

# Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 5

28/05/2012 – 03/06/2012

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 quinta semana del estudio.

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 quinta semana del estudio: 28/05/12 – 03/06/12.

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 5 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

Durante la quinta semana de monitoreo, los precandidatos tuvieron una suerte de contrapunteo con relación a la figura legal de las misiones sociales que ha creado el actual Gobierno durante sus más de 13 años de gestión. **Henrique Capriles propone crear una ley que normalice las misiones y su función**, a lo que **Hugo Chávez**, responsable de la existencia de las mismas, **responde con una propuesta de incluirlas en la Constitución Nacional** por vía de la Enmienda.

El precandidato oficialista, **Hugo Chávez**, **pide a sus seguidores no subestimar a su contrario**. Afirma que los ataques de la oposición contra el CNE, árbitro electoral, forman parte de lo que llama un “plan desestabilizador” (excusa que ha mantenido durante sus más de diez años en la presidencia para justificar muchos de sus actos).

Ante la proximidad del inicio de la campaña, el órgano gubernamental **CNE anuncia la discusión y pronta promulgación del reglamento único de Ley Orgánica de Procesos Electorales**, que regirá la contienda presidencial del 7 de octubre.

Se desencadena **polémica con relación a los electores residentes en Miami** y otras 3 ciudades de Estados Unidos y la apertura de centros de votación en esas localidades.

El **CNE confirma los lapsos permitidos para la inscripción de las candidaturas** e insiste en que no habrá prórroga.

Los precandidatos **Henrique Capriles y Hugo Chávez ofrecen mejoras en las ofertas de empleos**, como parte de su precampaña para ganar adeptos de cara a su posible gestión al frente de Miraflores.

El abanderado de la oposición, **H. Capriles presenta su plan de seguridad**.

**Opositores prometen la vuelta al aire de RCTV**, si llegaran al poder, canal de señal abierta que perdió su concesión por decisión del actual Gobierno de no renovarla el 27 de mayo de 2007.

**El presidente Chávez pide acelerar la reforma del Código Orgánico Procesal Penal**, tema que puso sobre la mesa la semana pasada cuando se refirió la creación de una nueva misión que ataque el problema de la inseguridad y la violencia.

## INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

**PRENSA ESCRITA**

El Tiempo, 29 de mayo:

Título: Chávez planteó enmienda constitucional para Misiones

*"Por segunda semana consecutiva, el mandatario hizo contacto telefónico con el Psuv para dictar líneas y responder preguntas. Pidió a Cabello no caer en la "trampa" opositora y en lugar de aprobar una norma para los programas sociales, que la AN impulse nuevas manifestaciones para incluirlos en la Carta Magna".*

**TELEVISIÓN**

Globovisión: Noticias Globovisión, 31 de mayo:

*"(...) Vale la pena destacar que en la sesión de este jueves fue diferido un punto que versaba, incluido por el rector Vicente Díaz, que versaba sobre la exigencia hecha la semana pasada por los coordinadores de la MUD en Miami, exigiendo que se abriera un centro electoral para que los venezolanos que residen en esa ciudad y en otras 3 ciudades de EEUU, pudieran ejercer su derecho al voto el próximo 7 de octubre. Este punto fue diferido para la sesión de la próxima semana. Sin embargo, este viernes, además del inicio de las postulaciones, habrá una sesión extraordinario del Directorio del CNE en el que continuarán en los avances del reglamento electoral único (...) solo faltaría la discusión de lo que es la propaganda electoral y también del sistema de autenticación integral (...)". (Reportera Sasha Ackerman)*

**RADIO**

RNV: 21 de mayo:

*"Nosotros hemos dividido la campaña estratégica en cinco fases. Cumplimos con la primera que empezó el 15 de abril preparándonos para la batalla. Luego hemos entrado en la segunda, continuamos preparándonos para la batalla pero ahora lanzando el despliegue hacia el ataque, hacia la ofensiva general. La segunda fase se extiende hasta el 30 de junio. Y el 1° de julio comienza la tercera que es la ofensiva general, 1° de julio hasta el 5 de octubre". (Hugo Chávez, en el segmento del que es ancla Martha Álvarez)*

**CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN**

Venezuela Bolivariana en Marcha, 28 de mayo:

*"(...) En el cielo manda Cristo; y en Venezuela, Hugo Chávez".*

Hugo Chávez, 29 de mayo:

*Con un busto de Simón Bolívar detrás de él, dice: "(...) Estos están proponiendo una ley de misiones y no sé que más (...) son unos farsantes. Están tratando de enmascararse, pero no van a poder lograrlo. Aquí hay dos proyectos, el proyecto de la independencia nacional y el desarrollo integral del país en lo económico, en lo político, en lo social, en lo cultural, en lo moral; y el proyecto dependiente burgués, sub-imperial, pitiyanqui que representa esa burguesía venezolana. Yo estoy seguro cuál es la decisión que nuestro país tomará, que la voluntad de la mayoría tomará, el próximo 7 de octubre".*

**TWITTER**

@partidopsuv, 28 de mayo:

*"Chávez exige el cese a la violencia contra periodistas <http://t.co/f2wTu6K3> #PSUV #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 5

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Lun	21	18	5	5	49
Mar	12	7	3	6	28
Miér	13	18	4	10	45
Jue	18	13	1	9	41
Vie	15	8	5	7	35
Sáb	3	4	4	2	13
Total	82	68	22	39	211

Figura 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 5

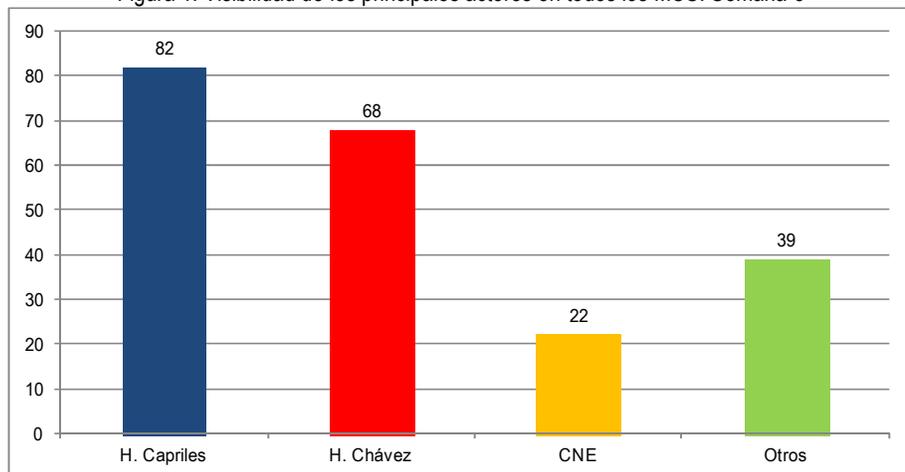
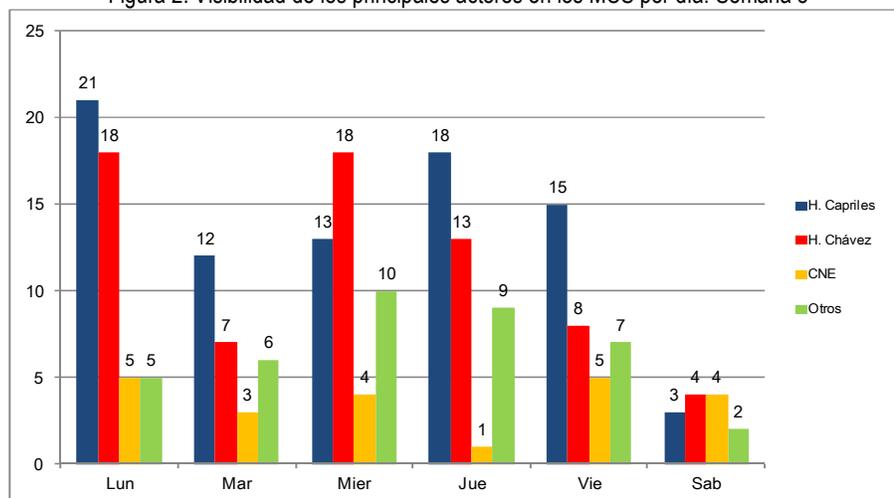


