

Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 9

25/06/2012 – 01/07/2012

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 novena 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 novena semana del estudio: 25/06/12 – 01/07/12.

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 9 sobre los candidatos y el CNE 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

La semana 9 inicia con la **publicación del nuevo reglamento de la Ley Orgánica de Procesos Electorales**, que normalizará la campaña. Se anuncia que los fiscales que se encargarán de velar por el cumplimiento de nueva normativa están en proceso de capacitación. Continúan protestas por situación CNE en Miami y se registra una alta afluencia de electores para actualizar huella.

La visita del presidente de Bielorrusia, Alexander Lukashenko, no se escapó de la polarización política. El sector oficialista lo resaltó como otro logro del proceso y su gestión, mientras que el sector opositor rechazó su presencia en el país. Por su parte, el mandatario bielorruso destacó los logros del proceso que encabeza Hugo Chávez.

El vocero principal del oficialismo, **Hugo Chávez, y sus aliados políticos insisten en advertir sobre la estrategia que orquesta la oposición para desconocer los resultados del 7 de octubre** y buscar desestabilizar.

El Tribunal Supremo de Justicia sentenció el embargo los bienes del canal de noticias opositor Globovisión para cubrir la multa imputada el pasado año por la cobertura que hiciera del conflicto del penal El Rodeo. **Directivos de canal Globovisión pagaron bajo protesta la multa impuesta por Conatel.**

El candidato del bloque opositor, **Henrique Capriles, y voceros aliados denuncian con insistencia el “ventajismo en campaña electoral del oficialismo”**, con uso de recursos públicos y dinero del Estado.

Durante la semana, los medios celebraron el día del periodista, el 27 de junio. Los sectores políticos felicitaron y criticaron el ejercicio profesional de acuerdo con sus posturas frente a la realidad política del país.

El Gobierno giró instrucciones políticas, económicas y sociales con relación a la destitución del presidente paraguayo, Fernando Lugo. Opositores critican las consecuencias de las decisiones y oficialista reafirman su apoyo al destituido Presidente.

INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

PRENSA ESCRITA

El Nacional, 27 de junio:

Título: Capriles advierte que no tolerará abusos electorales en la campaña

“La campaña electoral en Venezuela no ofrece igualdad de condiciones para los candidatos que participan, principalmente porque el presidente Hugo Chávez cuenta con libertad plena para encadenarse –lleva más de 13 horas desde que se inscribió ante el Consejo Nacional Electoral– y tiene a su disposición los medios del Estado, señaló su adversario Henrique Capriles Radonski”.

TELEVISIÓN

Globovisión: Noticias Globovisión, 26 de junio:

“La fiscalización electoral va a ser la revisión a nivel regional, haciendo énfasis en la publicidad exterior y, aparte de eso, vamos a tener un servicio de monitoreo de medios, concentrado en la ciudad de Caracas, pero con ramificaciones en todos los estados para hacer monitoreo de lo que es TV y radio en todo el país, tanto las emisoras y estaciones que tienen su señal sede en Caracas, como las que están en cada una de las regiones del país (...) Cuestionamientos contra el árbitro son indicador de una posición y no muy clara. Yo hago un llamado a todos los partidos políticos, en este caso al PSUV, pero a todos los partidos, a que respeten al árbitro electoral”. (Rector del CNE, Vicente Díaz).

RADIO

RNV: 25 de junio:

“El Consejo Nacional Electoral realizará, antes de la medianoche de este lunes, la publicación del registro electoral definitivo en su portal web: www.cne.gob.ve. Con esta publicación el CNE dará a conocer el padrón electoral definitivo de cara a los comicios electorales del próximo 7 de octubre”. (David Pérez, ancla del noticiario).

CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN

Hugo Chávez, 29 de junio:

“Saludos al gobernador, y no has debido Tarek, hablar de esa fecha que mencionaste porque estamos en cadena. Yo quiero en verdad pedir a todos que tengamos cuidado, la campaña electoral comienza el 1° de julio, ciertamente ¿no? Sobre todo a partir de ahora mismo, nosotros tenemos que dar ejemplo de respeto a las normas electorales. Yo estaba viendo a la doctora Tibisay Lucena en una rueda de prensa hace ratito, hace poco, de aquí mis saludos. Porque bueno está, el sector político opositor está atropellando al CNE, al árbitro. Tenemos que salir nosotros en defensa de la institucionalidad y tenemos que dar el ejemplo así que, Tarek, muchas gracias por tus buenos deseos, pero tienes un llamado de atención, ¿verdad? Señor gobernador, entonces tengamos cuidado, estamos en cadena nacional. La cadena nacional no es para hacer campaña electoral, además no nos hace ni falta eso, para nada”.

TWITTER

@unidadvenezuela, 29 de junio:

“Medida de embargo en contra de Globovisión no silenciará al pueblo venezolano vía @unidadvenezuela”.

@partidopsuv, 1° de julio:

“En pocas horas comienza la fase de ataque hacia la Gran Batalla de Carabobo. #VictoriaPopular”.

LOS CANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA

En este capítulo se presenta 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.

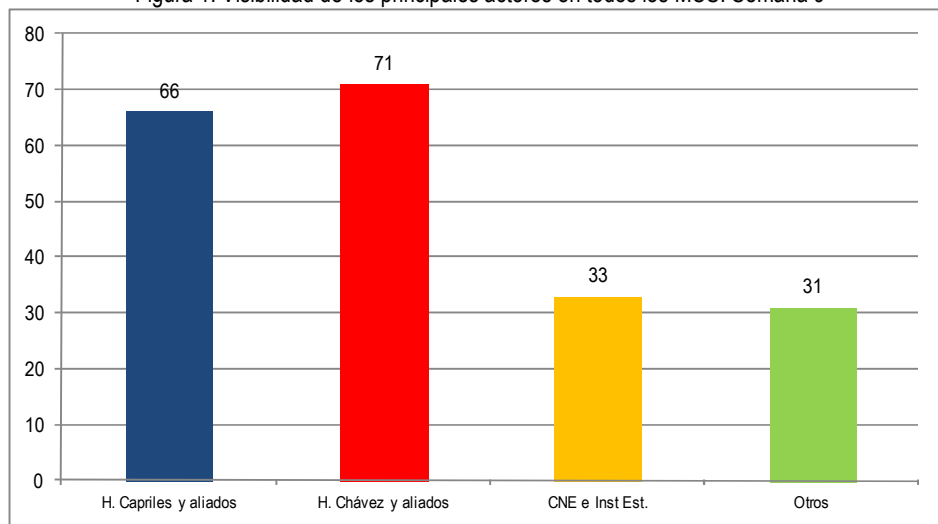
Visibilidad de los principales actores en todos los MCS

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 9

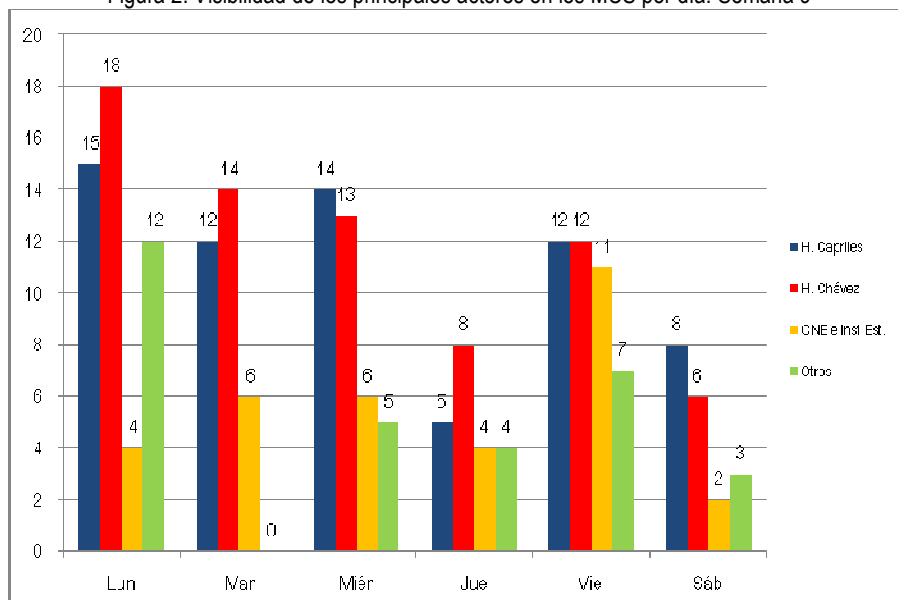
	H. Capriles y aliados	H. Chávez y aliados	CNE e Inst Est.	Otros	Total
Lun	15	18	4	12	49
Mar	12	14	6	0	32
Miér	14	13	6	5	38
Jue	5	8	4	4	21
Vie	12	12	11	7	42
Sáb	8	6	2	3	19
Total	66	71	33	31	201

