

Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 4

21/05/2012 – 27/05/2012

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 4ª 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 cuarta semana del estudio: 21/05/12 – 27/05/12.

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 4 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

El precandidato opositor, **Henrique Capriles Radonski**, **anuncia la fecha en la que tiene previsto inscribirse** para las elecciones presidenciales del 7 octubre. En un acto público en Caracas invitó a sus seguidores a acompañarlo el domingo 10 de junio hasta la sede del CNE para oficializar su candidatura.

El actual presidente y aspirante a mantenerse en el cargo, **Hugo Chávez Frías**, **anunció la creación de una nueva misión** social que atienda el problema de la inseguridad. Incluyó en la propuesta una nueva reforma del Código Orgánico Procesal Penal.

Persiste la victimización de los periodistas del Sistema Nacional de Medios Públicos. H. Chávez se pronunció en cadena nacional sobre los hechos de violencia contra los reporteros oficialistas e hizo un llamado a la calma. Esta vez denuncian agresiones contra trabajadores de VTV en Guárico durante acto del precandidato opositor H. Capriles.

El PSUV confirmó que Chávez inscribirá su candidatura en los lapsos estipulados por el CNE, entre el 1° y el 11 de junio.

El Presidente de la República confirma que se comunicó con los presos durante los sucesos de la semana anterior en el recinto La Planta de El Paraíso, al oeste de Caracas, para negociar sus traslados de forma pacífica.

INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

PRENSA ESCRITA

El Tiempo, 23 de mayo:

Título: Chávez anunció lanzamiento de nueva misión de seguridad

"(...) Hugo Chávez anunció ayer el lanzamiento de una nueva misión en materia de seguridad. (...) adelantó que el próximo mes de junio pondrá en marcha la Gran Misión A Toda Vida Venezuela (...) la cual, dijo, vendrá acompañada con la propuesta del nuevo Código Orgánico Procesal Penal (...)"

El Carabobeño, 24 de mayo:

Título: Capriles inscribirá su candidatura el 10 de junio ante el CNE

"Henrique Capriles Radonski, candidato presidencial por la Mesa de la Unidad Democrática, anunció que será el próximo 10 de junio cuando inscriba su candidatura ante el Consejo Nacional Electoral (CNE)"

TELEVISIÓN

VTV: La Noticia, 22 de mayo:

"Nosotros nos sumamos al rechazo y hacemos un llamado a la calma a quienes andan desesperados, quienes andan desesperados, tengan calma. Todavía falta, viene junio, julio, agosto, septiembre, quedan 4 meses y unos poquitos días para que se les acabe la angustia, pues. Van a ser derrotados por toda la línea, la derrota que le vamos a dar no tiene precedentes en la historia política de este país". (Hugo Chávez, extracto de una Cadena Nacional transmitido en el noticiero)

RADIO

RNV: 21 de mayo:

"(...) nosotros estamos calentando los motores, desplegándonos, a nivel nacional, estatal, parroquial, calle por calle, pueblo por pueblo. Uno de los elementos fundamentales de nuestra campaña será, precisamente, la continuidad del Proyecto Bolivariano". (Hugo Chávez, en el segmento del que es ancla Antonio Ramos)

CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN

Hugo Chávez, 22 de mayo:

"(...) como yo sé que aquí en Venezuela hay sectores enloquecidos, y ahora se ponen más locos. Se han vuelto más locos y están enloqueciéndose, a un nivel. Cómo se llama la locura en su máximo nivel, delirante, desquiciada; porque la candidatura que escogieron yo creo que fue la peor de todas, pero bueno eso fue lo que ellos escogieron. A mí me da pena ajena incluso. La oposición con esa candidatura que tienen a mí me ha hecho un gran daño, me ha desprestigiado".

TWITTER

@partidopsuv, 26 de mayo:

"#PSUV-#Guarico rechazó agresiones a equipo de #VTV <http://t.co/9wflP8se> @VTVcanal8 #Venezuela (via @correoorinoco)"

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 4

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Lun	12	11	2	11	36
Mar	10	5	0	2	17
Miér	8	12	2	7	29
Jue	21	11	1	4	37
Vie	12	10	2	8	32
Sáb	2	9	1	1	13
Total	65	58	8	33	164

