

Monitor Electoral Presidencial 2012

Agosto

01/08/2012 – 31/08/2012

En este capítulo se presentan los resultados de los espacios publicitarios pautados en los principales medios de comunicación social del país sobre el tema de la campaña electoral presidencial de 2012 durante el mes de agosto.

Así mismo, se analiza el posicionamiento de los diferentes actores políticos implicados en la contienda electoral: candidatos, partidos e instituciones públicas, en los distintos medios.

Cobertura mediática
de los principales
actores: pauta
publicitaria

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*.

Este informe presenta los resultados del análisis de la pauta publicitaria de los medios de comunicación social (prensa, radio y televisión) durante el mes de agosto.

En una contienda electoral, la pauta publicitaria de los candidatos en los medios permite evaluar las diferentes estrategias mediáticas en desarrollo. Estas variables se midieron esencialmente a partir del registro de las apariciones en los distintos medios analizados (Prensa escrita, Radio y Televisión). Todas estas 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 mediciones la pauta publicitaria electoral de agosto. 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 DEL MES

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 sus ancestros (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, 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, ocasionó 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 (27de 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 (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, pero 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.

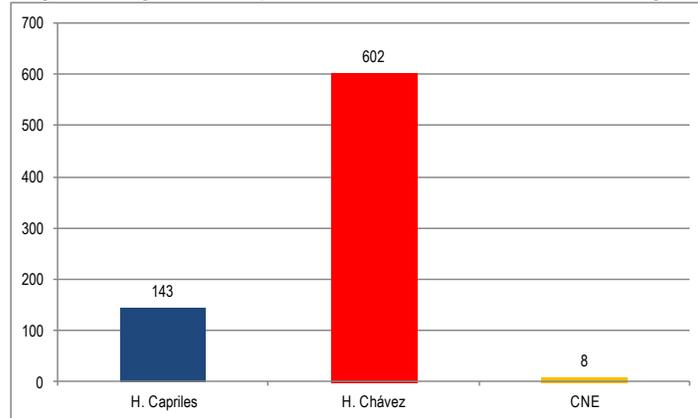
LOS CANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PUBLICITARIA DE LOS MCS

Este capítulo registra los resultados de las mediciones de la muestra de todos los medios (prensa, radio y televisión), con relación a la pauta publicitaria de las elecciones del próximo 7 de octubre.

La publicidad electoral en los medios de comunicación social

El monitoreo presenta una contabilización de la pauta publicitaria electoral en el conjunto de medios que conforma la muestra del estudio.

Figura 1: Segmentos de publicidad electoral en todos los MCS: Agosto

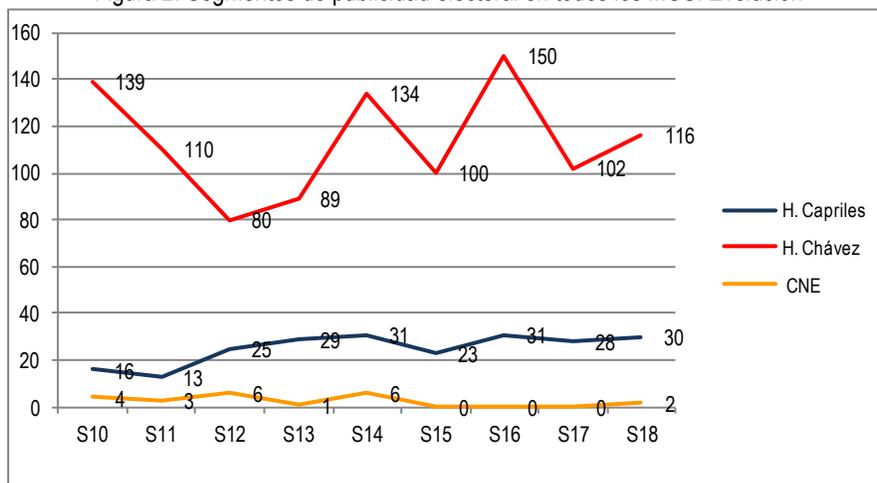


Comentario: A lo largo del segundo mes de campaña, el 80% del espacio total de publicidad electoral monitoreado en todos los medios de la muestra ha sido del candidato presidente Hugo Chávez contra 19% para su contendor, Henrique Capriles y 1% para el CNE.

Por cada publicidad registrada del opositor, el oficialista acumula un poco más de 4.

En lo que al árbitro electoral respecta, solo se difundieron 8 publicidades electorales en el segundo mes de campaña electoral por la Presidencia de la República.

Figura 2: Segmentos de publicidad electoral en todos los MCS: Evolución



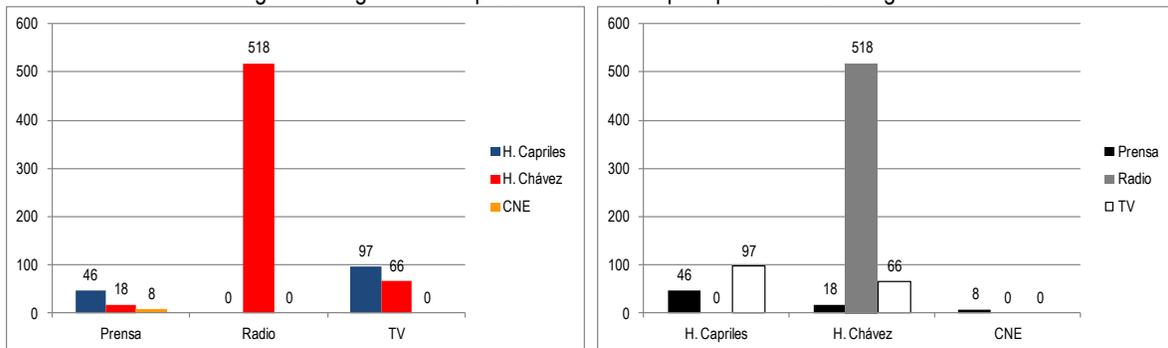
Comentario: Desde la primera semana de campaña, el número de segmentos publicitarios de cada candidato se mantiene en niveles similares. La candidatura de Hugo Chávez viene registrando un promedio de 113 cuñas electorales semanales contra 21 para Henrique Capriles.

En el caso del presidente candidato Hugo Chávez la figura 2 muestra cierta irregularidad en la pauta publicitaria en medios, mientras que la tendencia de las pautas publicitarias del candidato opositor Henrique Capriles muestra una consistencia y menor grado de variación.

El CNE en cambio, ha reducido notablemente su inversión en publicidad electoral durante el segundo mes de campaña, (a partir de la semana 15) en comparación con los registros de julio.

La publicidad electoral por tipo de medios

Figura 3: Segmentos de publicidad electoral por tipos de medios: Agosto



Comentario: La preferencia para pautar publicidad electoral observada en julio se mantiene en agosto. El equipo encargado de pautar la publicidad electoral del candidato opositor Henrique Capriles privilegió la inversión en televisión, y en menor medida en los medios impresos. No se registraron cuñas publicitarias para el candidato de la MUD en las estaciones de radio analizadas (YVKE Mundial y FM Center). En ningún tipo de medio el número de piezas publicitarias de Henrique Capriles llega a 100.

