

# Monitor Electoral Presidencial 2012

Agosto

01/08/2012 – 31/08/2012

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 agosto, se evalúa la frecuencia, los participantes, la duración y el 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 15** (6-12 de Agosto): En esta semana el candidato opositor Henrique Capriles hace frente a los insultos del candidato presidente Hugo Chávez luego de que este afirmase que Capriles perteneció a grupos neonazis. El opositor exigió respeto a su familia y en especial sus bisabuelos víctimas de los campos de concentración.

El bloque opositor continúa las denuncias sobre el ventajismo oficialista en la campaña.

**Semana 16** (13-19 de Agosto): El CNE inicia ocho investigaciones administrativas por desacatos a la LOPRE. Una al Comando Venezuela por publicidad que excede el tiempo transmitida en el canal Meridiano, otras a la Alcaldía de Nirgua en Yaracuy e Instituto Nacional de Nutrición en Guárico por publicidad en instituciones públicas, al Comando Venezuela (opositor) de Cojedes por publicidad sin RIF, al Comando Carabobo (oficialista) de Guárico por exceso de publicidad en impresos.

Las ONG Mujer y Ciudadanía, y Merecemos Paz, junto con la Policía del estado Táchira serán investigadas por contratar publicidad sin estar autorizados por el Poder Electoral.

Todo esto sin que se materialice en penalizaciones a los actores involucrados.

H. Capriles suma 159 pueblos visitados y H. Chávez critica su estrategia y la califica de “turismo político”.

Voceros del Comando Venezuela denunciaron que la Compañía Anónima de Teléfonos de Venezuela (Cantv) bloqueó el dominio del sitio web oficial [www.hayuncamino.com](http://www.hayuncamino.com), y aseguraron que solo se puede acceder al link desde otros proveedores de Internet.

**Semana 17** (20-26 de Agosto): El CNE comenzó la auditoría de la tinta indeleble que se usará en los comicios por la Presidencia de la República en laboratorios de la Escuela de Química de la Universidad Central de Venezuela. El árbitro electoral firmó un acuerdo de acompañamiento con la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur) para las elecciones presidenciales.

Una explosión en la refinería Amuay de PDVSA, en el estado Falcón, provocó enormes daños materiales y humanos, con una elevada cifra de fallecidos, que ocasionó la suspensión del segundo simulacro programado por el CNE para el domingo 26 de agosto.

Votantes residenciados en Miami mantienen sus exigencias al CNE para que les garanticen el derecho al voto.

**Semana 18** (27 de Agosto-3 de septiembre): El CNE confirma que en tres países (Paraguay, Israel y Siria), los venezolanos no podrán ejercer el derecho al voto por cierre de la oficina consular. El árbitro electoral exigió cesar la transmisión de una propaganda electoral del partido opositor Voluntad Popular titulada *La seguridad es el camino* por considerar que “atenta contra la seguridad mental” de los venezolanos. Voceros de la oposición calificaron la decisión de “censura”.

Esta semana se realizó el simulacro de votación, pautado inicialmente para el 26 de agosto, y suspendido por el incendio en la refinería de Amuay. El CNE también auditó, junto con los partidos políticos, el software de las máquinas de votación.

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

En este capítulo se analiza 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 julio y los actores que en ellas participan.

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

	H. Chávez	Venezuela Bolivariana en Marcha	CNE	Instituciones del Estado	Total
S15	4	0	0	0	4
S16	1	0	0	1	2
S17	3	0	0	0	3
S18	2	0	0	1	3
Totales	10	0	0	2	12
%	83%	0%	0%	17%	100%