Figura 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 9



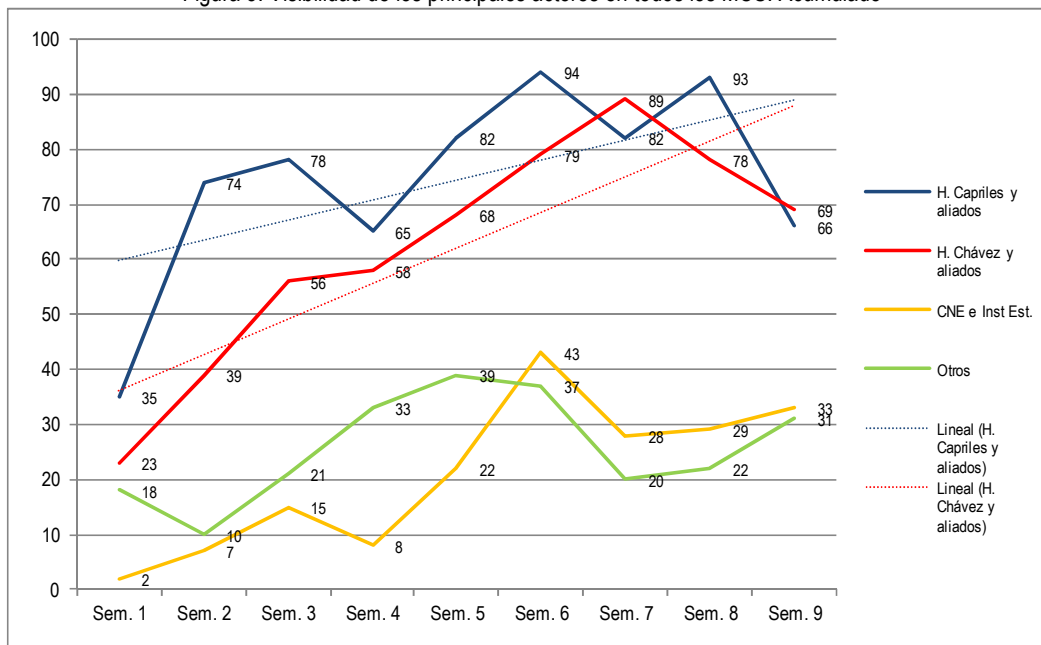
Comentario: Durante la semana que cierra el periodo de precampaña, el candidato Hugo Chávez registró mayor presencia en los medios que su contrincante Henrique Capriles. La presentación del nuevo reglamento que regirá la contienda electoral incidió en el nivel de presencia del árbitro electoral esta semana.

Figura 2: Visibilidad de los principales actores en los MCS por día: Semana 9



Comentario: Los dos candidatos gozan de una visibilidad parecida en el conjunto de medios analizados. La presencia de H. Chávez, es mayor a principio de la semana y tiende a disminuir en los últimos días. Este comportamiento viene registrándose por tercera semana consecutiva. Ambos candidatos tienen una visibilidad menor los días sábados. Los días martes y viernes de esta semana se realizaron dos cadenas en el horario de los noticieros de radio.