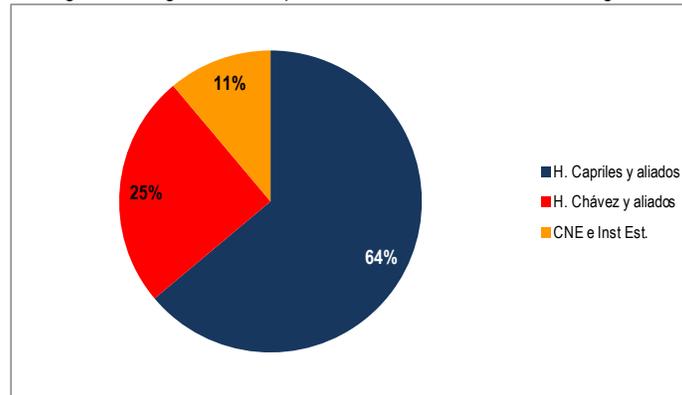
Los coordinadores de la pauta publicitaria del candidato presidente Chávez, apostaron a la radio para colocar un número muy elevado de cuñas electorales. Este mes se registraron 518 cuñas en radio y 66 en televisión y 18 anuncios pagados en los periódicos.

El CNE, solo pautó 8 publicidades electorales en agosto y como en julio, todas en medios impresos.

La publicidad electoral en Prensa

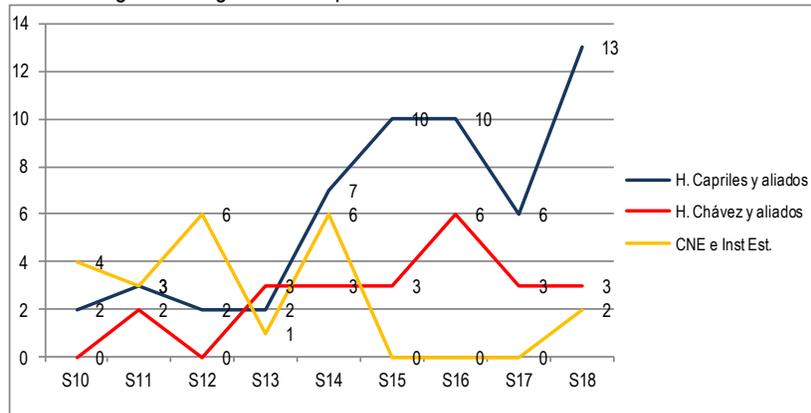
Esta sección registra los resultados de las mediciones de la muestra de prensa impresa (de circulación nacional y regional), con relación a la pauta publicitaria de las elecciones del próximo 7 de octubre.

Figura 4: Segmentos de publicidad electoral en Prensa: Agosto



Comentario: La figura 4 muestra que, durante el mes de agosto, más de la mitad (64%) de los anuncios electorales pagados en los medios impresos promueven la candidatura del opositor Henrique Capriles, contra apenas un cuarto para el candidato presidente Hugo Chávez y solo 11% son del Consejo Nacional Electoral.

Figura 5: Segmentos de publicidad electoral en Prensa: Evolución



Comentario: La presencia de publicidad electoral en los periódicos de circulación nacional y regional que conforman la muestra registró una variación con relación al comportamiento del primer mes de campaña (ver informe de julio).

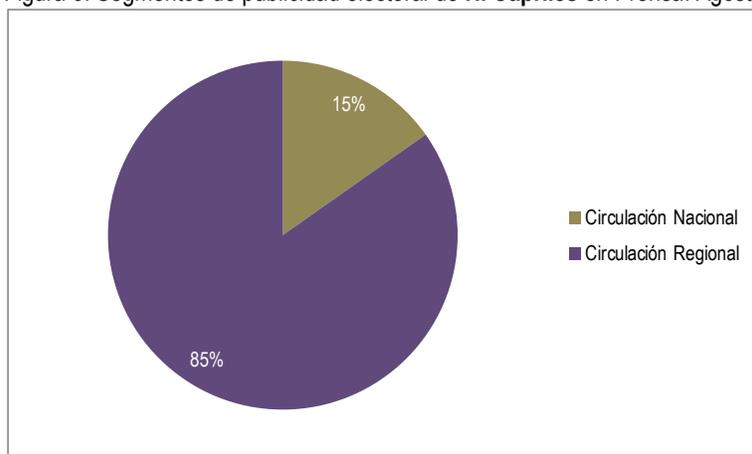
A partir de la primera semana de agosto, semana 14, se evidencia (figura 5) que la candidatura opositora ha desplegado una campaña publicitaria importante en los medios impresos.

La publicidad por la candidatura del Presidente se ubica en unos niveles bastante inferiores. En cuanto al CNE, que había pautaado más espacios publicitarios que los candidatos en el mes julio, se ubicó en el tercer lugar con la menor inversión en publicidad electoral impresa.

La publicidad electoral del candidato **Henrique Capriles** en PrensaTabla 1: Segmentos de publicidad electoral de **H. Capriles** en Prensa: Agosto

| Semana | Fecha | Periódico | Eslogan |
|-----------------------------------|------------------|---|--|
| 14 | 31/07/2012 | Últimas Noticias | Chávez regaló decenas de millones de dólares para dar electricidad a otros países. Algo para pensar en el próximo apagón |
| | 31/07/2012 | El Tiempo | Capriles en Anzoátegui |
| | 01/08/2012 | El Impulso | Camino al 7-O |
| | 03/08/2012 | Últimas Noticias | Empleo para todos |
| | 03/08/2012 | Últimas Noticias | Plan Seguridad para todos |
| | 03/08/2012 | La Nación | Este sábado 4 de Agosto Gran acto de mujeres por el progreso del Táchira |
| | 04/08/2012 | El Impulso | Camino al 7-O |
| 15 | 06/08/2012 | Últimas Noticias | Petróleo para tu progreso |
| | 07/08/2012 | El Impulso | Camino al 7-O |
| | 08/08/2012 | El Nacional | Petróleo para tu progreso |
| | 08/08/2012 | El Nacional | La fuerza del progreso eres tú |
| | 08/08/2012 | Panorama | Petróleo para tu progreso |
| | 08/08/2012 | Panorama | La fuerza del progreso eres tú |
| | 09/08/2012 | Últimas Noticias | Empleo para todos |
| | 09/08/2012 | Últimas Noticias | Plan primer empleo |
| | 09/08/2012 | El Tiempo | Agenda por el progreso en Anzoátegui |
| | 10/08/2012 | El Impulso | Camino al 7-O |
| 16 | 13/08/2012 | El Impulso | Camino al 7-O |
| | 15/08/2012 | Últimas Noticias | Hemos esperado suficiente / Merecemos paz |
| | 16/08/2012 | El Carabobeño | ¡Todos a Guacara! |
| | 16/08/2012 | El Tiempo | Camino al 7-O |
| | 16/08/2012 | El Tiempo | Petróleo para tu progreso |
| | 16/08/2012 | El Tiempo | Suma kilómetros para el camino del progreso |
| | 17/08/2012 | El Nacional | Plan Seguridad para todos |
| | 17/08/2012 | El Nacional | Suma kilómetros para el Camino del Progreso colaborando con la campaña de Henrique Capriles Radonski |
| | 18/08/2012 | Últimas Noticias | Plan petróleo para tu progreso |
| 18/08/2012 | Últimas Noticias | Comprometidos con tu futuro | |
| 17 | 21/08/2012 | Últimas Noticias | 165 pueblos un mismo camino |
| | 21/08/2012 | La Nación | Chávez regaló decenas de millones de dólares para dar electricidad a otros países. Algo para pensar en el próximo apagón |
| | 22/08/2012 | El Impulso | Plan seguridad para todos |
| | 23/08/2012 | El Nacional | Hay Un Camino Capriles Radonski Presidente |
| | 24/08/2012 | Últimas Noticias | Hay un camino Capriles Radonski Presidente |
| | 25/08/2012 | El Impulso | Camino al 7-O |
| 18 | 27/08/2012 | Últimas Noticias | 178 pueblos / Hay un camino |
| | 27/08/2012 | La Nación | Es el momento de poner a Venezuela primero |
| | 27/08/2012 | El Tiempo | Capriles en Anzoátegui Pueblo por Pueblo |
| | 28/08/2012 | El Carabobeño | Chávez regaló decenas de millones de dólares para dar electricidad a otros países. Algo para pensar en el próximo apagón |
| | 29/08/2012 | El Nacional | Es el momento de poner a Venezuela primero |
| | 29/08/2012 | El Nacional | 7/O Vota por tu progreso |
| | 30/08/2012 | Últimas Noticias | Hay un camino. ¡Que nadie se quede atrás! |
| | 30/08/2012 | La Nación | Es el momento de poner a Venezuela primero |
| | 30/08/2012 | El Tiempo | Capriles en Anzoátegui: Pueblo por pueblo |
| | 31/08/2012 | El Carabobeño | ¡Todos a la plaza Pocaterra de Tocuyito! Ahora le toca al Eje Occidental de Carabobo |
| | 31/08/2012 | El Impulso | Camino al 7-O |
| 31/08/2012 | El Impulso | Capriles Radonski Presidente 7/O Vota por tu futuro | |
| 01/09/2012 | El Nacional | Es el momento de poner a Venezuela Primero | |
| Total de publicidades electorales | | | 46 |

