

Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 3

14/05/2012 – 20/05/2012

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 3ª 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 tercera semana del estudio: 14/05/12 – 20/05/12.

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 y describe luego los resultados de la semana 3 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

Se desencadenaron **hechos violentos del recinto penitenciario La Planta**, en El Paraíso al oeste de Caracas, donde los presos detonaron explosivos y armas de fuego contra las autoridades que pretendían movilizarlos de sede para desalojar la cárcel.

Periodistas del canal del Estado (VTV) se victimizan en la cobertura de un evento del precandidato opositor en Barinas. Se dedican diversos espacios, informativos y de opinión, de la muestra de medios oficialistas analizados a profundizar sobre las agresiones que el equipo de H. Capriles cometió contra los reporteros.

La **coalición de la oposición debate el uso de la tarjeta unitaria** para respaldar la candidatura de Henrique Capriles. Los distintos partidos políticos que hacen vida en la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) expresan posturas, ventajas y desacuerdos al respecto.

El presidente **Hugo Chávez regresó el 11 de mayo al país** luego de un nuevo tratamiento en Cuba, contra el cáncer que le fue detectado en 2011.

Se **publican varias encuestas de distintas fuentes**, en las que los resultados muestran importantes contradicciones. Dependiendo de la empresa encuestadora se otorgan grandes ventajas a cada uno de los precandidatos. La prensa reseña una polémica sostenida sobre el tema.

INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

PRENSA ESCRITA

Panorama, 16 de mayo: Título: Tarjeta unitaria abre heridas en la MUD

"A pesar que el candidato opositor, Henrique Capriles, ratificó ayer a PANORAMA que la tarjeta unitaria fue la que decidió utilizar la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) para las presidenciales del 7 de octubre, aún los partidos AD, Copei, UNT, Alianza Bravo Pueblo, siguen en desacuerdo con esa propuesta, planteada por Primero Justicia y Podemos".

TELEVISIÓN

VTV: La Hojilla, 17 de mayo:

"Si ustedes (la oposición) creen que este tipo de maniobras, en donde están utilizando a los presos, en donde están utilizando a los familiares de los privados de libertad, en donde están utilizando el dolor de mucha gente; si ustedes creen que eso va a afectar la paliza que le vamos a dar el 7 de octubre, están equivocados. Y se los estoy diciendo en serio, la percepción que hay en Latinoamérica con respecto a la oposición de acá, es que esta oposición no solo está loca, está desadaptada y totalmente fuera de la historia, sino que simplemente no tiene opción ninguna". (Mario Silva, conductor del programa)

RADIO

FM center: 14 de mayo:

La coordinadora nacional del Gran Polo Patriótico y coordinadora de comunicación y propaganda del Psuv, Blanca Eeckhout, dijo: "Vemos como la MUD se trasladó a Colombia ante su incapacidad de conseguir verdaderamente una aceptación a nivel nacional. Pues entonces, fueron a buscarse liderazgos, ¿no?, me imagino, ante el fracaso de su dirección Fueron a Colombia, justamente, a tocar el pasado de Colombia, ni siquiera el presente y mucho menos el futuro. A tocar el pasado de la violencia, del paramilitarismo, del narcotráfico. Fueron allá a hablar con el señor Uribe, para que el señor Uribe se convirtiera ahora en el vocero de la MUD, en el vocero de la ultraderecha.". (Irlenis Molina, ancla del segmento)

CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN

Hugo Chávez, 15 de mayo:

El presidente Hugo Chávez en un plano medico corto, con dos militares detrás de él y vestido con una chaqueta deportiva blanca con azul que tiene el Escudo venezolano en el lado izquierdo indicó: "Iré progresivamente instalándome donde debo estar, en la primera línea de la batalla junto al pueblo bolivariano impulsando la revolución socialista, la revolución de la paz, la revolución del amor".