Figura 2: Visibilidad de los principales actores en los MCS por día: Semana 5

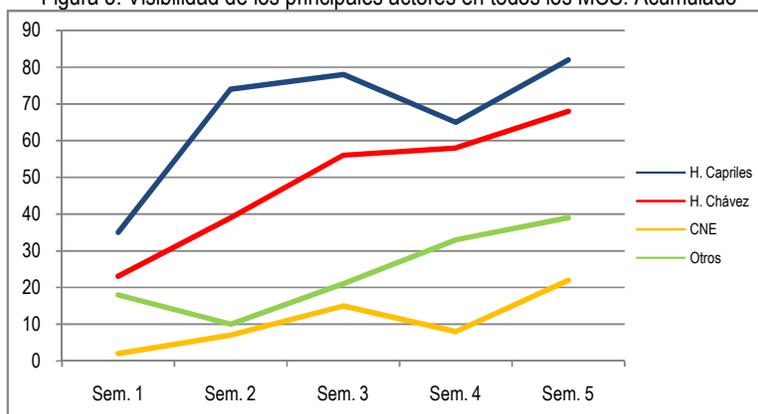


**Comentario:** Por quinta semana consecutiva el precandidato de la oposición, H. Capriles lidera la visibilidad en la muestra de medios analizados. A pesar de que el precandidato oficial, H. Chávez, ha ganado terreno en la palestra pública, sigue por debajo en presencia del abanderado de la MUD.

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
Sem. 5	82	68	22	39	211
Total	334	244	54	121	753

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



**Comentario:** Ambos precandidatos registraron ascenso en apariciones en los medios durante la semana 5 de estudio. Mientras más se aproxima la campaña, más presencia van sumando en la muestra del estudio. Aunque H. Chávez ha retomado la escena pública, aun no logra alcanzar al precandidato opositor.

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 precampaña. 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 5 y el análisis de la evolución de este comportamiento a lo largo de la precampaña.

Tabla 3: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 5

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Otros	Total
Prensa	31	19	6	15	71
TV	39	32	13	16	100
Radio	12	15	3	8	38
Total	82	66	22	39	209

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

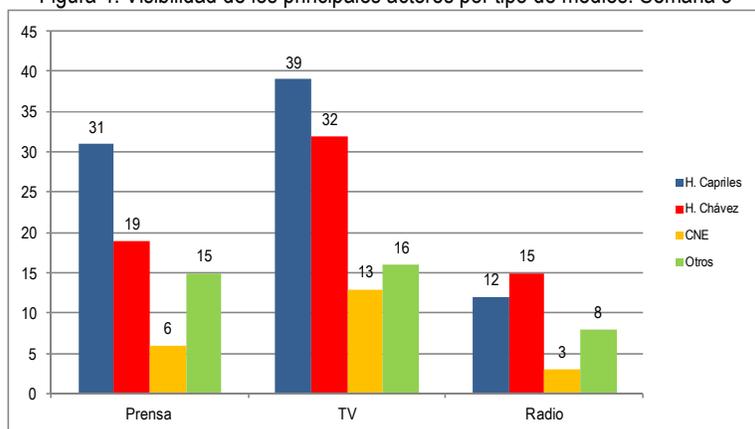
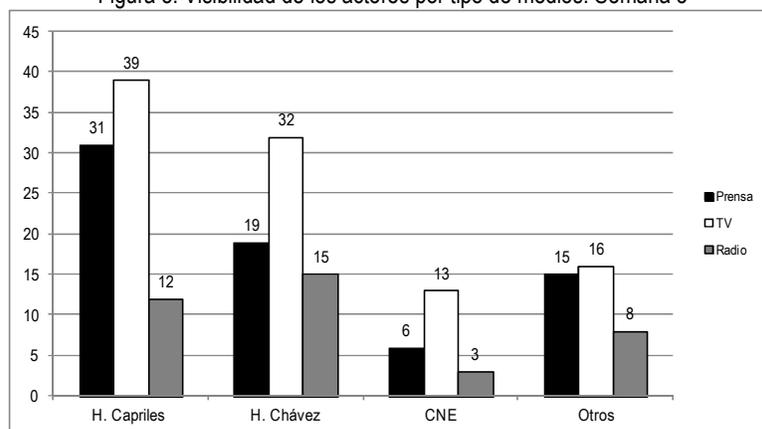


