

Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 6

04/06/2012 – 10/06/2012

En este informe que cubre la sexta semana del estudio, se evalúa el uso que hacen los principales actores políticos de la red social *Twitter*, así como los principales tópicos electorales difundidos desde sus respectivas cuentas.

Se analizan las cuentas de los candidatos H. Capriles y H. Chávez (@hcapriles y @chavezcandanga) así como las de sus respectivas organizaciones políticas: @unidadvenezuela y @partidopsuv.

La campaña
electoral en la
red social
Twitter

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

En este informe que cubre la sexta semana del estudio, se evalúa el uso que hacen los principales actores políticos de la red social *Twitter*, así como los principales tópicos electorales difundidos desde sus respectivas cuentas.

Todas las 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 6 sobre los mensajes difundidos por los candidatos y sus organizaciones políticas en sus respectivas cuentas de *Twitter*. En anexo, se encuentra una ficha técnica del estudio.

Dos candidatos se disputan la presidencia de la República para el periodo 2013 – 2019. Hugo Chávez Frías, actual Presidente de la República y Henrique Capriles Radonski quien dejó sus funciones como gobernador del estado Miranda el 6 de junio.

PRINCIPALES HITOS DE LA ACTUALIDAD POLÍTICA DE LA SEMANA

El candidato de la oposición **Henrique Capriles abandonó sus funciones como gobernador del estado Miranda**, para comenzar su carrera como candidato oficial.

El domingo 10 de junio **el abanderado opositor oficializó su postulación ante el Consejo Nacional Electoral para optar a la Presidencia de la República** acompañado por una movilización de simpatizantes.

El Presidente **Hugo Chávez y su partido aliado PSUV anuncian la inscripción de la candidatura** ante el CNE para el lunes 11 de junio.

Ambos sectores y actores políticos invitan de manera pública y explícita a la movilización para acompañar a los candidatos hasta las inmediaciones del CNE para la inscripción de sus candidaturas (el 10 de junio a Capriles, y el 11 a Chávez). Se publican publicidades impresas con las rutas de las marchas.

El CNE se pronuncia sobre los requisitos que deberán cumplir las encuestadoras durante el proceso de campaña a partir del 1° de julio.

Voceros de los distintos partidos que hacen vida en el **bloque opositor anuncian el inicio de una campaña contra la violencia** en el país, como bandera política de la contienda electoral.

Sigue en desarrollo la discusión de los partidos políticos que adversan a Hugo Chávez sobre su adhesión a **la tarjeta única para las elecciones presidenciales** del 7 de octubre.

Los electores residenciados en Miami, Estados Unidos, continúan sus exigencias por la apertura de un centro de votación cercano.

INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

PRENSA ESCRITA

Panorama, 6 de junio:

Título: Capriles se separa hoy del cargo de gobernador

"El gobernador del estado Miranda, Henrique Capriles Radonski, quien es el candidato presidencial de la Unidad, se separa desde hoy de su cargo en la entidad".

TELEVISIÓN

Globovisión: Noticias Globovisión, 8 de junio:

Noticia: *"Antes que inicie la campaña para las elecciones presidenciales, este primero de julio, las empresas encuestadoras deberán registrarse en el portal del CNE. Lo informó la rectora principal, Socorro Hernández, como parte del nuevo reglamento de la Ley Orgánica de Procesos Electorales"*
"Lo que estamos solicitando es un registro de la empresa, donde indique su metodología, donde esté todo lo que, digamos, da garantía al elector y a la electora de que, efectivamente, la información que se va a estar difundiendo es una información seria, confiable" (Socorro Hernández rectora principal del CNE).

RADIO

RNV: 04 de junio:

"Una vez consolidada la victoria del 7 de octubre, nosotros seguiremos trabajando, y todos estos meses seguiremos trabajando. Rumbo a la elaboración más detallada del Segundo Plan Socialista de la Nación." (Hugo Chávez, en un contacto con el Sistema Nacional de Medios Públicos en el espacio del ancla Boris –no inca apellido-)

CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN

Venezuela Bolivariana en Marcha, 05 de junio:

Voz en off de Hugo Chávez con imágenes de él abrazando a niños, mujeres de tercera edad y trabajadores: "Aquí estamos nosotros, llenos de amores, de frenesí desbordado, de corazón por nuestro pueblo, por nuestra patria de fe en Dios. Y yo cristiano como soy en Cristo, mi comandante, pongo mi vida y pido mi vida para servirle al pueblo de Cristo, al pueblo de Dios, al pueblo de los más sufridos".

