

# Monitor Electoral Presidencial 2012

Septiembre  
01/09/2012 – 30/09/2012

En este informe se evalúa la aparición del Presidente y candidato a la reelección por tercera vez, en las cadenas nacionales de radio y televisión, así como las transmisiones a cargo de otras entidades del Estado y su contenido electoral.

Se analizan la duración de las transmisiones, los actores que en ellas participan y el contenido divulgado. La apertura oficial de la campaña fue el 1° de julio del presente.

## La campaña electoral en las cadenas de radio y televisión

## INTRODUCCIÓN

El estudio “*Elecciones presidenciales venezolanas 2012: estrategia mediática y normativa electoral*” analiza el tratamiento otorgado al proceso electoral en los principales medios de comunicación social del país con el fin de evaluar el comportamiento de los diferentes actores políticos implicados (candidatos, partidos e instituciones públicas) y el nivel de cumplimiento de la normativa legal vigente. Abarca un periodo de seis meses y medio, comprendido entre el 1° de mayo y el 15 de octubre de 2012 y se aplica a una muestra de nueve periódicos, dos televisoras, dos estaciones de radio, cuatro cuentas de *Twitter* y todas las cadenas nacionales de radio y televisión. Los materiales analizados son los contenidos periodísticos y de publicitarios relacionados con el proceso electoral presidencial y los mensajes emitidos por los candidatos en la red social *Twitter*.

En este informe que cubre el estudio del mes de septiembre, se evalúa la frecuencia, participantes, duración y contenido electoral de las transmisiones en Cadena Nacional de Radio y Televisión que realice el Ministerio de Información y Comunicación, cuyo vocero principal es el actual Presidente de la República y aspirante a ejercer un tercer período.

Todas las mediciones, registradas semanalmente, se acumulan sistemáticamente para el seguimiento a lo largo del periodo de estudio.

El informe abre con un breve recuento de la actualidad político electoral y describe luego los resultados de las transmisiones de cadena nacional de radio y televisión. En anexo, se encuentra una ficha técnica del estudio.

Dos candidatos se disputan la presidencia de la República para el periodo 2013 – 2019. Hugo Chávez Frías, actual presidente de la República y Henrique Capriles Radonski quien dejó sus funciones como gobernador del estado Miranda el 6 de junio.

## PRINCIPALES HITOS DE LA ACTUALIDAD POLÍTICA DE LA SEMANA

**Semana 19:** (3 al 9 de septiembre) Durante la primera semana de septiembre el sector oficialista presiona para que el CNE totalice los votos del segundo simulacro de votación. La oposición insiste en que no se puede acceder a esta solicitud, alegando que se debe garantizar del secreto del voto.

**Semana 20:** (10 al 16 de septiembre) En la segunda semana, se anuncia cuál será el centro de votación para los venezolanos residenciados en Miami, Estados Unidos: el centro de convenciones “Ernst N. Morial” de Nueva Orleans, en Luisiana, ubicado a 1.400 kilómetros de distancia.

Los partidos políticos “Piedra”, “Unidad Democrática”, “Manos por Venezuela” y “Cambio Pana” retiraron su apoyo a Henrique Capriles, lo que altera la validez del tarjetón oficial para los comicios por la Presidencia de la República.

Voceros oficialistas difunden un video del diputado opositor Juan Carlos Caldera recibiendo dinero de “dudosa procedencia” para su campaña por la alcaldía de Sucre y lo vinculan con H. Capriles. Voceros de la oposición desmienten vínculos de financiamiento ilícito y aliados al candidato presidente exigen averiguaciones sobre los fondos de la campaña opositora.

El CNE inicia la segunda fase de capacitación de los miembros de mesa habilitados para los comicios del 7 de octubre.

**Semana 21:** (17 al 23 de septiembre) Al cierre de la tercera semana del mes el sector oficialista insiste en denunciar el supuesto “plan oculto” de “desestabilización” que planea la oposición para no reconocer los resultados del 7 de octubre.