Figura 6: Segmentos de publicidad electoral de H. Capriles en Prensa: Agosto



Comentario: En el mes de agosto la pauta publicitaria para promover la candidatura de H. Capriles en los medios impresos muestra una variedad mucho mayor que en julio. Casi 20 eslóganes distintos acompañan la imagen del candidato Henrique Capriles en los periódicos en agosto contra 4 en julio.

Cada pieza publicitaria cuenta con algún aspecto que se quiere resaltar para apostar a la candidatura (plan de empleo, petrolero, de seguridad). Sin embargo, el anuncio más repetido es aquel que apela a la cuenta regresiva del “Camino al 7-O”.

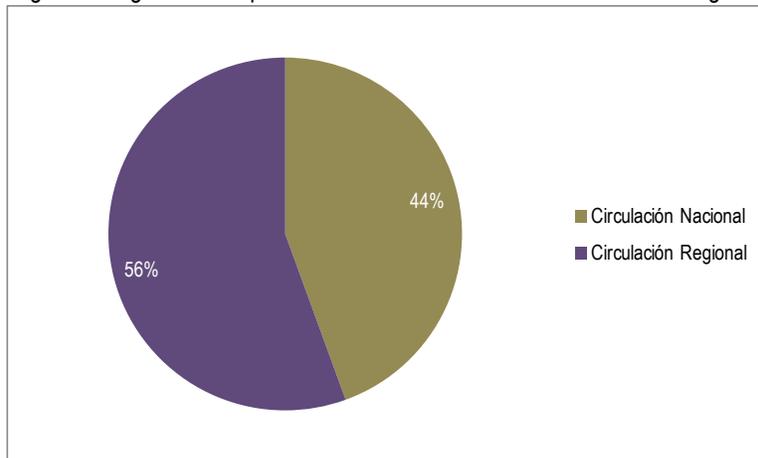
La pauta publicitaria del candidato opositor Henrique Capriles, al igual que en la pauta periodística, privilegia a los diarios de circulación regional. Este mes más del 80% de los espacios publicitarios del candidato Capriles se publican en los diarios regionales. El resto (15%) fue colocado en los impresos de circulación nacional.

Entre los periódicos de circulación nacional de la muestra no se registró ninguna publicidad electoral en Correo del Orinoco, de abierta línea editorial progubernamental.

Entre los periódicos regionales no se observaron con publicidades para el candidato opositor en La Voz de Guarenas ni en el diario zuliano Panorama.

La publicidad electoral del candidato **Hugo Chávez** en PrensaTabla 2: Segmentos de publicidad electoral de **H. Chávez** en Prensa: Agosto

| Semana | Fecha | Periódico | Eslogan |
|-----------------------------------|------------|--------------------|---|
| 14 | 30/07/2012 | La Voz de Guarenas | Pasión Chavista en el Corazón de Petare |
| | 02/08/2012 | Panorama | "La Patria de Oro, La Patria Bonita" |
| | 03/08/2012 | Últimas Noticias | Carta abierta a la opinión pública |
| 15 | 09/08/2012 | Últimas Noticias | El mundo incluyó a los pueblos indígenas en el calendario, Chávez incluyó a los pueblos indígenas en nuestra patria |
| | 09/08/2012 | El Tiempo | En Guanta Gran Marcha Frente de Mujeres con Chávez |
| | 10/08/2012 | Correo del Orinoco | Vargas es un inmenso mar de pueblo chavista |
| 16 | 13/08/2012 | Correo del Orinoco | Juventud |
| | 14/08/2012 | Panorama | Maricori traidora a la patria |
| | 14/08/2012 | Panorama | Táchira se declara Chavista de corazón |
| | 14/08/2012 | Panorama | Hogares con corazón |
| | 15/08/2012 | El Tiempo | Chávez corazón de mi patria |
| | 18/08/2012 | Últimas Noticias | Con Chávez la salud de los venezolanos cambió. Y va a seguir mejorando aún más |
| 17 | 21/08/2012 | Últimas Noticias | El Presidente que creó la Gran Misión Vivienda Venezuela garantizará que para 2019 no haya ni una familia venezolana sin vivienda digna |
| | 23/08/2012 | La Voz de Guarenas | Con Chávez, la economía venezolana cambió. Y va a seguir mejorando aún más |
| | 24/08/2012 | Últimas Noticias | Sucre también lo confirma: Toda Venezuela está con Chávez |
| 18 | 30/08/2012 | La Nación | Defensores del Comandante Hugo Chávez Frías |
| | 31/08/2012 | Correo del Orinoco | Para que la patria siga siempre independiente, vota pa'arriba, vota pa'lante |
| | 01/09/2012 | Panorama | Vota pa'arriba / Vota pa'lante |
| Total de publicidades electorales | | | 18 |

Figura 7: Segmentos de publicidad electoral de **H. Chávez** en Prensa: Agosto

Comentario: En el segundo mes de agosto, el candidato presidente Hugo Chávez tiene menos de la mitad de anuncios publicitarios en prensa que su rival político Henrique Capriles.

Del total de espacios pagados en impresos, más de la mitad (56%) estuvieron en periódicos del interior del país y el 44% se publicaron en los de circulación nacional (ver figura 7). Cada pieza publicitaria en cada medio tiene un eslogan distinto y un motivo diferenciado.