TWITTER

@partidopsuv, 7 de junio:

"El Majunche se separa del cargo de la Gobernación de Miranda. Acaso lo asumió alguna vez? #PSUV"

@unidadvenezuela, 7 de junio:

"¡ASISTE a la inscripción de tu candidato @HCapriles! "Caminando juntos por tu progreso", 10/06 a las 9:00am <http://t.co/WVYWMLuH>"

LA CAMPAÑA ELECTORAL EN LA RED SOCIAL *TWITTER*

En este capítulo se evalúa el uso que hacen los candidatos de la red social *Twitter*. Se analizan las cuentas de los candidatos @hcapriles y @chavezcandanga y de las organizaciones que los apoyan, @unidadvenezuela y @partidopsuv para con el fin de determinar el tipo de mensaje que ahí se difunde así como el manejo y aprovechamiento de esta herramienta.

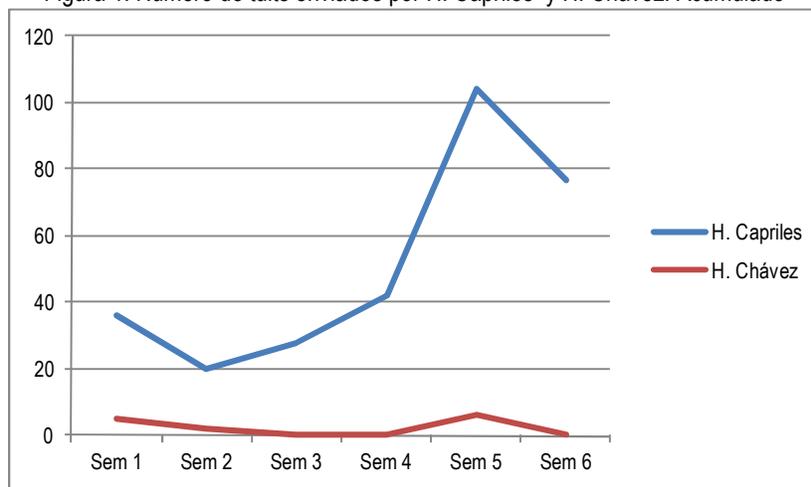
Tópicos difundidos por los candidatos y sus organizaciones en *Twitter*

En esta unidad de análisis se describen los principales tópicos difundidos desde las cuentas analizadas, en relación con la campaña electoral.

Tabla 1: Tópicos difundidos por los candidatos y sus organizaciones en *Twitter* Semana 6

	@hcapriles	@unidadvenezuela	@chavezcandanga	@partidopsuv
Proyecto político	19	11	0	6
Captación de votos	8	22	0	25
Programa de gobierno	13	28	0	5
Ataques al contrario	14	0	0	11
Otros	23	76	0	63
Total	77	137	0	110

Figura 1: Número de tuits enviados por H. Capriles y H. Chávez: Acumulado



Comentario: En la sexta semana de monitoreo, los candidatos disminuyen de nuevo su actividad en *Twitter*, en una semana centrada en las movilizaciones para inscribir las candidaturas ante el CNE. Sin embargo, las organizaciones aliadas de cada candidato siguen emitiendo mensajes.

Los Tuits de @hcapriles

Figura 2: Tópicos difundidos por @hcapriles y @unidadvenezuela en su *Twitter*: Semana 6