Figura 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 4

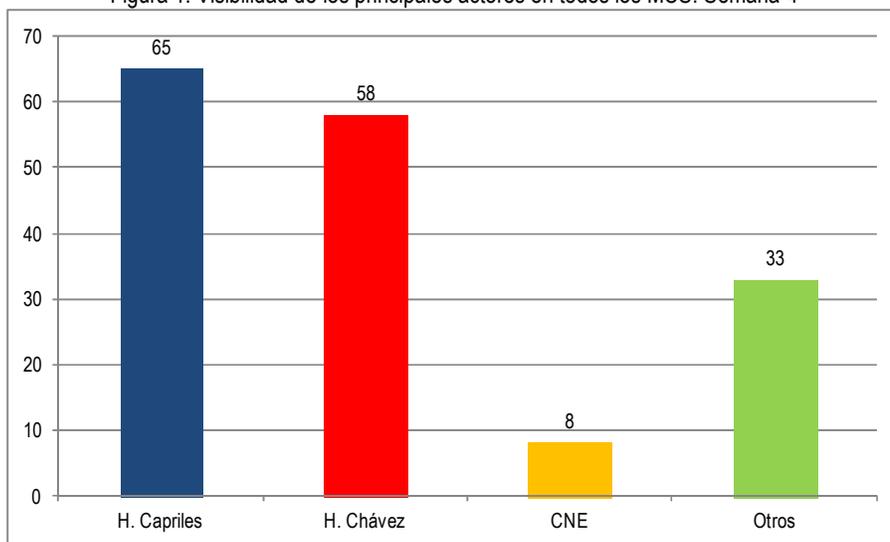
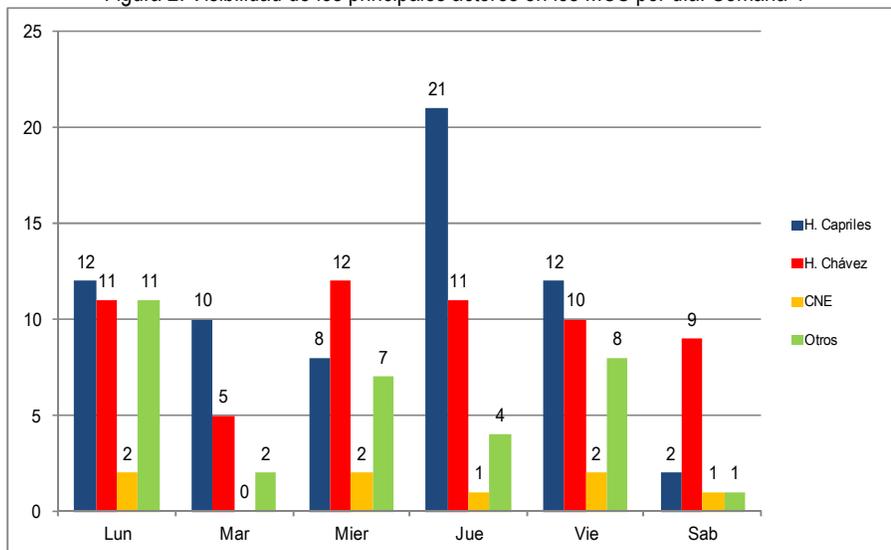


Figura 2: Visibilidad de los principales actores en los MCS por día: Semana 4

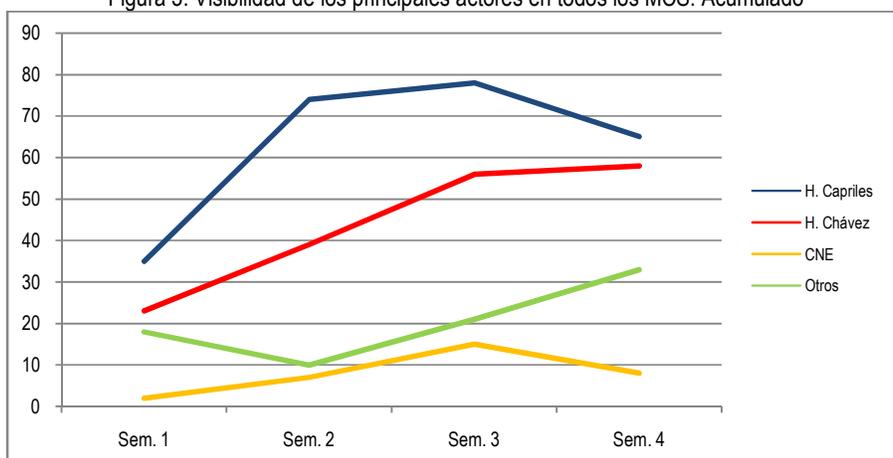


Comentario: Luego de una semana de su regreso al país, Hugo Chávez mantiene su nivel de presencia en los medios de comunicación y H. Capriles conserva ventaja sobre su rival político, pero la diferencia entre ambos se hace más estrecha.

