El proceso electoral

PROYECTO MONITOR ELECTORAL
Elección Presidencial 2012

Principales resultados

UCAB

http://www.monitorelectoral.org.ve/

Objetivo

Acopiar, producir y difundir información que permita conocer el comportamiento electoral de:

- **Los electores**
- **Las instituciones intervinientes**
- **Los medios de comunicación social.**

Con ello se espera:

- Promover la participación ciudadana en el proceso electoral
- Proporcionar materiales de referencia a los comunicadores sociales y a la sociedad en general;
- Instar al órgano electoral a garantizar la equidad en la contienda electoral.

Consistencia Demográfica del RE (IIES)

Componente 1

Objetivo

Evaluar el comportamiento RE en contraste con los cambios en la estructura por edad de la población, sin ignorar el impacto de la dinámica sociopolítica y electoral del país.

Principales resultados

El nivel de cobertura

El 97% de la población de 18 años y más está inscrita en el RE

Este alto nivel de cobertura del RE es un comportamiento histórico y similar a otros países como Costa Rica (95%), Perú (95%) o México (94%)

Componente 1

La composición por edad

El 85,4% de los nuevos ingresos corresponden a personas entre 18 y 24 años

Las cohortes más jóvenes presentan la menor cobertura mientras que en los adultos mayores hay una sobrerrepresentación de población.

A partir de los 70 años se observan sobrecobeturas[1] producto la falta de depuración, aspecto ya detectado desde 2005 con auditorias de CAPEL .

Lo anterior se evidencia en el siguiente dato: del total de defunciones estimadas para abril 2012, el CNE sólo retiró el 35%.

Sin embargo, el impacto de este aspecto es bajo dado que el peso de la población adulto mayor en el RE es apenas el 7%

[1] Sobrecobertura: mayor número de inscritos en el RE que población de 18 años y más registrada

Componente 1

Distribución territorial

Existe correspondencia entre la distribución del porcentaje de inscritos en el RE por entidad federal y la distribución del porcentaje de personas de 18 años y más

Las entidades y municipios que presentan sobrecobertura son las de menor número de habitantes, razón por la que su impacto en el RE es muy bajo

A mayor tamaño poblacional y mejores niveles de urbanización y desarrollo, se disipan las disparidades.

Estas situaciones no han variado de manera significativa al menos desde el año 2003, cuando el RE presentó una de las coberturas totales más bajas desde 1958.

Seguimiento de los medios (CIC)

Componente 2

Objetivo

Evaluar el comportamiento de los actores políticos involucrados en la elecciones presidenciales (candidatos, partidos, instituciones públicas) por medio del tratamiento que dan los principales medios de comunicación social, incluyendo el nivel de cumplimiento de la normativa electoral vigente

Seguimiento de los medios (CIC)

Componente 2

Medios

- Televisión
  - Globovisión
  - Venezolana de Televisión
- Radio
  - RNV Radio Nacional de Venezuela
  - Circuito FM center Primero en todo
- Prensa
  - El Nacional
  - Últimas Noticias
  - Correo del Orinoco
  - La Nación
  - El Carabobeño
  - El Impulso
  - Panorama
  - La Voz
  - El Tiempo

Se analizan:

1. Contenidos informativos y publicitarios
2. Programas de opinión La Hojilla y Aló Ciudadano
3. Cadenas nacionales de radio y televisión

Principales resultados

Período de Campaña: 01 de julio al 16 de septiembre

Componente 2

Visibilidad de candidatos en medios

Henrique Capriles

Mayor presencia en la pauta periodística electoral del conjunto de medios analizados posiblemente debido a una estrategia comunicacional sostenida (notas de prensa)

Mayor presencia en **prensa regional** probablemente por su recorrido pueblo por pueblo

Globovisión dedica el 64% del total de la información electoral

Hugo Chávez

Su visibilidad en el diario oficialista Correo del Orinoco es **muy irregular** y revela un seguimiento poco consecuente de su candidatura.

VTV le **dedica la mitad de su pauta** periodística electoral sin jamás contar con una **valoración negativa**, mientras que **90% de las informaciones** dedicadas a la candidatura de Henrique Capriles son **valoradas negativamente**

Presencia similar de ambos candidatos en Prensa Nacional y Radio asociada a la línea editorial de éstos, con más fuerza hacia el candidato Chávez en YVKE Mundial

Globovisión es una es un canal privado; VTV es una institución pública, y como tal está obligada por Ley a la imparcialidad política.

