

Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 2

07/05/2012 – 13/05/2012

En este capítulo se presentan los resultados de las mediciones realizadas en los principales medios de comunicación social del país sobre el tema de la campaña electoral presidencial de 2012 durante la 2ª semana de mayo de 2012.

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

Cobertura
mediática de
los principales
actores: pauta
periodística

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 (precandidatos, 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 precandidatos en la red social *Twitter*.

Este informe presenta los resultados del monitoreo de medios de comunicación social (Prensa, radio y televisión) durante la segunda semana del estudio: 07/05/12 – 13/05/12.

La visibilidad y el posicionamiento de los principales actores de la contienda electoral en los medios permiten 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 de la semana y describe luego los resultados de la semana 2 sobre los precandidatos y el CNE en la pauta periodística. En anexo, se encuentra una ficha técnica del estudio.

Dos precandidatos se disputan la presidencia de la República para el periodo 2013 – 2019. Hugo Chávez Frías, actual presidente de la República y Henrique Capriles Radonski actual gobernador del Estado Miranda.

PRINCIPALES HITOS DE LA ACTUALIDAD POLÍTICA DE LA SEMANA

Activación de defensores del voto para Comando Venezuela, agrupación que reúne a los partidos opositores.

H. Capriles defiende las misiones, planes de acción social que ha desarrollado el actual Gobierno, y su continuidad como bandera política.

Sigue la **polémica sobre la aprobada reforma de la Ley Orgánica del Trabajo**: de cara a las presidenciales 2012 los oficialistas resaltan las ventajas de su aplicación, mientras que la oposición hace énfasis en los pocos beneficios que genera para los trabajadores del país.

Voceros oficiales “llenar” vacío de Chávez durante toda la semana por su tratamiento contra el cáncer en La Habana (regresó al país el viernes 11).

Diosdado Cabello, presidente de la Asamblea Nacional y vicepresidente del Psuv, **desmiente transición y reafirma candidatura de Chávez**.

Oficialistas se victimizan en acto político de H. Capriles como agredidos.

INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

PRENSA ESCRITA

Correo del Orinoco, 9 de mayo:

"En representación del partido antichavista Voluntad Popular (VP), el abogado Rafael Veloz acudió ayer al Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) para introducir un recurso en el que solicita la designación de una junta médica para establecer la posible incapacidad física permanente del Presidente de la República".

TELEVISIÓN

Globovisión: Aló Ciudadano, 7 de mayo:

"Yo creo que en los primeros 11 días de junio, el presidente Chávez lanzará su candidatura, después, más adelante, se verá cómo se maneja el asunto". (José Vicente Carrasquero, analista político)

RADIO

RNV: 9 de mayo:

"La valoración positiva del Presidente Chávez se ubica en 66%, marcando una brecha de más de 35 puntos con respecto al candidato de la derecha, Henrique Capriles Radonski. Cifras presentadas por el Grupo de Investigación Social s. XXI, dirigido por Jesse Chacón". (Verónica Chacón, ancla del segmento)

CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN

Hugo Chávez, 11 de mayo:

El Presidente en un plano medico corto, con dos militares atrás de él y vestido con una chaqueta deportiva blanca con azul que tiene el escudo venezolano en el lado izquierdo se refiere a la oposición: "Lamentablemente la derecha parece agotada, así la veo, desesperada como esos boxeadores agotados que lanzan golpes y salen a lanzar golpes al vacío, pero desesperados, y tienen por detrás una mandarina escondida o una navaja, qué se yo, cualquier cosa. Hay que tener cuidado con las manifestaciones que ya comienzan a verse al respecto, y de lo cual venimos alertando. Una oposición sin liderazgo, sin pies ni cabeza, sin una lógica, sin un proyecto propio, sin horizonte, está entrando en desespero y están tratando de generar hechos violentos. Lo anuncian incluso algunos de sus dirigentes, están viajando por algunas partes del mundo tratando de articular un especie de eje anti Venezuela o contra Venezuela, no les perdamos la vista. De todos modos si a nivel internacional queremos referirnos, ahí también se van a estrellar".