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	39	7	10	130
Sem. 3	78	56	15	21	170
Sem. 4	65	58	8	33	164
Total	252	176	32	82	542

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



Comentario: Durante la semana 4 de monitoreo tanto H. Capriles como el presidente Chávez mantienen sus niveles de presencia en los medios con un leve descenso para el primero y un leve incremento para H. Chávez. La ventaja inicial de presencia en los medios que registraba H. Capriles en la primera semana de mayo ha desaparecido.

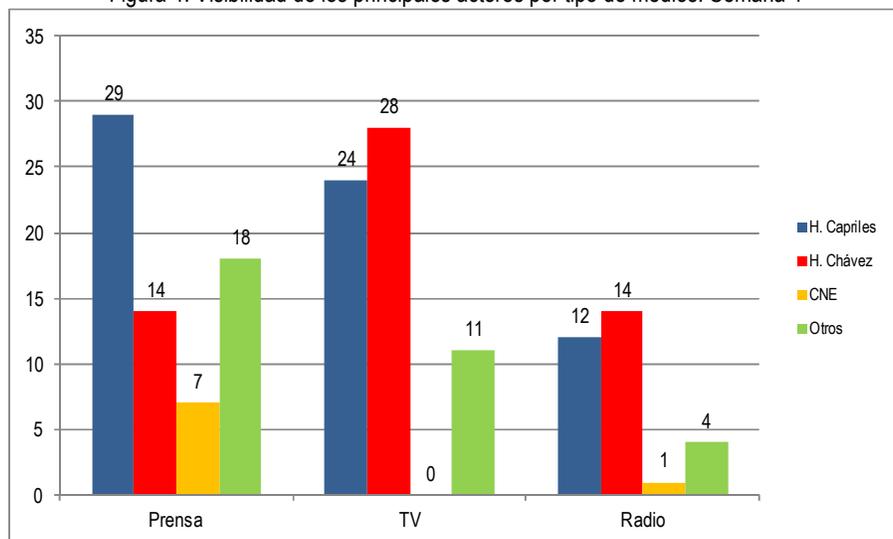
Visibilidad de los principales actores por tipo de medios

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 4 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 4

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Prensa	29	14	7	18	68
TV	24	28	0	11	63
Radio	12	14	1	4	31
Total	65	56	8	33	162

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



Comentario: En esta semana H. Capriles estuvo muy presente en los medios impresos, sobre todo para anunciar la fecha de su inscripción como precandidato y las informaciones relativas al evento para acompañarlo. La cobertura duplica la de las informaciones relativas al precandidato H. Chávez.

En los medios audiovisuales, H. Chávez estuvo un poco más visible.

El CNE está prácticamente ausente de los medios audiovisuales.

Figura 5: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Semana 4

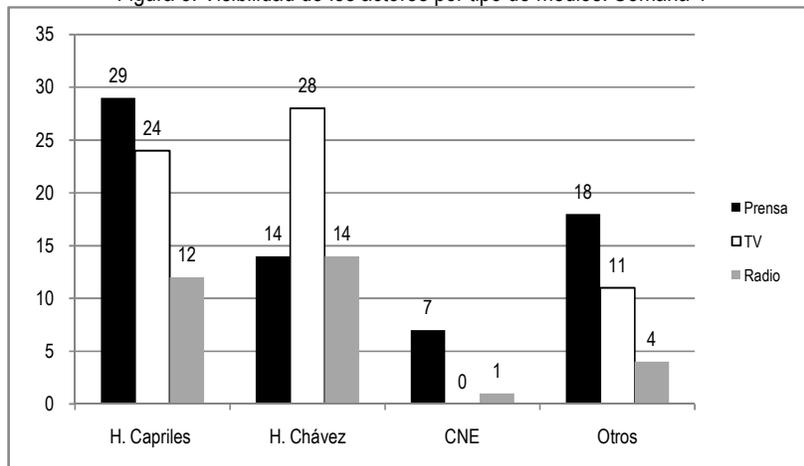
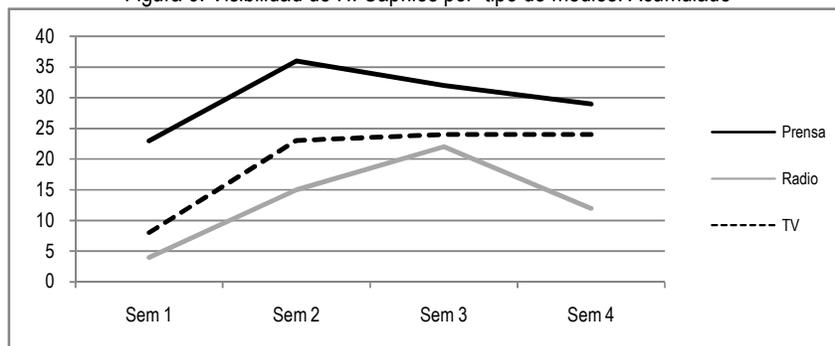