Uso del Twitter por parte de los candidatos

Componente 2

H. Capriles aprovecha la red social para promover su candidatura, H. Chávez la desestima.

La cuenta **@hcapriles** cuenta con 1.295.750 y hace un **uso intensivo y sistemático** de su cuenta para promover su candidatura.

Los tópicos difundidos en los twits electorales de H. Capriles son más diversificados que los de H. Chávez y están relacionados con su programa de gobierno, la captación de votos y con los ataques y críticas al contrario.

La cuenta @chavezcandanga reúne 3.471.547 seguidores. Muchos seguidores, pocos mensajes.

Desde el inicio Chávez ha emitido un promedio de 4 tuits semanales para promover su candidatura, la mayoría de ellos para comentar eventos de la agenda electoral. En algunas ocasiones sus mensajes buscan captar votos, nunca tratan de su programa de gobierno.

Desde el inicio de la campaña H. Chávez ha pasado varias semanas seguidas sin utilizar su cuenta *Twitter*

Incumplimiento de la Normativa Electoral

Componente 2

Del total de infracciones contabilizadas en la campaña 60% corresponden a la candidatura de Chávez contra 37% para la candidatura opositora. El perfil de las infracciones es muy diferente

El número de normas irrespetadas por **H. Capriles** y sus aliados no pasan de 2 o 3 (número mucho menor que el de H. Chávez que atenta regularmente contra 6 o más normas).

Las infracciones más reiteradas de H. Capriles están relacionadas con dos aspectos de la ley:

1. Críticas poco respetuosas a su contendor, quien suele calificar de *inepto, hablador de pistoladas, bate quebrado, corrupto*, etc…
2. Uso de los colores patrios en su propaganda electoral.

EL PODER ELECTORAL

Incumplimiento de la Normativa Electoral

Componente 2

Las infracciones más reiteradas de H. Chávez según la ley son:

1. Críticas poco respetuosas a su contendor, calificado de manera consuetudinaria de *burgués, majunche, hijo de papá, agente del imperialismo* etc…
2. Discurso violento, amenazador, discriminatorio que apela a la guerra,
3. Uso de recursos públicos para su campaña
4. Uso de los colores patrios en su propaganda electoral
5. Uso de niños y adolescentes para hacer propaganda
6. Intervención de funcionarios públicos al servicio de su candidatura.

Las infracciones registradas por el CNE y otras instituciones del Estado están relacionadas con la parcialidad política de altos funcionarios. También se registraron acciones (caso Miami), o mensajes que desestimulen el ejercicio del voto o que promueven la desobediencia de la Ley.

Cuando no se interviene ni sanciona en casos flagrantes de desacato a la Ley o de ventajismo oficial (las cadenas) , el CNE incurre en la promoción de la desobediencia a la LOPRE

Incumplimiento de la Normativa Electoral

En el mes de julio las cadenas duraron 20:17:23 y 40 min estuvieron dedicados a promover la candidatura de Chávez

En Agosto duraron 15:58:30 de los cuales 12min y medio se dedicaron a propaganda explicita.

85% de la publicidad en medio corresponden a la candidatura de H Chávez , 13% a Capriles y 2% al CNE

70% de las infracciones en publicidad corresponden a Hugo Chávez mientras 30% a Capriles.

Las normas más irrespetadas de la publicidad chavista son:

1. Lenguaje violento, irrespetuosos y discriminatorio que apela a la guerra
2. Uso indebido de símbolos patrios
3. Excesos en el tiempo de transmisión

En la opositora:

1. Lenguaje poco respetuoso hacia el contrario
2. Uso de símbolos patrios
3. No identificación correcta del emisor de la publicidad

YVKE Mundial transmite más de dos horas diarias de cuña a favor de Chávez

Análisis crítico del discurso (Profa. A. Bolívar)

Componente 1

Objetivo

Indagar la forma en que los candidatos Chávez y Capriles usan el sistema lingüístico y el discurso para presentarse a sí mismos e interactuar con el público en el diálogo político. Uso de técnicas cuantitativas y cualitativas de análisis.