TWITTER

@hcapriles, 14 de mayo:

Necesitamos un presidente que se ponga al frente del problema de la violencia y garantice la tranquilidad de todos

@partidopsuv, 14 de mayo:

Eekhout:#PSUV lamenta y condena las agresiones a periodistas por parte del candidato de la derecha Henrique Capriles

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. 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 3

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Lun	10	7	1	1	19
Mar	19	20	3	4	46
Miér	20	11	5	6	42
Jue	13	5	2	2	22
Vie	8	11	3	4	26
Sáb	8	2	1	4	15
Total	78	56	15	21	170

Figura 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 3

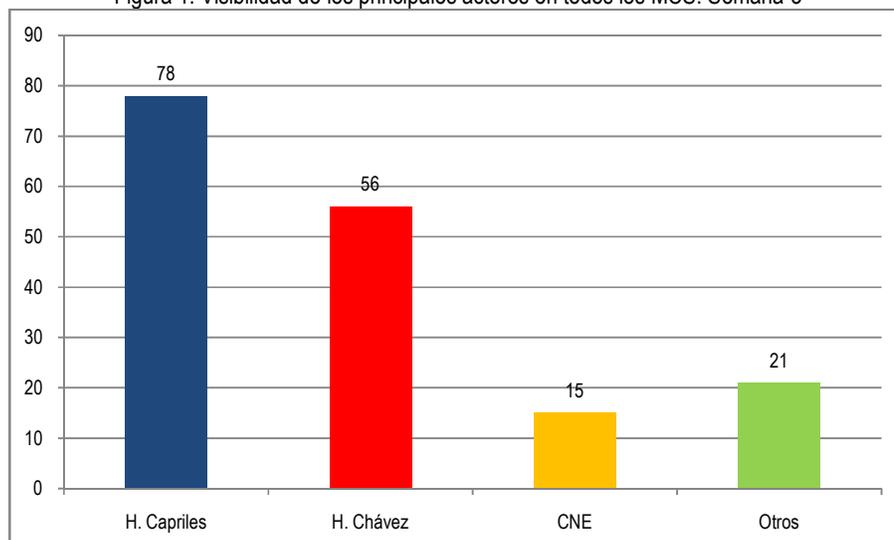
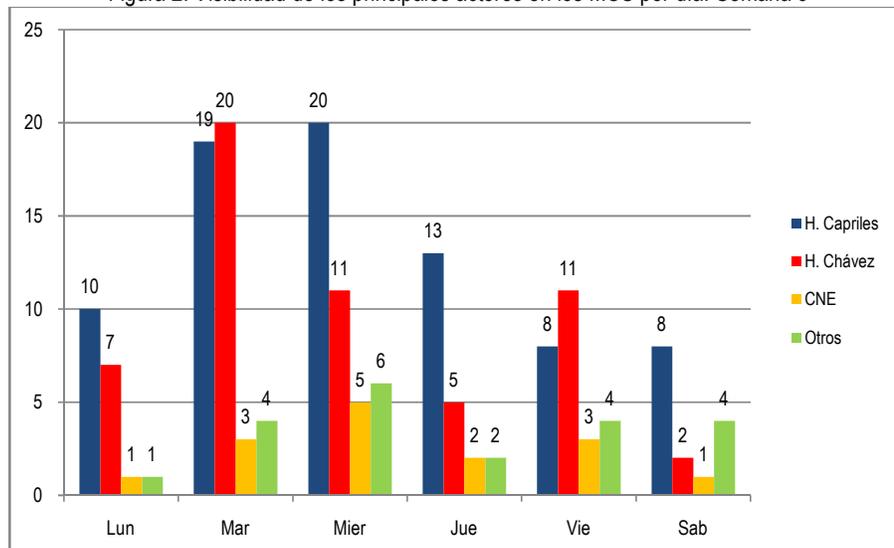