TWITTER

@partidopsuv, 7 de mayo:

Diosdado Cabello: Único candidato seguro para el 7 de octubre es Hugo Chávez, no hay ninguna transición

@partidopsuv, 9 de mayo:

GIS XXI: Intención de voto por Chávez sube a 56,6% <http://t.co/W9dQtsb9> @GISXXI @jchacon2021 @chavezcandanga #Chávez #Venezuela

LOS PRECANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA

En este capítulo se presentan los resultados de las mediciones realizadas en los principales medios de comunicación social del país sobre el tema de la campaña electoral presidencial de 2012 durante la 2ª semana de mayo de 2012. Así mismo, se analiza el posicionamiento de los diferentes actores políticos implicados en la contienda electoral: precandidatos, partidos e instituciones públicas, en los distintos medios.

Visibilidad de los principales actores en todos los MCS

El registro diario de la presencia de los principales actores políticos en todos los medios analizados permite evaluar su desenvolvimiento en la campaña, su visibilidad y su posicionamiento. Asimismo, esto permite una lectura cualitativa de la presencia de cada actor en relación con el medio.

Tabla 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 2

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Lun	12	13	0	1	26
Mar	5	4	4	1	14
Miér	24	7	1	4	36
Jue	14	10	1	3	28
Vie	9	7	0	1	17
Sáb	10	0	1	0	11
Total	74	41	7	10	132

Figura 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 2

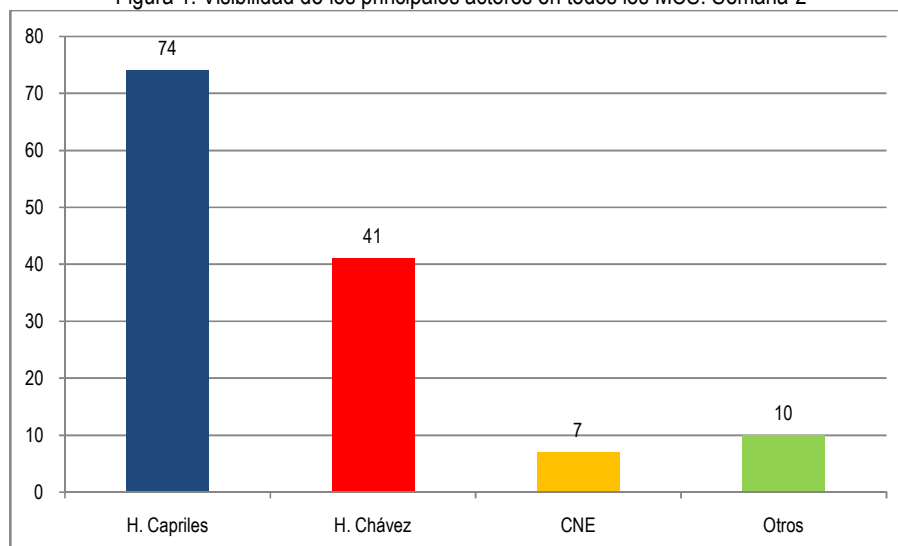
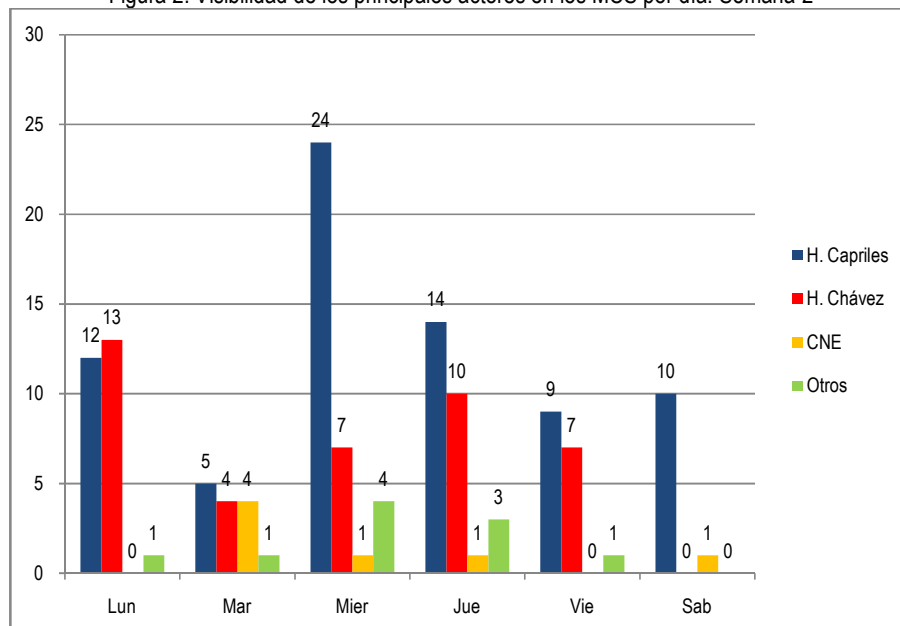