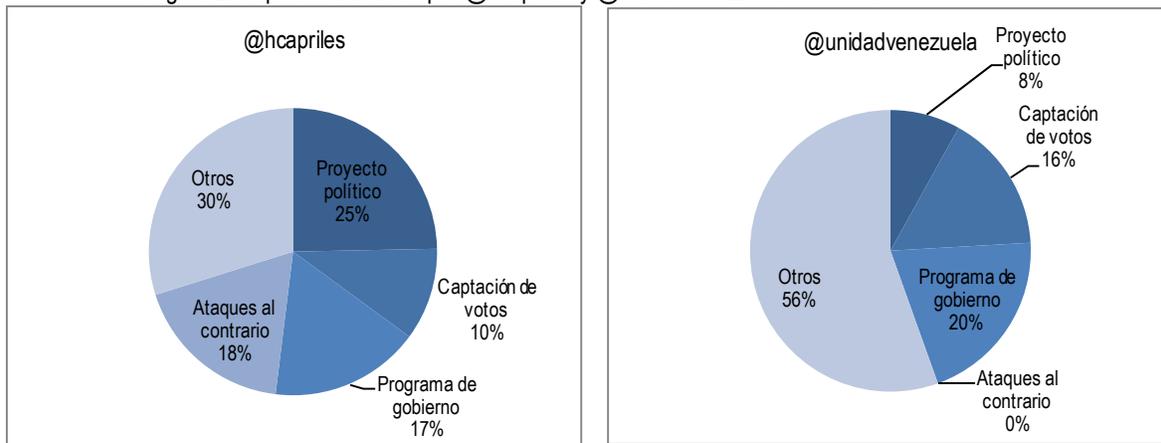
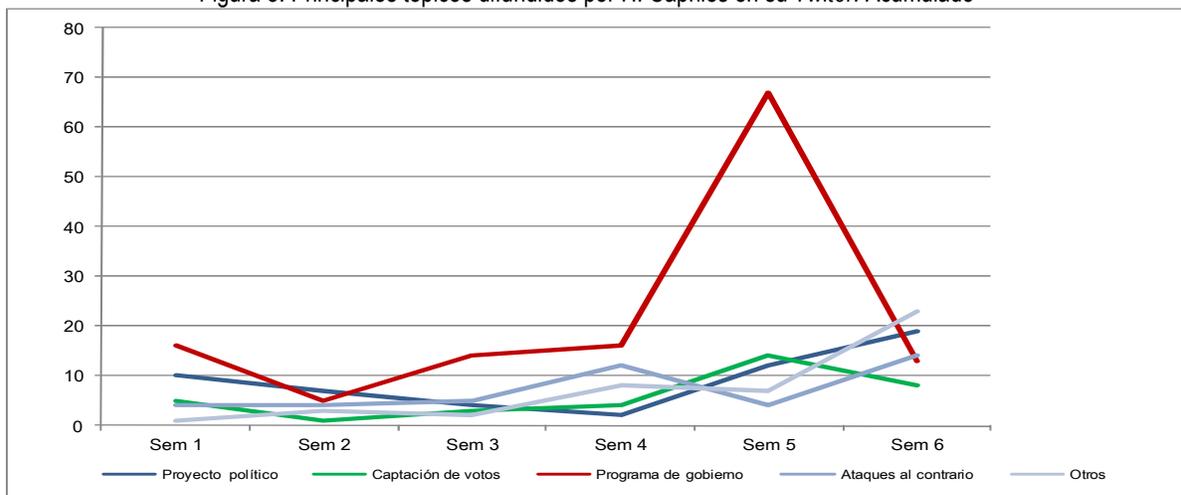


Tabla 2: Principales tópicos difundidos por H. Capriles en su *Twitter*: Acumulado

	Proyecto político	Captación de votos	Programa de gobierno	Ataques al contrario	Otros	Total
Sem 1	10	5	16	4	1	36
Sem 2	7	1	5	4	3	20
Sem 3	4	3	14	5	2	28
Sem 4	2	4	16	12	8	42
Sem 5	12	14	67	4	7	104
Sem 6	19	8	13	14	23	77

Figura 3: Principales tópicos difundidos por H. Capriles en su *Twitter*: Acumulado



Comentario: Esta semana el candidato y la MUD dedicaron sus mensajes a convocar a los seguidores para la movilización del domingo en la que H. Capriles asistiría al CNE para formalizar su candidatura.