Figura 2: Visibilidad de los principales actores en los MCS por día: Semana 3

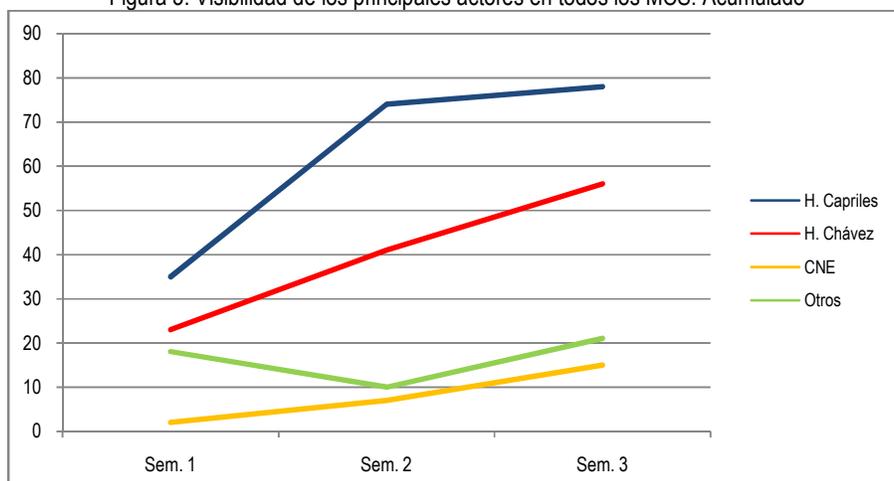


Comentario: Durante esta tercera semana de monitoreo, el precandidato opositor H. Capriles continúa dominando la escena mediática. Es apreciable la presencia más activa del Jefe de Estado en los medios luego de su retorno a Venezuela el pasado 11 de mayo.

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
Sem. 3	78	56	15	21	170
Total	187	120	24	49	380

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



Comentario: A pesar de que el abanderado de la oposición sigue siendo el actor con mayor visibilidad en todos los medios analizados, es el único que ha disminuido su presencia. La ausencia del presidente no impidió que su posicionamiento en los medios registre una clara línea ascendente. Las informaciones sobre el CNE han aumentado paulatinamente a lo largo de estas tres semanas.

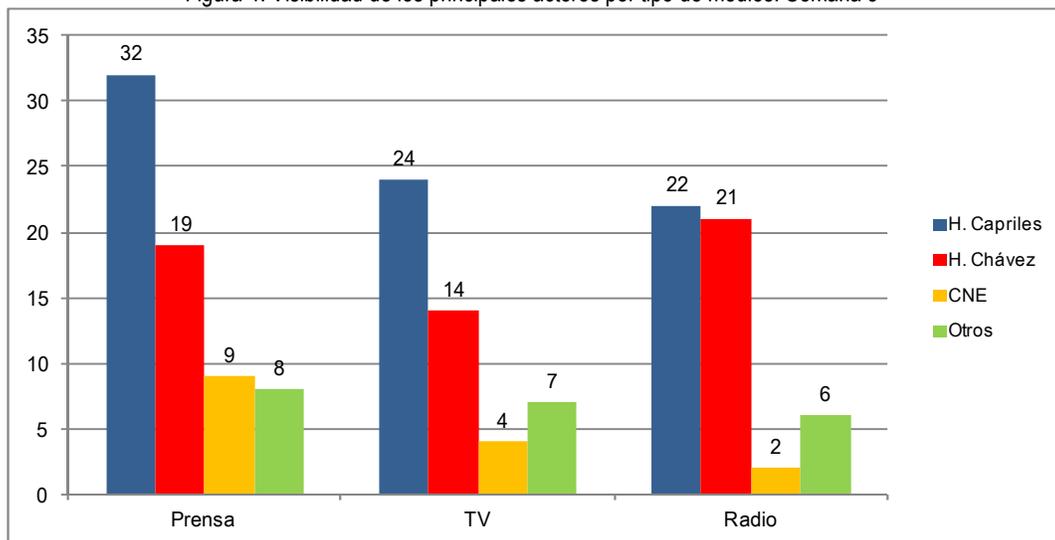
Visibilidad de los principales actores por tipo de medios

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 3 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 3

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Prensa	32	19	9	8	68
TV	24	14	4	7	49
Radio	22	21	2	6	51
Total	78	54	15	21	168

Figura 4: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 3



Comentario: En todos los medios la visibilidad del precandidato opositor es mayor que la del presidente Chávez. La diferencia es importante en prensa y televisión. En radio el número de apariciones es similar.

