

Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 8

18/06/2012 – 24/06/2012

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 octava semana del estudio.

Así mismo, se analiza el posicionamiento de los diferentes actores políticos implicados en la contienda electoral: candidatos, 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 (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 publicitarios relacionados con el proceso electoral presidencial y los mensajes emitidos por los candidatos en la red social *Twitter*.

Este informe presenta los resultados del monitoreo de medios de comunicación social (Prensa, radio y televisión) durante la octava semana del estudio: 18/06/12 – 24/06/12.

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 8 sobre los candidatos y sus aliados y el CNE y las instituciones del Estado en la pauta periodística. 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

Henrique Capriles y sus aliados políticos continúan con el desarrollo de su estrategia de acercamiento al electorado con **visitas del candidato “casa por casa”**. Los comandos de campaña se despliegan por distintos pueblos del interior del país para acompañar al candidato. Con ello logran significativos espacios en los medios de comunicación social, sobre todo en prensa escrita.

Oficialismo y oposición toman posición frente a la destitución del presidente de Paraguay, Fernando Lugo, instruida por el Congreso de este país. El sector gubernamental chavista lo califica de golpe de Estado y mientras el candidato H. Capriles se limita a rechazar la destitución.

Ante la eventualidad de un debate público entre los candidatos, el presidente **Hugo Chávez anuncia que tal posibilidad está descartada.**

Encuestadoras aliadas a funcionarios gubernamentales **revelan datos que otorgan ventaja de más de 30 puntos al candidato oficialista sobre su rival político.**

Se anima la discusión pública sobre el nuevo satélite que se enviará al espacio. **Hugo Chávez anunció la próxima puesta en órbita del satélite Miranda presentado** como un logro de su gestión, **mientras que Henrique Capriles critica esa inversión de cara a las deficiencias en servicios y salud pública.**

El CNE despliega un operativo en todo el país para activar puntos de actualización y verificación de huellas dactilares de los electores. Se mantiene una fuerte controversia sobre la confianza en estos dispositivos.

En medio de la polarización política y el ambiente electoral, cada vez más “tenso”, **se discute el balance de las 35 nuevas leyes y 19 reformas aprobadas por vía Habilitante.** El oficialismo explaya las ventajas y su alcance social, mientras que la oposición señala su irregularidad y concentración de funciones en una figura.

INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

PRENSA ESCRITA

La Nación, 19 de junio:

Título: "Chávez dice que la daría "vergüenza" debatir con Capriles porque es "la nada""

"El presidente de Venezuela, Hugo Chávez, dijo ayer que el candidato único de la alianza opositora Mesa de la Unidad Democrática (MUD) en las elecciones del próximo 7 de octubre, Henrique Capriles, es 'la nada' y descartó debatir con él".

TELEVISIÓN

VTV: La Noticia, 19 de junio:

"Aún sigue manteniéndose una gran brecha de distancia por encima de los 30 puntos entre el presidente Chávez y Henrique Capriles, a pesar de que un candidato está en campaña y el otro, como lo ha dicho públicamente, no va a arrancar su campaña sino hasta el 1° de julio. De aquí en adelante, la oposición tiene el reto de revertir esta tendencia con un condicionante que juega en su contra y es el alto nivel de rechazo que tiene hoy Henrique Capriles en la población venezolana, un nivel de rechazo del 43%". (Jesse Chacón).

Globovisión: Noticias Globovisión, 20 de junio:

"El CNE sigue sin dar respuesta a las más de 70 mil impugnaciones al Registro Electoral, interpuestas por los representantes del Comando Venezuela. Los integrantes del equipo de la MUD pidieron también reconsiderar la medida de mudar a los electores venezolanos inscritos en Miami". (Ancla del noticiario).

RADIO

FM Center: 18 de junio:

"Porque desde adentro no tenemos ninguna duda de que existe una quinta columna para desconocer los resultados del 7 de octubre. Una columna dentro del CNE, una columna preparada para desconocer los resultados del 7 de octubre, junto con unos señores de algo que se llama 'Esdata'". (Diosdado Cabello, refiriéndose al rector del CNE, Vicente Díaz, en el espacio del ancla Irlenis Molina)

CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN

Hugo Chávez, 20 de junio:

"Yo sé que al terminar la cadena, ya me imagino, la burguesía y tal. No, que ese es un plan, van a decir seguro, electorero. 'Chávez está lanzando esto porque hay elecciones'. Primero no lo necesito, estamos ganando sobrados, aunque cuidado con el triunfalismo, pero les ganaremos pero por knock out. Ellos son los que andan desesperados tratando, tratando no, andan desesperados utilizando, manipulando este tema, tan sentido por el pueblo de manera electorera e irresponsable, ellos sí son. Nosotros lo que tenemos es un plan continuo, tenaz, persistente como se sabe y como aquí lo hemos venido comentando".