Figura 1: Frecuencia de transmisión de las cadenas y actores: Agosto

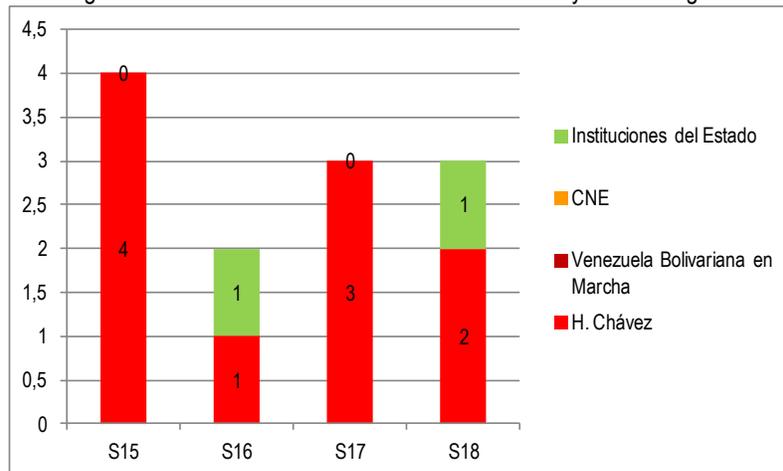


Figura 2: Porcentaje de vocería de las cadenas transmitidas: Agosto

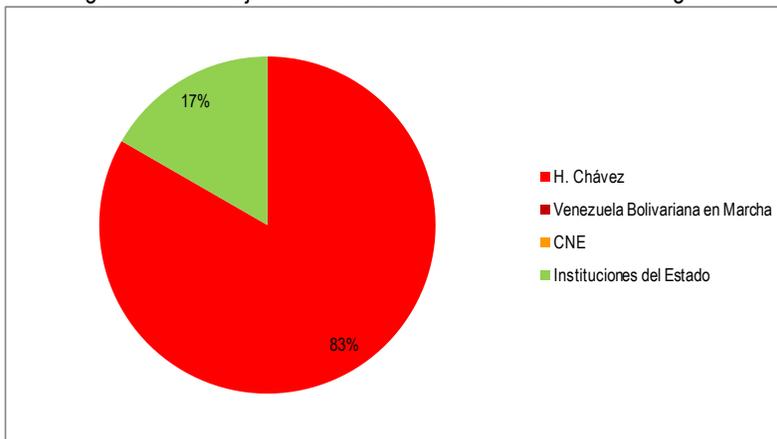
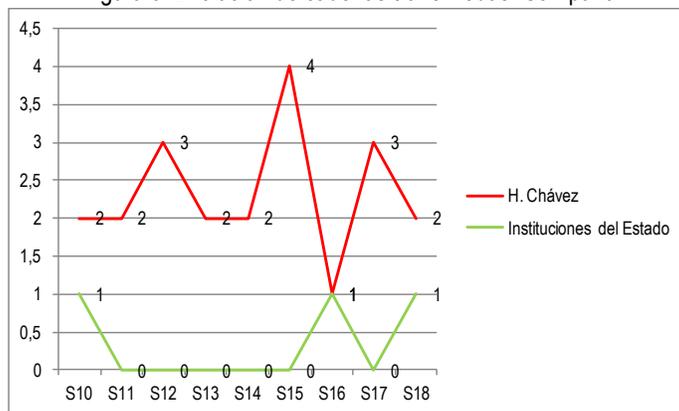


Figura 3: Evolución de cadenas transmitidas: Campaña



**Comentario:** Como en el primer mes de campaña, en este segundo se realizaron 12 transmisiones conjuntas de radio y televisión, mejor conocidas como cadenas. Diez de ellas (83%) fueron llevadas por el primer mandatario y candidato a la reelección, Hugo Chávez con un promedio de 2 transmisiones por semana.

Las 2 cadenas restantes de agosto estuvieron a cargo de otras instancias gubernamentales:

- . Un consejo de ministros y
- . Un balance de gestión ante las contingencias de Amuay

A pesar de la proximidad de las elecciones, el CNE no ha realizado ninguna intervención en cadena. Los espacios que en tiempo de precampaña se dieron a conocer como “Venezuela Bolivariana en Marcha”, para informar sobre los avances de la gestión gubernamental desaparecieron de la programación en el mes de julio y tampoco se transmitieron en agosto.