Tabla 4: Visibilidad de H. Capriles por tipo de medios: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Prensa	23	36	32	29
Radio	4	15	22	12
TV	8	23	24	24

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

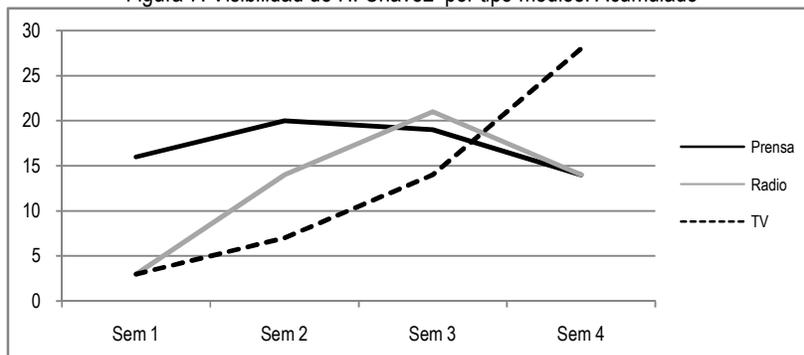


Comentario: El crecimiento inicial de la presencia de H. Capriles en todos los medios se ha estabilizado a partir de la segunda semana. Su presencia en radio ha descendido de manera notable entre la tercera y la cuarta semana.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Prensa	16	20	19	14
Radio	3	14	21	14
TV	3	7	14	28

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



Comentario: La televisión es el medio que más reseña el precandidato H. Chávez. A partir de su regreso al país la tercera semana de este mes, se multiplican los segmentos dedicados a su reelección.

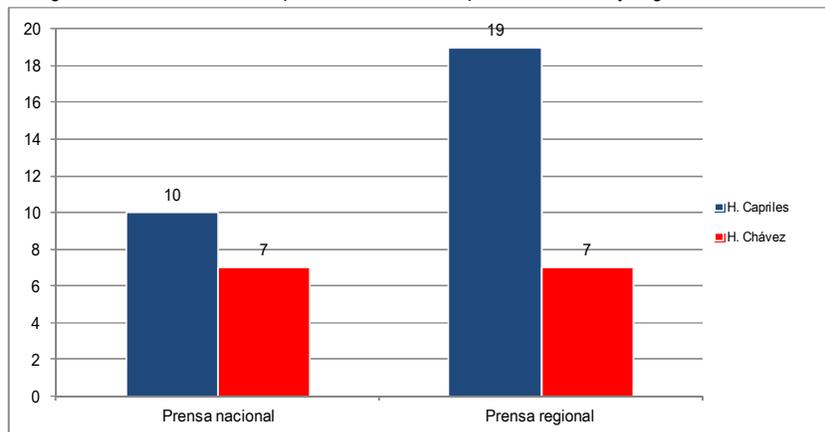
Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional

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 4

	H. Capriles	H. Chávez
Prensa nacional	10	7
Prensa regional	19	7
Total	29	14

Figura 8: Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional: Semana 4



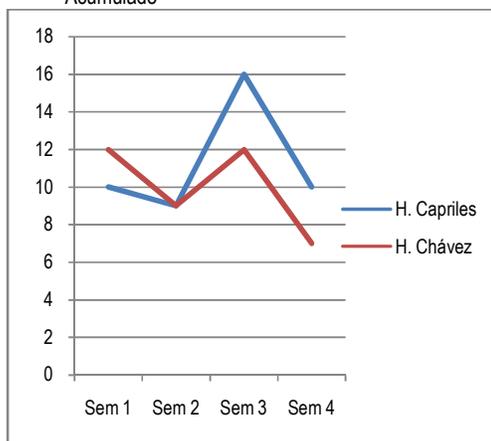
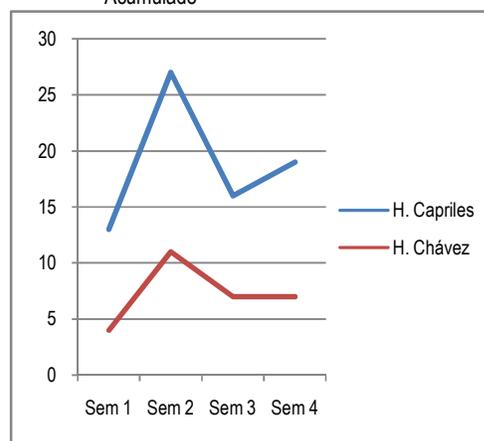
Comentario: El programa “casa por casa” del precandidato opositor le sigue otorgando una clara ventaja en la prensa regional. Sin embargo, la prensa nacional apenas le da un margen de diferencia con relación a H. Chávez. Nuevamente se hace evidente que el Presidente regresó al país y da de qué hablar.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
H. Capriles	10	9	16	10
H. Chávez	12	9	12	7

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
H. Capriles	13	27	16	19
H. Chávez	4	11	7	7

Figura 9: H. Capriles Vs. H. Chávez en la **prensa nacional**: AcumuladoFigura 10: H. Capriles Vs. H. Chávez en la **prensa regional**: Acumulado

Comentario: El número de segmentos periodísticos dedicados a la precampaña de ambos precandidatos revelan una mayor presencia de H. Capriles tanto en los medios nacionales como en los regionales. Durante la cuarta semana de monitoreo, ambos precandidatos disminuyeron su visibilidad en la prensa nacional, luego de una fuerte presencia en la tercera semana ocasionada por el regreso del presidente, los acontecimientos violentos en el recinto penitenciario La Planta y la presentación de la tarjeta unitaria de la oposición. La gran diferencia de visibilidad en los medios regionales se debe a la gira de H. Capriles por el interior del país, mientras H. Chávez no sale de la capital.

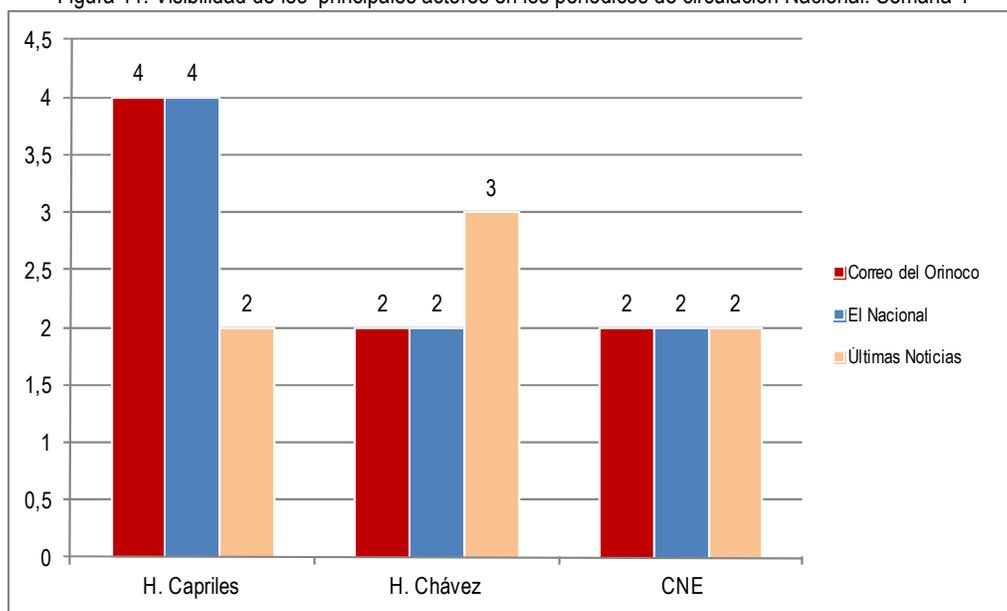
Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional:

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 4

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Total
Correo del Orinoco	4	2	2	8
El Nacional	4	2	2	8
Últimas Noticias	2	3	2	7
Total	10	7	6	23