TWITTER

@hcapriles, 18 de junio:

"18 meses de Habilitante tuvo nuevamente este Gobierno, el último día aprobó 11 leyes que nadie conoce!"

@partidopsuv, 21 de junio:

"Un Presidente A Toda Vida <http://t.co/K1kK05Dt> @DIBISE @TareckPSUV @NestorReverol @chavezcdanga #Chavez (via @blogchavez)".

@partidopsuv, 23 de junio:

"Consumado golpe de Estado en #Paraguay <http://t.co/pYtqtCSW>".

LOS CANDIDATOS 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: candidatos, partidos e instituciones públicas, en los distintos medios.

Visibilidad de los principales actores en todos los MCS

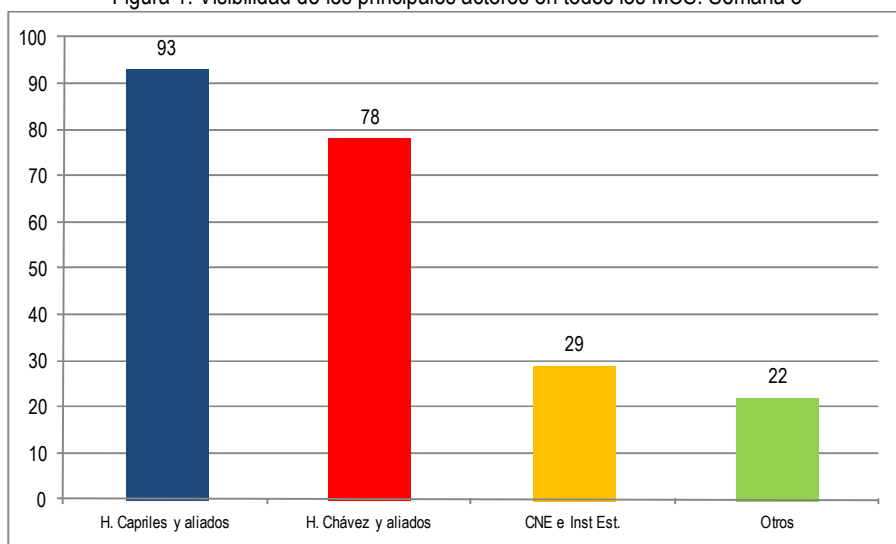
El registro diario de la presencia de los principales actores políticos en todos los medios analizados permite evaluar su desenvolvimiento en la campaña, su visibilidad y su posicionamiento. Asimismo, esto permite una lectura cualitativa de la presencia de cada actor en relación con el medio.

Tabla 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 8

	H. Capriles y sus aliados	H. Chávez y sus aliados	CNE e Inst Est.	Otros	Total
Lun	16	20	8	5	49
Mar	19	23	4	6	52
Miér	14	8	4	6	32
Jue	17	17	7	3	44
Vie	18	10	4	2	34
Sáb	9	0	2	0	11
Dom		1			1
Total	93	79	29	22	222

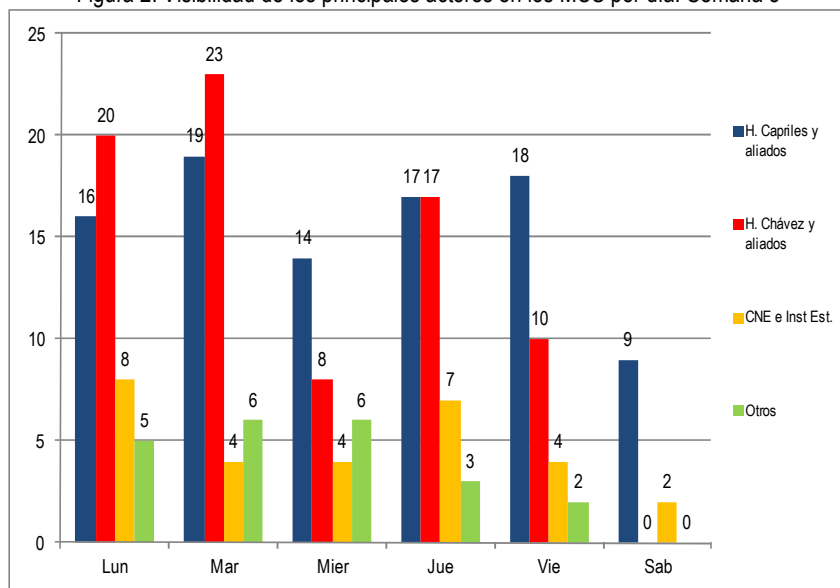
NOTA: Esta semana se agregó el día domingo por la cadena de radio y televisión del presidente de la República realizada con motivo de la celebración del 24 de junio.