Figura 5: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Semana 3

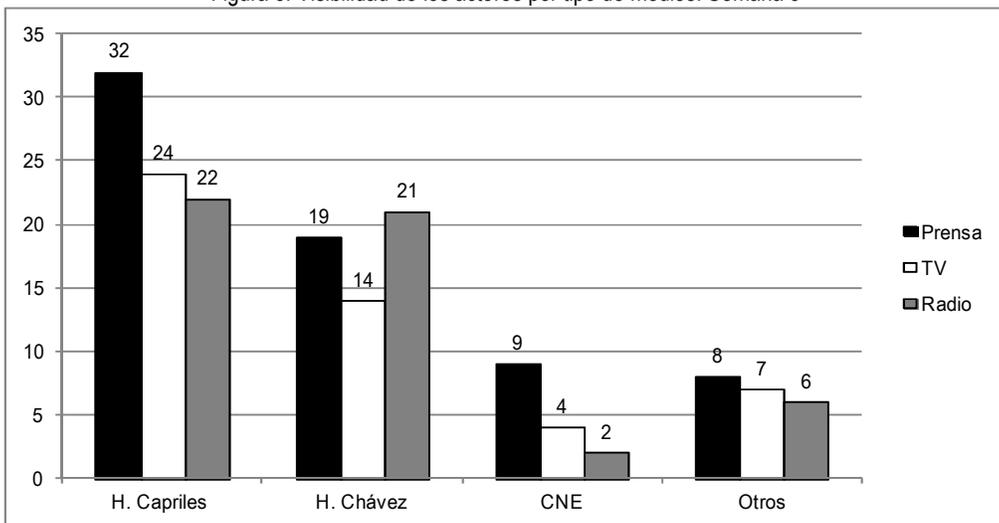
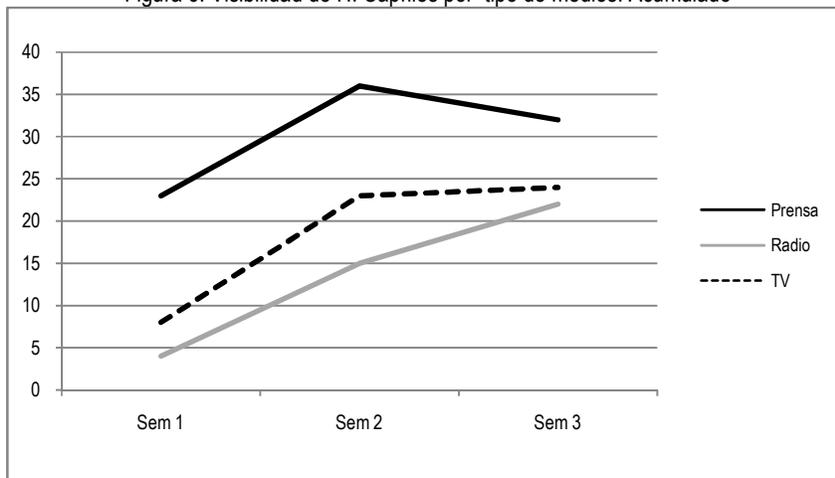


Tabla 4: Visibilidad de H. Capriles por tipo de medios: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
Prensa	23	36	32
Radio	4	15	22
TV	8	23	24