Los Tuits de @chavezcandanga

Figura 4: Principales tópicos difundidos por @chavezcandanga y @partidopsuv en su *Twitter*: Semana 6

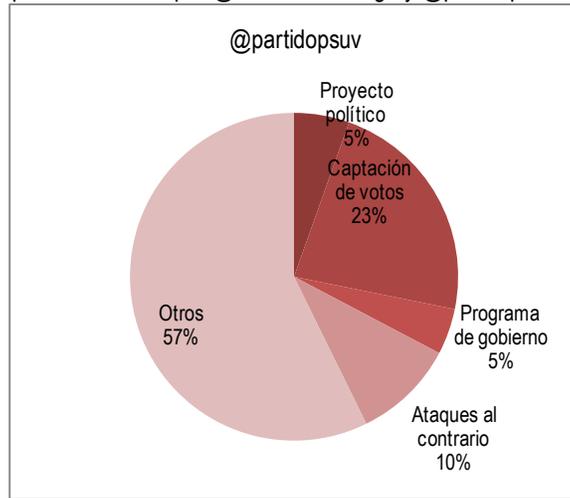
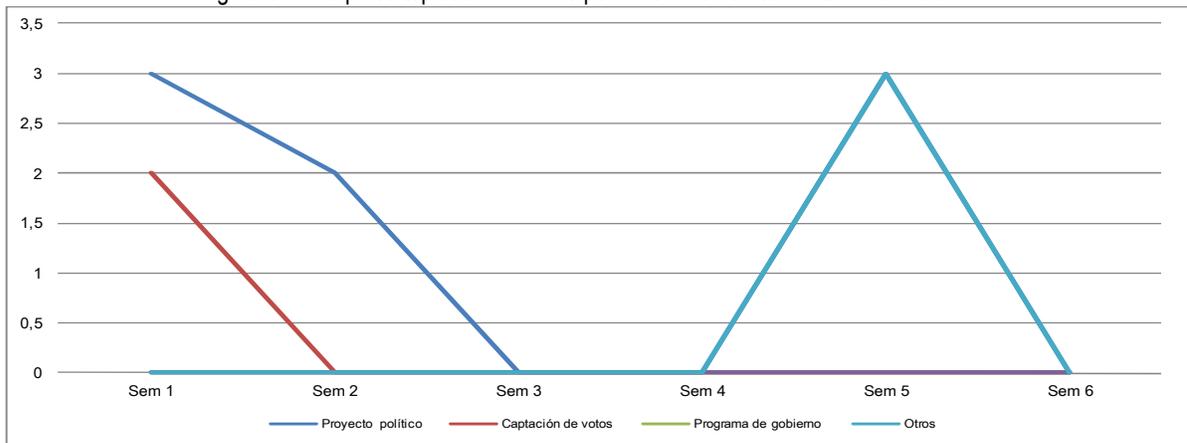


Tabla 3: Principales tópicos difundidos por H. Chávez en su *Twitter*: Acumulado

	Proyecto político	Captación de votos	Programa de gobierno	Ataques al contrario	Otros	Total
Sem 1	3	2	0	0	0	5
Sem 2	2	0	0	0	0	2
Sem 3	0	0	0	0	0	0
Sem 4	0	0	0	0	0	0
Sem 5	3	0	0	0	3	6
Sem 6	0	0	0	0	0	0

Figura 5: Principales tópicos difundidos por H. Chávez en su *Twitter*: Acumulado