Figura 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 8



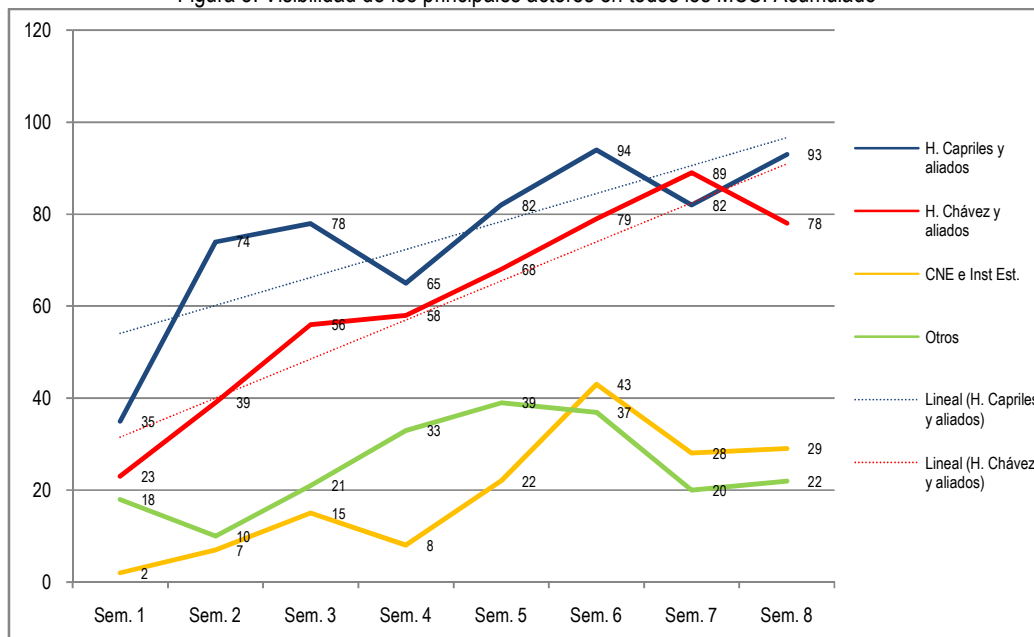
Comentario: Durante la semana 8 el candidato opositor Henrique Capriles vuelve a contar con una mayor presencia en el conjunto de los medios analizados.

Figura 2: Visibilidad de los principales actores en los MCS por día: Semana 8



Comentario: La mayor presencia de H. Chávez en los medios se registra en los primeros días de la semana, mientras que H. Capriles mantiene un nivel más constante de presencia a lo largo de la semana.

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



Comentario: En esta octava semana, la presencia de H. Chávez en el conjunto de medios analizados disminuye por primera vez. El candidato de oposición vuelve a los niveles de visibilidad de la semana pasada.

La presencia de ambos en los medios sigue creciendo.

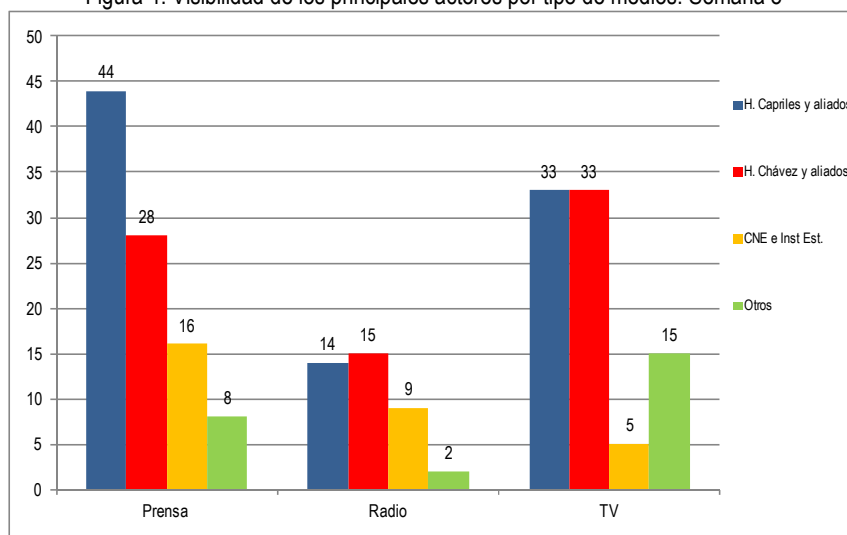
Visibilidad de los principales actores por tipo de medios

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 candidatos y del CNE en la prensa escrita, televisiva y radial durante la semana 8 y el análisis de la evolución de este comportamiento a lo largo de la campaña.