Figura 2: Visibilidad de los principales actores en los MCS por día: Semana 2

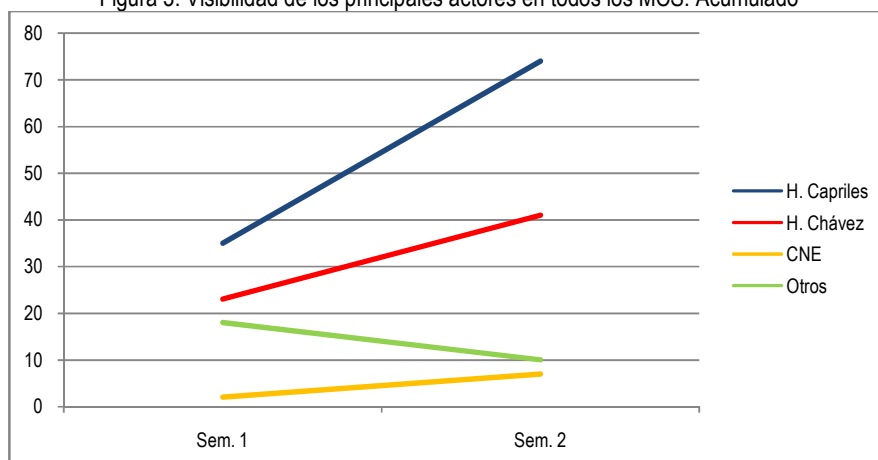


Comentario: Conservando el comportamiento de la primera semana de medición, H. Capriles, precandidato de la oposición, supera la presencia en medios del abanderado oficialista, quien nuevamente estuvo fuera del país por su tratamiento contra el cáncer que realiza en Cuba. En esta oportunidad, el opositor casi duplica las apariciones de H. Chávez.

Tabla 2: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Acumulado

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Sem. 1	35	23	2	18	78
Sem. 2	74	41	7	10	132
Total	109	64	9	28	210

Figura 3: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Acumulado



Comentario: Durante la segunda semana de monitoreo los actores analizados incrementaron su presencia, a excepción de la categoría “Otros”, que incluye organizaciones, asociaciones y voceros que no representen a H. Capriles, ni a H. Chávez. Aún cuando es temprano para sacar una conclusión, estos resultados podrían indicar un proceso de concentración limitado a los dos precandidatos. El actor que tuvo mayor exposición en medios, al igual que la semana anterior fue el precandidato opositor con más del doble de apariciones iniciales, seguido por su contrincante y luego el árbitro electoral.