Desde el inicio de la campaña en 1° de julio, se realizaron 23 cadenas nacionales de radio y televisión de las cuales 21 fueron del presidente candidato Hugo Chávez,

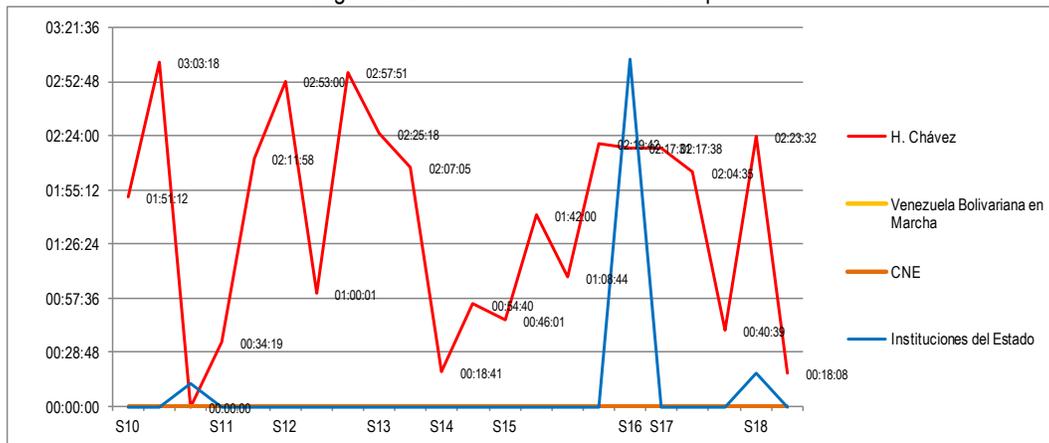
Duración y voceros de las cadenas transmitidas

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: Agosto

	H. Chávez	Venezuela Bolivariana en Marcha	CNE	Instituciones del Estado
S15	00:46:01	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	01:42:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	01:08:44	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	02:19:42	00:00:00	00:00:00	00:00:00
S16	02:17:31	00:00:00	00:00:00	03:05:03
S17	02:17:38	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	02:04:35	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	00:40:39	00:00:00	00:00:00	00:00:00
S18	02:23:32	00:00:00	00:00:00	00:30:06
	00:18:08	00:00:00	00:00:00	00:00:00
Total	15:58:30	0:00:00	00:00:00	3:35:09

Figura 3: Duración de las cadenas: Campaña



**Comentario:** Cuando la campaña por la Presidencia de la República cierra su segundo mes, se registra un total de doce cadenas que tuvieron una duración total de 19 horas con 21 minutos y 41 segundos.

El candidato presidente ha monopolizado el espectro radioeléctrico durante 15 horas, 58 minutos y 30 segundos, mientras que otras instituciones del Estado contabilizaron 3 horas 35 minutos y 9 segundos

Como durante el primer mes de campaña, en este segundo mes, el CNE tampoco ha intervenido en cadena nacional.

Duración de las cadenas transmitidas por H. Chávez

Esta unidad registrará 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: Agosto

	Día	H. Chávez	Campaña	Contexto
S15	01/08/12	00:46:01	00:00:00	Llegada de Chávez desde Brasil
	06/08/12	01:42:00	00:01:57	Inauguración de fábrica de Petrocasa Ventanas I. Guacara, Carabobo.
	07/08/12	01:08:44	00:00:00	Entrega de reconocimientos a la selección olímpica
	08/08/12	02:19:42	00:02:44	Inauguración del Gran Abasto Bicentenario en Plaza Venezuela
S16	17/08/12	02:17:31	00:02:12	Acto de la Gran Misión Vivienda con sectores medios del país
S17	20/08/12	02:17:38	00:01:58	Reunión con trabajadores de Sidor
	22/08/12	02:04:35	00:03:43	Encuentro de Chávez con los batallones de la Faja Petrolífera de Orinoco
	26/08/12	00:40:39	00:00:00	Acto de ascenso y condecoración post-mortem a los GNB fallecidos en Amuay
S18	28/08/12	02:23:32	00:00:00	Puesto de Comando Presidencial (ante lo ocurrido en Amuay)
	28/08/12	00:18:08	00:00:00	Balance de acciones gubernamentales ante las contingencias
Total		15:58:30	00:12:34	

**Comentario:** En agosto, el Presidente y candidato a la reelección transmitió un total de 10 cadenas (una menos que el primer de campaña) que suma casi 16 horas de duración, es decir 4 horas menos de las registradas en el mes de julio.