Tabla 2: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 8

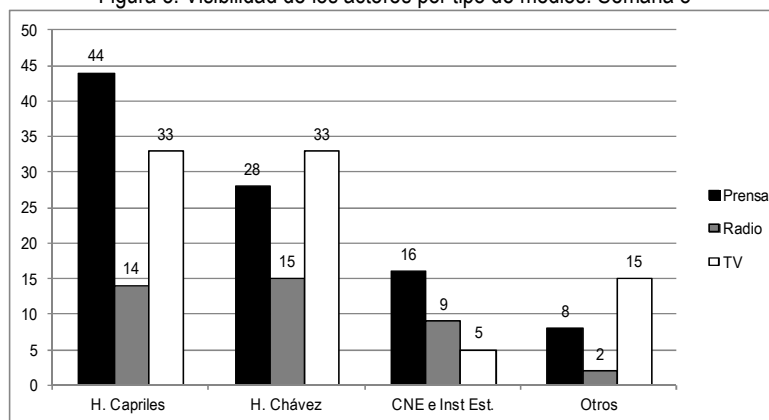
	H. Capriles y aliados	H. Chávez y aliados	CNE e Inst Est.	Otros	Total
Prensa	44	28	16	8	96
Radio	14	15	9	2	40
TV	33	33	5	15	86
Total	91	76	30	25	222

Figura 4: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 8



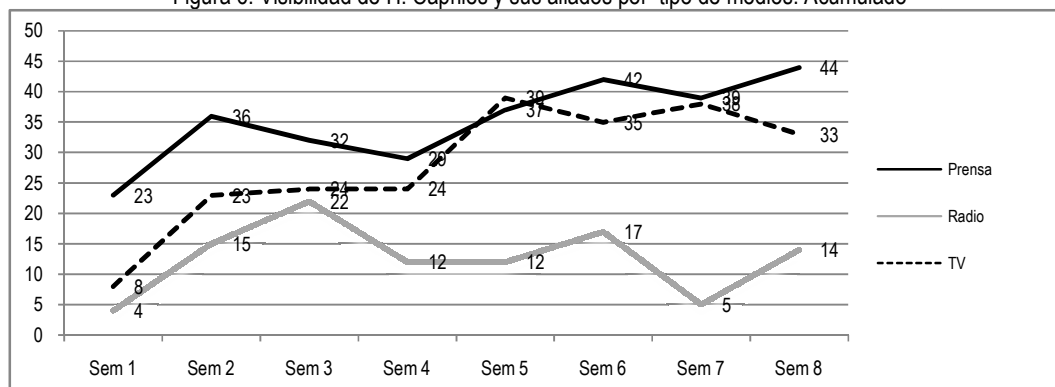
Comentario: Los datos arrojados esta semana muestran que la prensa escrita está más pendiente de la campaña y de los candidatos que la televisión y más aún que la radio.

Figura 5: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Semana 8



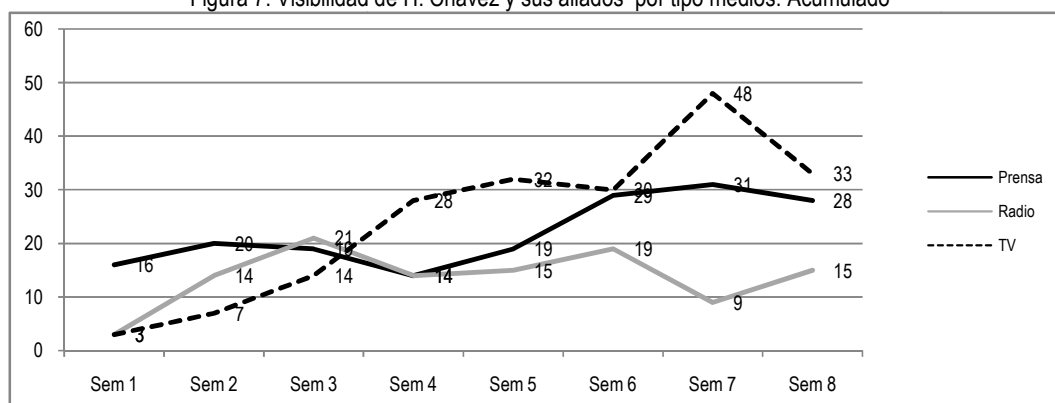
Comentario: En la octava semana de monitoreo, el candidato más visible en prensa es claramente H. Capriles, mientras que la presencia de ambos se equipara en televisión y en radio

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



Comentario: La evolución de la visibilidad del candidato opositor en los distintos medios revela una tendencia: Una mayor fortaleza en prensa y en grado menor en televisión, mientras que en radio mantiene niveles muy inferiores con poco crecimiento.

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



Comentario: De nuevo en esta octava semana de estudio, la visibilidad de H. Chávez en televisión es inversamente proporcional a la registrada en radio. Cuando aumenta su presencia en radio, disminuye en televisión e inversamente. Este fenómeno se viene observando por tercera vez desde el 1 de mayo. La tendencia de mayor presencia en televisión correspondiente a menor presencia en radio registrada en la primera semana, se invierte a partir de la tercera semana, para volver a producirse a partir de la sexta semana.