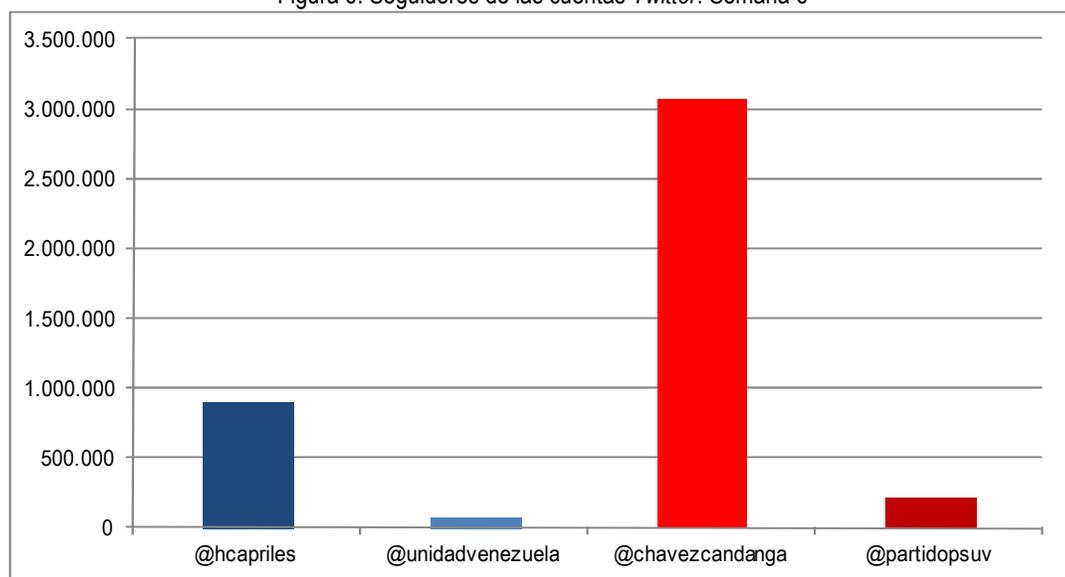
Comentario: De nuevo, Hugo Chávez deja de lado su cuenta en la red social, mientras el PSUV dedica la mayoría de sus mensajes en *Twitter* para invitar a los militantes y seguidores del Presidente a hacer el recorrido hasta el CNE donde, el 11 de junio, se inscribirá como candidato para optar a continuar por seis años más en el cargo.

Seguidores de las cuentas *Twitter* de los candidatos

La medición y el seguimiento en el tiempo del número de seguidores en *Twitter* de los candidatos y sus respectivas organizaciones aportan indicadores valiosos de interacción con los electores. Por ello se presenta ahora el análisis semanal de los seguidores así como la evolución del número de los seguidores a lo largo de la campaña.

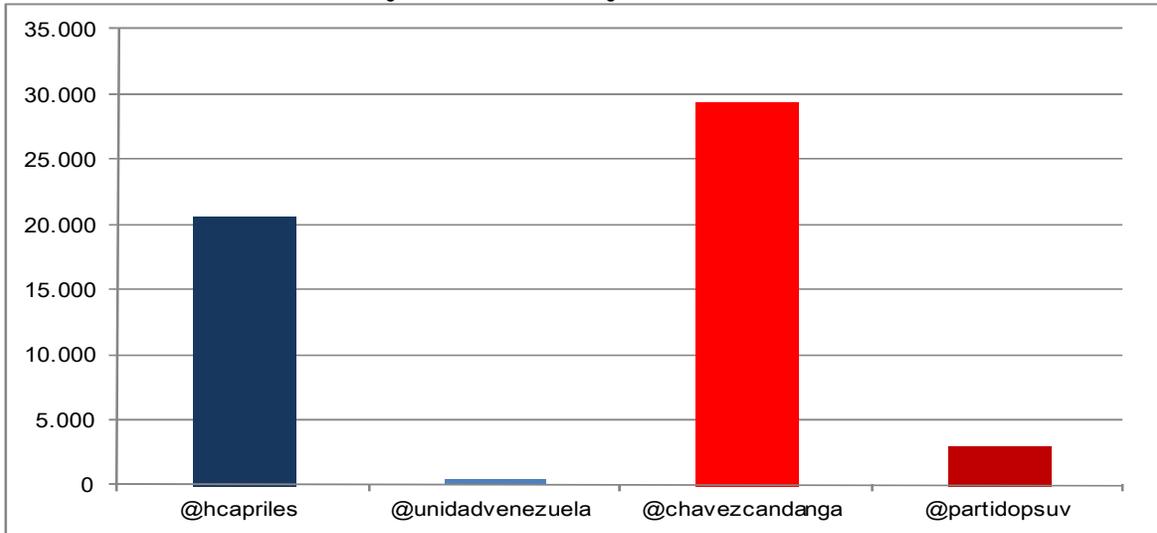
Tabla 4: Seguidores de las cuentas *Twitter*. Semana 6

	@hcapriles	@unidadvenezuela	@chavezcandanga	@partidopsuv
Seguidores	903.127	69.725	3.069.696	214.660

Figura 6: Seguidores de las cuentas *Twitter*. Semana 6Tabla 5: Seguidores de las cuentas *Twitter*. Acumulado