Figura 5: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Semana 5

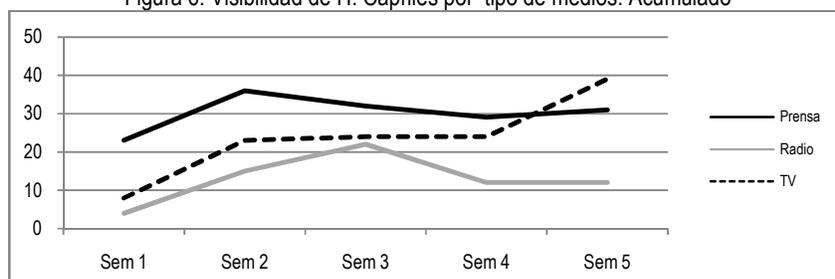


**Comentario:** En la semana 5 H. Capriles retoma el liderazgo en todos los medios medidos. Por su parte, H. Chávez acorta las ventajas en las distintas plataformas de divulgación de mensajes periodísticos, pero vuelve a ser el segundo en TV, su medio predilecto; solo tiene una corta ventaja en radio. Es importante destacar que el actor con menor visibilidad (incluyendo la categoría "otros") es el CNE, árbitro electoral, y las instituciones gubernamentales.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
Prensa	23	36	32	29	31
Radio	4	15	22	12	12
TV	8	23	24	24	39

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

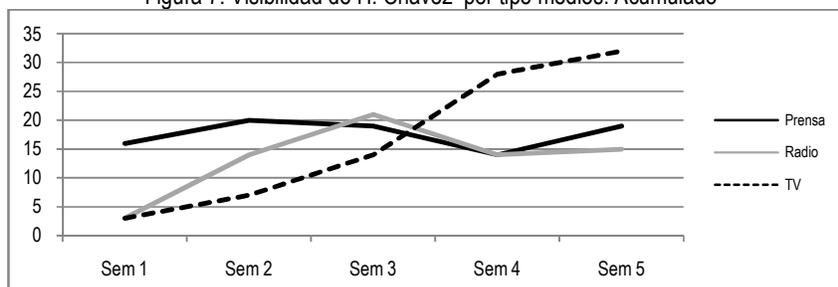


**Comentario:** Esta quinta semana el precandidato opositor retomó su presencia en los distintos tipos de medios y, con visible empeño, incrementó su visibilidad en TV.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
Prensa	16	20	19	14	19
Radio	3	14	21	14	15
TV	3	7	14	28	32

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



**Comentario:** El precandidato oficialista, reconocido por su desempeño mediático a lo largo de sus años en el poder, recupera el tiempo que pasó fuera del país para someterse a tratamiento contra el cáncer que padece y reaparecer en los medios de comunicación. Semana a semana registra un paulatino aumento (a excepción de la semana anterior en prensa y radio) en su visibilidad.

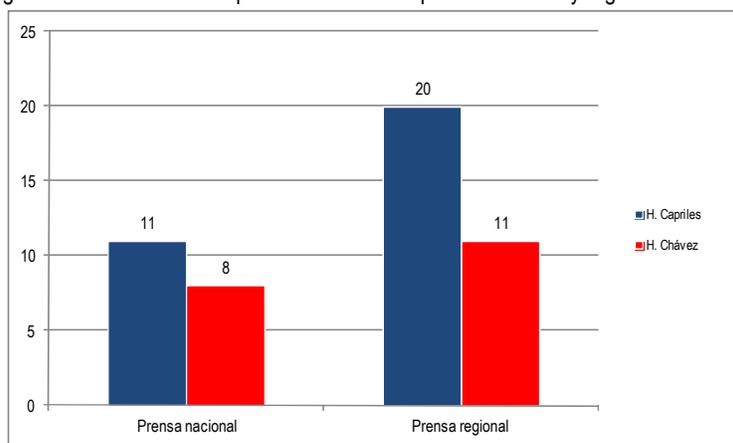
Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional

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 5

	H. Capriles	H. Chávez
Prensa nacional	11	8
Prensa regional	20	11
Total	31	19

Figura 8: Visibilidad de los precandidatos en la prensa nacional y regional: Semana 5



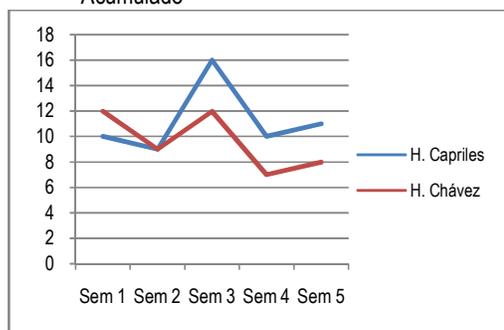
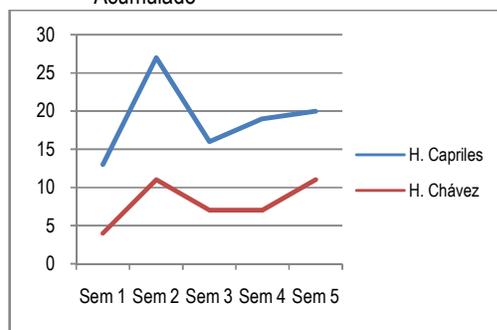
**Comentario:** Ambos precandidatos tienen mayor presencia en los impresos de las regiones, que en la muestra de circulación nacional. Cabe destacar que la muestra regional está compuesta por seis diarios, mientras que la nacional por tres, lo que puede incidir en la visibilidad de los actores con relación a la circulación de los medios analizados.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
H. Capriles	10	9	16	10	11
H. Chávez	12	9	12	7	8

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
H. Capriles	13	27	16	19	20
H. Chávez	4	11	7	7	11

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

**Comentario:** A pesar de los movimientos registrados durante las cinco semanas de monitoreo, el precandidato abanderado de la oposición, H. Capriles, se mantiene en la punta de la presencia en medios impresos de circulación nacional y regional. La mayor ventaja se aprecia con claridad en la prensa regional como fruto del programa “casa por casa” que ha llevado adelante desde inicios de mayo.

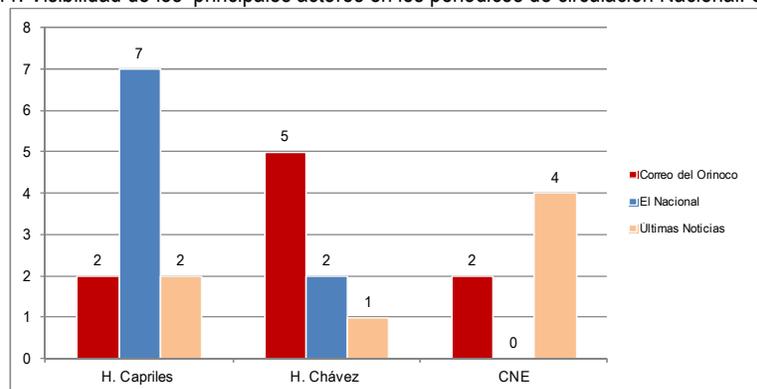
#### Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional:

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 5

	H. Capriles	H. Chávez	CNE	Total
Correo del Orinoco	2	5	2	9
El Nacional	7	2	0	9
Últimas Noticias	2	1	4	7
Total	11	8	6	25

Figura 11: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación Nacional: Semana 5