Las figuras anteriores muestran dos perfiles de visibilidad en los medios muy diferenciados. En el caso de Henrique Capriles, las líneas de presencia en los tres tipos de medios siguen un patrón más bien paralelo, lo cual podría interpretarse como revelador de cierta continuidad y consistencia en la cobertura.

En el caso de H. Chávez, estas líneas siguen un patrón muy distinto, formando una suerte de cadena de anillos que se ensanchan y se cierran cada cierto tiempo, revelando mayor irregularidad y podría evocar cierta inconsistencia.

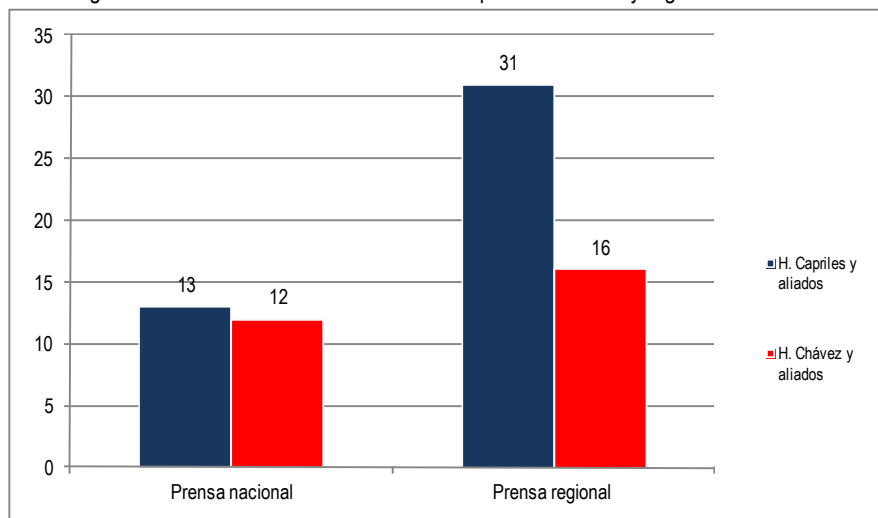
Visibilidad de los candidatos en la prensa nacional y regional

En este capítulo se presenta un análisis comparativo de la presencia de los candidatos 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 3: Visibilidad de los candidatos en la prensa nacional y regional: Semana 8

	H. Capriles y aliados	H. Chávez y aliados
Prensa nacional	13	12
Prensa regional	31	16
Total	44	28

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



Comentario: Los dos candidatos registran niveles de visibilidad similares en prensa nacional, no así en la prensa regional donde las menciones a Henrique Capriles duplican las del presidente Hugo Chávez. Las giras de H. Capriles en distintas regiones del interior mientras que el presidente queda en Caracas, podría explicar estos resultados

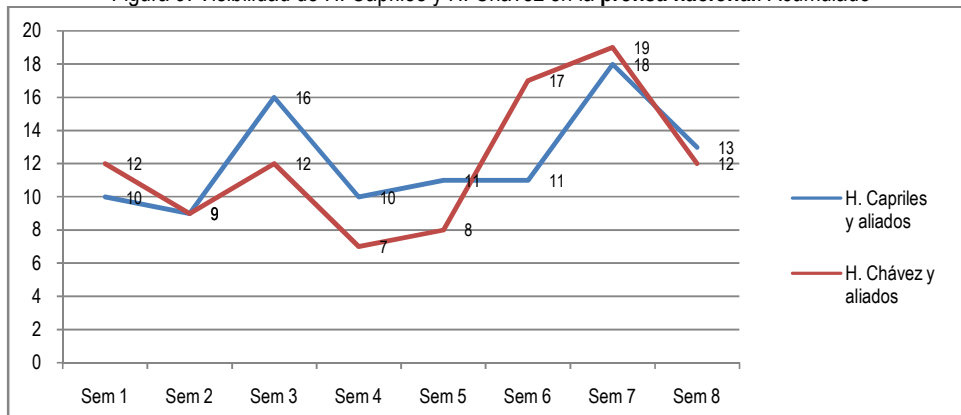
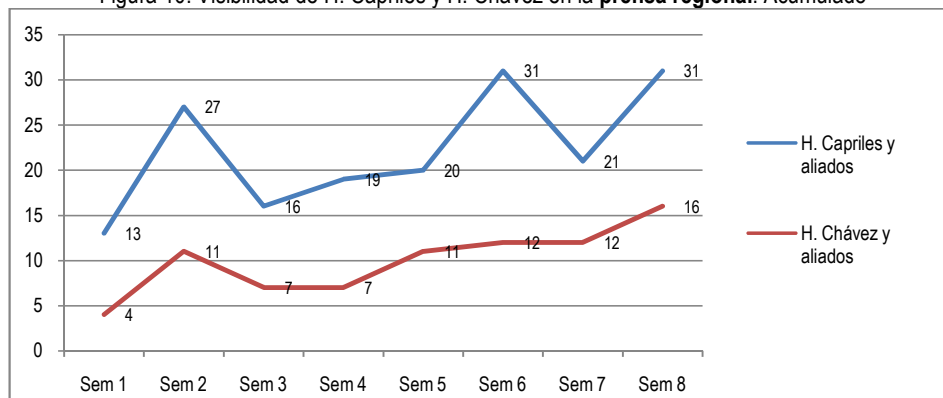
Figura 9: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa nacional**: Acumulado

