

Monitor Electoral Presidencial 2012

Julio

01/07/2012 – 31/07/2012

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 julio, 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 10: Se inicia la campaña oficial para la Presidencia de la República en los comicios del 7 de octubre. H. Capriles y sus aliados ofrecen plan de gobiernos y estrategias alternativas a la gestión actual, mientras que H. Chávez y sus aliados prometen una victoria por knock out y “pulverizar” a los opositores. Siguen las denuncias sobre lo que la oposición considera como ventajismo oficialista para realizar su campaña.

Semana 11: El CNE se pronuncia con relación a la primera semana de campaña: afirma que el balance ha sido positivo, niega que se regularán las cadenas nacionales de radio y televisión y propone a los candidatos que suscriban un acuerdo en el que se comprometan a respetar la Ley Orgánica de Procesos Electorales, apegarse a los principios democráticos y respetar los resultados del 7 de octubre.

La oposición sostiene sus denuncias contra el ventajismo oficialista en el desarrollo de la campaña. El candidato presidente Chávez afirma que continuará transmitiendo cadenas de radio y televisión.

El candidato opositor ofrece un mensaje audiovisual a las Fuerzas Armadas Nacionales Bolivarianas que causó un evidente descontento al actual Presidente. H. Capriles cumplió 40 años de edad.

Semana 12: Todos los candidatos, a excepción de O. Chirinos, firmaron el acuerdo propuesto por el CNE para el desarrollo de la campaña y la aceptación de los resultados. En la semana los candidatos Capriles y Chávez y sus aliados políticos, sostuvieron una permanente discusión sobre “lo nuevo” de su propuesta de gobierno contra “lo viejo” de la propuesta del otro.

Semana 13: Se celebró el natalicio del Libertador y H. Chávez presentó el rostro digital diseñado en 3D de Simón Bolívar. El Presidente de la República cumplió 58 años de edad. El candidato opositor presentó plan de gobierno con 5 compromisos. El CNE anuncia que realizará simulacro de votaciones el 5 de agosto.

Semana 14: El árbitro electoral comienza los llamados de atención por el irrespeto a la LOPRE. Exige al candidato opositor que no use la gorra con el tricolor. El rector del ente comicial Vicente Díaz protesta que el logo de campaña del candidato presidente Chávez también tiene los colores de la Bandera Nacional.

En un mes de campaña, el candidato opositor Capriles visitó 100 localidades con su recorrido “pueblo por pueblo”.

El candidato presidente viaja a Brasil para la Cumbre de Mercosur y el ingreso de Venezuela en el grupo de países que lo componen.

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: Mes de Julio

	H. Chávez	Venezuela Bolivariana en Marcha	CNE	Instituciones del Estado	Total
S10	2	0	0	1	3
S11	2	0	0	0	2
S12	3	0	0	0	3
S13	2	0	0	0	2
S14	2	0	0	0	2
Totales	11	0	0	1	12
%	92%	0%	0%	8%	100%

Figura 1: Frecuencia de transmisión de las cadenas y actores: Mes de Julio

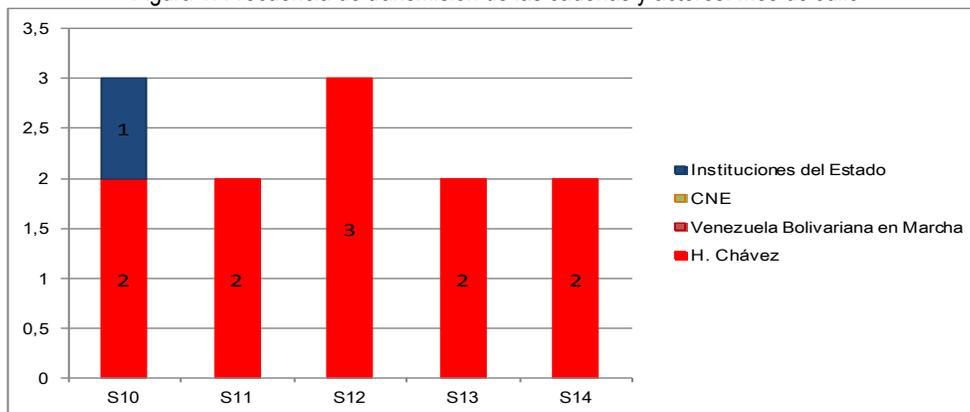
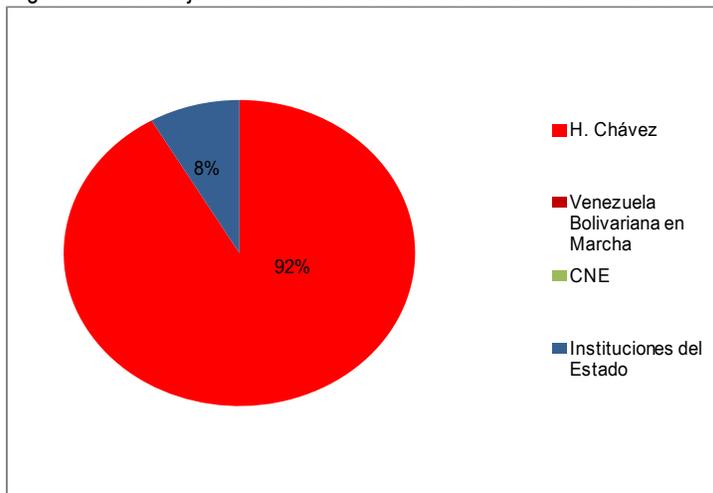