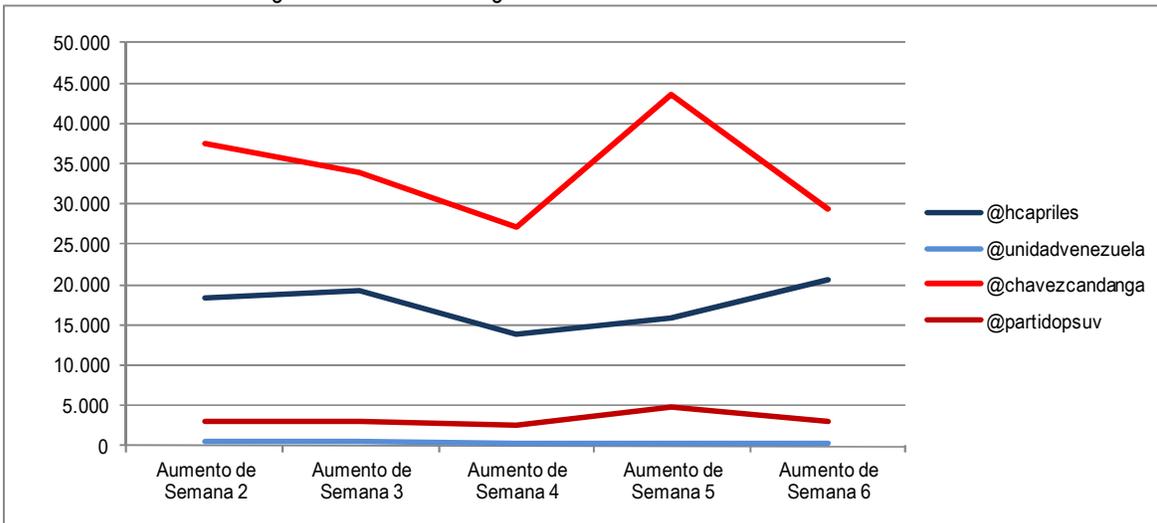
	@hcapriles	@unidadvenezuela	@chavezcandanga	@partidopsuv
Sem 1	814.927	67.422	2.898.017	198.098
Sem 2	833.380	67.940	2.935.550	201.163
Sem 3	852.743	68.495	2.969.440	204.113
Sem 4	866.647	68.885	2.996.639	206.693
Sem 5	882.483	69.292	3.040.295	211.626
Sem 6	903.127	69.725	3.069.696	214.660
Aumento de la última semana	20.644	433	29.401	3.034
% de aumento con respecto la Semana 5	2%	1%	1%	2%

Figura 7: Aumento de seguidores: Semana 6



Comentario: En esta sexta semana, la cuenta @chavezcandanga registra un aumento de cerca de 30.000 seguidores. El número llama la atención si se recuerda que pasan semanas sin que el Presidente emita un solo mensaje por su *Twitter*. Las cuentas del bloque opositor (@hcapriles y @unidadvenezuela) registran un aumento de un poco más de 20.000 nuevos seguidores.

Figura 8: Aumento de seguidores de las cuentas *Twitter*. Acumulado



Comentario: A lo largo de estas seis primeras semanas de estudio el ritmo de adhesiones a la cuenta del Presidente es muy desigual y registra un ligero descenso. En el caso de H. Capriles el número promedio de nuevas adhesiones se mantiene estable a lo largo del periodo de estudio. El aumento de seguidores no parece tener relación con el nivel de actividad de las cuentas analizadas, ya que la cuenta que menos seguidores acumula (@unidadvenezuela) es la que emite el mayor número de mensajes y a la inversa, el que emite menos mensaje se mantiene con más seguidores.