Principales resultados

Inicio (inscripción y discurso de inicio de campaña)

Componente 1

Aspectos	Hugo Chávez	Henique Capriles
Longitud de los discursos	Extenso (Exacerbación de emociones)	Considerablemente más reducido (Asertividad)
	Digresiones que distraen a los interlocutores.	Palabras fáciles de recordar
Interlocución	Invalidación de Capriles y el pueblo opositor (la nada)	Todo el pueblo venezolano incluido el chavista (Yo y ustedes; Nosotros)
Temas	La burguesía. Dicotomía socialismo -capitalismo	Problemas y temas concretos para la gente
Bases de argumentación	Ideológicas	Evidencias concretas
Referencia temporal pasado	200 años de vida del país. Cuarta República	Los 14 años de gobierno de Chávez
Referencia temporal futuro	100 años	Hoy y mañana
Hipotecalidad (Mundo de lo posible)	Amedrenta. Genera temor: pérdida de casa, trabajo, misiones, país)	Crea esperanza. Venezolanos unidos trabajando juntos
Polarización	Divide entre ellos (los opositores) y nosotros (los revolucionarios). La unión es sólo entre los revolucionarios	La mitiga. Apela a la unión de todos los venezolanos
Violencia verbal	Exige respeto pero insulta (no coherente). Uso de palabras estigmatizantes (escuálido, majunche). Legitima la violencia verbal	No utiliza insultos (Coherente)

Principales resultados

Análisis de los discursos de campaña. Julio y Agosto

Componente 1

Aspectos	Hugo Chávez	Henique Capriiles
Temas	Enfasis en posicionamiento ideológico en defensa de la revolución, las ventajas del socialismo y las desventajas del capitalismo	Desventajas de la revolución frente a los problemas sociales y económicos en los 14 años Preocupación por problemas (capital y regional) de la vida diaria: la inseguridad, la alimentación, la vivienda, la vialidad, etc. Lo convierte en un candidato pragmático, con discurso orientado a la solución de los problemas prioritarios aquí y ahora.
Gestión gubernamental	Autocrítica. La mayor, es la división en las filas de su partido. Lo considera traición	Critica: abuso de poder y fracaso de la revolución al exacerbar muchos de los problemas que venía arrastrando el país
Polarización	Cosntrucción de un modelo que apunta a: El candidato/presidente es democrático, constitucionalista, y poseedor de la verdad. Oposición es antidemocrática, desestabilizadora, fascista, imperialista, y sin fuerza moral para criticarlo. Para ello utiliza los eventos del 11 de abril de 2002	La mitiga. Apela a la unión de todos los venezolanos
Hipotecalidad	Acrecienta los miedos en torno a: levantamiento del pueblo, invasión antimperialista, guerra civil, pérdida de los logros de la revolución	Genera la esperanza de vivir todos juntos en paz
Caracterización del discurso	Líder que abusa de su poder para hablar y para dejar hablar a otros. No participa en el “debate de ideas” que pregona porque su interés es que sus ideas sean aceptadas, por ello no admite la divergencia. El discurso no promueve la Política como una práctica social para el diálogo.	De manera implicita el discurso apunta a: un demócrata que cree en la democracia representativa, en la separación de poderes, en la propiedad privada, en la no partidización de las instituciones, en la empresa privada, en los derechos humanos, en la paz internacional, en la tolerancia, el respeto a los demás, y en la promoción de la autonomía de pensamiento

Hábitos político-electorales de las mujeres.

D. Izquierdo

3

(Estudio cualitativo. Grupos focales)

Objetivos

Explorar, en profundidad, las percepciones, actitudes y hábitos político-electorales de las mujeres

En detalle se analiza:

Percepción de la situación actual y del futuro
Percepción de la política
Participación política y social
Elecciones. El voto. Defensa del voto. Actitudes.
Exploración en relación con los candidatos a las elecciones Octubre 2012

Características del estudio

Mujeres entre 30 y 45 años
Estratos D y E
Caracas (julio) Cumaná (Agosto)
Autodefinidas como Chavistas y Opositoras

Principales resultados

Chavistas y Opositoras coinciden en el diagnóstico de lo que las aqueja

División

Escasez

Inseguridad

Violencia

Confrontación

Inflación

Aglutina poder, intereses. Nadie escapa de ser "tocado" por la política.

Chavistas

- Códigos ideológicos de identificación.
- Ideales homogéneos.
- Información compacta.