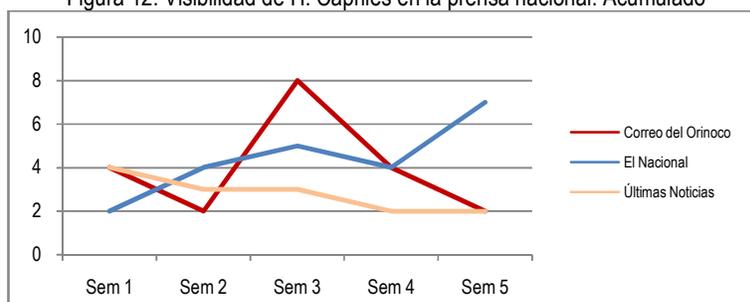


**Comentario:** En la semana 5 de monitoreo los periódicos favorecen a los precandidatos en función de su línea editorial: Correo del Orinoco (oficialista) menciona a Chávez en más del doble de la pauta que otorga a Capriles; mientras que El Nacional (de línea opositora) ofrece más del triple de espacios a Capriles, por encima de Chávez. Últimas Noticias, en cambio, le otorga prioridad en la cobertura al árbitro electoral e instituciones gubernamentales, duplicando sus menciones en comparación con el precandidato opositor y de último, el precandidato del PSUV con una sola mención.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
Correo del Orinoco	4	2	8	4	2
El Nacional	2	4	5	4	7
Últimas Noticias	4	3	3	2	2

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

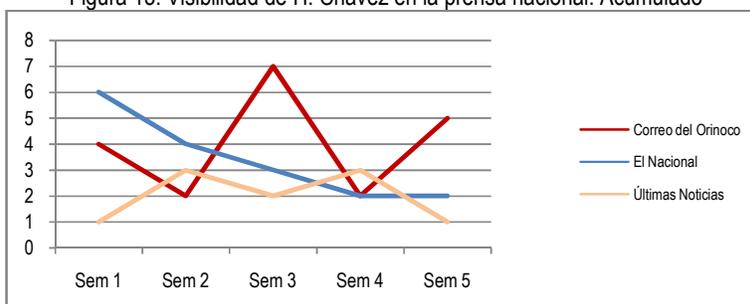


**Comentario:** Es a partir de la medición de la quinta semana cuando se puede visualizar la línea informativa de los medios: Correo del Orinoco, de tendencia oficialista, deja de dar espacios informativos al precandidato de la oposición; en cambio, El Nacional, cuya política informativa es de reconocida postura contraria al proceso que lidera Chávez, ofrece más cobertura a Capriles. Últimas Noticias es el medio con mayor equidad en la cobertura de los actores.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
Correo del Orinoco	4	2	7	2	5
El Nacional	6	4	3	2	2
Últimas Noticias	1	3	2	3	1

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



**Comentario:** El Nacional otorgaba más espacios informativos al Presidente mientras estuvo fuera del país; desde que volvió luego de ser tratado contra el cáncer en La Habana, Cuba, ha reducido su cobertura del aspirante a mantener su cargo. Mientras que el Correo del Orinoco retoma la cobertura del precandidato oficialista.

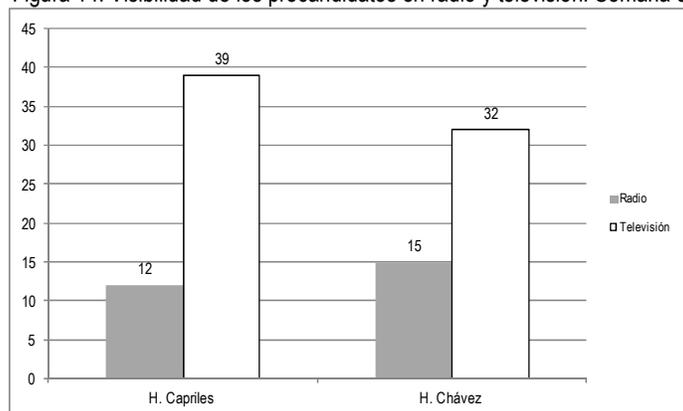
Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión

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 5

	H. Capriles	H. Chávez
Radio	12	15
Televisión	39	32
Total	51	47

Figura 14: Visibilidad de los precandidatos en radio y televisión: Semana 5



**Comentario:** El medio audiovisual que favorece a los precandidatos es la televisión, ya que ofrece más espacio que la radio para la cobertura informativa de la precampaña. Esta semana Chávez tiene más presencia que Capriles en radio, pero menos en Televisión.