Figura 2: Porcentaje de vocería de las cadenas transmitidas: Mes de Julio



Comentario: La apertura oficial de la campaña electoral para la Presidencia de la República fijada por el CNE fue el 1° de julio.

Entre el 1° y el 31 de julio, se realizaron 12 cadenas nacionales de radio y televisión. El presidente Chávez ha intervenido en 11 de ellas, manteniendo un promedio de dos cadenas nacionales por semana, salvo la tercera semana de campaña (entre el 16 y el 22 de julio) cuando realizó tres transmisiones conjuntas de radio y televisión. En el mes de julio, el 92% de las cadenas fueron de Hugo Chávez.

El método de difusión de “gestión” que realizaba el MINCI durante los meses de mayo y junio (periodo llamado de precampaña en este estudio), con el nombre de “Venezuela Bolivariana en Marcha”, no tuvo continuidad en el mes de julio. Una sola cadena (8%) no fue realizada por Hugo Chávez sino por el MINCI para cubrir un acto de graduación de oficiales del Ejército Bolivariano.

En ocasiones el primer mandatario incluye en sus alocuciones voceros de su gabinete para que complementen información, o participación de los involucrados en los actos en los que participa (inauguraciones, visitas, etc.).

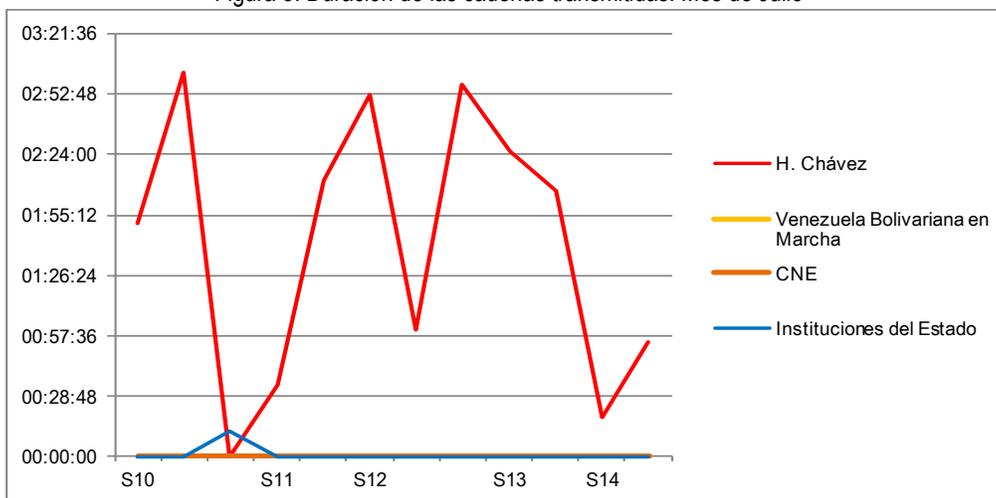
Duración y voceros de las cadenas transmitidas

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: Mes de Julio

	H. Chávez	Venezuela Bolivariana en Marcha	CNE	Instituciones del Estado
S10	01:51:12	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	03:03:18	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	00:00:00	00:00:00	00:00:00	00:12:07
S11	00:34:19	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	02:11:58	00:00:00	00:00:00	00:00:00
S12	02:53:00	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	01:00:01	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	02:57:51	00:00:00	00:00:00	00:00:00
S13	02:25:18	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	02:07:05	00:00:00	00:00:00	00:00:00
S14	00:18:41	00:00:00	00:00:00	00:00:00
	00:54:40	00:00:00	00:00:00	00:00:00
Total	20:17:23	00:00:00	00:00:00	00:12:07

Figura 3: Duración de las cadenas transmitidas: Mes de Julio



Comentario: En el primer mes de campaña, el candidato presidente Chávez ha realizado más de 20 horas de transmisiones en cadena nacional de radio y televisión (20 horas, 17 minutos y 23 segundos, específicamente).