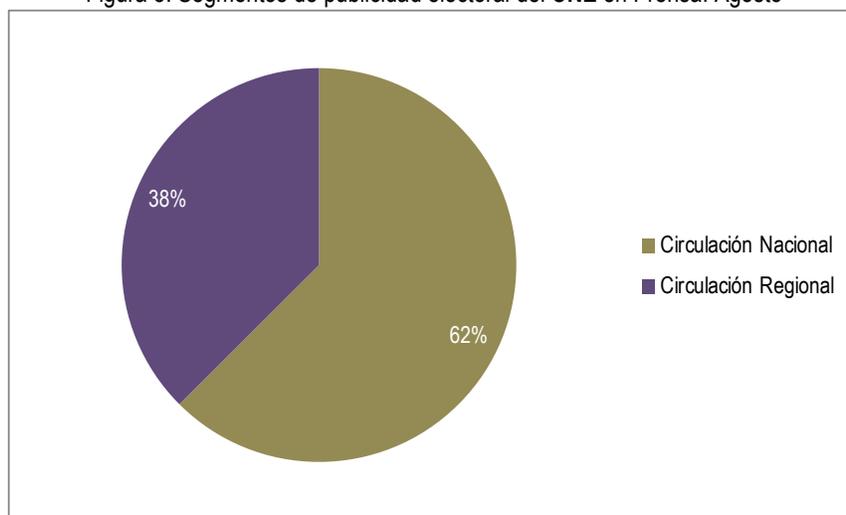
El candidato presidente Chávez no apareció en publicidad electoral en El Nacional, diario de circulación nacional y de abierta línea editorial opositora. En el interior, solo publicó espacios pagados en Panorama, La Voz de Guarenas, El Tiempo y La Nación.

La publicidad electoral del CNE en Prensa

Tabla 3: Segmentos de publicidad electoral del CNE en Prensa: Agosto

| Semana | Fecha | Periódico | Eslogan |
|-----------------------------------|------------|------------------|---|
| 14 | 31/07/2012 | Últimas Noticias | Con el SAI tu voto es rápido, único y secreto |
| | 31/07/2012 | La Nación | Con el SAI tu voto es rápido, único y secreto |
| | 03/08/2012 | Últimas Noticias | Simulacro de votación |
| | 03/08/2012 | Últimas Noticias | Simulacro de votación |
| | 03/08/2012 | Últimas Noticias | Simulacro de votación |
| | 03/08/2012 | La Nación | Simulacro de votación |
| 18 | 30/08/2012 | Últimas Noticias | El 7 de octubre tu participación es estelar |
| | 30/08/2012 | La Nación | El 7 de octubre tu participación es estelar |
| Total de publicidades electorales | | | 8 |

Figura 8: Segmentos de publicidad electoral del CNE en Prensa: Agosto



Comentario: A diferencia de los equipos que coordinan las publicidades electorales de los candidatos que se enfrentan por la Presidencia de la República, el CNE publicó la mayoría de sus publicidades en periódicos de circulación nacional (5 de las 8).

En el mes de agosto, solo se vieron tres lemas en los espacios pagados por el árbitro electoral: la promoción del SAI (2), la invitación a participar en el simulacro (4) y la invitación a la participación en los comicios del 7 de octubre (2).

El único periódico de circulación nacional de la muestra en el que el árbitro electoral publicó sus anuncios publicitarios fue en el diario Últimas Noticias y en los regionales fue en La Nación.

La publicidad electoral en Radio

El monitoreo presenta un análisis de las cuñas de publicidad electoral transmitidas por las emisoras radiales de la muestra (YVKE Mundial y FM Center), de cara a las próximas elecciones del 7 de octubre.

Tabla 4: Segmentos de publicidad electoral en Radio: Agosto

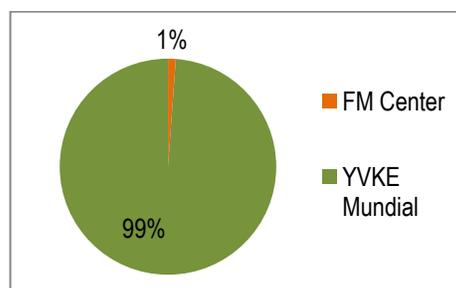
| | H. Capriles | H. Chávez | CNE | Total |
|-----------|-------------|-----------|-----|-------|
| Semana 14 | 0 | 120 | 0 | 120 |
| Semana 15 | 0 | 84 | 0 | 84 |
| Semana 16 | 0 | 133 | 0 | 133 |
| Semana 17 | 0 | 83 | 0 | 83 |
| Semana 18 | 0 | 98 | 0 | 98 |
| Total | 0 | 518 | 0 | 518 |

Comentario: En el segundo mes de campaña el candidato presidente sigue siendo el único con pauta publicidad electoral en las emisoras de la muestra. Este mes registró casi 200 cuñas radiales más que el mes anterior (ver informe de Julio).

Entre el 1 y el 31 de agosto se registraron 518 cuñas electorales en radio.

La publicidad electoral del candidato **Hugo Chávez** en RadioTabla 5: Segmentos de publicidad de **H. Chávez** por emisora: Agosto

| | FM Center | YVKE Mundial | Total |
|-------|-----------|--------------|-------|
| S14 | 0 | 120 | 120 |
| S15 | 2 | 82 | 84 |
| S16 | 3 | 130 | 133 |
| S17 | 1 | 82 | 83 |
| S18 | 0 | 98 | 98 |
| Total | 6 | 512 | 518 |
| % | 1% | 99% | 100% |

Figura 9: Segmentos de publicidad de **H. Chávez** por emisora:

Comentario: Solo 6 de las 518 piezas publicitarias de agosto para promover la candidatura de Hugo Chávez en radio, se oyeron en FM Center. Las 512 cuñas restantes fueron transmitidas en YVKE Mundial, emisora de abierta línea editorial progubernamental.

Tabla 6: Duración de segmentos de publicidad de **H. Chávez** por emisora: Agosto

| | FM Center | YVKE Mundial | Total |
|-----------|-----------|--------------|---------|
| Semana 14 | 0:00:00 | 2:05:57 | 2:05:57 |
| Semana 15 | 0:02:00 | 1:20:36 | 1:22:36 |
| Semana 16 | 0:03:00 | 2:50:27 | 2:53:27 |
| Semana 17 | 0:01:00 | 1:41:44 | 1:42:44 |
| Semana 18 | 0:00:00 | 1:53:44 | 1:53:44 |
| Total | 0:06:00 | 9:52:28 | 9:58:28 |

Comentario: Las 6 cuñas del candidato Hugo Chávez en la emisora FM Center fueron difundidas durante la segunda, tercera y cuarta semana de agosto y suman 6 minutos de transmisiones.

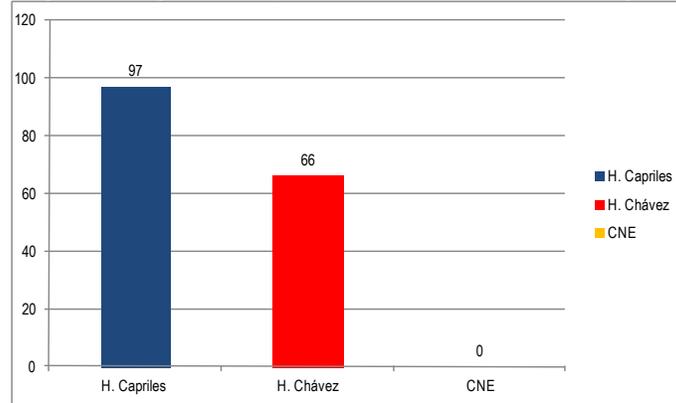
En YVKE Mundial su publicidad electoral tuvo una pauta regular y seguida durante las 5 semanas de agosto. La duración total de las cuñas electorales en radio este mes fue de 9 horas, 52 minutos y 28 segundos. El promedio semanal de transmisión en YVKE alcanza las dos horas.

No se registraron cuñas electorales de Henrique Capriles en las emisoras de radio monitoreadas este mes.