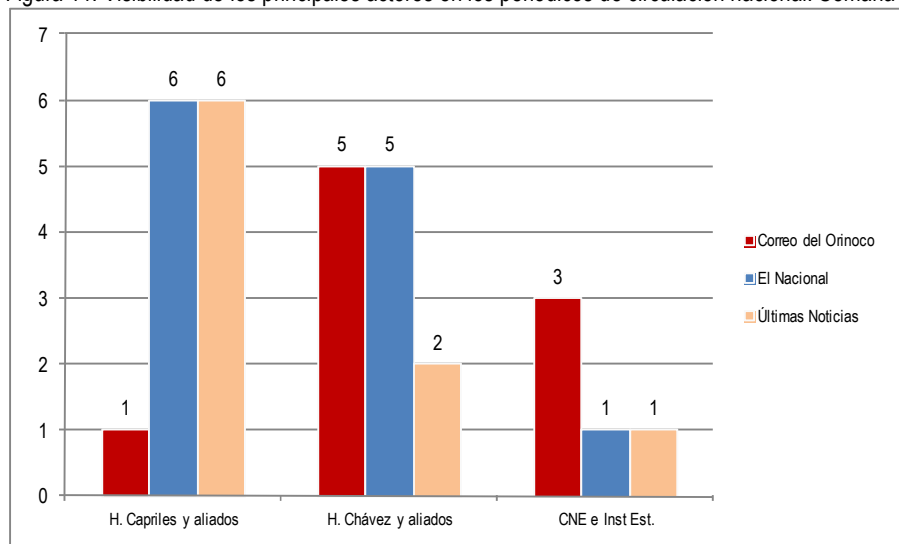
Figura 10: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa regional**: Acumulado

Comentario: De nuevo, las dos figuras anteriores evidencian un perfil de visibilidad de los dos candidatos bastante diferenciado, esta vez a propósito de su presencia en la prensa nacional y regional. Los dos candidatos están presentes en los medios nacionales en las mismas proporciones, mientras que en los medios regionales el candidato opositor mantiene desde el 1° de mayo una preeminencia consolidada.

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

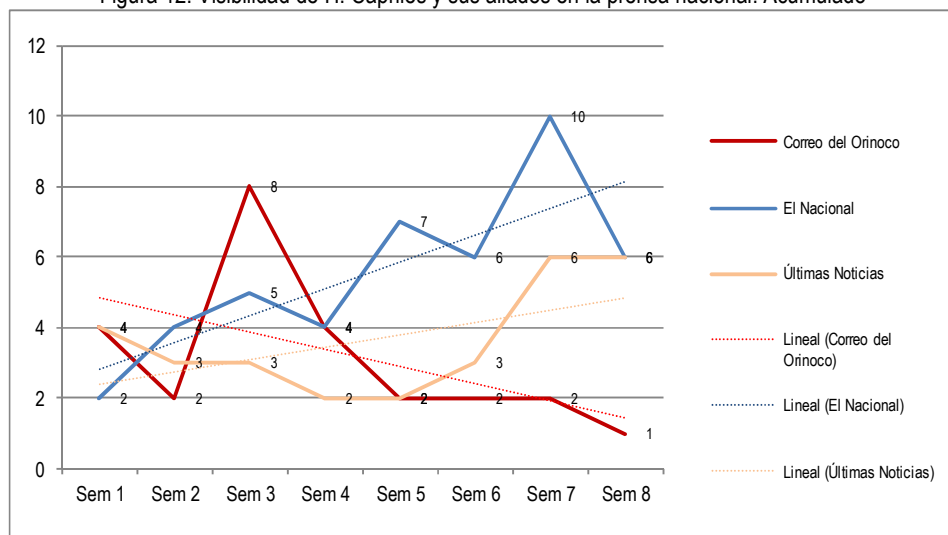
Este nivel de análisis busca determinar la distribución de la cobertura periodística de los actores, entre los periódicos de circulación nacional seleccionados para la investigación.