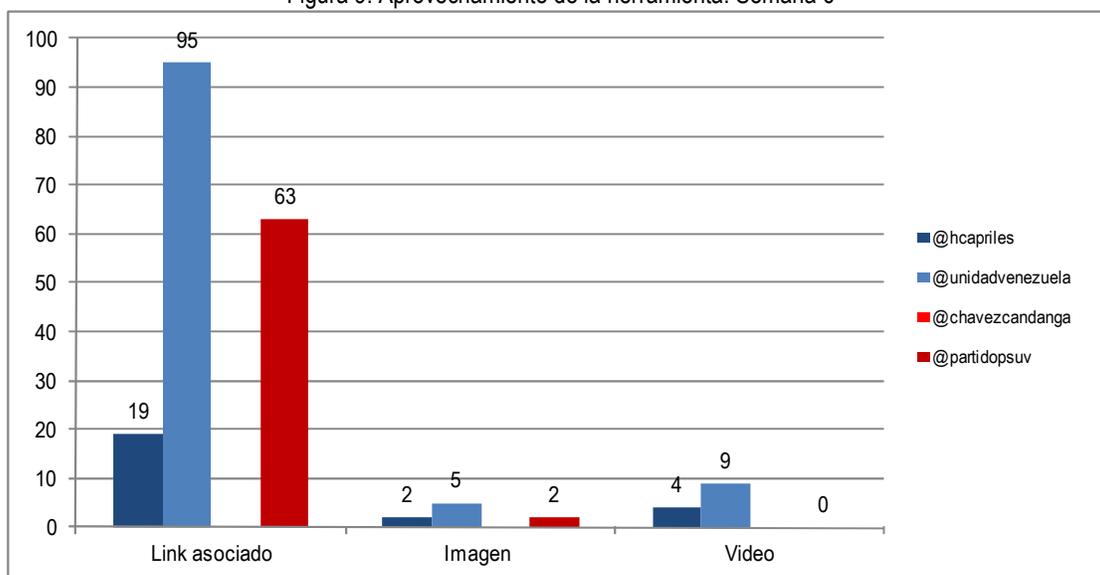
Usos y aprovechamiento de la herramienta

En esta unidad de análisis se describirá la familiarización de los candidatos con las opciones tecnológicas del medio: hipervínculos, imágenes, videos.

Tabla 6: Aprovechamiento de la herramienta: Semana 6

	@hcapriles	@unidadvenezuela	@chavezcandanga	@partidopsuv
Link asociado	19	95	0	63
Imagen	2	5	0	2
Video	4	9	0	0

Figura 9: Aprovechamiento de la herramienta: Semana 6



Comentario: @unidadvenezuela, además de registrar mayor emisión de mensajes, contabiliza más y mejor aprovechamiento de la plataforma, haciendo uso de hipervínculos, envío de imágenes e inclusión de videos en sus tuits. Por su parte, @partidopsuv agregó enlaces e imágenes asociados en algunos de sus mensajes, pero nunca videos.

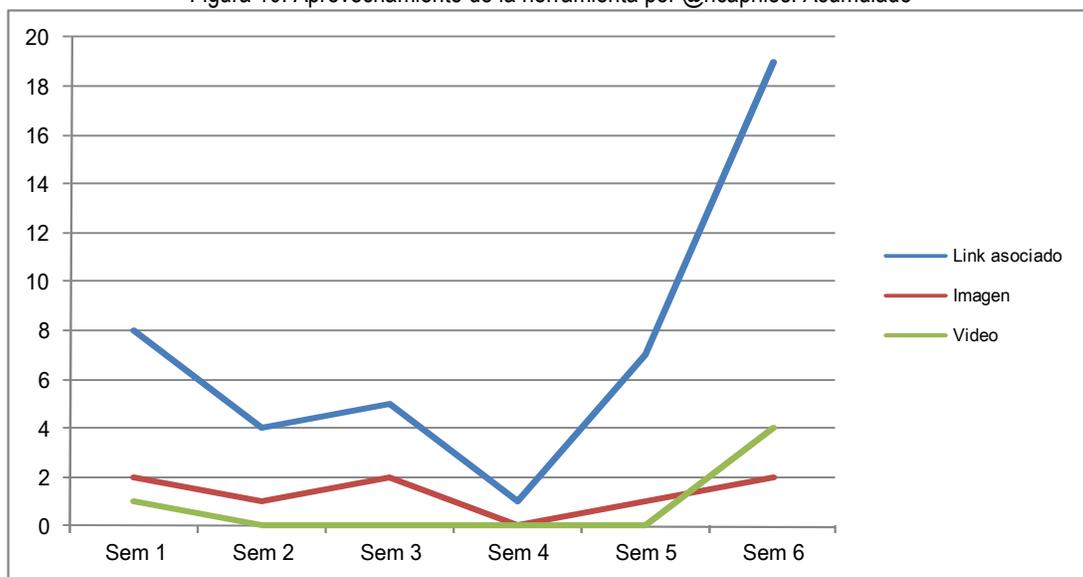
Por su parte, el candidato H. Capriles también utilizó de las bondades de la red social a través de su cuenta personal @hcapriles incluyendo mayoritariamente enlaces a sus tuits.