El abanderado de la MUD, H. Capriles se reúne en Bogotá con el presidente colombiano Juan Manuel Santos, en el marco de su campaña por la Presidencia de la República para proponer estrategias de alianza y de seguridad fronteriza. El Primer Mandatario de Colombia reiteró su neutralidad frente a las elecciones venezolanas. Voceros del oficialismo criticaron la reunión de H. Capriles con M. Santos.

El candidato independiente Yoel Acosta Chirinos renuncia a su candidatura por la Presidencia de la República para apoyar al candidato Hugo Chávez.

**Semana 22:** (24 al 30 de septiembre) Los candidatos y sus respectivos comandos de campaña comienzan la recta final con actos, movilizaciones y actividades de cierre de campaña.

H. Capriles centra su discurso en las promesas incumplidas de Chávez, quien mantiene su crítica sobre el supuesto “paquetazo oculto” e identifica al opositor con los 40 años que antecedieron sus más de 10 años de gestión.

Enrique Márquez, representante del Comando Venezuela ante el CNE, denuncia que algunos consulados y embajadas están solicitando documentación adicional a lo exigido por la ley para ejercer el derecho al voto en los comicios el 7 de octubre.

La mesa está servida para el cierre de campaña y para la jornada electoral.

## LA CAMPAÑA ELECTORAL EN LAS CADENAS DE RADIO Y TELEVISIÓN

En este capítulo se analizan la frecuencia, la duración, los actores y el contenido electoral de las cadenas nacionales que realiza el Ministerio de Información y Comunicación y cuyo principal vocero es el actual Presidente de la República.

El monopolio del espectro radio eléctrico nacional puesto a la disposición exclusiva del Presidente y candidato para ejercer un tercer período es una modalidad impuesta por Hugo Chávez a todos los medios audiovisuales venezolanos cuando éste requiere comunicarse con la nación. Ocurre sin planificación ni aviso previo y su duración puede variar entre algunos minutos y 5 o más horas.

El Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MINCI) es el responsable de estas cadenas, en ocasiones otorgadas a entes gubernamentales para destacar los logros del gobierno encabezado por Hugo Chávez. Es así como el gobierno impone algunos programas en cadena llamados “Venezuela Bolivariana en Marcha”, “Jueves de vivienda” y “Viernes económicos” de reciente creación.

### Frecuencia de transmisión de cadenas

En este nivel de análisis se describen las cadenas transmitidas durante el mes de septiembre y los actores que en ellas participan.

Tabla 1: Frecuencia de transmisión de las cadenas y actores: Septiembre

	H. Chávez	Venezuela Bolivariana en Marcha	CNE	Instituciones del Estado	Total
S19	1	0	0	0	1
S20	0	0	0	0	0
S21	2	0	0	0	2
S22	3	0	0	0	3
Totales	6	0	0	0	6
%	100%	0%	0%	0%	100%