La publicidad electoral en Televisión: frecuencia

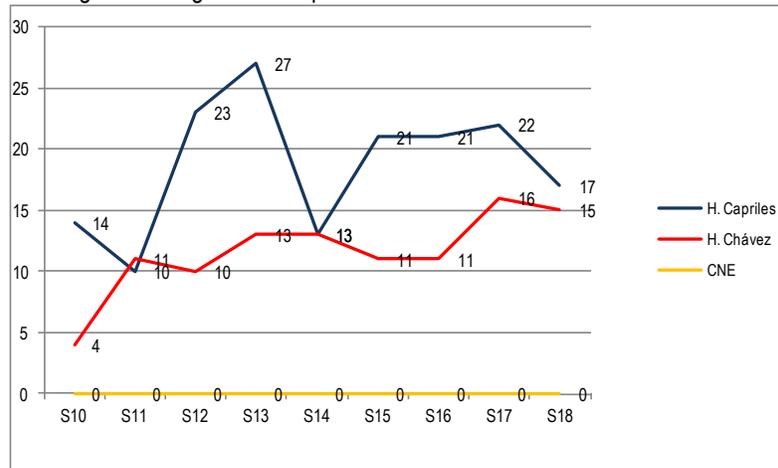
Este capítulo registra los resultados de las mediciones de las piezas publicitarias transmitidas en los canales de televisión de la muestra (Globovisión y VTV), en relación con las elecciones del próximo 7 de octubre.

Figura 10: Segmentos de publicidad electoral en Televisión: Agosto



Comentario: El segundo mes de campaña, el candidato con más segmentos publicitarios transmitidos en los canales de televisión analizados (Globovisión y Venezolana de Televisión) entre las 8.00 am y las 8.00 pm, es el opositor Henrique Capriles con un total de 97 segmentos pagados. La candidatura del Presidente acumuló en el mes 66 espacios publicitarios en televisión. El CNE sigue sin pautar publicidad electoral en los canales de la muestra.

Figura 11: Segmentos de publicidad electoral en Televisión: Evolución



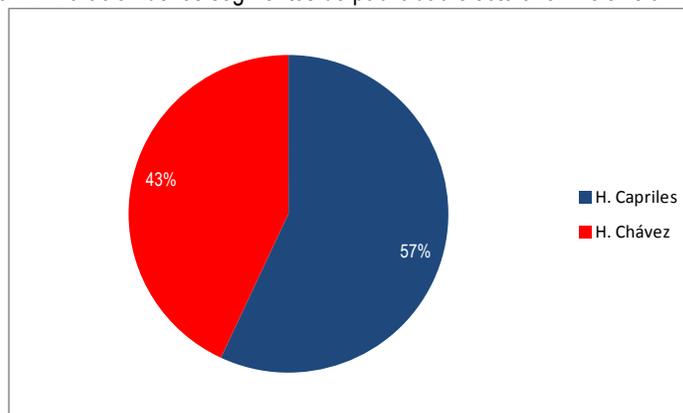
Comentario: Desde el inicio oficial de la campaña, el 1° de julio, la candidatura del opositor Henrique Capriles recurre a las cuñas televisivas en menor medida que la candidatura gubernamental de Hugo Chávez. Es importante señalar, -y se analizara más adelante- que Henrique Capriles no tiene cuñas electorales en el canal de Estado y a la inversa, Hugo Chávez no promociona su candidatura en el canal privado Globovisión.

La publicidad electoral en Televisión: duración

Tabla 7: Duración de los segmentos de publicidad electoral en Televisión: Agosto

| | H. Capriles | H. Chávez | Total |
|-----------|-------------|-----------|---------|
| Semana 14 | 00:08:03 | 00:04:01 | 0:12:04 |
| Semana 15 | 00:04:15 | 00:05:43 | 0:09:58 |
| Semana 16 | 00:08:04 | 00:05:31 | 0:13:35 |
| Semana 17 | 00:12:20 | 00:08:08 | 0:20:28 |
| Semana 18 | 00:08:20 | 00:07:36 | 0:15:56 |
| Total | 0:41:02 | 0:30:59 | 1:12:01 |
| % | 57% | 43% | 100% |

Figura 12: Duración de los segmentos de publicidad electoral en Televisión: Agosto



Comentario: El candidato opositor tiene más presencia y mayor duración en la publicidad electoral transmitida por la pantalla chica en comparación con su rival político el presidente Hugo Chávez (57% sobre 43%).

Para la lectura de estas mediciones, es necesario tener presente que los dos candidatos difunden sus cuñas electorales en los canales que los apoyan. El canal privado Globovisión para H. Capriles y el canal del Estado VTV para H. Chávez.

Como lo evidencia la Tabla 7, Henrique Capriles acumuló en agosto algo más de 41 minutos de cuñas televisivas contra casi 31 para Hugo Chávez.

Las piezas audiovisuales que promueven su candidatura son en esencia tres (con algunas variaciones de edición, pero eslóganes uniformes): *“Hay un camino”*, *“Vota por un futuro mejor”* y *“La seguridad es el camino”*. Esta última fue sacada del aire por exigencia del CNE quien alegó que *“atentaba contra la salud mental de los venezolanos”*.

Este mes, se registraron dos eslóganes en las cuñas electorales del presidente Chávez en televisión, con sus respectivas variaciones: *“Chávez corazón del pueblo”* y *“Chávez corazón de mi patria”*.

La publicidad electoral del candidato **Henrique Capriles** en TelevisiónTabla 8: Publicidades electorales transmitidas en Televisión de **H. Capriles**: Agosto

| Semana | Frecuencia | Eslogan | Canal |
|--------|------------|---|-------------|
| 14 | 22 | "Hay un camino. Capriles Radonski Presidente" | Globovisión |
| | 2 | "Vota por un futuro mejor" | |
| 15 | 13 | "Vota por un futuro mejor" | |
| 16 | 7 | "Hay un camino" | |
| | 14 | "Vota por un futuro mejor" | |
| 17 | 22 | "Hay un camino" | |
| 18 | 14 | "Hay un camino" | |
| | 2 | "La seguridad es el camino" | |
| | 1 | "Vota por un futuro mejor" | |

La publicidad electoral del candidato **Hugo Chávez** en TelevisiónTabla 9: Publicidades electorales transmitidas en Televisión de **H. Chávez**: Agosto

| Semana | Frecuencia | Eslogan | Canal |
|--------|------------|--------------------------------|-------|
| 14 | 8 | "Chávez, corazón de mi patria" | VTV |
| | 3 | "Chávez, corazón del pueblo" | |
| 15 | 13 | "Chávez, corazón de mi patria" | |
| 16 | 10 | "Chávez, corazón de mi patria" | |
| | 1 | "Chávez, corazón del pueblo" | |
| 17 | 13 | "Chávez, corazón de mi patria" | |
| | 3 | "Chávez, corazón del pueblo" | |
| 18 | 14 | "Chávez, corazón de mi patria" | |
| | 1 | "Chávez, corazón del pueblo" | |

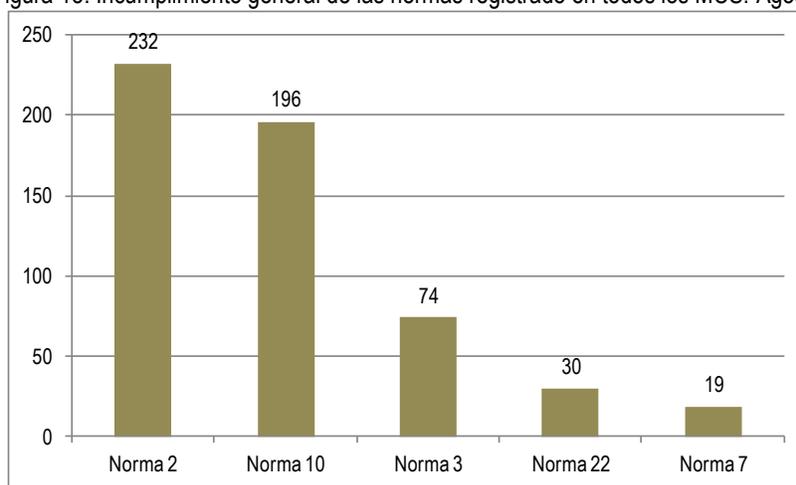
LA PUBLICIDAD Y LA NORMA ELECTORAL

En este capítulo se analiza la pauta publicitaria de los candidatos y del CNE transmitida en los medios de comunicación social, a la luz de la norma electoral vigente en los medios de comunicación que conforman la muestra.