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



Comentario: A lo largo de las nueve semanas de estudio, los dos candidatos siguen una línea ascendente de presencia en los medios. Desde hace dos semanas para H. Chávez, y desde la semana pasada para H. Capriles, se registra una disminución significativa de su visibilidad.

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 9 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 9

	H. Capriles y aliados	H. Chávez y aliados	CNE e Inst Est.	Otros	Total
Prensa	38	33	17	13	101
Radio	8	8	3	3	22
TV	20	27	13	15	75
Total	66	68	33	31	198

Figura 4: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 9

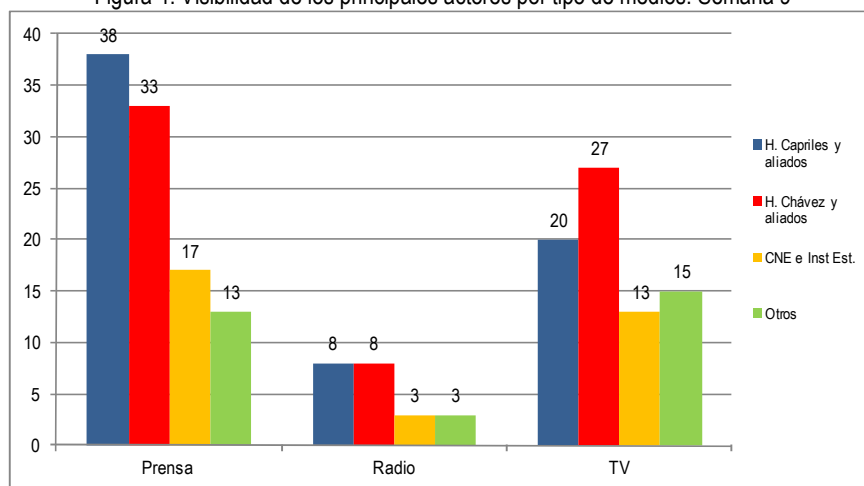
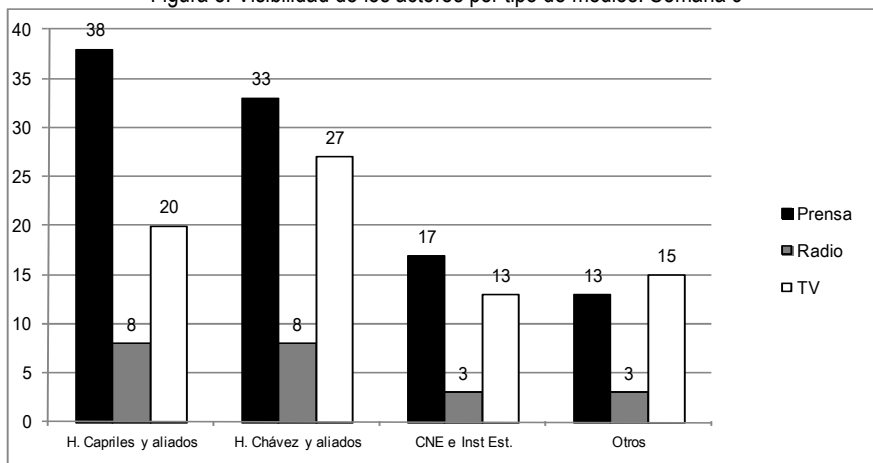
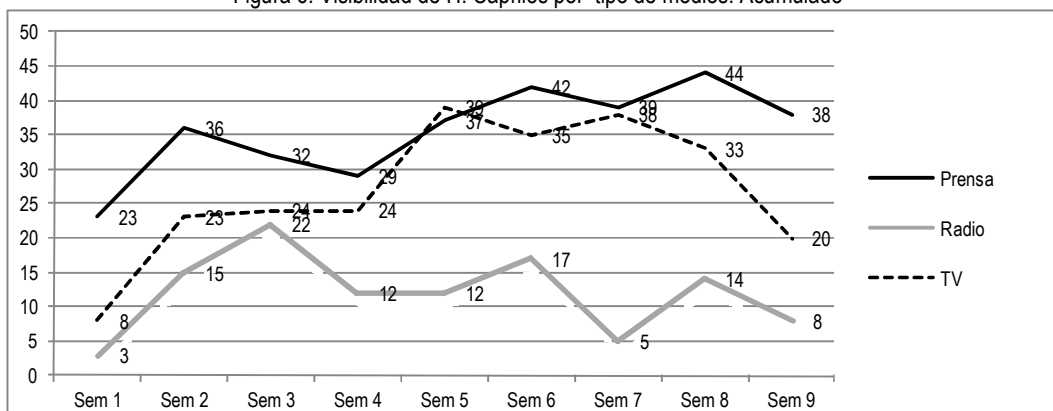


