

# Boletín Informativo N°2

Esta publicación es un órgano para la divulgación de los estudios realizados en el marco del Proyecto Monitor Electoral Presidencial 2012 de la UCAB.

30 de Julio 2012

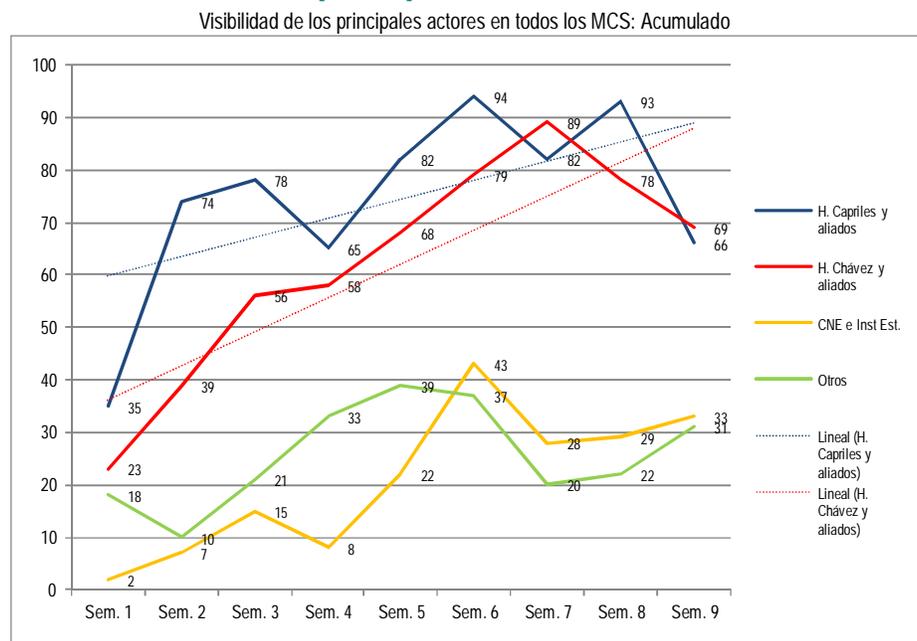
## Análisis del proceso electoral presidencial 2012 a través de los principales medios de comunicación social

El monitoreo de los medios de comunicación social que se lleva adelante en el Proyecto Monitor Electoral Presidencial 2012 de la UCAB tiene el propósito de analizar el tratamiento otorgado al proceso electoral en los principales medios de comunicación social con el fin de evaluar el comportamiento de los diferentes actores políticos involucrados (candidatos, partidos e instituciones públicas) y el nivel de cumplimiento de la normativa legal vigente. A partir de estos análisis se hacen inferencias sobre: el posicionamiento, la imagen, la proyección y la visibilidad de los actores; las relaciones entre medios y actores políticos y, las infracciones cometidas contra la norma vigente. Este trabajo de seguimiento es realizado a través de una muestra de medios que incluye: dos televisoras (Venezolana de Televisión y Globovisión), tres diarios de circulación nacional (Últimas Noticias, Correo del Orinoco y El Nacional), seis diarios de circulación regional (Panorama, La Nación, El Carabobeño, El Impulso, El Tiempo y La Voz), dos estaciones de radio (Radio Nacional de Venezuela y Circuito FM Center). En estos medios se analizan los contenidos informativos y publicitarios relativos a las elecciones así como los programas de opinión La Hojilla y Aló Ciudadano y las cadenas nacionales de radio y televisión. (Véase metodología)

<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/M%C3%A9todo%20monitoreo%20de%20medios.pdf>.

## Período de pre-campaña. Visibilidad de los principales actores en los medios de comunicación social

De acuerdo a la normativa electoral está prohibida toda actividad de propaganda, electoral fuera del lapso oficial de campaña, sin embargo el CNE no cumplió su rol de árbitro exigiendo el acatamiento de las normas. En ese sentido, a lo largo de las nueve primeras semanas del monitoreo (mayo-junio), se verificó una presencia creciente en los medios analizados (prensa radio y



Fuente: Monitor Electoral Presidencial 2012. Universidad Católica Andrés Bello.