Figura 1: Porcentaje de vocería de las cadenas transmitidas: Septiembre

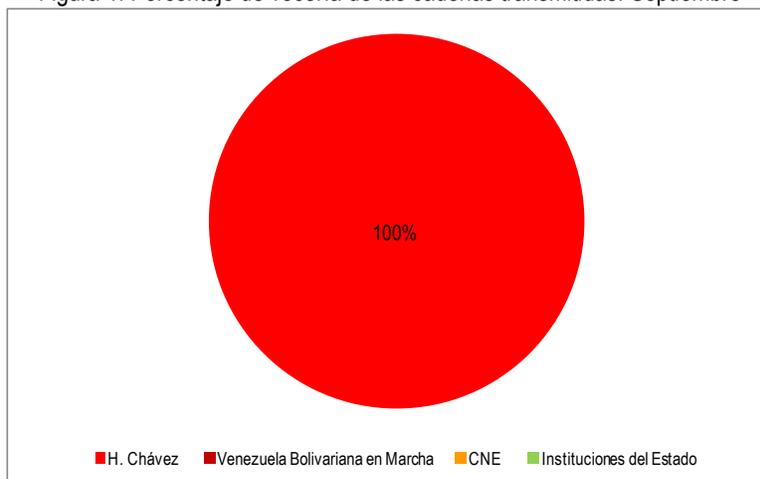


Figura 3: Evolución de las cadenas transmitidas: Campaña

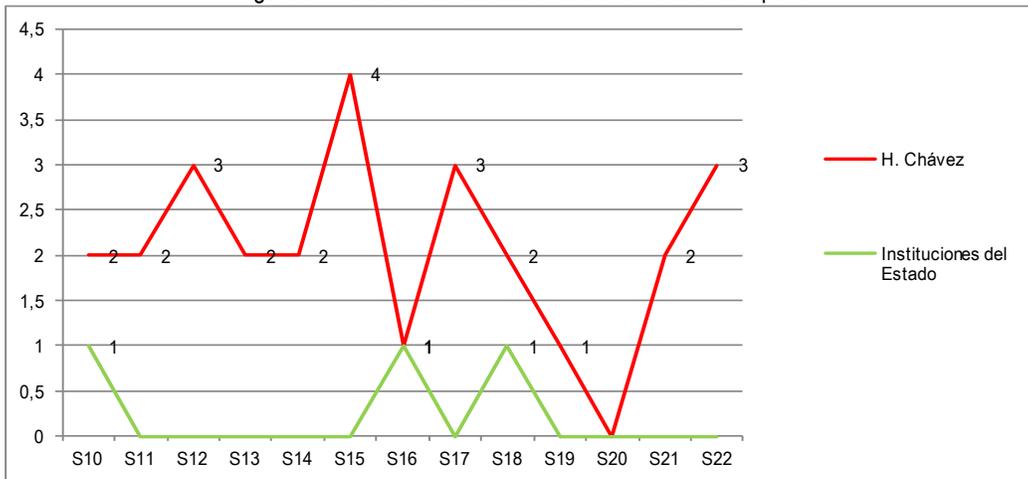


Tabla 2: Cadenas transmitidas en la campaña por el candidato presidente Hugo Chávez

Mes	Cadenas
Julio	11
Agosto	10
Septiembre	6

**Comentario:** En el tercer mes de campaña, la frecuencia de las transmisiones conjuntas de radio y televisión, mejor conocidas como cadenas, sigue disminuyendo (tabla 2) con relación a los dos primeros meses de campaña.

En septiembre Hugo Chávez realizó casi la mitad de cadenas que en julio. El Presidente es además el único vocero de este tipo de transmisiones. No se “encadenaron” los medios para la difusión de programas que aúpen los logros y avances de su gestión. Los programas “Venezuela Bolivariana en Marcha”, “Jueves de Vivienda”, o “Viernes Económico” no fueron transmitidos en cadena este mes, como tampoco lo fueron los Consejos de ministros.

Por su parte, el CNE y otras instituciones del Estado tampoco recurrieron a las cadenas para difundir sus mensajes institucionales.

Desde el inicio de la campaña se han transmitido un total de 30 cadenas de radio y televisión, de las cuales, 27 han estado bajo la responsabilidad del presidente Chávez.

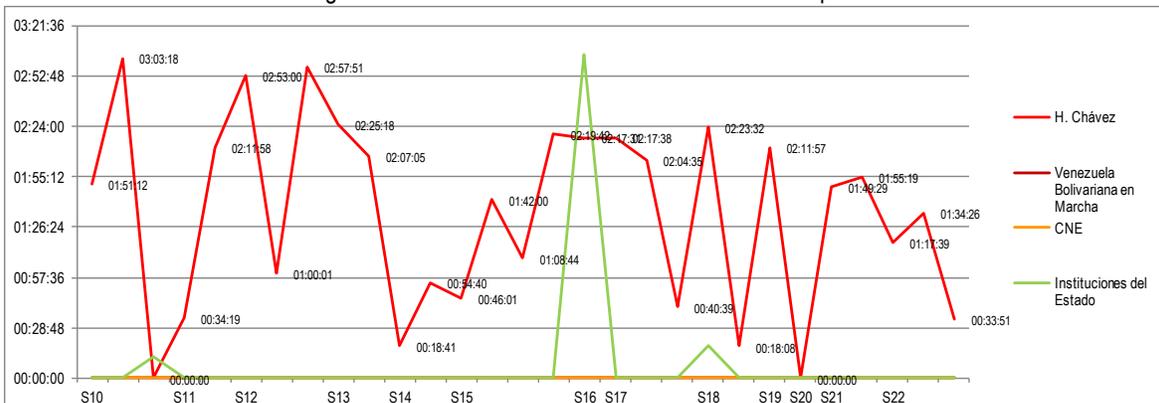
Duración y voceros de las cadenas transmitidas