Figura 5: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Semana 9



Comentario: H. Capriles está más presente en prensa escrita, mientras que H. Chávez cuenta con mayor visibilidad en televisión y ambos tienen esta semana los mismos bajos niveles de presencia en radio. Los medios que más reseñan al CNE son la prensa escrita y la televisión.

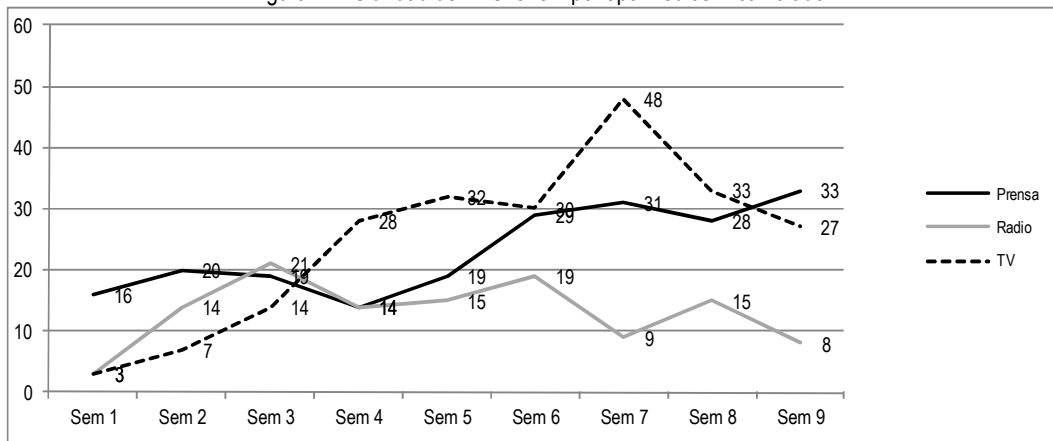
Figura 6: Visibilidad de H. Capriles por tipo de medios: Acumulado



Comentario: El seguimiento de la visibilidad de H. Capriles por tipo de medios, revela que la prensa escrita es el medio en el cual ha sido más presente (a excepción de la semana 5 donde, sin embargo, la diferencia con la visibilidad en TV es insignificante). La cobertura televisiva de sus actividades viene bajando notablemente desde hace dos semanas.

Continúa la tendencia evocada en el informe anterior de una mayor fortaleza en prensa escrita y en grado menor en televisión, mientras que en radio mantiene niveles muy inferiores y con poco crecimiento.