Los motivos por los cuales el presidente Chávez encadenó los medios audiovisuales fueron diversos: su llegada de Brasil luego de la unión de Venezuela al Mercosur, la inauguración de una fábrica de Petrocasa (estado Carabobo), el reconocimiento a la selección olímpica a su llegada a Venezuela, la inauguración de un abasto Bicentenario en Plaza Venezuela (Caracas), un acto de la misión Vivienda, una reunión con trabajadores de Sidor, un encuentro con batallones en la faja petrolífera del Orinoco.

Las otras tres últimas cadenas estuvieron, como el resto de la agenda mediática de esos días, relacionados con el incendio de la refinería de Amuay en el estado Falcón; un acto de ascenso post-mortem a los Guardias Nacionales fallecidos en la tragedia; y un Balance de acciones frente a las contingencias, incluyendo los de la caída del puente de Cúpira, estado Sucre.

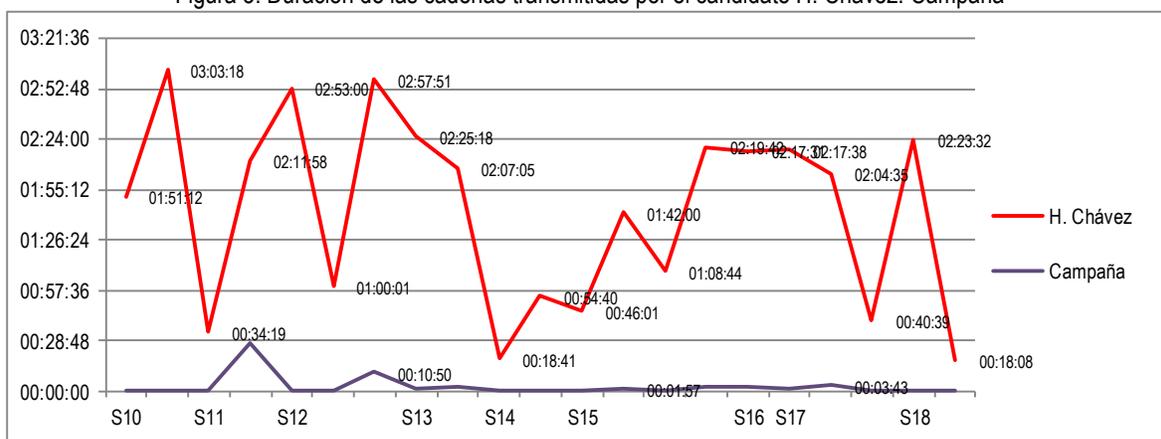
Durante el mes de agosto, también se transmitió una cadena cuya vocería fue conjunta y se tipificó como "Instituciones del Estado", en la que participan el candidato presidente Hugo Chávez, el vicepresidente Elías Jaua, y la gobernadora de Falcón, en un recorrido por las zonas afectadas por las lluvias en los estados Monagas y Sucre y por el incendio en la refinería Amuay. La fecha de difusión fue el 27 de agosto y tuvo una duración exacta de 30 minutos y 6 segundos con un

contenido que muestra “gran interés” institucional y personal del Presidente por acercarse y resolver los imprevistos y las necesidades de los afectados.

Luego de la polémica desatada en el mes pasado por las continuas denuncias de la oposición sobre los que consideran ventajismo oficial, cada vez que transmite una cadena, el presidente Chávez incluye en su discurso frases como “recuerden que estamos en cadenas y no podemos hablar de las elecciones”, “hay que dar el ejemplo”, “si hablamos del 7 de octubre el CNE me puede sancionar”, “en cadena no se puede hacer campaña” y otras parecidas.

Las dos cadenas contabilizadas bajo la vocería de “Instituciones del Estados”, corresponden a los 30 minutos de los recorridos mencionados, y un consejo de ministros transmitido el 14 de agosto con una duración de 3 horas, 5 minutos y 3 segundos.

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



**Comentario:** En el segundo mes de campaña Hugo Chávez estuvo casi 16 horas transmitiendo sus discursos en cadena nacional. En todas estas cadenas, dedico más de 12 minutos a hacer campaña de manera explícita, un tiempo más reducidos que en julio cuando aprovechó la cadena para hacer campaña durante 44 mn.