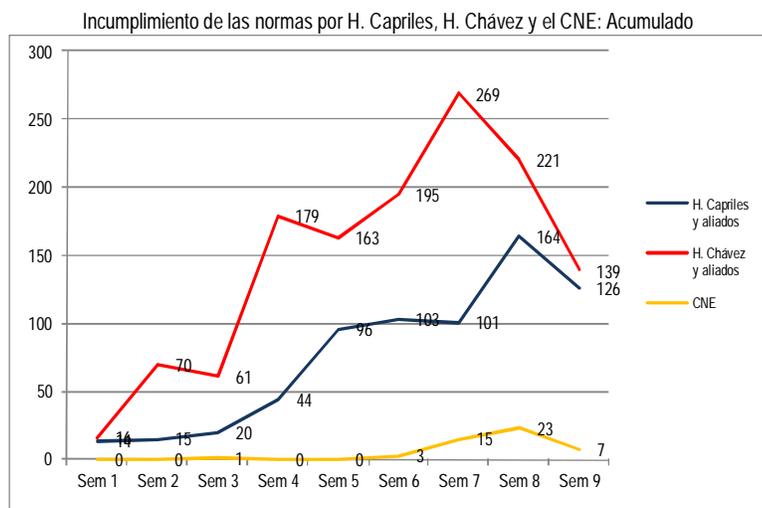
<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/S9%20Cobertura%20mediatica.pdf>

televisión) de los dos candidatos, inicialmente dominada por el candidato Capriles. Puede decirse que luego de la recuperación de la situación de salud del Presidente y ya formalizadas ante el CNE las inscripciones de las candidaturas de Chávez y Capriles, ha tendido a reducirse la brecha en la visibilidad de ambos candidatos en los medios de comunicación. Al término de esta etapa de precampaña se observa que la muestra de medios impresos de cobertura nacional da cuenta de un número similar de segmentos periodísticos para las dos candidaturas, pero ello es el resultado de una mayor visibilidad de Capriles en El Nacional y de Chávez en El Correo del Orinoco, mientras que en Últimas Noticias ambos candidatos tienen espacios similares. En el caso de Capriles la visibilidad en la prensa regional es mayor que la de Chávez, hecho relacionado con su recorrido por el interior del país. En cuanto a la radio, ambos candidatos muestran al final de la precampaña similar visibilidad, no así en la televisión donde el candidato Presidente Chávez lleva una ventaja importante debido al uso de las cadenas. Por último debe señalarse que tras la presentación del nuevo Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales el CNE aumentó levemente su visibilidad en los medios.

(Para mayor detalle véase los informes semanales de la cobertura mediática en

<http://www.monitorelectoral.org.ve/?q=perfilcoberturaactorescampana>)

## Incumplimiento de la norma electoral por parte de los candidatos Chávez y Capriles y por el CNE



Fuente: Monitor Electoral Presidencial 2012. Universidad Católica Andrés Bello.

<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/S9%20Cobertura%20mediatica.pdf>

<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/M%C3%A9todo%20monitoreo%20de%20medios.pdf>

Otro estudio que se realiza en el marco del Proyecto Monitor Electoral Presidencial 2012 tiene que ver con el seguimiento del cumplimiento de la normativa electoral por parte de los dos candidatos presidenciales con mayor opción y de las organizaciones que los apoyan, así como por el mismo árbitro electoral. Los detalles respecto a la operacionalización de la normativa y demás aspectos metodológicos de este estudio pueden consultarse en:

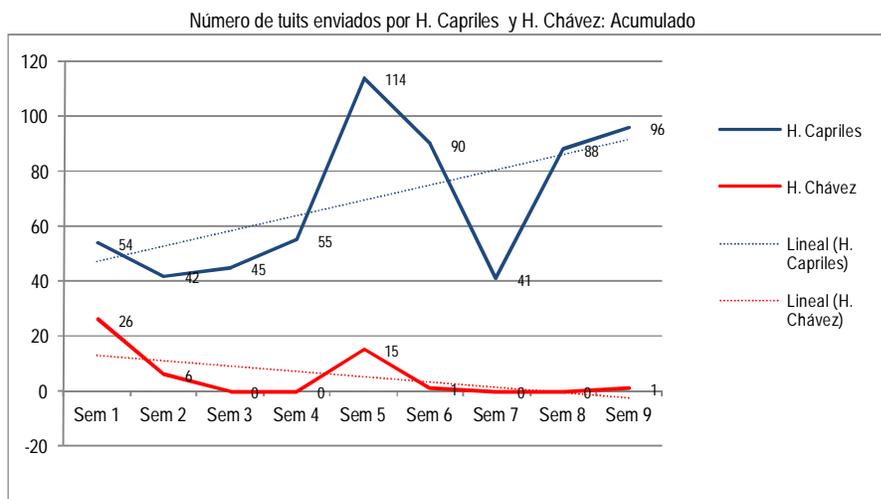
El seguimiento de las infracciones a la ley electoral durante estos meses de precampaña ha revelado que los candidatos, partidos e instituciones estatales atentan cada vez más contra la reglamentación electoral, pero en el sector oficial el incremento de la frecuencia de las infracciones es bastante más pronunciado que en el sector opositor. El Presidente Chávez registra la mayor recurrencia de incumplimiento a la normativa electoral principalmente en las disposiciones relacionadas con la prohibición de expresiones irrespetuosas o de agresiones verbales, así como de la promoción de estereotipos de discriminación de cualquier tipo y de la intolerancia. La frecuencia de las infracciones en el caso de Capriles ha venido creciendo a causa de un número más alto de faltas referidas al uso de

expresiones irrespetuosas. En general, el discurso de los actores involucrados en la lucha electoral tiende a intensificarse y a teñirse de ataques verbales al contrario. A medida que avanza el tiempo se incrementa el “tono del enfrentamiento” entre los candidatos y sus voceros. Chávez y sus aliados mantienen el tono agresivo y de enfrentamiento que los ha caracterizado, y Capriles comienza a dejar de lado el tono conciliador para incurrir cada vez más en la confrontación verbal.

(Para mayor detalle véase los informes semanales sobre el cumplimiento de la normativa electoral en <http://www.monitorelectoral.org.ve/?q=perfilcoberturaactorescampana>)

## La campaña electoral en la red social Twitter

La normativa electoral que regula las elecciones presidenciales 2012 no contempla la regulación del uso de las redes sociales, sin embargo, en vista del uso creciente de dichas redes y de su potencia como medios para la transmisión de mensajes, se ha considerado de interés, en el marco del Proyecto Monitor Electoral Presidencial de la UCAB, hacer seguimiento del uso de las redes sociales, específicamente, se realiza un análisis descriptivo de los mensajes emitidos en las cuentas *Twitter* de Hugo Chávez Frías y Henrique Capriles Radonski y de las organizaciones políticas que les apoyan (PSUV y MUD).

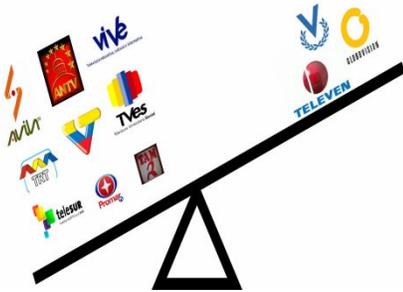


Fuente: Monitor Electoral Presidencial 2012. Universidad Católica Andrés Bello.  
<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/S9%20Cobertura%20mediatica.pdf>