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

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
Radio	4	15	22	12	12
Televisión	8	23	24	24	39

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

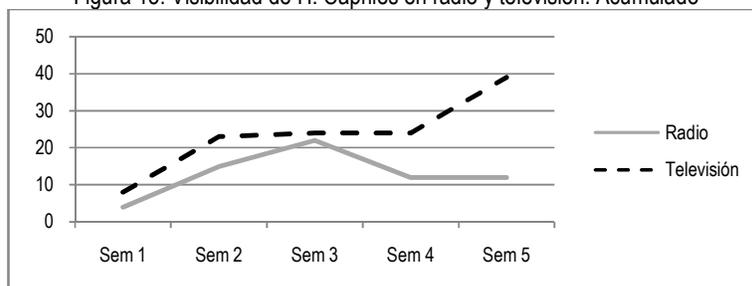
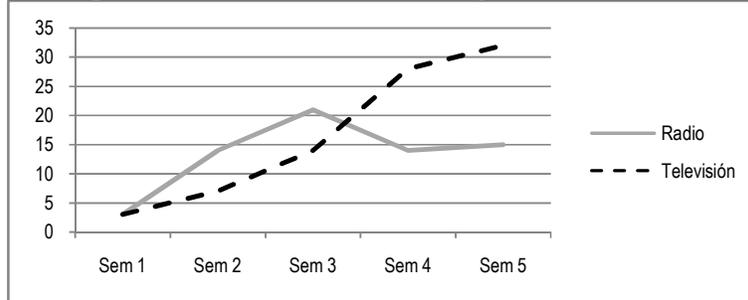


Tabla 14: Visibilidad de H. Chávez en radio y televisión: Acumulado

	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
Radio	3	14	21	14	15
Televisión	3	7	14	28	32

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



**Comentario:** H. Capriles retomó la palestra audiovisual, especialmente en televisión, durante la semana 5 de monitoreo. La tendencia de Chávez sigue siendo el aumento de su presencia en los formatos audiovisuales.

## LOS PRECANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA: CONCLUSIONES

### SEMANA 5

El actual presidente de la República y aspirante a mantenerse en el puesto, luego de tres semanas de haber regresado al país tras realizarse tratamiento médico en Cuba contra el cáncer que le fuera detectado en 2011, ha ganado terreno en la escena mediática. Las dos primeras semanas de ausencia se han transformado en tres semanas de incremento progresivo en la pauta periodística de los medios que conforman la muestra.

Por su parte, el precandidato opositor no se detiene en su actividad política durante la precampaña y aumento de manera proporcional su presencia en medios a medida que pasa el tiempo. En esta quinta semana de monitoreo, H. Chávez solo superó la visibilidad del opositor H. Capriles en radio.

Esta semana Capriles sigue liderando la muestra regional de prensa escrita, lo que puede inferirse que se debe a su intenso trabajo del “casa por casa”, con el que ha recorrido buena parte del territorio nacional.

El abanderado de la MUD marca nuevamente una ventaja un poco más holgada con relación a su contrincante político y representante del PSUV.

### EVOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Luego de cuatro semanas de monitoreo en las que el que el precandidato de la oposición despegó con ventaja indiscutible de presencia en los medios, motivado en parte por la ausencia (por razones de salud) del precandidato oficialista los primeros 15 días, la visibilidad de ambos actores se ha ido “emparejando”.

Hasta ahora es Capriles quien domina la palestra mediática. A pesar de que la semana 4 se redujo significativamente la diferencia de la visibilidad de ambos, esta semana marca un margen un poco más amplio que aleja de nuevo a Chávez de su contrincante electoral.

Como evidencia del paso del tiempo de la precampaña, se registró una “disputa” discursiva en las propuestas de los que se enfrentan por el puesto en Miraflores. Mientras el opositor propuso crear una legislación que normalice el funcionamiento de las misiones sociales, el oficialista replicó con la propuesta de incluir esta figura de misiones en la Constitución por medio de la Enmienda.

## 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 precampaña 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 Tiempo (Puerto La Cruz) 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 precampaña electoral.