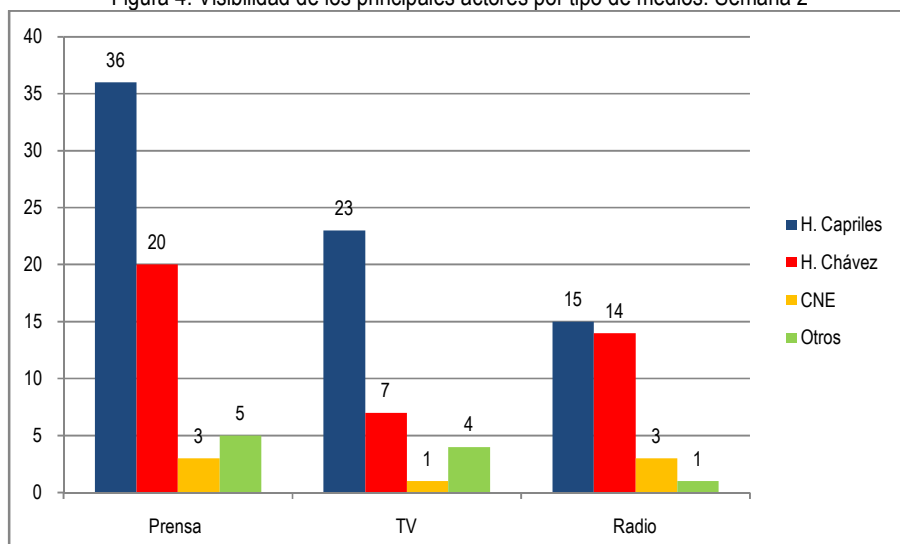
Visibilidad de los principales actores por tipo de medios

El análisis diferenciado por tipo de medio provee de indicadores para evaluar la estrategia mediática de los otros principales actores de la campaña. Por ello se presentan los resultados de la presencia de los precandidatos y del CNE en la prensa escrita, televisiva y radial durante la semana 2 y el análisis de la evolución de este comportamiento a lo largo de la campaña.

Tabla 3: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 2

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Prensa	36	20	3	5	64
TV	23	7	1	4	35
Radio	15	14	3	1	33
Total	74	41	7	10	132

Figura 4: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 2



Comentario: En esta segunda semana H. Capriles lidera las apariciones en todos los medios. A diferencia de la medición previa, su mayor ventaja es en TV, a pesar de que tiene más presencia en prensa escrita.

Figura 5: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Semana 2

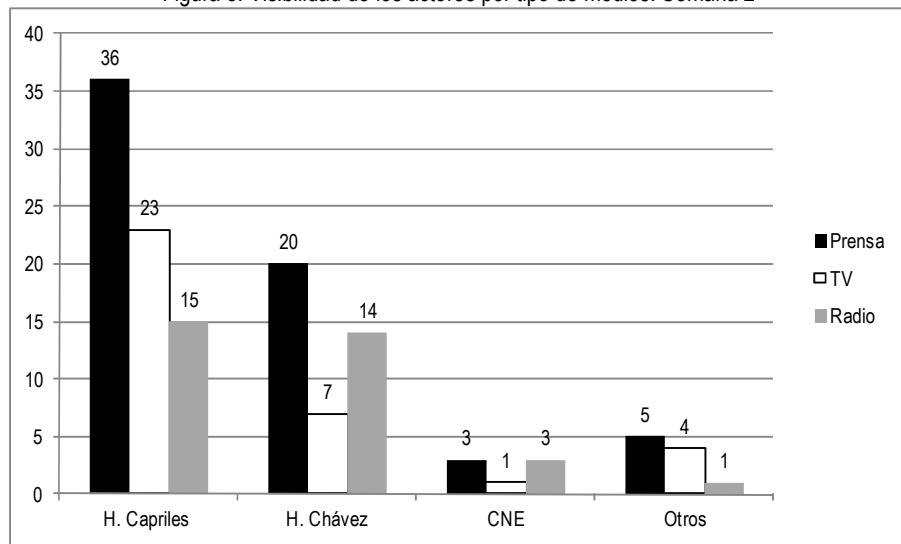
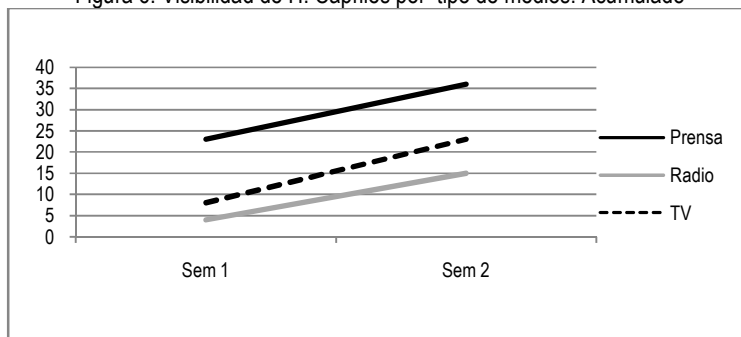