La estrategia que ha desplegado el candidato opositor en su cuenta @hcapriles, apunta a la “cercanía” con sus seguidores. Desde el inicio de la precampaña (medida desde el 1° de mayo cuando inició el monitoreo) se ha dedicado a enviar regularmente mensajes a sus seguidores sobre su programa de gobierno, su proyecto político y sobre críticas al candidato oficialista. Por su parte, el Presidente Chávez no ha demostrado especial interés en esta herramienta para difundir mensajes de su campaña electoral. La tendencia observada revela niveles muy bajos de actividad. Los usuarios que difundieron más información electoral durante la precampaña fueron: @unidadvenezuela, que contabiliza 1.339 tuits; seguido de @partidopsuv con un acumulado de 980 mensajes, @hcapriles, con un total de 644 tuits electorales; y por último, @chavezcandanga con 56 tuits.



## Informe sobre *El entorno comunicacional venezolano: la consolidación de un modelo*



La campaña electoral, de cara a las elecciones presidenciales de 2012 en Venezuela, tiene como telón de fondo la implantación de un modelo en materia de medios y comunicación que las propias autoridades definieron como la hegemonía comunicacional. En el informe sobre el entorno comunicacional venezolano elaborado en el marco de este proyecto se analizan las principales características de dicho modelo por las implicaciones que tiene en materia de pluralismo político y ejercicio pleno de la libertad de expresión, ya que ambas dimensiones son esenciales para el desarrollo de un

proceso electoral democrático y transparente. El informe completo está disponible en: <http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/Entorno%20comunicacional%20%20venezolano%202012.pdf>

## El CNE aprobó el nuevo Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales y el Reglamento Especial Sobre la Campaña Electoral para la Elección Presidencial 2012

A casi tres años de refrendada la Ley Orgánica de Procesos Electorales (LOPRE) en agosto de 2009 y pasados dos procesos electorales –las elecciones parlamentarias de septiembre de 2010 y las regionales y municipales de diciembre del mismo año–, el Consejo Nacional Electoral (CNE) aprobó el 7 de junio pasado el Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales. Hasta esa fecha el CNE había reglamentado esa ley, haciendo uso de atribuciones legales contempladas en la Constitución, la Ley Orgánica del Poder Electoral (LOPE) y la misma LOPRE, mediante diez reglamentos dirigidos cada uno de ellos a normar materias específicas distintas de los procesos electorales. El 21 de junio aprobó además un Reglamento Especial Sobre la Campaña Electoral para la Elección Presidencial 2012. Tiene el nuevo reglamento la virtud de unificar en uno sólo todas las normas regulatorias a la Ley Orgánica de Procesos Electorales, facilitando su manejo y acceso. Cumple además con la necesaria actualización producto de innovaciones incorporadas al sistema electoral y con la experiencia acumulada de casi tres años y dos procesos electorales de vigencia de la LOPRE.

Resulta sin embargo lamentable que debilidades reglamentarias señaladas en distintos momentos no hayan sido superadas. Para solo citar algunos ejemplos, no se regulan las cadenas nacionales de radio y televisión y se mantiene una definición operativa bastante limitada de lo que debe entenderse por propaganda electoral. Según el artículo 202, del mismo modo que lo recogía el artículo 3 del Reglamento N° 6 derogado, propaganda electoral es todo mensaje que expresen llamados a votar por determinada candidatura o por alguna parcialidad política, de modo que de no existir un llamado

explicito a votar por un determinado candidato o parcialidad política el mensaje no sería de propaganda electoral y queda fuera del ámbito de la regulación. La nueva normativa tampoco hace mención a la publicidad de la obra de gobierno de cualquier funcionario público que pueda estar optando a la reelección de su cargo o a otro de elección popular. En otras partes del mundo se han desarrollado reglamentaciones sobre lo permitido en cuanto a propaganda oficial durante los meses previos a la contienda electoral. Experiencias como las de Canadá, España o Perú han podido reorientar al CNE en la elaboración del nuevo reglamento.