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

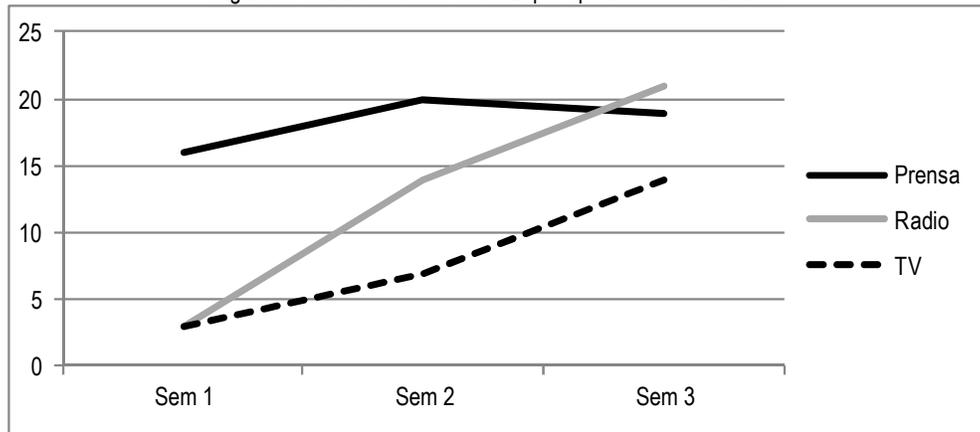


Comentario: La revisión de los datos de las dos semanas anteriores indica cierto estancamiento de la visibilidad de H. Capriles en los medios, salvo en el caso de la radio.

Tabla 5: Visibilidad de H. Chávez por tipo medios: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
Prensa	16	20	19
Radio	3	14	21
TV	3	7	14

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



Comentario: Menos presente en los periódicos, y con registros menores a los de H. Capriles, H. Chávez mantiene cierta visibilidad en prensa y televisión.

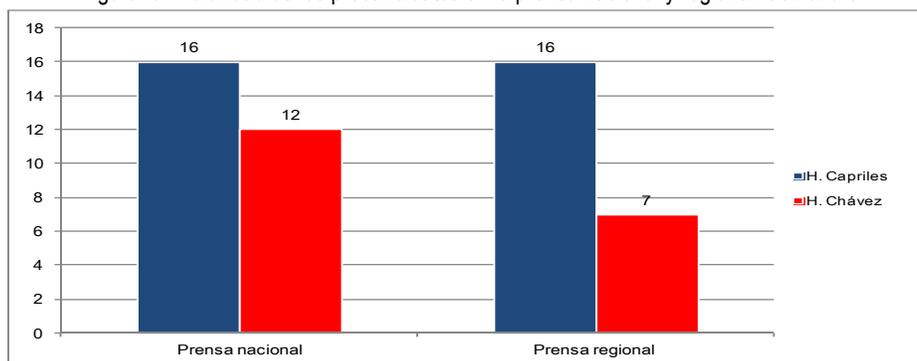
Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional

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 3

	H. Capriles	H. Chávez
Prensa nacional	16	12
Prensa regional	16	7
Total	32	19

Figura 8: Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional: Semana 3



Comentario: A una semana de la apertura oficial de la precampaña, el precandidato de la tolda opositora sigue con mayor presencia en prensa nacional y regional. Su presencia en los periódicos regionales probablemente sea el reflejo de su campaña “casa por casa”.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
H. Capriles	10	9	16
H. Chávez	12	9	12

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
H. Capriles	13	27	16
H. Chávez	4	11	7

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

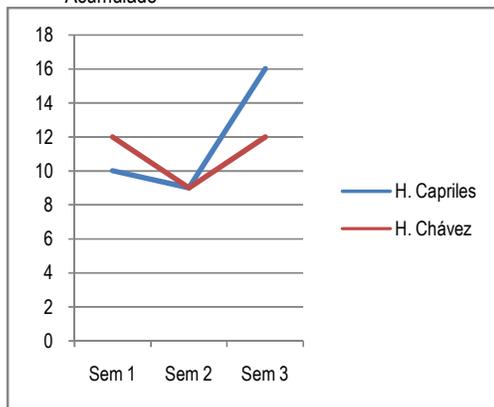
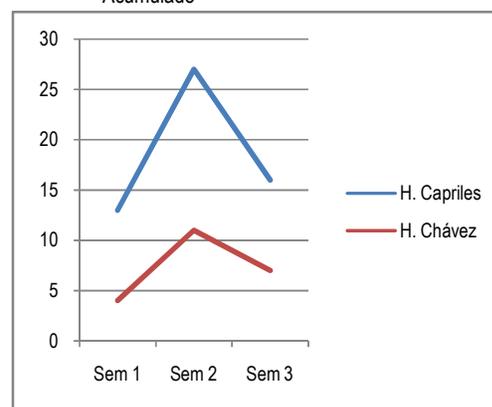