Tabla 4: Visibilidad de H. Capriles por tipo de medios: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
Prensa	23	36
Radio	4	15
TV	8	23

Figura 6: Visibilidad de H. Capriles por tipo de medios: Acumulado

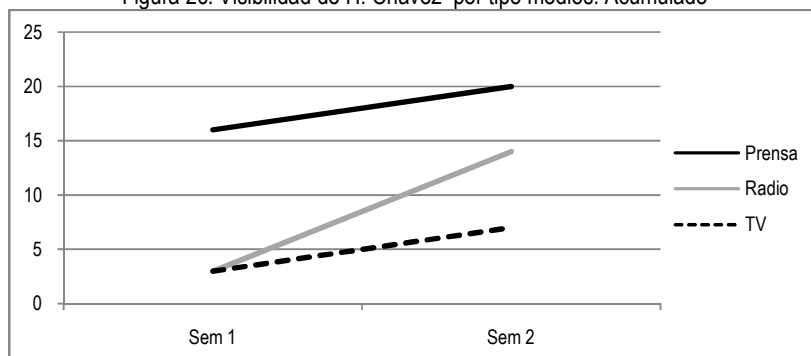


Comentario: H. Capriles incrementó su presencia en todos los medios, duplicando la aparición en impresos y triplicando en radio y TV.

Tabla 7: Visibilidad de H. Chávez por tipo medios: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
Prensa	16	20
Radio	3	14
TV	3	7

Figura 2c: Visibilidad de H. Chávez por tipo medios: Acumulado



Comentario: H. Chávez también registró un incremento de presencia en medios, pero más modesto. Solo en TV se hizo notable su ascenso.

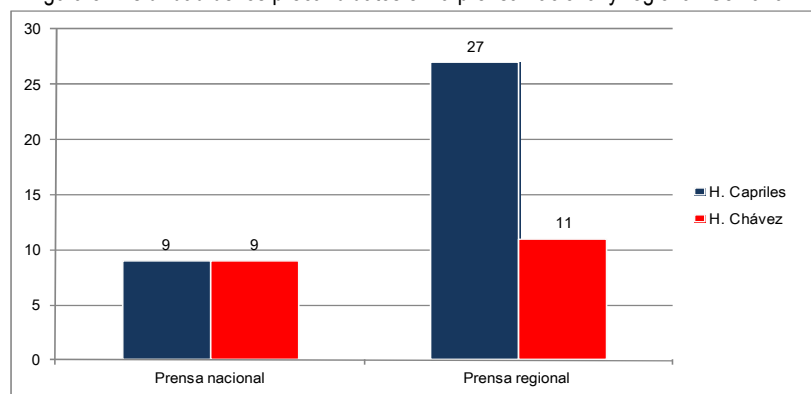
Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional

En este capítulo se presenta un análisis comparativo de la presencia de los precandidatos en los medios impresos de circulación nacional y regional, para inferir sobre el posicionamiento de cada uno en las regiones y en la capital.

Tabla 6: Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional: Semana 2

	H. Capriles	H. Chávez
Prensa nacional	9	9
Prensa regional	27	11
Total	36	20

Figura 8: Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional: Semana 2



Comentario: Esta semana ambos precandidatos registraron 9 apariciones en la prensa nacional. En periódicos de circulación regional es evidente la ventaja de H. Capriles, como parte de su recorrido “casa por casa”.

Tabla 7: H. Capriles Vs. H. Chávez en la **prensa nacional**: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
H. Capriles	10	9
H. Chávez	12	9

Tabla 8: H. Capriles Vs. H. Chávez en la **prensa regional**: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
H. Capriles	13	27
H. Chávez	4	11