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

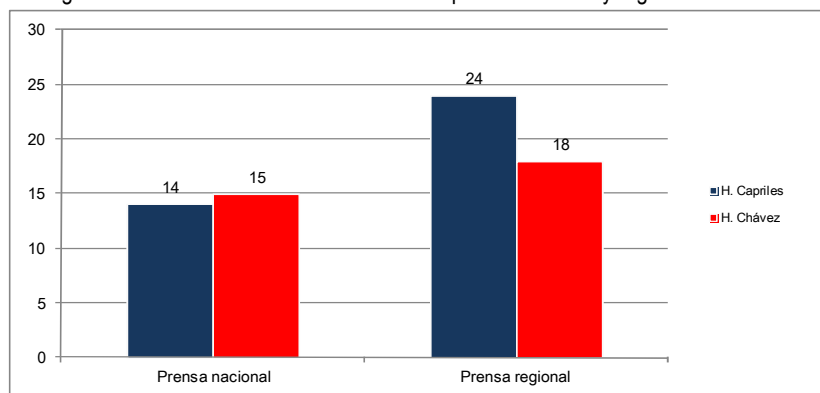


Comentario: La tendencia observada desde la primera semana del estudio de una presencia contrastada de H. Chávez en radio y televisión - una mayor presencia en televisión corresponde a una menor presencia en radio e inversamente - no se produce en esta última semana donde sus niveles de visibilidad en los medios audiovisuales disminuyen mientras aumenta levemente su presencia en prensa escrita.

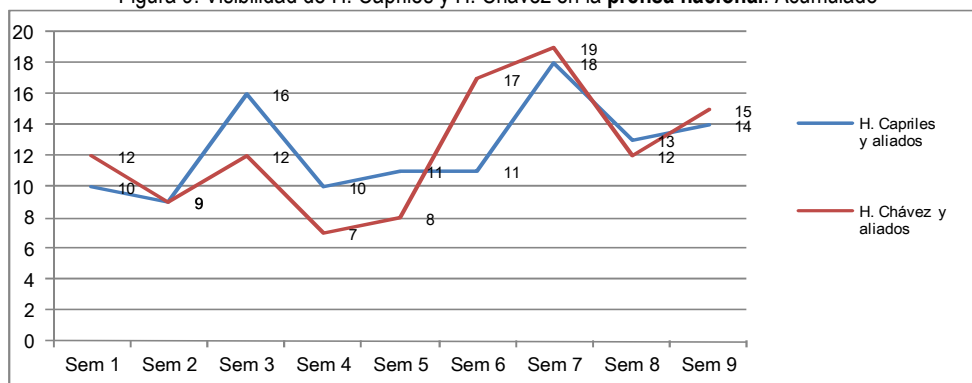
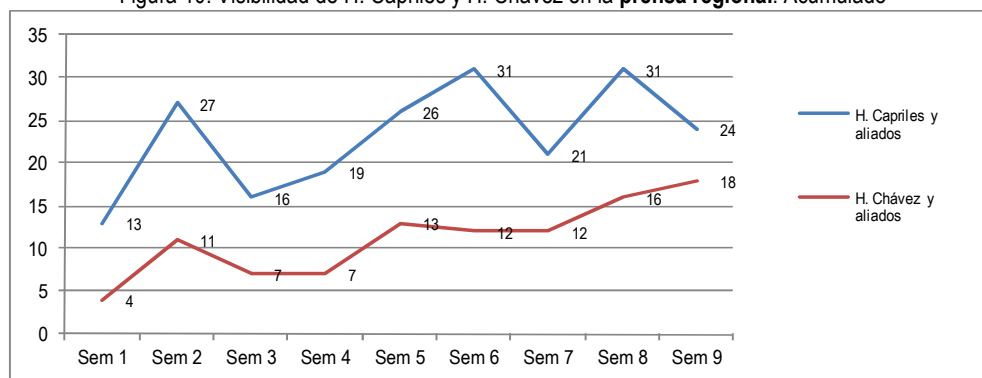
Visibilidad de los candidatos en la prensa nacional y regional

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.

Figura 8: Visibilidad de los candidatos en la prensa nacional y regional: Semana 9



Comentario: En víspera de la apertura oficial de la campaña electoral, los medios impresos nacionales cubren las dos candidaturas con números similares de segmentos periodísticos. En la prensa regional, la visibilidad de Henrique Capriles es mayor que la de Hugo Chávez. En esta novena semana del estudio, el candidato Capriles sigue recorriendo el país y ha visitado la isla de Margarita mientras el presidente Chávez se reunió con Fidel Castro el martes 28 de junio, en La Habana.

