

Boletín Informativo

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

31 de agosto de 2012

Número 3

Cobertura mediática de los principales actores: pauta publicitaria

En una contienda electoral la pauta publicitaria de los candidatos en los medios permite evaluar las diferentes estrategias mediáticas en desarrollo. Así, este estudio, que midió la propaganda electoral entre el 1 y el 31 de julio de 2012, arroja las siguientes conclusiones:

- Durante el primer mes de campaña, más del 80% del espacio total de publicidad electoral monitoreado en todos los medios de la muestra ha sido del candidato Hugo Chávez y sus aliados
- Por cada anuncio pagado para promover la opción del opositor Henrique Capriles se registraron cinco segmentos oficialistas.
- El árbitro electoral registra pocas apariciones publicitarias para promover sus mensajes electorales
- La radio es el medio privilegiado para publicitar la campaña oficialista
- Capriles supera a su contrincante en las inversiones publicitarias para televisión y medios impresos
- El primer mes de campaña ambos candidatos incumplieron la norma electoral. Dichas violaciones permiten visualizar un clima electoral muy tenso en el que el irrespeto y la violencia están muy presentes.
- La candidatura de Hugo Chávez reúne más del 90% de los incumplimientos a la norma presentes de las publicidades electorales. Pero a medida que avanza la campaña el número de infracciones a la ley presentes en la publicidad de Hugo Chávez ha disminuido drásticamente, mientras que las violaciones de Capriles han aumentado levemente.

- La mayoría de las infracciones encontradas en la publicidad electoral oficialista está relacionada con un lenguaje que desestimula el voto y es además violento y discriminatorio para promover la candidatura de Hugo Chávez para un tercer período de gobierno (normas 2, 3, 18). Mientras que los mayores desacatos del sector opositor están relacionados con el uso indebido de símbolos patrios y la identificación deficiente en ocasiones del emisor de los mensajes (normas 10 y 5).

El valor de los hallazgos radica en el seguimiento semana tras semana de la campaña desde el pasado 1 de mayo, específicamente de tres variables: visibilidad en los medios, actividad en Twitter y cumplimiento de la normativa electoral. Para conocer en detalle el estudio por favor pulse el siguiente enlace

<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/Informe%20julio%20publicidad.pdf>

Análisis crítico del discurso de los candidatos. El momento inicial

Este estudio pretende averiguar de qué manera los candidatos Chávez y Capriles usan el sistema lingüístico y el discurso para presentarse a sí mismos e interactuar con el público en el diálogo político. Los principales hallazgos son los siguientes:

- El discurso de inscripción de candidatura de Capriles fue de 1.290 palabras. El discurso de inicio de campaña aumentó a 3.084. El candidato aumentó su asertividad.
- El discurso de inscripción de candidatura de Chávez fue de 15.040 palabras. El discurso de inicio de campaña disminuyó a 7.453. Exacerbación de las emociones.
- El discurso de inicio de campaña de Chávez tuvo como blanco a “la burguesía”, manipuló los sentimientos (ellos nos odian) e hizo falsas acusaciones (ellos mienten). Las estrategias para atacar a “la burguesía” incluyen: la generalización (burgueses son todos los que se oponen), la re-significación (de criticar pasa a “arremeter”), la advertencia (si se atreven), la amenaza (vamos a), el desprecio (no saben a nada), la burla (aburridos).

- El discurso de Capriles es diálogo democrático. El diálogo político de Capriles es entre “Yo” y “todos ustedes”. El discurso de Capriles toca temas de interés para la gente. El discurso de Chávez sigue los temas que Capriles escoge. Chávez responde, se defiende, ataca. El compromiso de Capriles es con el pueblo de Venezuela ahora para un mejor futuro. Chávez se compromete con los pueblos del mundo. Para él el futuro incluye “100 años”.
- La primera condición del diálogo es reconocer al interlocutor como válido. Chávez invalida como interlocutores a Capriles y al pueblo opositor (“la nada”).
- Cuando Chávez habla de “burguesía” usa el término en abstracto. La oposición “burguesa” incluye no solo a dueños del capital, sino también a la mitad de la población venezolana.
- Capriles habla a la gente “piense lo que piense”. Chávez habla a la gente para que piense como él piensa.
- La manipulación como estrategia discursiva puede ser legítima o ilegítima. La de Chávez es ilegítima, abusa de su poder, polariza y hace creer que sin él habrá caos.
- Capriles habla poco y sus palabras son fáciles de recordar. Chávez habla mucho, pero sus palabras van mezcladas con digresiones que distraen a los interlocutores.
- Capriles dice que no insulta a nadie. No usa insultos. Su discurso es coherente. Chávez exige respeto, pero insulta al adversario. Su discurso no es coherente.

Sobre polarización

- El discurso de Capriles mitiga la polarización. El discurso de Chávez la intensifica y divide entre “ellos” (los opositores) y “nosotros” (los revolucionarios).
- Capriles llama a la unión de todos los venezolanos. Chávez llama a la unión interna de los revolucionarios para profundizar la revolución.
- El discurso de Chávez es el de un líder populista de amplia experiencia. El discurso directo y sencillo de Capriles lo ha hecho muy popular entre la gente aquí y ahora.

- El discurso de Chávez aumenta el repertorio lingüístico de los venezolanos con palabras estigmatizantes (“escuálido”, “majunche”) y legitima la violencia verbal.