Solo una cadena adicional de 12 minutos fue transmitida por el MINCI el 8 de julio para cubrir una graduación de oficiales del Ejército Bolivariano con un narrador del acto.

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: Mes de julio

Semana	Día	H. Chávez	Campaña	Contexto
S10	5 de julio	01:51:12	00:00:00	Celebración de la firma del acta de la Independencia
	5 de julio	03:03:18	00:00:00	Celebración de la firma del acta de la Independencia
S11	12 de julio	00:34:19	00:00:25	Abanderamiento de la selección olímpica de Venezuela
	14 de julio	02:11:58	00:27:55	Mando estratégico operacional de FANB
S12	17 de julio	02:53:00	00:00:16	Visita al Centro Agrosocialista Maisanta en Barinas
	18 de julio	01:00:01	00:00:36	Visita a la base aeroespacial en El Sombrero en Guárico
	22 de julio	02:57:51	00:10:50	Inauguración de la planta de uno-buteno en Zulia
S13	24 de julio	02:25:18	00:01:28	Celebración del natalicio de Simón Bolívar
	27 de julio	02:07:05	00:02:26	Viernes económico
S14	30 de julio	00:18:41	00:00:00	Salida de H. Chávez a Brasil por Cumbre de Mercosur
	31 de julio	00:54:40	00:00:23	H. Chávez desde la Cumbre de Mercosur en Brasil
Total		20:17:23	00:44:19	Más de 20 horas de cadenas de radio y televisión

Comentario: De las 11 cadenas del presidente Chávez, 3 estuvieron dedicadas a la celebración de efemérides; dos el 05 de julio, fecha conmemorativa de la firma del Acta de Independencia y una el 24 de julio, aniversario del natalicio de Simón Bolívar.

El 12 de julio, el primer mandatario transmitió en cadena el abanderamiento de la selección olímpica del país.

Dos días después, el 14, volvió a encadenar el país para transmitir un acto del mando estratégico de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana, justo después de que el candidato de la oposición H. Capriles le dirigiera en minuto y medio su propuesta a la Fuerza Armada a través de diferentes canales de televisión. En esta cadena H. Chávez, mostró la molestia que le produjo el mensaje de H. Capriles. Buscaba crear un resentimiento de la FANB hacia grupos opositores afirmando por ejemplo que si la oposición llegaba a gobernar, le quitarían las misiones y todos los beneficios que tenía el pueblo y a su vez empezaría una casería de brujas dentro de la FANB. Su discurso fue muy fuerte y cargado de insultos y descalificaciones.

El 17 el motivo de la cadena es su visita al Centro Agrosocialista Maisanta en Barinas.

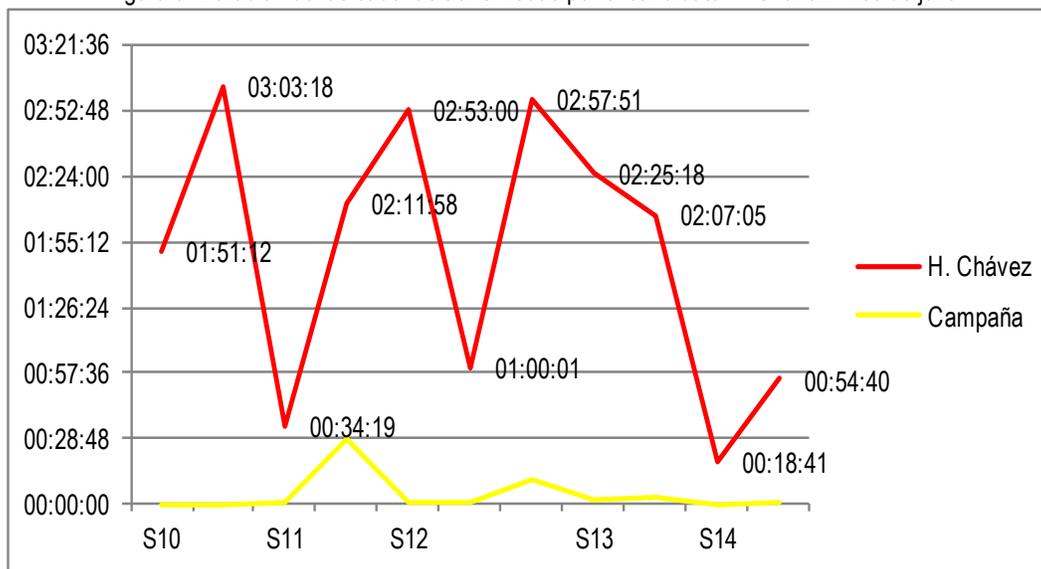
El 18 desde un helicóptero inicia la cadena para comentar su visita a la base aeroespacial en Guárico.