Incumplimiento general de la normativa electoral

La primera medición registra el grado de respeto a la Ley Orgánica de Procesos Electorales (LOPRE) por parte de los principales actores de la contienda electoral en espacios publicitarios. Para ello se contabilizan las 5 normas irrespetadas con más frecuencia.

Figura 13: Incumplimiento general de las normas registrado en todos los MCS: Agosto



Comentario: En el segundo mes de campaña, las normas más irrespetadas en la publicidad electoral difundida en los medios de comunicación son la norma 2¹, relacionada con un verbo irrespetuoso hacia el contrario, y la norma 10² relativa al uso indebido de los colores patrios para hacer campaña. También se contabilizaron numerosos mensajes publicitarios con lenguaje que incita a la guerra, tipificado como la infracción a la norma 3³ (ver figura 13).

Con niveles menores de recurrencia, se registraron reiterados irrespetos a los tiempos establecidos en la LOPRE para la transmisión de piezas publicitarias en radio, tipificado para este estudio como la norma 22⁴. Por último también se registraron cuñas que desestiman el ejercicio del voto (norma 7⁵)

¹ Art. 204 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales: “No se permitirá la propaganda electoral que... 2) Atente contra el honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación de las personas”.

² Art. 204 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales: “ No se permitirá la propaganda electoral que... 10) Utilice los símbolos nacionales o regionales de la patria o de los próceres de la República Bolivariana de Venezuela, o los colores de la Bandera Nacional o Regional”.

³ Art. 204 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales: “No se permitirá la propaganda electoral que... 3) Promueva la guerra, discriminación o intolerancia”.

⁴ Norma 22: Para cada candidato está prohibida la difusión de más de 4 minutos diarios no acumulables de propaganda electoral en cada canal de radio nacional o regional. Art. 3, RECEP2012: Las candidatas y candidatos, Organizaciones con Fines Políticos, Grupos de Electoras y Electores, podrán contratar la difusión de propaganda electoral en los

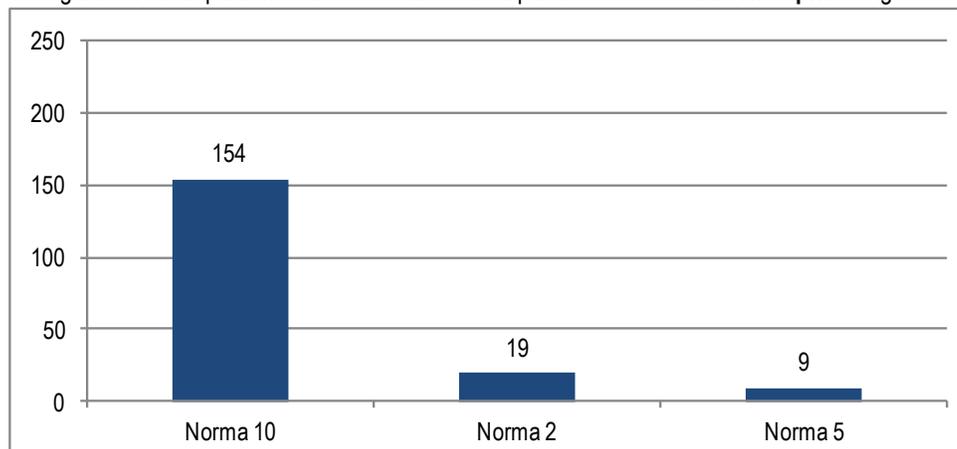
Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral de H. Capriles

En este aparte, se analizan los incumplimientos más reiterados presentes la publicidad electoral del candidato de la oposición en los medios de la muestra.

Tabla 10: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral de H. Capriles: Agosto

| | H. Capriles y aliados |
|--------------|-----------------------|
| Norma 10 | 154 |
| Norma 2 | 19 |
| Norma 5 | 9 |
| Total | 182 |

Figura 14: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral de H. Capriles: Agosto



Comentario: El uso indebido de los símbolos patrios (norma 10) sigue siendo la mayor infracción registrada en la publicidad electoral del candidato opositor durante el segundo mes de campaña. Con registros muy menores, también suma a su lista de infracciones, un lenguaje irrespetuoso contra su oponente (norma 2), y la falta de identificación fiscal de algunos anuncios, infracciones contra la norma 5⁶, por ejemplo, en la publicación en El Impulso de “Camino 7-O” sin la identificación del emisor ni su RIF.

prestadores de servicios de radio en el ámbito nacional y/o regional, durante un tiempo máximo de cuatro (04) minutos diarios por prestador de servicio, no acumulables.

⁵ Art. 204 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales, numeral 7: “No se permitirá la propaganda electoral que: Desestime el ejercicio del derecho al voto”, y Art. 75, numeral 7 LOPRE.

⁶ Art. 204 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales: “No se permitirá la propaganda electoral que... 5) Omite los datos que permitan la identificación de la promotora o promotor de la propaganda electoral y el Registro de Información Fiscal (R.I.F.)”, y Art. 75, numeral 5 LOPRE.

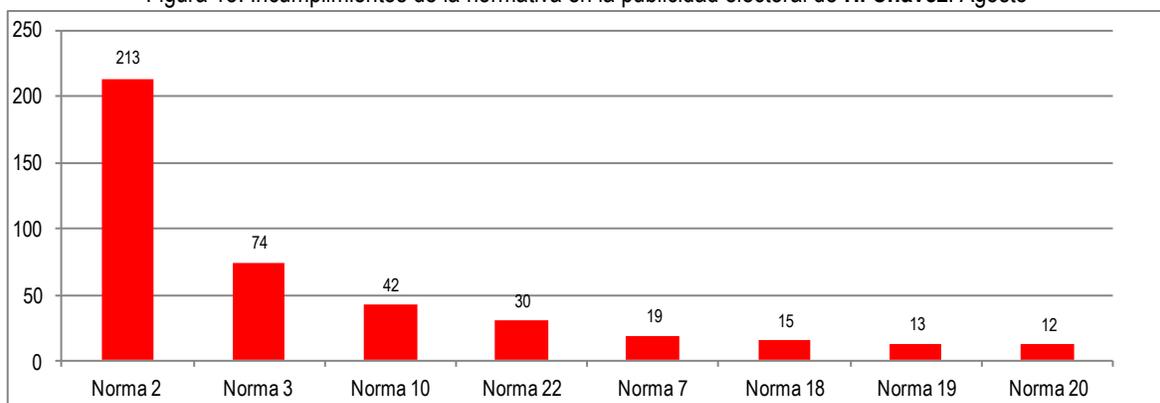
Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral de H. Chávez

Se revisan ahora los incumplimientos más reiterados presentes en la publicidad electoral del candidato Hugo Chávez en todos los medios.