En esta sección se contabiliza en minutos y segundos el tiempo de cada una de las transmisiones realizadas durante el mes y su vocero

Tabla 2: Duración de las cadenas transmitidas en campaña: Septiembre

Semana	H. Chávez
S19	02:11:57
S20	00:00:00
S21	01:49:29
	01:55:19
S22	01:17:39
	01:34:26
	00:33:51
Total	09:22:41

Figura 3: Duración de las cadenas transmitidas: Campaña



**Comentario:** En el último mes de la campaña presidencial, (semanas 19 a 22), la imposición de las cadenas H. Chávez fue bastante irregular. Hizo una cadena de 2 horas en la primera semana, no se “encadenó” en la segunda semana, y en las dos últimas semanas realizó dos y tres cadenas respectivamente. A todo lo largo del mes, el sector opositor no ha cesado de protestar y pedir el cese de este tipo de apariciones en las que el Jefe de Estado confisca la señal del espectro radioeléctrico nacional para su único beneficio, lo que voceros de la MUD calificaron como “ventajismo oficialista”.

En septiembre Hugo Chávez acumuló un total de casi 9 horas y media (9 horas 22 minutos y 41 segundos) en alocuciones conjuntas de radio y televisión, 6 horas menos que en el mes anterior.

Duración de las cadenas transmitidas por H. Chávez

Esta unidad registra en minutos y segundos, el tiempo cada una de las transmisiones realizadas en cadena por Hugo Chávez durante el mes, así como el tiempo dedicado a hacer campaña durante estas cadenas.

Tabla 2: Duración de las cadenas y de los mensajes electorales de H. Chávez: Septiembre

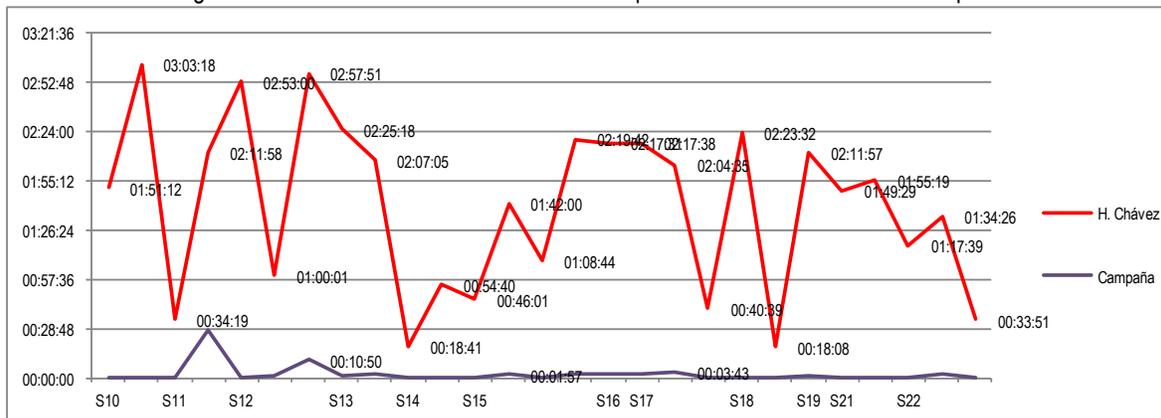
	Día	H. Chávez	Campaña	Contexto
S19	04/09/12	02:11:57	00:01:26	Entrega de Petrobonos al sector universitario
S21	17/09/12	01:49:29	00:00:00	Inauguración de la escuela nacional bolivariana "Claudio Feliciano II"
	20/09/12	01:55:19	00:00:00	Inauguración de la carretera Mamera-El Junquito
S22	25/09/12	01:17:39	00:00:21	Acto de graduación de la segunda promoción de oficiales de la Policía Nacional Bolivariana
	26/09/12	01:34:26	00:02:10	Firma de acuerdos entre la banca pública y privada para la construcción de viviendas
	29/09/12	00:33:51	00:00:00	Inicios de prueba del cable tren bolivariano de Petare
Total		09:22:41	00:03:57	