Oposición

- Confrontación de puntos de vista lo que conduce a una calificación negativa.
- Identificación simbólica por oposición a su ideología

Principales resultados

¿Qué es ser chavista y ser opositora? autodeficición

Chavistas		Oposición
Lo bueno, lo solidario, "Puros de corazón"	+	Ir en contra de una ideología, entender a Chávez
Ambición, Corrupción	−	Personas que se comportan como chavistas

Con relación al resultado electoral

Seguras de ganar por experiencias pasadas, **pero por primera vez sienten temor a perder**

Chávez puede ganar porque tiene recursos y poder, sin embargo **creen posible un triunfo**

Temor a voto

- Temor a equivocarse al usar la máquina
- Temor a perder los beneficios
- Temor a un conflicto social

Principales resultados

Los candidatos

Chavistas

Fortalezas

- Solidaridad
- Cumple su palabra
- Dice la verdad

Debilidades

- Odio a USA
- Verbo violento
- Habla mucho

H. Chávez

Opositoras

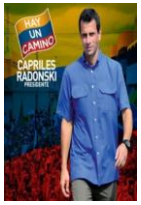
Fortalezas

- Tiene labia
- Es inteligente
- Ayudó a con pensiones

Debilidades

- Ofensivo, Agresivo
- No cumple
- Divide

H. Capriles



Fortalezas

- Joven, Buenas ideas
- No se intimida, perseverante
- Apoya proyectos de Chávez
- Inclusión

Debilidades

- Inseguro al hablar
- Critica con rabia
- Enfocado en jóvenes y no en adultos

Fortalezas

- Joven, Luchador
- Buen administrador
- No se encadena

Debilidades

- No tiene primera dama
- Poco poder de convencimiento
- A veces es ofensivo

Temor a votar (IIES-Datanálisis)

Estudio Cuantitativo. Encuesta Omnibus

3

Objetivos

Conocer la incidencia de algunos factores relacionados con el temor a votar de los potenciales electores.

En detalle se analiza:

Fraude permitido por el uso de máquinas y capta-huellas
Secreto del voto garantizado por el uso de máquinas y capta-huellas
Abstención por duda del secreto del voto en beneficiarios y empleados públicos
Confianza en el CNE
Disposición al voto

Características del estudio

Se contrastó con variables sociodemográficas: sexo y edad, socioeconómicas: nivel socioeconómico y de posicionamiento político: chavismo- oposición- "ni-ni"

Se incluyeron 6 preguntas específicas en la Encuesta Ómnibus de Datanálisis cuyo campo fue realizado en julio-agosto de 2012.

Principales resultados

Captahuellas, secreto del voto y confianza en el árbitro electoral

Uno de cada 2 electores potenciales considera que el uso de la máquinas captahuellas **impiden el fraude** y no cree que se conozca por quien votó.

Sin embargo **1 de cada 4** electores potenciales **cree que sí puede conocerse** el voto seleccionado por esta vía

Solo 1 de cada 2 electores potenciales tiene confianza en el CNE

La posición política determina la confianza. Entre los chavistas la proporción es alta mientras que dentro de los sectores opositores, los “ni-ni” y quienes no contestan, en ese orden de importancia, tiende a expresarse la desconfianza en mayor proporción.

Con relación al estrato socioeconómicos el grupo E y en menor medida el D, tienden a confiar más en estos aspectos del sistema electoral así como en el árbitro.

Principales resultados

Uno de cada 4 electores potenciales **conoce** de algún caso de personas cercanas que son empleados públicos o reciben algún beneficio del gobierno, que no piensan votar en contra el Presidente Chávez porque dudan que el voto sea secreto.

Resaltan nuevamente dentro de los que no conocen este tipo de casos los oficialistas . Asimismo, respecto a los niveles socioeconómicos, los estratos E y A/B son los que presentan los mayores porcentajes de personas que afirman desconocer estos casos, probablemente por razones de índole distinta.

Disposición a votar

La disposición a votar presenta rangos elevados. 4 de cada 5 electores potenciales asegura que irá a votar. Un porcentaje muy pequeño (4%) asevera que a pesar del miedo concurrirá.

Chavistas y opositores mantienen muy altos porcentajes de personas que piensan ir a votar, además de encontrarse muy cercanos (94,4% y 93,1% respectivamente) mientras que en los “ni-ni” la disposición a votar baja a la mitad.