Tabla 11: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral de H. Chávez: Agosto

| | H. Chávez y aliados |
|--------------|---------------------|
| Norma 2 | 213 |
| Norma 3 | 74 |
| Norma 10 | 42 |
| Norma 22 | 30 |
| Norma 7 | 19 |
| Norma 18 | 15 |
| Norma 19 | 13 |
| Norma 20 | 12 |
| Total | 418 |

Figura 15: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral de H. Chávez: Agosto



Comentario: La norma más irrespetada en las cuñas electorales de Hugo Chávez es la 2, con más de doscientos registros de incumplimientos. A título de ejemplo, se cita la cuña transmitida en YVKE Mundial el 18 de agosto titulada “Coba, coba y coba”, en la que se oye al candidato presidente Chávez decir: *“Es el colmo del cinismo, de la sinvergüenzura. Pero esa es la burguesía pues”*.

Luego se registra con menor incidencia 74 infracciones a la norma 3, tal es el caso de la pieza transmitida en la misma emisora con el eslogan “Jalabola eres tú, majunche”, en la que el primer mandatario y aspirante a repetir funciones dice: *“Jalabola eres tú majunche, del imperialismo. Jalabola, le vamos entregar el primer premio al jalabolismo al majunche, ese es el primer jalabola”*.

También se cuentan infracciones relacionadas con el uso indebido de los símbolos patrios (norma 10), como el logo de “Chávez corazón del pueblo”, con los colores de la Bandera Nacional.

La cuarta norma más incumplida es la 22, en la que el registro de publicidad de YVKE supera a diario los 3 minutos permitidos por la LOPRE.

Se registran asimismo desacatos a la norma 7, un claro ejemplo es la publicidad de la misma emisora cuyo eslogan es “A los burgueses no les importa el pueblo”, en la que de manera reiterada Chávez insiste: *“Y el alcalde de Petare, que dice que quiere ser gobernador también, a ese lo vamos a volar aquí también de la Alcaldía de Petare. Hay que rescatar la Alcaldía de Petare y la Gobernación de Miranda. Esta es tierra revolucionaria, este pueblo no merece estar gobernado por estos burgueses”*.

En la lista de incumplimientos sigue la norma 19, como la versión de “Chávez corazón del pueblo”, que incluye unos datos de Hinterlaces (“rumbo a los 10 millones, comadre”), en la que no se presenta la ficha técnica de la encuesta.

En las publicidades del candidato presidente también se incluyen estereotipos que incitan a la discriminación (norma 18), como la pieza transmitida en YVKE con el eslogan “Quién es el candidato”, en la que se escucha a Chávez vociferar: *“Quién es el candidato de la burguesía? ¿Quién es el candidato de los ricachones? ¿Quién es el candidato de Fedecámaras? (...)”*.

Otro de los reiterados incumplimientos de la LOPRE en la transmisión de espacios pagados para promover la candidatura del actual Presidente tiene que ver con las parcialidades políticas que asumen funcionarios públicos (norma 20): *“Gracias al trabajo de Chávez por la inclusión social, hoy, la Constitución de Venezuela es una de las más avanzadas del mundo en lo que se refiere al respeto de los derechos de los indígenas. Vamos a votar por Chávez y garantizar un país cada vez más igualitario y solidario para nuestro pueblo”*, se lee en la publicidad que difundió Últimas Noticias el 9 de agosto con relación a la celebración (ese día) del Día internacional de los pueblos indígenas, con el eslogan: *“El mundo incluyó a los pueblos indígenas en el calendario, Chávez incluyó a los pueblos indígenas en nuestra patria”*.

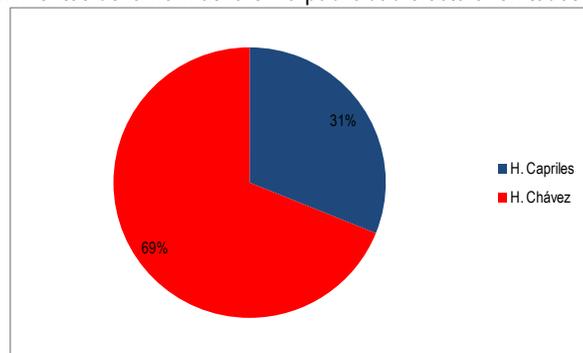
Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral de H. Capriles y H. Chávez

Se comparan ahora los incumplimientos más reiterados presentes en la publicidad electoral de los dos candidatos Hugo Chávez en todos los medios analizados.

Tabla 12: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral en todos los medios: Agosto

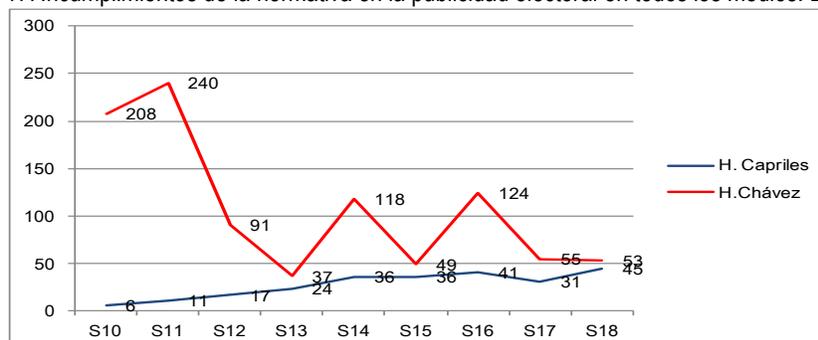
| | H. Capriles | H. Chávez | Total |
|----------|-------------|-----------|-------|
| Norma 2 | 19 | 213 | 232 |
| Norma 3 | 0 | 74 | 74 |
| Norma 5 | 9 | 0 | 9 |
| Norma 7 | 0 | 19 | 19 |
| Norma 9 | 3 | 0 | 3 |
| Norma 10 | 154 | 42 | 196 |
| Norma 18 | 0 | 15 | 15 |
| Norma 19 | 0 | 13 | 13 |
| Norma 20 | 3 | 12 | 15 |
| Norma 22 | 0 | 30 | 30 |
| Norma 23 | 1 | 1 | 2 |
| Total | 189 | 419 | 608 |

Figura 16: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral en todos los medios: Agosto



Comentario: En el segundo mes de campaña, casi 70% de los incumplimientos a la LOPRE registradas en la publicidad electoral corresponden a la que promueve la candidatura del presidente Hugo Chávez. En el mes de julio, esta medición arrojaba 91% de las infracciones para las cuñas de Hugo Chávez.

Figura 17: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral en todos los medios: Evolución



Comentario: Desde el inicio de la campaña, se observa una disminución significativa del número de incumplimientos en las cuñas del candidato Chávez que va de 208 en la primera semana de julio a 53 en la última de agosto. El número de incumplimientos registrados en la campaña publicitaria de de H. Capriles fueron infinitamente menores que los de Hugo Chávez al inicio de la campaña, sin embargo a lo largo de estos dos meses han ido aumentando progresivamente.

En las dos últimas semanas de agosto, la brecha entre las candidaturas se ha estrechado.