**Comentario:** Durante las 9 horas y media de cadena de septiembre, el Presidente solo dedicó 4 minutos (menos de 1% del total), al tema de los comicios del 7 de octubre y en esta ocasión, fue para recordar que no se podía hablar de la campaña por la Presidencia de la República ya que el CNE lo prohibió, dando así muestras de querer actuar “apegado a la ley”.

A pesar de que cada intervención respondió a temáticas distintas, en cada una de ellas el Presidente mantuvo un discurso parecido al que ha venido desarrollando en sus cadenas de julio y agosto: una crítica constante de los 40 años que antecedieron su gestión, señalamientos y defectos del sistema capitalista y con el que asimila el proyecto del candidato opositor y ensalzamiento del socialismo como modelo político.

En septiembre los motivos para encadenar los medios del país fueron variados: La cancelación de la deuda a profesionales universitarios con “petrobonos”, la inauguración de una escuela en Macarao (sector popular del oeste de Caracas), la inauguración de carretera Mamera - El Junquito (ruta suburbana a las afueras de Caracas), la graduación de la segunda promoción de la Policía Nacional Bolivariana, la firma de acuerdos entre banca pública y privada para el financiamiento de viviendas y las pruebas del tren de Petare (aún sin inaugurar).

Figura 3: Duración de las cadenas transmitidas por el candidato H. Chávez: Campaña



**Comentario:** En último mes de campaña si bien el presidente Hugo Chávez no hace campaña explícita en sus cadenas, es decir no hace llamados al voto a favor de su candidatura, su discurso enfatiza los éxitos de su gestión pasada, muestra obras, informa sobre el pago de deudas y asignaciones de recursos, recordando que seguirá en su próximo gobierno con todas estas acciones y políticas.

En los tres meses de campaña, el presidente Chávez ha acumulado un total de 45 horas, 38 minutos y 34 segundos de transmisiones conjuntas de radio y televisión, de las que, a pesar de las protestas de la oposición, ha dedicado 1 hora y 50 segundos a hacer campaña de manera explícita.

#### El CNE en cadena el 4 de octubre

Por primera vez desde que inició el estudio (el 1° de mayo) el Consejo Nacional Electoral transmitió un mensaje en cadena nacional, para anunciar el cierre oficial de la campaña por la Presidencia de la República. A lo largo de la campaña, el CNE nunca recurrió a este tipo de transmisiones.

El portavoz del CNE en esta oportunidad fue Tibisay Lucena, la presidenta de la institución, y la intervención en tuvo una corta duración de 7 minutos y 41 segundos. El mensaje central fue para anunciar el cierre de campaña a la medianoche de ese mismo día y para exhortar a los candidatos, partidos políticos, organizaciones, medios de comunicación social y ciudadanía en general a respetar la Ley Orgánica de Procesos Electorales.

## LA CAMPAÑA ELECTORAL EN LAS CADENAS NACIONALES DE RADIO Y TELEVISIÓN: CONCLUSIONES

Desde el inicio del monitoreo, el 1° de mayo, hasta el 4 de octubre, Hugo Chávez acumuló un total de 69 horas, 29 minutos, y 23 segundos (casi 3 días) de transmisiones conjuntas de radio y televisión monopolizando el espectro radioeléctrico nacional para la difusión de mensajes políticos sobre su gestión.

En la precampaña (1° de mayo - 30 de junio), las cadenas duraron 23 horas, 50 minutos y 49 segundos (casi 1 día).

Durante la campaña (1° de julio – 4 de octubre) las cadenas duraron 45 horas, 38 minutos y 34 segundos: un poco más de 20 horas en julio, casi 16 horas en agosto y un poco más de 9 en septiembre, lo cual revela una disminución progresiva del uso de las cadenas.

De las más de 45 horas (casi dos días) de transmisión en cadena del presidente Chávez durante la campaña, 1 hora y 50 segundos fueron utilizadas para hacer campaña de manera explícita.