Figura 11: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional: Semana 8



Comentario: La presencia de los dos candidatos es bastante similar en el diario El Nacional: H. Capriles (6) y H. Chávez (5), no así en Correo del Orinoco, ni en Últimas Noticias. En Correo del Orinoco hay una evidente preeminencia del candidato H. Chávez (5) sobre H. Capriles (1). En Últimas Noticias se produce una situación inversa con mayor presencia de H. Capriles (6) sobre H. Chávez (2).

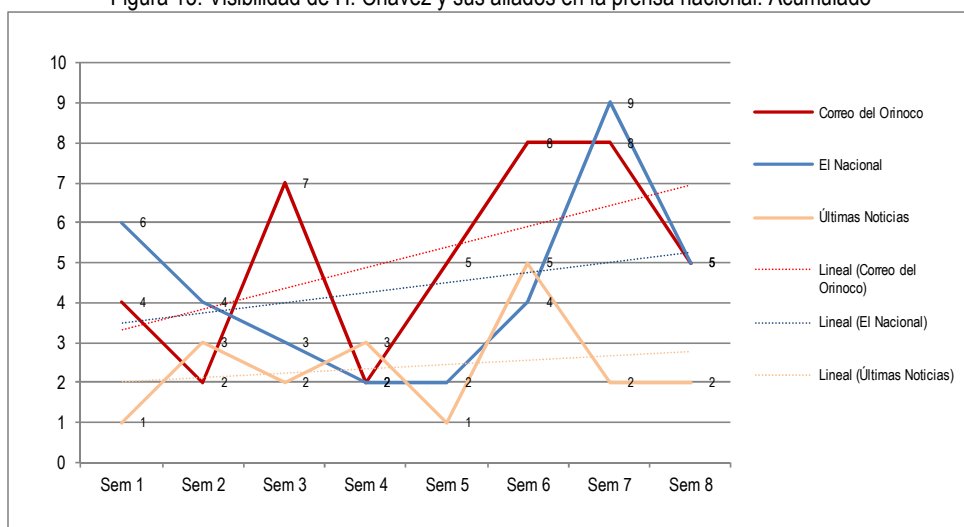
Figura 12: Visibilidad de H. Capriles y sus aliados en la prensa nacional: Acumulado



Comentario: Si bien, esta semana H. Capriles sigue con mayor visibilidad en los medios impresos de circulación nacional (aunque por 1 punto), tanto El Nacional como Correo del Orinoco disminuyeron su cobertura del candidato. En Últimas Noticias su visibilidad se mantiene en los niveles de la semana anterior.

La figura anterior evidencia una visibilidad creciente en El Nacional y Últimas Noticias y una presencia que disminuye claramente en Correo del Orinoco desde el inicio del estudio.

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



Comentario: La visibilidad de H. Chávez en Correo del Orinoco registra evolución muy accidentada y poco consistente con altibajos muy pronunciados.

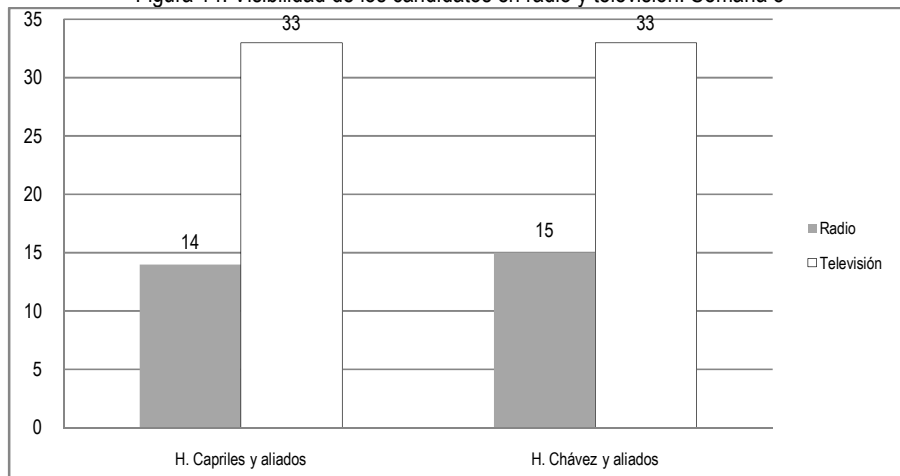
En El Nacional la curva de visibilidad recorre una trayectoria muy distinta: luego de haber disminuido su presencia de manera progresiva entre la primera y la quinta semana, el candidato Chávez ha ido recuperando espacio de manera regular entre la quinta y la séptima semana.

La figura anterior ilustra una visibilidad creciente del presidente candidato en El Nacional y Correo del Orinoco mientras que en el diario Últimas Noticias su presencia se mantiene casi en el mismo nivel -muy bajo- desde el inicio del estudio.