Figura 9: H. Capriles Vs. H. Chávez en la **prensa nacional**: Acumulado

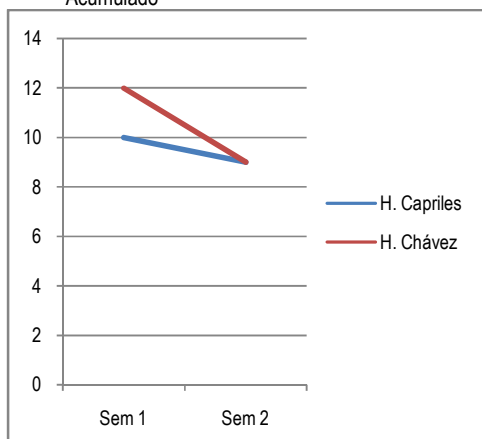
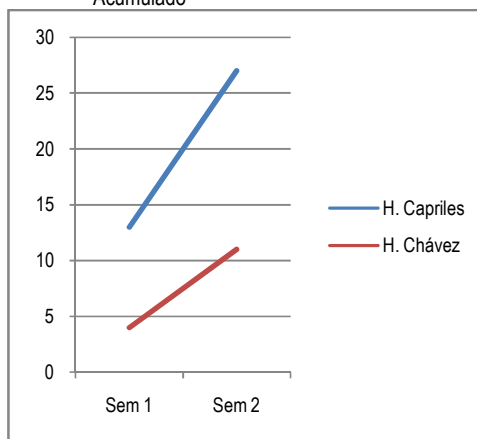


Figura 10: H. Capriles Vs. H. Chávez en la **prensa regional**: Acumulado



Comentario: La visibilidad de ambos precandidatos tiende a disminuir en la prensa nacional, mientras que en la prensa regional registran un aumento, H. Capriles con mayor volumen de menciones que su contrincante H. Chávez. El abanderado de la oposición sigue dominando la presencia en medios impresos. El crecimiento de las menciones del Presidente es menos evidente en la prensa regional.

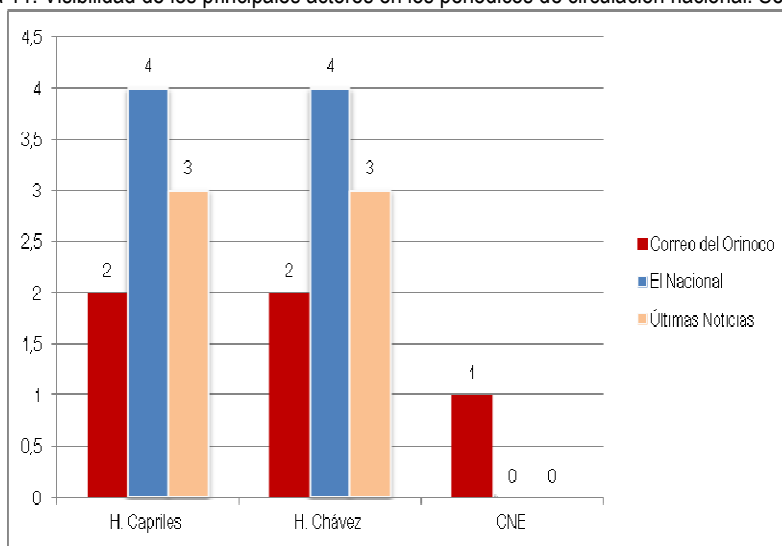
Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional:

Este nivel de análisis busca determinar la distribución de la cobertura periodística de los actores, entre los periódicos de circulación nacional seleccionados para la investigación.

Tabla 9: Visibilidad de los actores en los periódicos de circulación nacional: Semana 2

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Total
Correo del Orinoco	2	2	1	5
El Nacional	4	4	0	8
Últimas Noticias	3	3	0	6
Total	9	9	1	19

Figura 11: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional: Semana 2



Comentario: La segunda semana de monitoreo registró equidad entre los periódicos de circulación nacional y los precandidatos. Dieron la misma cobertura a cada acto, a pesar de las marcadas líneas editoriales de cada uno.