Figura 11: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación Nacional: Semana 4

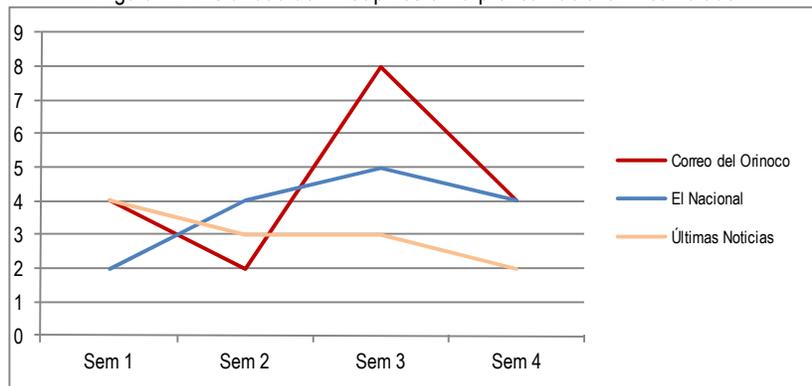


Comentario: Esta semana, el número de segmentos sobre la precandidatura de H. Capriles en Correo del Orinoco duplica la de H. Chávez. Lo mismo ocurre en El Nacional. Probablemente en razón de su anuncio de la fecha de inscripción oficial de su candidatura. El CNE tiene una cobertura similar en los tres periódicos analizados.

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

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

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

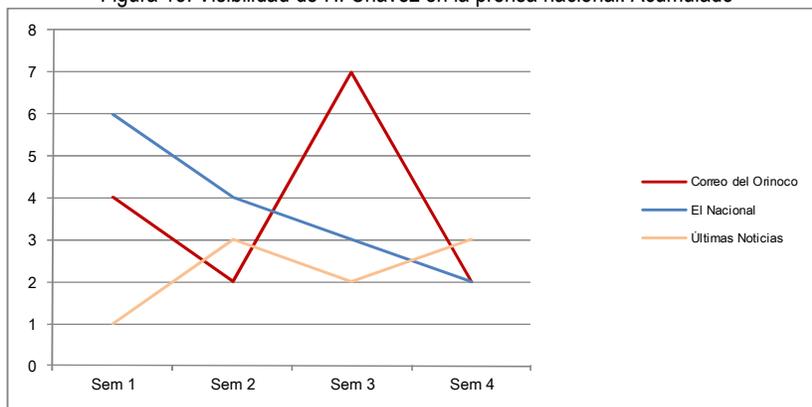


Comentario: El seguimiento de la precandidatura de H. Capriles en Correo del Orinoco registra niveles muy desiguales, mientras que la cobertura de El Nacional sigue una tímida línea ascendente, inversa a la de Últimas Noticias.

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

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

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



Comentario: Desde el inicio del estudio, El Nacional ha disminuido paulatinamente el número de segmentos sobre el precandidato H. Chávez. Lo contrario sucede en el caso de Últimas Noticias. El comportamiento de Correo del Orinoco en relación a la cobertura de los dos precandidatos es similar.

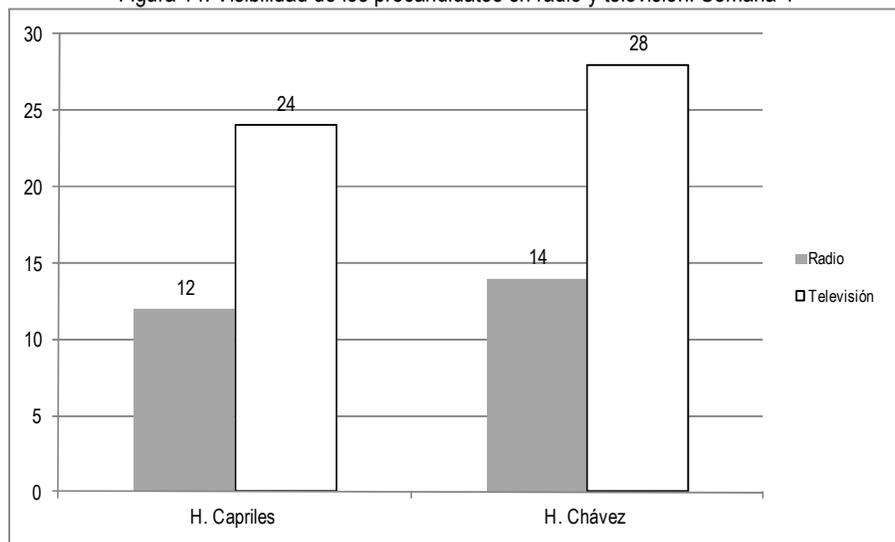
Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión

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 4

	H. Capriles	H. Chávez
Radio	12	14
Televisión	24	28
Total	36	42

Figura 14: Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión: Semana 4



Comentario: En esta cuarta semana, H. Chávez retomó la escena mediática audiovisual que había dejado vacía semanas atrás por encontrarse fuera del país. Los segmentos radiales y televisivos dedicados a su candidatura superan a los del opositor Capriles R.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Radio	4	15	22	12
Televisión	8	23	24	24

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

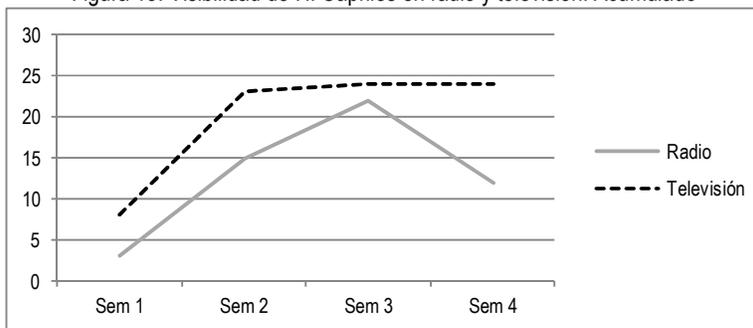
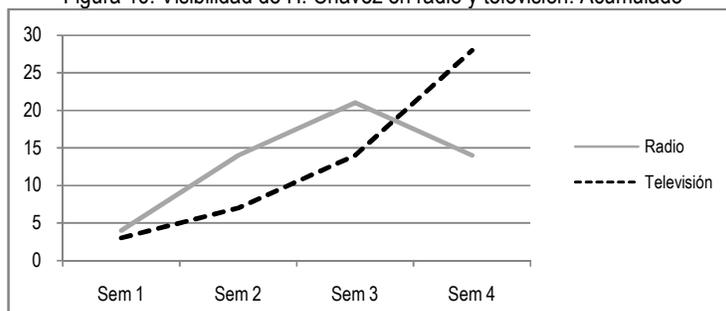


Tabla 14: Visibilidad de H. Chávez en radio y televisión: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4
Radio	3	14	21	14
Televisión	3	7	14	28

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



Comentario: Mientras que H. Capriles mantiene su presencia en televisión, H. Chávez registra un aumento sostenido de su visibilidad en este medio que se acentúa en la cuarta semana.

SEMANA 4

Luego de dos semanas de bajo perfil en la escena mediática debido al tratamiento médico que recibe en Cuba, el precandidato H. Chávez retoma espacios en los medios y predomina en los medios audiovisuales.

El precandidato de la oposición, H. Capriles, está mucho más presente que el presidente Chávez en la prensa escrita, y particularmente en los periódicos regionales que hacen un seguimiento de su programa “casa por casa”, con el que recorre el territorio nacional.

La diferencia entre los niveles de visibilidad de los precandidatos inicialmente grande y favorable a H. Capriles, se ha reducido en esta cuarta semana. Se observa una diferencia importante en la cobertura que cada uno logra en las distintas plataformas mediáticas: H. Capriles en la prensa escrita y H. Chávez en televisión.

EVOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La mayor visibilidad de H. Capriles en todos los medios de comunicación social observada durante las tres semanas anteriores se mantiene sin embargo la diferencia con Hugo Chávez es mucho menor. El presidente de la República ha retomado espacios en los medios.

H. Capriles sigue teniendo más presencia en la prensa escrita y particularmente la prensa regional, mientras que Hugo Chávez aumentó significativamente su visibilidad en televisión.

Ambos precandidatos, aunque en escalas distintas, disminuyeron su visibilidad en la prensa regional, pero ganaron espacios en la prensa nacional. En estas 4 semanas de monitoreo, los precandidatos mejoraron sustancialmente su visibilidad en Correo del Orinoco.

El registro de segmentos televisivos relacionados con el tema electoral evidencia un aumento paulatino de la presencia de los dos precandidatos en televisión.

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.