del candidato como Gobernador del estado Zulia. Es decir, las alusiones a Manuel Rosales estuvieron enfocadas sólo en sus proyectos a futuro y a su figura.

En tal sentido, en lo que a los proyectos de Rosales se refiere, se evidencia una estrategia defensiva con respecto al programa de ayuda social *Mi Negra*, iniciativa bandera del pacto político liderado por el candidato, frente a los sectores de la oposición que criticaron duramente el programa por considerarlo populista.

En el editorial publicado el 13 de Septiembre de 2006, titulado *Mi Negra*, Petkoff toma como audiencia de su discurso a los sectores más pobres del país (el mismo que en su mayoría estaría apoyando al presidente Chávez) con la intención de convencerlos de que voten por la alternativa opositora, y a su vez se defiende de los sectores más derechistas de la oposición mientras ataca a Hugo Chávez y a su gestión económica. Al presentar el proyecto *Mi Negra*, el editorialista pone especial atención a aquellos sectores pobres que se ven beneficiados de las "misiones" sociales del gobierno, explicándoles que hay otra alternativa que no requiere afiliación partidista alguna para disfrutar de la renta petrolera que le corresponde a cada venezolano, a manera de argumento para desmontar el discurso chavista sobre los beneficios directos de la renta.

Paralelamente, en los últimos meses del año se aludió al enaltecimiento de la figura del candidato zuliano pero sin utilizar expresiones de triunfalismo ni poniendo de manifiesto el uso de la función fática del lenguaje político discursivo para asegurar una posible victoria (mantener el interés del electorado en el candidato opositor), sino más bien concentrándose sobre el tema de estimular a la población a votar y



en recuperar la confianza hacia el ente comicial venezolano, atacando del mismo modo la prédica abstencionista de la que los sectores más radicales de la oposición y algunos medios de comunicación se habían valido.

Un ejemplo de exaltación del candidato Manuel Rosales lo constituye en editorial del día 4 de diciembre de 2006, un día después de las elecciones presidenciales de las que resultara reelegido el presidente Hugo Chávez, que lleva por título *El hombre que se atrevió*, haciendo alusión al slogan de la campaña opositora *Atrévete* que buscaba movilizar a la oposición venezolana e invitaba al chavismo en su forma más moderada, a votar por una alternativa distinta a la del presidente Chávez.

En dicho editorial, se relata y al mismo tiempo se aplaude la actitud asumida por Rosales ante su derrota en las urnas, con la intención no solamente de dar cuenta de la lucha librada durante la campaña sino también de advertir a la oposición (ya movilizada) que el camino para el cambio de régimen de Hugo Chávez era largo y apenas comenzaba. En tal sentido, el editorialista combina su estrategia discursiva: enaltece la figura del candidato derrotado, advierte a la oposición sobre el futuro inmediato de lucha en contra del régimen chavista y continúa la defensa del proyecto político de Rosales del que el mismo Petkoff funge como figura fundamental del sustento ideológico de tal propuesta de país.

En síntesis, la estratagema que utiliza Petkoff se dosifica a lo largo del año 2006, comenzando con la crítica férrea a las actuaciones del Presidente Hugo Chávez en los primeros meses, luego incorpora en sus invectivas al proyecto político chavista como propuesta ante el país, y conforme los comicios presidenciales se acercaban, a la figura del mandatario. Es así como surge una campaña editorialista paralela a la campaña electoral de Manuel Rosales (y que copia sus mismas características y debilidades), que busca reforzar las expectativas del sector de la población al que él y su equipo político aspiran conquistar.

## Referencias

- Álvarez, A. (1995). Crisis de los partidos y auge de los medios como agentes de legitimación y de socialización política. En: *Medios de Comunicación y responsabilidad ciudadana*. (pp 87-107). Caracas: Publicaciones UCAB.
- Cañizález, A. (2003). De mediadores a protagonistas. Crisis política, medios de comunicación en Venezuela. *Íconos Revista de Ciencias Sociales*. Ecuador. 16, 30-36
- Capítulo I: *Actos de habla* (2007). Recuperado en Abril 20, 2007 de Universidad Autónoma de Madrid  
[http://elvira.illf.uam.es/~logicaww/textos/documentos\\_de\\_trabajo/CAP%20TULO%201%20ACTOS%20DE%20HABLA.doc](http://elvira.illf.uam.es/~logicaww/textos/documentos_de_trabajo/CAP%20TULO%201%20ACTOS%20DE%20HABLA.doc)
- Capriles, O. (1996). *Poder político y Comunicación*. Caracas: Publicaciones UCV.
- Cortés, L. y Camacho, M. (2003). *¿Qué es el análisis del discurso?* Barcelona: Editorial Octaedro.
- CPJ (Committee to Protect Journalists) (2006). *Ataques a la Prensa: Venezuela 2002*. Recuperado 29 de noviembre de 2006. CPJ [http://www.cpj.org/attacks02/spanish/ven\\_sp.html](http://www.cpj.org/attacks02/spanish/ven_sp.html)
- Dader, J. (1983). *Periodismo y pseudocomunicación política: contribuciones del periodismo a las democracias simbólicas*. Barcelona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Dragnic, O. (2002.) Los periodistas: ¿víctimas o victimarios? *Comunicación*. Tercer Trimestre, 119. 72-81
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. Londres: Longman Group.
- Jensen K., Jankowski R. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Casa Bosch Editorial
- Kientz, A. (1976). *Para analizar los massmedia*. Valencia: Fernando – Torres Editor.
- Linares, V. (2006). *Venezuela: Politización de los medios y mediación de la política*. Recuperado en diciembre 6, 2006. Chasqui. <http://chasqui.comunica.org/content/view/497/1/>

- Martínez, J. (1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.
- Moleiro, A. (2006). *Sólo los estúpidos no cambian de opinión. Conversaciones con Teodoro Petkoff*. Caracas: Libros Marcados.
- Núñez, L. (1979). *El Lenguaje de los media: introducción a una teoría de la actividad periodística*. Editorial Pirámide. Madrid, España
- Petkoff, T. (2006). La oposición que hacía falta. *Tal Cual*. (Nº 1591).
- Petkoff, T. (2006). Mi Negra. *Tal Cual*. (Nº 1563)
- Petkoff, T. (2006). El hombre que se atrevió. *Tal Cual*. (Nº 1619).
- Primero Rosales (2006). Recuperado en Abril 18, 2007 de *Tal Cual* (2007).  
<http://128.241.247.85/ediciones/2006/08/10/>
- Searle, J. (1997). *Actos de Habla*. Editorial Cátedra. Madrid, España.
- 5 grandes creaciones de la Revolución en Chávez a media máquina (2003). Recuperado en Diciembre 11, 2006 de *El Nacional*  
<http://www.el-nacional.com/especiales/mediamaquina/5creaciones>