Aunque repite con frecuencia que no hace campaña, sus alocuciones mantienen una constante crítica al modelo propuesto por su opositor Henrique Capriles. Insiste una y otra vez en que, la posibilidad de que el opositor sea electo significaría una vuelta al pasado (refiriéndose a las gestiones que le precedieron hace más de 10 años). Persiste además en su crítica incesante al modelo burgués, e identifica a la alternativa de la MUD como la repetición de los modelos adecos y copeyanos. Tilda a la oposición y sus voceros de “ricachones”. Mantiene la promoción del modelo socialista como la solución de los “males” de la sociedad, ahonda en críticas del modelo capitalista e identifica a Capriles y a la oposición con la ultraderecha.

Desde el inicio de la campaña, Hugo Chávez viene acumulando 31 horas 15 minutos 53 segundos de cadenas.

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

Durante la precampaña (1° de mayo al 30 de junio) Hugo Chávez transmitió casi un día de cadenas (23:50:49).

En el primer mes de campaña (julio), casi alcanza ese mismo tiempo con más de 20 horas en un mes (20:17:23).

Ahora, en el segundo mes de campaña, el tiempo de cadena se redujo a casi 16 horas (15:58:30).

En total, desde que inició la investigación el 1° de mayo, se han contabilizado 60 horas, 6 minutos y 42 segundos de transmisiones conjuntas de radio y televisión, de las que 36 horas, 15 minutos y 53 segundos se han realizado en período de campaña oficial.

En agosto, la duración de las cadenas y del tiempo que en ellas utiliza para hacer campaña explícita se ha reducido. Sin embargo, ha realizado casi dos cadenas semanales en promedio este mes.

Luego de la decisión del CNE de no regular las cadenas, por considerarlas como un derecho del Jefe de Estado para divulgar información de interés nacional, el presidente Chávez, y candidato a la reelección, se ha “cuidado” de no hacer campaña de manera tan explícita durante sus alocuciones, recurriendo a frases como “en cadena no puedo hablar de campaña”, “si hablamos de elecciones el CNE me puede sancionar”, y otros ejemplos. Sin embargo, este segundo mes de campaña, se contabilizaron 12 minutos y 34 segundos de mensajes electorales explícitos en las cadenas del candidato presidente. Aunque no son llamados directos al voto, sus incesantes críticas al candidato opositor que no nombra sino con adjetivos, la mayoría de las veces peyorativos, y la descripción de las bondades de su gestión y del futuro que depara el socialismo bolivariano, constituyen, en cierta medida, una manera de hacer campaña.

Estos mensajes electorales los expresó en 6 de las 12 cadenas de agosto. El primero fue en medio de la inauguración de la fábrica Pretocasa Ventana I en el estado Carabobo el 6 de agosto (1 minuto 57 segundos). Dos días después en la inauguración del Gran Abasto Bicentenario de Plaza Venezuela, Caracas, habló sobre su candidatura durante 2 minutos y 44 segundos. El 14 de agosto, durante la transmisión del consejo de ministros se dedicaron 2 minutos 36 segundos a hacer campaña electoral a favor del Presidente. El 17 de agosto, en el acto de la Gran Misión Vivienda fueron 2 minutos y 12 segundos, el 20 de agosto en la reunión con trabajadores de Sidor se contabilizaron 1 minuto y 58 segundos. Por último, en el encuentro de Chávez con el batallón en la faja petrolífera del Orinoco se sumaron 3 minutos y 43 segundos de temas electorales en transmisiones conjuntas de radio y televisión.

Es importante recordar que en la cadena transmitida el 27 de agosto, de aproximadamente media hora, en la que participan Chávez, el vicepresidente ejecutivo Elías Jaua y Stella Lugo, gobernadora del estado Falcón donde ocurrió el incendio de la refinería de Amuay, no se hace referencia textual a la candidatura ni a los comicios del 7 de octubre, pero se muestra a un Presidente interesado, cercano, que resuelve, que promete mejoras, acompañado de un equipo eficaz, presente y atento.

## 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