Tabla 10: Visibilidad de H. Capriles en la prensa nacional: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
Correo del Orinoco	4	2
El Nacional	2	4
Últimas Noticias	4	3

Figura 12: Visibilidad de H. Capriles en la prensa nacional: Acumulado

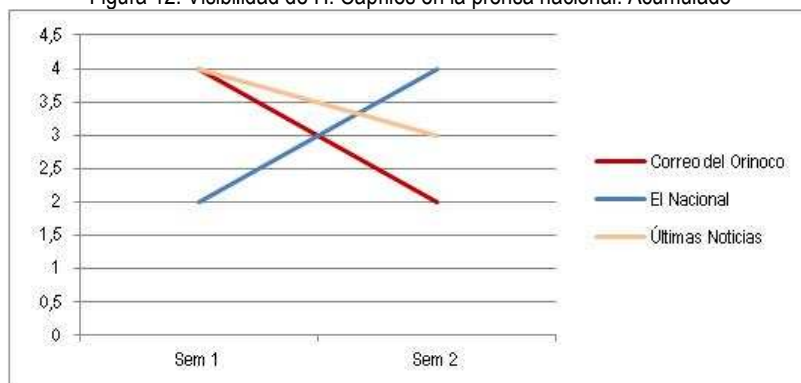
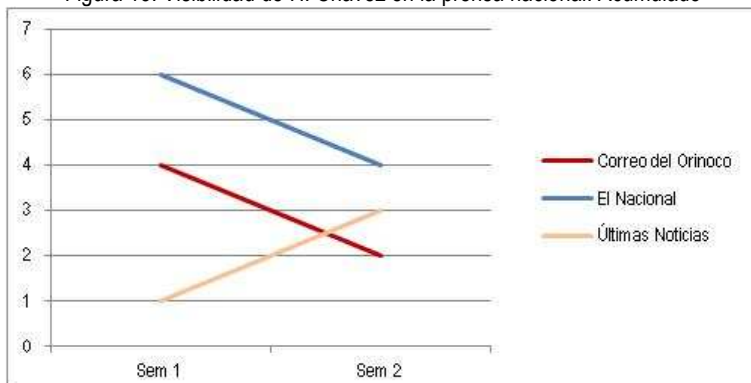


Tabla 11: Visibilidad de H. Chávez en la prensa nacional: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
Correo del Orinoco	4	2
El Nacional	6	4
Últimas Noticias	1	3

Figura 13: Visibilidad de H. Chávez en la prensa nacional: Acumulado



Comentario: Durante esta semana de monitoreo, el Presidente solo aumentó su presencia en el periódico Últimas Noticias, disminuyendo en el resto de la muestra. Mientras que H. Capriles registró incremento en El Nacional, y en los demás redujo su visibilidad.

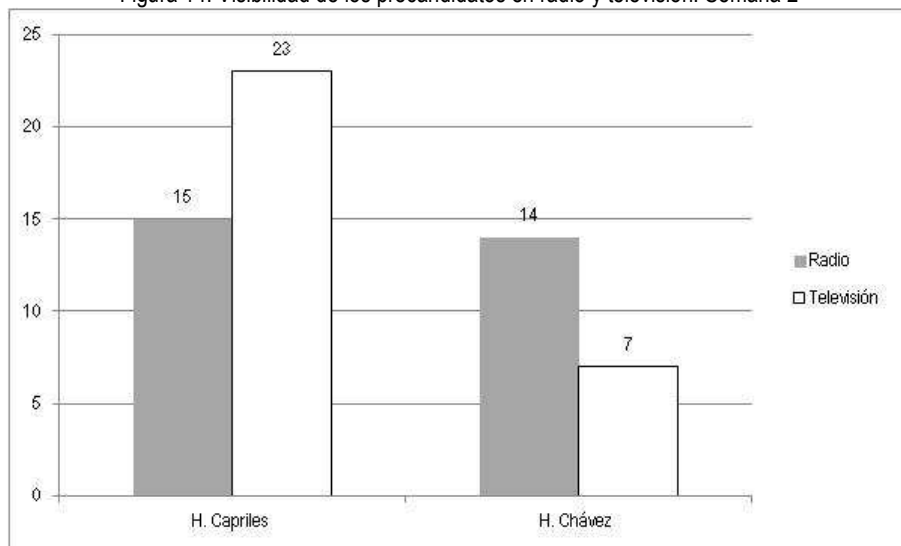
Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión

El análisis, en este nivel, determina la presencia de los precandidatos en espacios radiales informativos y en los segmentos televisivos, tanto de información como de opinión.