El CNE se pronunció a principios de la campaña, en respuesta a las continuas denuncias que hiciera la oposición sobre lo que calificaban de “ventajismo oficialista” en el desarrollo de la campaña, a lo que el Poder Electoral respondió, el 30 de julio, que no tenía competencia para regular las transmisiones de cadenas ya que estas constituían un derecho del Jefe del Estado para difundir información de interés nacional.

Aunque en este tipo de alocuciones el candidato presidente no hacía campaña de manera explícita y frontal, su discurso resaltaba la buena gestión de sus más de 14 años de mandato, mostrando constantes inauguraciones, recorridos por zonas afectadas tras los incendios en las refinerías petroleras, atención a los afectados de las lluvias, consignación de viviendas a los damnificados de hace más de un año, acuerdos de financiación para viviendas, graduación de militares y policías. A esto se le añade un verbo que desprestigia la alternativa política y las gestiones previas y que ensalza el socialismo como modelo político.

La única intervención que hizo el CNE en cadena, fue el 4 de octubre en horas de la noche para anunciar la finalización del período de campaña y para exhortar a los diferentes actores involucrados en el proceso (candidatos, partidos políticos y organizaciones), a los medios de comunicación social y a la ciudadanía en general a respetar lo establecido en la LORPE para el desarrollo pacífico de la jornada electoral. Esta cadena de Tibisay Lucena, la presidenta del organismo, fue de corta duración (7 minutos y 41 segundos).

## ANEXO FICHA TÉCNICA DEL MONITOREO

### OBJETIVO GENERAL

Analizar el tratamiento otorgado al proceso electoral en los principales medios de comunicación social del país y en las cadenas nacionales de radio y televisión, con el fin de evaluar el comportamiento de los diferentes actores políticos implicados (candidatos, partidos e instituciones públicas) y el nivel de cumplimiento de la normativa legal vigente

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- .1 Elaborar un capítulo de antecedentes sobre el sistema comunicacional venezolano actual.
- .2 Registrar y analizar los mensajes periodísticos y de propaganda, relativos a la campaña electoral difundidos en los medios venezolanos (prensa, radio y televisión), en las cadenas y en la red social *Twitter*.
- . 3 Analizar las estrategias mediáticas de los principales actores de la contienda electoral presidencial
- .4 Elaborar perfiles de las infracciones cometidas por los candidatos, las organizaciones políticas y las instituciones públicas) en los principales medios de comunicación social del país y en la red social *Twitter*.

### ALCANCE DEL PROYECTO

El proyecto cubre el periodo comprendido entre el 1 de mayo y el 15 de octubre de 2012.

Los contenidos analizados serán los contenidos periodísticos y de propaganda relacionados con política electoral venezolana y los mensajes emitidos por los actores seleccionados en cadena nacional en la red social *Twitter*.

### MUESTRA

- . Se seleccionan dos grupos de periódicos, uno de alcance nacional y otro de alcance regional y en ellos, todos los contenidos informativos relativos a las elecciones. *El Nacional, Últimas Noticias y Correo del Orinoco Panorama, La Nación, El Carabobeño, El Impulso, El Tiempo de Puerto La Cruz y La Voz de Guarenas.*
- . Se seleccionan dos canales de televisión, uno público Venezolana de Televisión y otro privado Globovisión y en ellos los contenidos relativos a las elecciones transmitidos en los noticieros estelares, en sus programas de opinión más emblemáticos: *La Hojilla y Aló Ciudadano* y en cadena nacional.
- . Se seleccionan dos estaciones de radio, una pública Radio Nacional de Venezuela y una privada Circuito Fm Center y en ellas, todos los contenidos informativos relativos a las elecciones transmitidos en sus noticieros estelares y en cadena nacional.
- . Se seleccionan todas las cadenas nacionales de radio y televisión

### CORPUS DE INVESTIGACIÓN

Segmentos informativos, de opinión o publicitarios relativos a los principales actores de la contienda electoral.

Mensajes enviados por los candidatos y su principal organización política relacionados con la campaña electoral