Figura 10: H. Capriles Vs. H. Chávez en la **prensa regional**: Acumulado



Comentario: El comportamiento observado la semana anterior se ha revertido completamente y los dos precandidatos registran un aumento de su presencia en los medios nacionales y una disminución en los periódicos regionales.

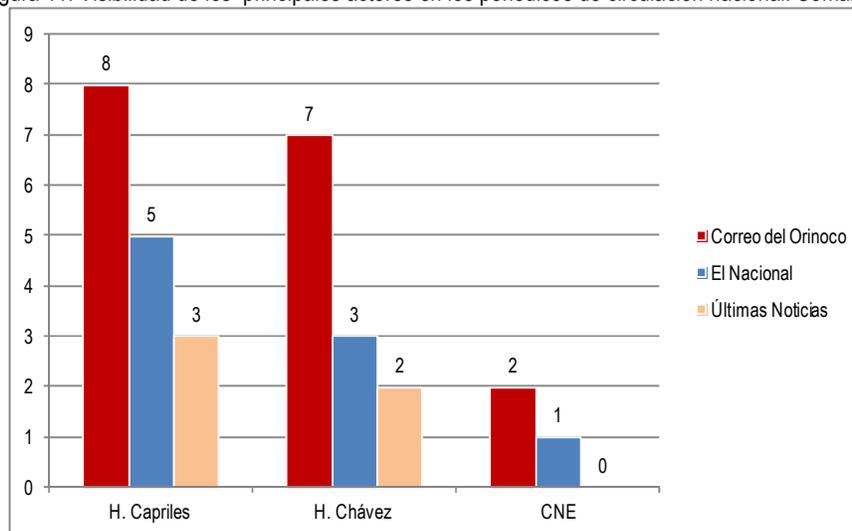
Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional:

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

Tabla 9: Visibilidad de los actores en los periódicos de circulación Nacional: Semana 3

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Total
Correo del Orinoco	8	7	2	17
El Nacional	5	3	1	9
Últimas Noticias	3	2	0	5
Total	16	12	3	31

Figura 11: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional: Semana 3



Comentario: Correo del Orinoco, periódico de indiscutible tendencia oficialista, es el que da mayor cobertura al tema electoral y especialmente a los precandidatos, mientras que Últimas Noticias lo hace en menor medida. El número de referencias a H. Capriles es mayor que el de H. Chávez en los tres periódicos analizados.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
Correo del Orinoco	4	2	8
El Nacional	2	4	5
Últimas Noticias	4	3	3