Tabla 12: Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión: Semana 2

	H. Capriles	H. Chávez
Radio	15	14
Televisión	23	7
Total	38	21

Figura 14: Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión: Semana 2



Comentario: La ausencia del Presidente debido a su tratamiento contra el cáncer, que realiza en Cuba, se nota en su presencia en los medios. Durante esta semana, incluso en TV, tuvo menos apariciones que su opositor H. Capriles.

Tabla 13: Visibilidad de H. Capriles en radio y televisión: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
Radio	4	15
Televisión	8	23

Figura 15: Visibilidad de H. Capriles en radio y televisión: Acumulado

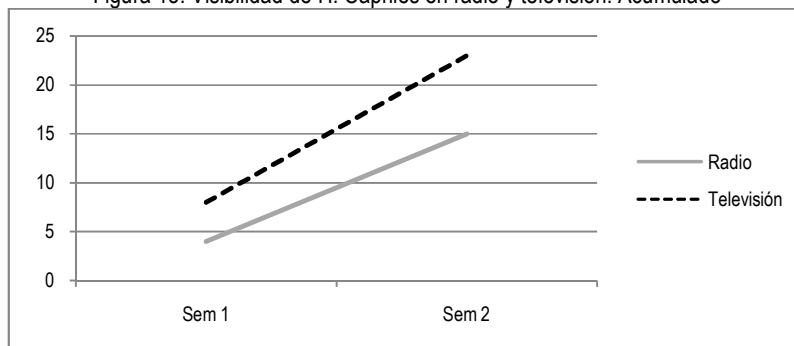
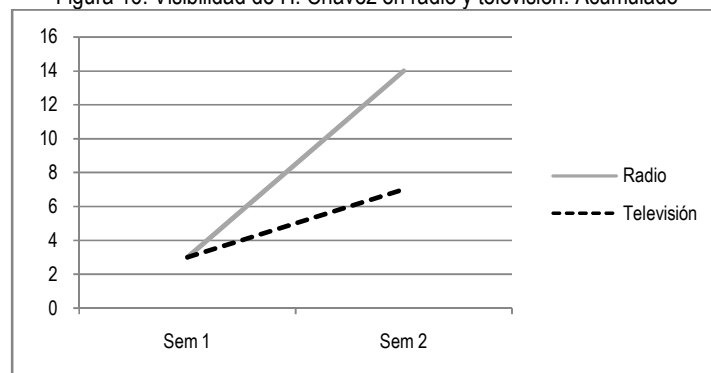


Tabla14: Visibilidad de H. Chávez en radio y televisión: Acumulado

	Sem 1	Sem 2
Radio	3	14
Televisión	3	7

Figura 16: Visibilidad de H. Chávez en radio y televisión: Acumulado



Comentario: A pesar de que H. Chávez ha aumentado su visibilidad, H. Capriles se apodera de la mayor cantidad de espacios dedicados a la cobertura de los precandidatos en la semana 2 de monitoreo en los medios audiovisuales.

LOS PRECANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA: CONCLUSIONES

SEMANA 2

Esta semana H. Capriles dominó la escena mediática, mientras que H. Chávez se retiró nuevamente de la palestra pública para seguir su tratamiento contra el cáncer en La Habana. H. Capriles duplica su presencia en la muestra analizada.

La presencia de H. Capriles es muy alta en la prensa regional y tiende a bajar en la prensa nacional. La visibilidad de H. Chávez conserva esta tendencia, pero en menor escala.

En los periódicos nacionales la cobertura de las precandidaturas de H. Capriles y de H. Chávez se equiparon, sin embargo, H. Capriles sigue más presente en los medios regionales.

Las mediciones de esta semana revelan que El Nacional y Correo del Orinoco reseñan por igual las dos precandidaturas.

El número total de segmentos periodísticos dedicados a Henrique Capriles superó en todos los medios los referidos a Hugo Chávez. Contrariamente a la semana pasada, esta semana H. Capriles está más presente en los medios audiovisuales que H. Chávez.

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 (precandidatos, 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*.
- .4 Elaborar perfiles de las infracciones cometidas por los precandidatos, 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 Sol de Margarita 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.

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 precandidatos y su principal organización política, relacionados con la campaña electoral.