Usos de *Twitter* por H. Capriles

Tabla 7: Aprovechamiento de la herramienta por @hcapriles: Acumulado

	Link asociado	Imagen	Video
Sem 1	8	2	1
Sem 2	4	1	0
Sem 3	5	2	0
Sem 4	1	0	0
Sem 5	7	1	0
Sem 6	19	2	4

Figura 10: Aprovechamiento de la herramienta por @hcapriles: Acumulado



Comentario: A partir de la semana 4 del estudio se observa una fuerte intensificación de un uso más avanzado de la cuenta *Twitter* por parte de H. Capriles con la incorporación de enlaces y en menor medida de imágenes y videos a sus mensajes.

Usos de *Twitter* por H. Chávez

Tabla 8: Aprovechamiento de la herramienta por @chavezcdanga: Acumulado

	Link asociado	Imagen	Video
Sem 1	0	0	0
Sem 2	0	0	0
Sem 3	0	0	0
Sem 4	0	0	0
Sem 5	0	0	0
Sem 6	0	0	0

Comentario: Desde el inicio del estudio, los tres millones de seguidores de @chavezcdanga han recibido un promedio de dos tuits semanales. En ninguno de estos mensajes fueron incorporados enlaces, imágenes o videos. El Presidente utiliza su cuenta *Twitter* únicamente para enviar mensajes de textos.

LA CAMPAÑA ELECTORAL EN LA RED SOCIAL *TWITTER*: CONCLUSIONES

SEMANA 6

Esta semana, las cuentas *Twitter* del oficialismo y de la oposición se han centrado en convocar a los seguidores a las movilizaciones organizadas para acompañarlos a inscribirse formalmente en el CNE como candidatos a la Presidencia de la República.

El candidato Henrique Capriles, utilizó menos su cuenta en la red social *Twitter*, pero cuando lo hizo, incrementó de manera notable el aprovechamiento de la herramienta con la inclusión de hipervínculos, imágenes y videos en sus tuits.

Hugo Chávez, en cambio, volvió a dejar *Twitter* de lado y no emitió ningún mensaje.

De nuevo esta semana los equipos que manejan las cuentas de las organizaciones @unidadvenezuela y @partidopsuv son los que se mantienen más activos. @unidadvenezuela ha sido un poco más activo que @partidopsuv pero el número de mensajes emitidos es bastante similar (137 versus 110).

EVOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Desde el inicio del monitoreo de las cuentas *Twitter* de los candidatos y sus organizaciones, se mantiene la misma tendencia: las organizaciones políticas hacen un mayor y mejor uso de esta herramienta para promover a sus candidatos.

El Presidente Hugo Chávez se refiere en numerosas oportunidades a su alto número de seguidores y parece muy orgulloso de poder contar con ahora más de tres millones de seguidores, sin embargo el monitoreo de su cuenta revela que casi no emite mensajes (en promedio 2 semanales). Desde el inicio del estudio, el 1 de mayo, solo se ha registrado actividad en dos semanas. Nunca ha aprovechado las bondades de *Twitter* para mejorar sus mensajes con enlaces, fotos o videos asociados.

Contrariamente al Presidente, el candidato H. Capriles hace uso de su cuenta con un promedio de más de 50 mensajes semanales y tiende a utilizar cada vez más los recursos que ofrece la plataforma para atraer a más seguidores.

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 (candidatos, 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*.
- .3 Analizar las estrategias mediáticas de los principales actores de la contienda electoral presidencial
- .4 Elaborar perfiles de las infracciones cometidas por los candidatos, 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 de 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.

Mensajes de *Twitter* enviados por los candidatos y su principal organización política, relacionados con la campaña electoral.