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

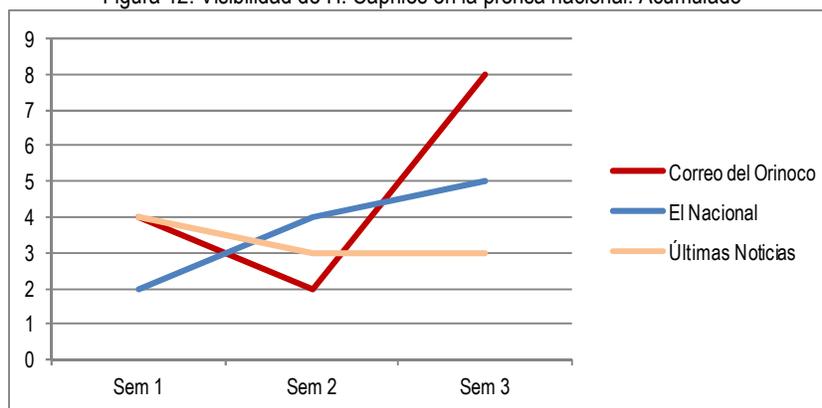
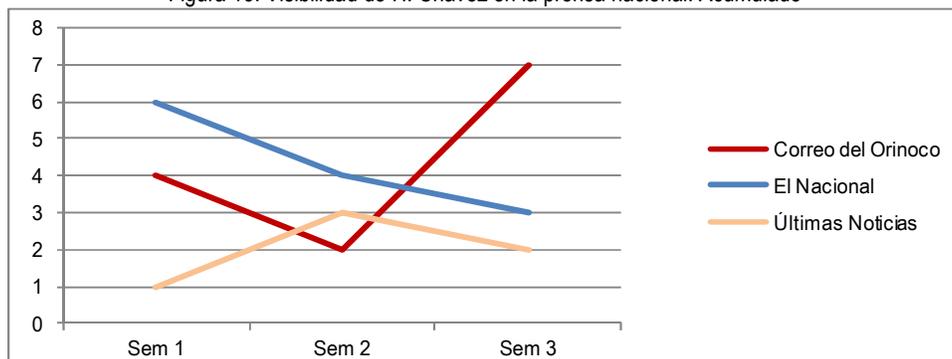


Tabla 11: Visibilidad de H. Chávez en la prensa nacional: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
Correo del Orinoco	4	2	7
El Nacional	6	4	3
Últimas Noticias	1	3	2

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



Comentario: Durante la tercera semana de monitoreo, H. Chávez y H. Capriles mejoraron sustancialmente su visibilidad en Correo del Orinoco. La presencia del opositor en El Nacional sigue creciendo, cosa que no ocurre en el caso de H. Chávez.

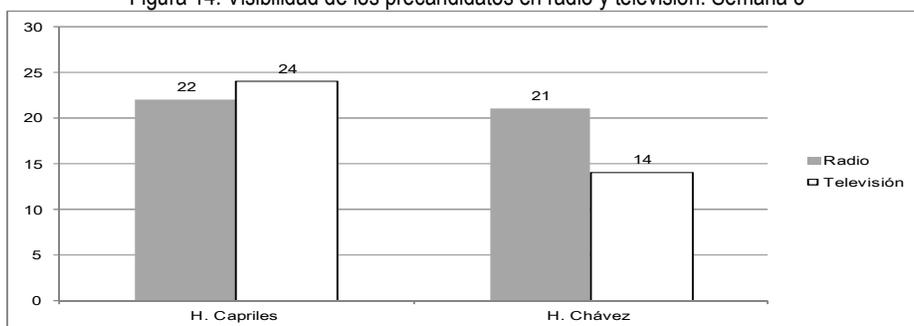
Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión

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 3

	H. Capriles	H. Chávez
Radio	22	21
Televisión	24	14
Total	46	35

Figura 14: Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión: Semana 3



Comentario: La presencia de H. Chávez en los medios audiovisuales es inferior a la de H. Capriles, quien, esta semana, cuenta con más espacios en TV que en radio, caso contrario del precandidato oficialista.

Tabla13: Visibilidad de H. Capriles en radio y televisión: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
Radio	4	15	22
Televisión	8	23	24