Sobre argumentación

- Capriles argumenta con evidencia directa que le da la gente en los pueblos. Chávez argumenta con falacias como la dicotomía entre capitalismo y socialismo.
- La falacia de la dicotomía entre capitalismo y socialismo impide a la gente que piense en otras opciones. No se promueve la autonomía de juicio.
- Chávez argumenta en contra de Capriles mediante la estrategia de la hipoteticalidad, imaginando las posibles malas acciones de los opositores. Así amedrenta.
- Capriles usa la estrategia discursiva de la hipoteticalidad para imaginar un futuro en el que todos los venezolanos estén unidos y trabajen juntos. Así crea esperanzas.
- El discurso de Chávez produce distintos tipos de miedo: perder la casa, perder el trabajo, perder la vida, perder a los amigos, perder a la familia, perder el país.
- El discurso de Capriles no produce miedo. Es el discurso de Chávez sobre Capriles lo que crea miedo e incertidumbre en todos.
- El discurso de Capriles es el de un civil como cualquier ciudadano. El de Chávez es un discurso que ha militarizado el lenguaje con metáforas cognitivas de cuarteles.
- El discurso de Capriles tranquiliza a la gente y le da esperanzas. El discurso de Chávez crea incertidumbre y profundiza emociones extremas de amor y odio.
- Ambos candidatos reconocen que hay gente decepcionada y frustrada. Capriles convoca a trabajar unidos por Venezuela. Chávez convoca a continuar la revolución con él.
- El pasado para Capriles se refiere a los 14 años del gobierno de Chávez. El pasado para Chávez incluye los 200 años de la independencia. Los reclamos son diferentes.

Para revisar el estudio en detalle pulse aquí

<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/ACD%20Politico%20Informe%20Momento%20inicial%20de%20la%20campa%C3%B1a.pdf>

Hábitos político-electorales de las mujeres

Este estudio cualitativo encontró que, para las mujeres, en el voto sólo cuenta su decisión y voluntad política y que es imperativo ejercerlo.

A pesar de esa disposición a votar el próximo 7 de octubre, en el trabajo aparecen dos elementos vitales a la hora de hablar de la participación -la confianza y el miedo- indistintamente de la simpatía que profesan.

El miedo no es sólo a la vulneración del secreto del voto, es un miedo generalizado en lo social. En las mujeres chavistas hay un temor inoculado a perder la posibilidad de obtener beneficios que o han sido ya asignados o esperan por asignación.

Ambos grupos temen un conflicto social independientemente de los resultados.

Las simpatizantes de Hugo Chávez y Henrique Capriles esperan la victoria de su candidato el próximo 7 de octubre. Las mujeres chavistas están seguras del triunfo porque ya han vivido esa experiencia en el pasado, aunque esa seguridad no es monolítica.

Las opositoras, en cambio, tienen sentimientos encontrados. Algunas señalan que Chávez puede ganar debido a la combinación de recursos económicos, pero otras opinan que el triunfo es posible argumentado, entre otras razones, el desgaste de los 14 años de gobierno y la selección previa de un candidato único con amplio número de votos. Están entre el sentimiento de que esta vez se puede triunfar y el fatalismo ante otra victoria de Chávez.

El equipo que analizó los resultados piensa que para disminuir esa ansiedad es importante generar confianza sobre la aceptación de los resultados y sobre la actuación del Consejo Nacional Electoral.

Para revisar el estudio en detalle pulse aquí

<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/UCAB%20Estudio%20sobre%20habitos%20politicos%20electorales%20de%20las%20mujeres.pdf>

Estudio cuantitativo sobre el temor al voto

El trabajo mide la incidencia de algunos factores en la decisión de los electores de votar por el candidato de su preferencia el 7 de octubre. Una conclusión sobresale: los actores políticos deben generar condiciones para que haya plena confianza en el proceso.

El 79,3% de los electores están muy orientados a ejercer el sufragio sin temor alguno. La alta motivación al voto se refleja en porcentajes casi similares tanto en el electorado chavista, con 94,4%, como en el opositor, 93,1%, y en menor medida, en aquellos potenciales electores que no se identifican con ninguna de las dos posiciones (59,7%).

Un poco más de la mitad de los entrevistados (53,9%) no considera que el uso de las máquinas y capta-huellas determine la identidad de los votantes. Sin embargo, casi la cuarta parte (22,9%) de esos electores parte de la idea que el secreto del voto no está garantizado.

Ocho de cada diez electores chavistas perciben que con el uso de máquinas y capta-huellas se logra que el voto sea secreto. Con cifras menores, los electores opositores (42,6%) y los no alineados (40%) piensan que el proceso del sufragio es secreto.

Por otra parte, 61,8% de los entrevistados expresa que no conoce casos de personas con miedo a votar en contra de Hugo Chávez, debido a que dudan sobre el secreto del voto y en consecuencia temen perder el empleo u otros beneficios del gobierno. Esta apreciación es más relevante entre los electores chavistas (82,8%) que entre los opositores (50,9%) y los no alineados (55,1%).

Casi la mitad de los electores (48,1%) opina que con el uso de las máquinas y capta-huellas se evita el fraude electoral, una evidencia muy acentuada entre los chavistas (73,8%). Un poco más de la tercera parte de los opositores (35,1%) y el 32,1% de los no definidos políticamente también afirma que no habrá fraude electoral.

En cuanto al grado de confianza hacia el CNE, los electores de los próximos comicios presidenciales están muy divididos. Mientras que el 87,4% de los votantes chavistas muestran confianza frente al árbitro electoral, el 76,3% de los opositores y el 55,2% de los no aliados expresan desconfianza ante dicho organismo.

Al analizar estos números, los autores del estudio afirmaron que tanto los actores políticos como el Consejo Nacional Electoral deben generar condiciones para que haya plena confianza en el proceso.

Para revisar el estudio en detalle pulse el siguiente link

<http://www.monitorelectoral.org.ve/sites/default/files/Estudio%20cuantitativo%20sobre%20el%20temor%20a%20votar%20Proyecto%20Monitor%20Electoral%202012.pdf>