Visibilidad de los candidatos en radio y televisión

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

Figura 14: Visibilidad de los candidatos en radio y televisión: Semana 8



Comentario: Esta semana H. Chávez y H. Capriles mantienen un nivel de visibilidad similar en los medios audiovisuales con una clara diferenciación entre radio y televisión. Ambos están mucho más presentes en televisión que en radio. La cobertura televisiva duplica la cobertura radial.

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

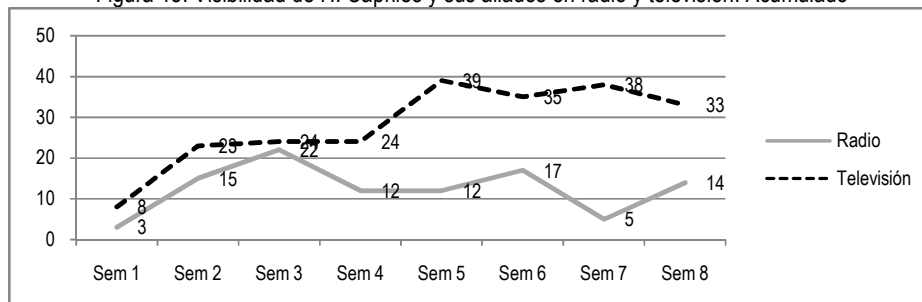
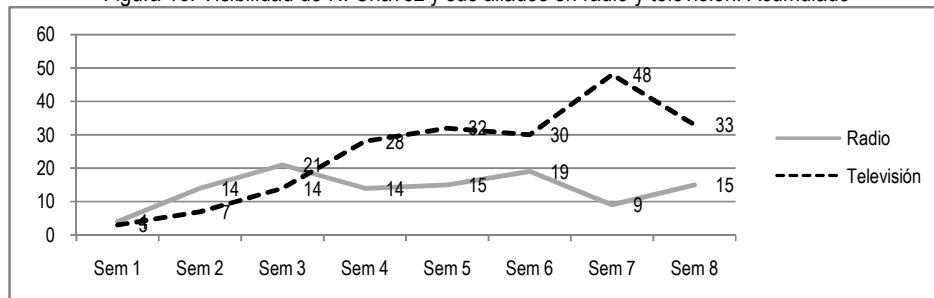


Figura 16: Visibilidad de H. Chávez y sus aliados en radio y televisión: Acumulado



Comentario: Con una mayor presencia en televisión, las curvas de visibilidad de H. Capriles en radio y televisión siguen un recorrido paralelo. El perfil de presencia de H. Chávez en los medios audiovisuales es muy distinto y recuerda el comportamiento observado en la totalidad de los medios (Fig. 7).

LOS CANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA: CONCLUSIONES

SEMANA 8

A una semana de la apertura oficial de la campaña, las candidaturas de Henrique Capriles y de Hugo Chávez registran una presencia creciente en el conjunto de medios analizados. Esta semana, Henrique Capriles es de nuevo el candidato más visible en los medios.

La prensa escrita está más pendiente de la campaña y de los candidatos que los otros medios y H. Capriles es el candidato más visible en prensa. Hugo Chávez tiene una visibilidad similar a su contrincante en radio y en televisión. A nivel nacional, las dos candidaturas tienen una visibilidad similar, mientras que a nivel regional el presidente Chávez registra niveles de presencia muy inferiores a los de H. Capriles

EVOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Como era de esperarse, semana tras semana, crece el número de segmentos periodísticos dedicados a sus actividades electorales en la carrera por la Presidencia de la República. Este ritmo de crecimiento es mayor en el caso de Hugo Chávez.

El estudio viene arrojando tendencias que se van consolidando para inferir sobre perfiles de visibilidad de cada candidato en los medios de comunicación social. En esta octava semana de monitoreo, estos perfiles lucen bastante diferenciados.

En el caso de H. Capriles, la visibilidad en prensa, radio y televisión sigue un patrón parecido que revela cierta continuidad y consistencia en la cobertura.

En el caso de H. Chávez, la situación es muy distinta, ya que su presencia en los tres tipos de medios es irregular y registra una serie de altos y bajos que podría significar cierta inconsistencia y la ausencia de seguimiento.

En la prensa de cobertura nacional, H. Capriles cuenta con una visibilidad creciente en El Nacional y Últimas Noticias y una presencia que disminuye claramente en Correo del Orinoco.

Otra vez se observa desde el inicio del estudio un perfil diferenciado en la prensa de cobertura nacional: Hugo Chávez está cada vez más presente en los diarios El Nacional y Correo del Orinoco mientras que su presencia en el diario Últimas Noticias se mantiene prácticamente en el mismo nivel -muy bajo- desde el inicio del estudio.

Con una mayor presencia en televisión, las curvas de visibilidad de Henrique Capriles en radio y televisión siguen un recorrido paralelo. El perfil de presencia de H. Chávez en los medios audiovisuales es muy distinto y recuerda el comportamiento observado en la totalidad de los medios

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