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

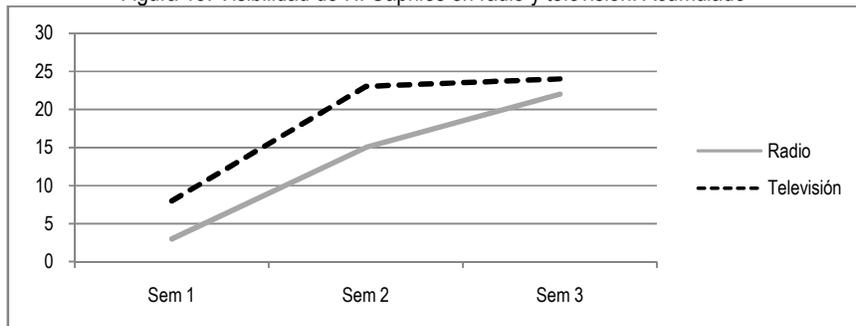
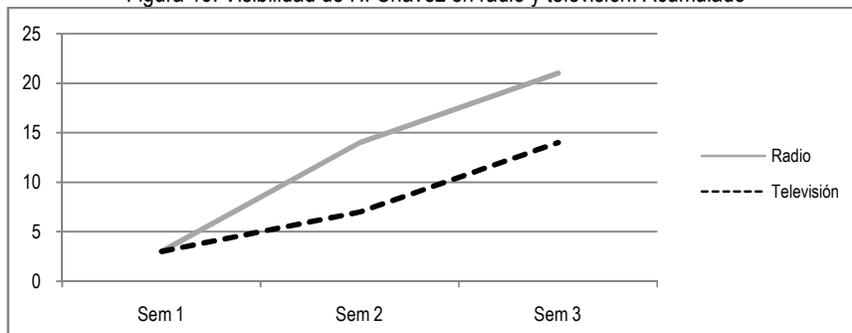


Tabla 14: Visibilidad de H. Chávez en radio y televisión: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3
Radio	3	14	21
Televisión	3	7	14

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



Comentario: Desde el inicio de estudio hace tres semanas, tanto H. Capriles como H. Chávez han registrado un aumento significativo y sostenido de sus apariciones en medios audiovisuales.

LOS PRECANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA: CONCLUSIONES

SEMANA 3

Durante esta tercera semana del estudio, la actualidad política nacional estuvo marcada por dos acontecimientos. El presidente regresó al país luego de una estadía de tratamiento médico contra el cáncer en Cuba. Se desató una crisis disciplinaria en el recinto penitenciario de la Planta. La precampaña siguió su curso y se reafirmaron las tendencias que se venían presentando desde la primera semana de monitoreo.

Teniendo en cuenta la cercanía del inicio de la campaña, de acuerdo con los tiempos aprobados por el CNE, los partidos de la oposición agrupados en la MUD comienzan a fijar posiciones y ofrecer declaraciones con relación a la tarjeta única para la inscripción del precandidato; tema que no preocupa a la fuerza oficialista ya que están alineados en el Psuv.

El precandidato de la oposición sigue con mayor presencia en la escena mediática, sin embargo H. Chávez recupera espacios luego de su regreso al país. A una semana de la apertura oficial de la campaña aumenta la visibilidad mediática de ambos.

El precandidato de la MUD sigue duplicando su presencia en la prensa regional, en comparación con H. Chávez, una posible consecuencia de su campaña "casa por casa"

En las semanas anteriores, la visibilidad de los precandidatos en los medios de circulación nacional era similar. Esta semana, H. Capriles supera a H. Chávez.

En medios audiovisuales es H. Capriles tiene mayor visibilidad, sin embargo H. Chávez registra un aumento sostenido de presencia, particularmente en radio.

EVOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Por tercera semana consecutiva, H. Capriles sigue siendo el actor con mayor presencia en la totalidad de los medios analizados. Sin embargo en esta tercera semana, se observa cierto estancamiento de su visibilidad, salvo en radio.

H. Chávez, menos presente en los periódicos, y con registros menores a los de H. Capriles, se mantiene en prensa y televisión. Su ausencia no ha significado un estancamiento en los medios, más bien registra una clara línea ascendente. Las informaciones sobre el CNE han aumentado de manera sostenida a lo largo de estas tres semanas.

Ambos precandidatos, aunque en escalas distintas, disminuyeron su visibilidad en la prensa regional, pero ganaron espacios en la prensa nacional. En estas 3 semanas de monitoreo, los precandidatos mejoraron sustancialmente su visibilidad en Correo del Orinoco.

Desde el inicio de estudio, tanto H. Capriles como H. Chávez han registrado un aumento significativo y sostenido de sus apariciones en medios audiovisuales.

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.