En la figura 17 se observa como la disminución de las infracciones a la ley cometidas en la publicidad electoral de Hugo Chávez no es paulatina sino que presenta altibajos pronunciados que no permiten inferir sobre una decisión tomada de ir eliminando los factores que atentan contra la norma vigente.

Incumplimiento de la normativa en la publicidad electoral por tipo de medios

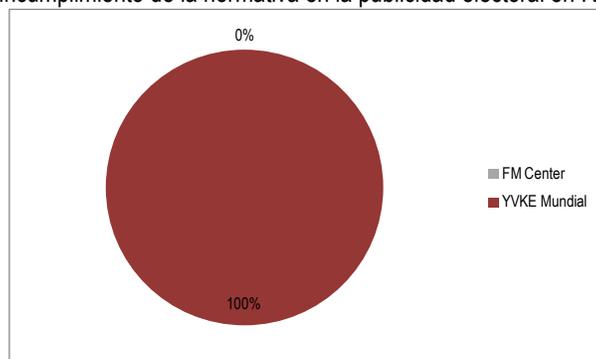
En este capítulo se analizan los incumplimientos a la norma registrado en cada uno de los medios de la muestra.

Tabla 13: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral en radio: Agosto

| | Subtotal |
|----------|----------|
| Norma 2 | 212 |
| Norma 3 | 74 |
| Norma 7 | 19 |
| Norma 9 | 0 |
| Norma 10 | 2 |
| Norma 18 | 13 |
| Norma 19 | 9 |
| Norma 20 | 0 |
| Norma 22 | 29 |
| Total | 358 |

Comentario: El segundo mes de campaña, no se registraron cuñas radiales Henrique Capriles en las emisoras analizadas (FM Center y YVKE Mundial). Las únicas cuñas electorales transmitidas en estas emisoras fueron las de Hugo Chávez con 6 en FM Center y 512 en YVKE Mundial (ver p. 12).

Figura 18: Incumplimiento de la normativa en la publicidad electoral en Radio: Agosto

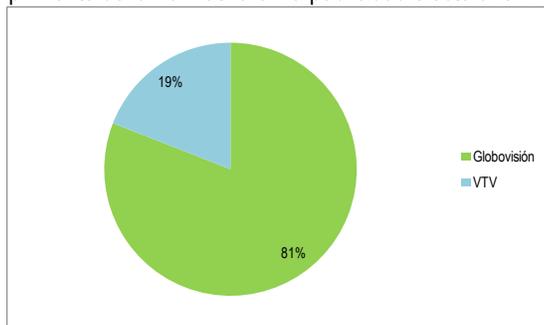


Comentario: No se registraron incumplimientos a la normativa electoral en las cuñas de Hugo Chávez en FM Center, por lo que el 100% de las infracciones fueron transmitidas en YVKE Mundial.

Tabla 14: Incumplimientos de la normativa en la publicidad electoral en Televisión: Agosto

| Canal | H. Capriles | H. Chávez |
|-------------|-------------|-----------|
| Globovisión | 85 | 0 |
| VTV | 0 | 20 |

Figura 19: Incumplimiento de la normativa en la publicidad electoral en Televisión: Agosto



Comentario: A diferencia del primer mes de campaña, en agosto, la mayor cantidad de incumplimientos a la normativa legal vigente en la transmisión de publicidad electoral se registró en Globovisión, el canal de televisión privado, de línea editorial opositora.

De la totalidad de infracciones cometidas en las cuñas electorales transmitidas en televisión, 81% de ellas se difundieron en Globovisión con cuñas a favor del abanderado de la MUD Henrique Capriles donde se atenta de manera reiterada contra la norma 10 que prohíbe la utilización de los colores de la Bandera Nacional o Regional.

El 19% de infracciones registradas en las cuñas electorales corresponden a la candidatura de Hugo Chávez. Como en el caso de H. Capriles la infracción más reiterada en las cuñas de Hugo Chávez es la que atenta contra la norma 10.

Es decir que la única infracción encontrada en las cuñas electorales de televisión ha sido la de utilizar los símbolos patrios o los colores de la Bandera Nacional.

LOS CANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PUBLICITARIA: CONCLUSIONES

Por segundo mes consecutivo, 80% de la publicidad electoral registrada en todos los medios de la muestra promueve la candidatura del presidente Hugo Chávez. 19% corresponde al candidato opositor H. Capriles y tan solo 1% al CNE.

En el segundo mes de campaña, el equipo del abanderado de la MUD Henrique Capriles, superó la inversión en publicidad electoral del equipo oficialista en impresos (46 a 18) y televisión (97 a 66), pero los números favorecen al candidato presidente Chávez con la amplia ventaja que logra con el despliegue publicitario en radio (específicamente en YVKE Mundial en la que pautó 512 de las 518 cuñas de radio).

El CNE solo publicó 8 espacios pagados en medios impresos, 4 en Últimas Noticias y 2 en La Nación, periódico de circulación regional. El candidato de la oposición Henrique Capriles tiene más presencia en la pauta publicitaria de los impresos regionales con 85%, mientras que la publicidad electoral de H. Chávez está repartida en los dos tipos de periódicos, 56% en regionales y 44% en nacionales.

La radio parece tener la exclusividad del candidato presidente Hugo Chávez, ya que el equipo opositor no ha pautado la primera pieza de publicidad electoral en las emisoras analizadas en los dos meses de campaña.

En televisión la inversión publicitaria se alinea con la política editorial de los canales estudiados: el Presidente y aspirante a repetir el cargo pauta en VTV, canal del Estado, pero progubernamental, mientras que la candidatura opositora pauta sus cuñas televisivas en Globovisión, canal privado de línea opositora. Sin embargo, para la comprensión cabal de estos resultados, no se pueden equiparar estos dos medios ya que uno es público y como tal no puede – por ley – estar alineado con una parcialidad política.

Este segundo mes de campaña los incumplimientos de la Ley Orgánica de Procesos Electorales registraron un importante aumento en la pauta publicitaria con relación a los contabilizados en el primer mes de campaña.

Aunque en menor medida, el candidato presidente Hugo Chávez y su equipo sigue siendo el mayor infractor de la normativa legal vigente, con el 69% de los irrespetos contabilizados, y el 31% restante queda bajo la responsabilidad del bloque opositor y las publicidades electorales que promueven la candidatura de Henrique Capriles.

En este tiempo de estudio los incumplimientos más frecuentes de la oposición están relacionados con un lenguaje irrespetuoso hacia el contrario y uso indebido de símbolos patrios (normas 2 y 10). En cambio, el sector oficialista comete más infracciones a un número más grande de normas de la LOPRE. Los incumplimientos a ley más reiterados son los que están relacionados con el lenguaje irrespetuoso, violento y discriminatorio (normas 2, 3 y 18), el uso indebido de símbolos patrios (norma 10) y el exceso de tiempo en transmisiones de radio (norma 22).

ANEXO: FICHA TÉCNICA DEL MONITOREO

OBJETIVO GENERAL

Analizar 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.

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) y en la red social *Twitter*.
- .3 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 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*. Televisión
- . 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 relacionados a las elecciones transmitidos en sus noticieros estelares y en cadena nacional.

CORPUS DE INVESTIGACIÓN

Segmentos informativos, de opinión o publicitarios relativos a los principales actores de la contienda electoral publicados o difundidos en los MCS.
Mensajes de *Twitter* enviados por los candidatos y su principal organización política, relacionados con la campaña electoral.