El 22 inaugura la planta de uno-buteno en Zulia en cadena nacional. A diferencia de la cadena del 14 de julio, el 22 se dedicó más en hablar positivamente del socialismo y de la importancia de preservar la independencia nacional que de descalificar a los opositores y a las gestiones anteriores a su gobierno.

El 27 retoma un “viernes económico”, programa que se creó antes de iniciarse formalmente la campaña para difundir los logros económicos de su gestión. La razón de las dos últimas cadenas del mes es su salida a Brasil para la Cumbre de Mercosur.

Cuando sale para Brasil, el 30 de julio, realiza una cadena de 18 minutos para despedirse y el 31 de julio vuelve a encadenarse desde la Cumbre de Mercosur en Brasil.

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



Comentario: En meses de mayo y junio, el candidato oficialista acumuló casi un día de transmisiones en cadenas de radio y televisión (23:50:49); en el solo mes de julio, casi alcanza este tiempo con más de 20 horas en un mes (20:17:23).

A efecto del monitoreo, el problema de las cadenas nacionales del presidente Chávez radica en que utiliza este espacio público como un privilegio para su uso exclusivo en el que aprovecha para hacer propaganda electoral. Ha utilizado la cadena para promover su candidatura en 9 de las 11 cadenas del mes. El tiempo que ha dedicado a hacer propaganda electoral fue relativamente corto (44 minutos de un total de más de 20 horas) y por lo general más para descalificar a “la burguesía” que para atacar directamente al candidato H. Capriles.

Las dos cadenas en las que se habló más del tema electoral fueron la del 14 de julio y el 22 de julio.

En la segunda semana de julio (ver informe de la semana 11), el candidato opositor Henrique Capriles y sus aliados presentaron al CNE una propuesta de acuerdo para garantizar un proceso electoral transparente y democrático y para impedir las cadenas presidenciales por considerarlas como un ventajismo electoral para el candidato oficialista que además utiliza los recursos públicos que le otorgan su posición como Jefe de Estado para promover su candidatura.

El árbitro electoral, no aceptó la solicitud, aludiendo que no estaba en capacidad de regular sobre la materia, por ser potestad de quien ocupa el cargo presidencial. Por su parte, Hugo Chávez reiteró en varias oportunidades que nadie podía impedirle de hacer cadenas cada vez que lo consideraba necesario, argumentando que son inherentes a su condición de Presidente de la República.

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

Durante el primer mes de campaña (julio), la frecuencia y la duración de las cadenas nacionales de radio y televisión han aumentado, en comparación con las que fueron transmitidas en los dos meses anteriores (Ver informe de precampaña).

En julio el candidato presidente ha acumulado casi la misma cantidad de tiempo de cadena que en los dos meses previos: en precampaña estuvo 23 horas, 50 minutos y 49 segundos en cadena, mientras que solo en julio alcanzó las 20 horas, 17 minutos y 23 segundos, de las cuales, más de 40 minutos (44:23) fueron dedicados a promover su candidatura.

Las denuncias reiteradas que han hecho al respecto el candidato opositor Henrique Capriles y sus aliados políticos, por considerarlas un acto de ventajismo electoral para hacer campaña, han sido ignoradas por el árbitro electoral, CNE. El árbitro electoral argumentó en la ocasión que la cadena es un derecho del Jefe de Estado para transmitir información de interés nacional.

Durante el primer mes de campaña, se celebraron dos efemérides nacionales: 5 de julio, firma del Acta de Independencia; y 24 de julio, natalicio de Simón Bolívar. Ambas ocasiones fueron aprovechadas para realizar transmisiones conjuntas de radio y televisión a nivel nacional.

En julio, Hugo Chávez utilizó las cadenas nacionales de radio y televisión para hacer campaña y promover su candidatura en 9 de las 11 cadenas transmitidas de manera obligatoria en el transcurso del mes. No emitió mensajes de propaganda electoral en las cadenas referentes a la celebración del 5 de julio y a su salida hacia Brasil para participar en la Cumbre de Mercosur.

Las cadenas en las que hizo más hincapié en el tema electoral fueron las del día 14 de julio, en el mando estratégico de las FANB y en la del 22 de julio en Zulia. En la primera reaccionó contra el mensaje audiovisual grabado que dirigió el opositor Capriles a la Armada venezolana ofreciendo su opción política. El discurso oficialista fue agresivo y de "contraataque"; mientras que en Zulia se dedicó a auparlo al socialismo como la opción adecuada y de necesaria continuación para los seis próximos años.

En un artículo publicado por El Nacional del 31 de Julio y titulado "CNE hizo llamado de atención al Gobierno": se lee: "... Asimismo hizo un llamado de atención al presidente Hugo Chávez para "recordar que no se pueden meter elementos que tengan que ver con la campaña electoral" en los actos de Gobierno, en clara alusión a las cadenas.

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