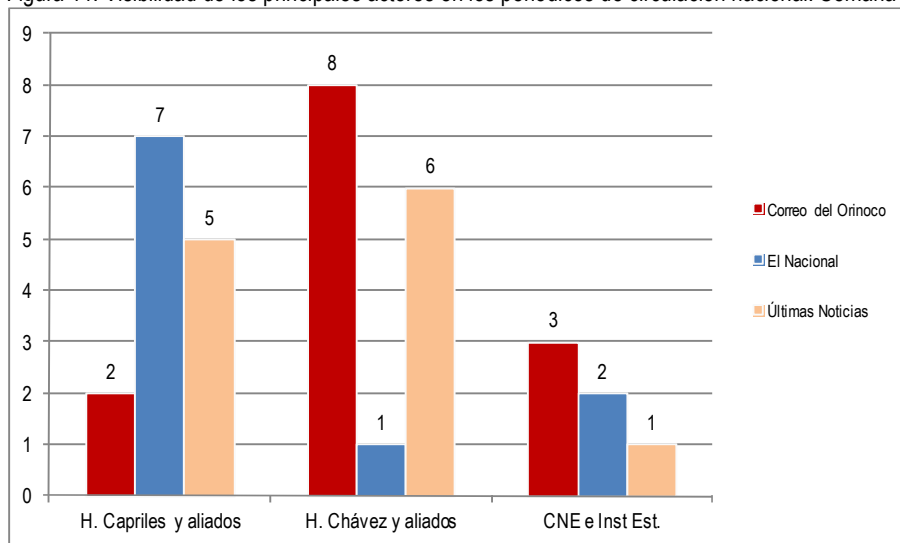
Figura 9: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa nacional**: AcumuladoFigura 10: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa regional**: Acumulado

Comentario: Se mantiene el perfil de visibilidad diferenciado de los dos candidatos entre la prensa nacional y la prensa regional. Ambos tienen una visibilidad similar en los medios nacionales mientras que en los medios regionales el candidato opositor mantiene desde el 1° de mayo una preeminencia consolidada, aún cuando en esta última semana la presencia de H. Capriles baja 7 puntos y la de su contendor sube levemente.

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

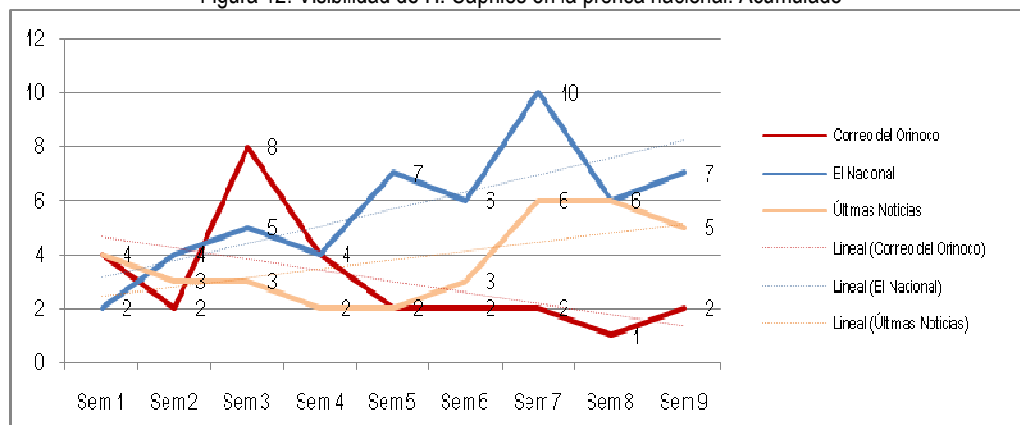
Este nivel de análisis busca determinar la distribución de la cobertura periodística de los actores entre los periódicos de circulación nacional, seleccionados para la investigación.

Figura 11: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional: Semana 9



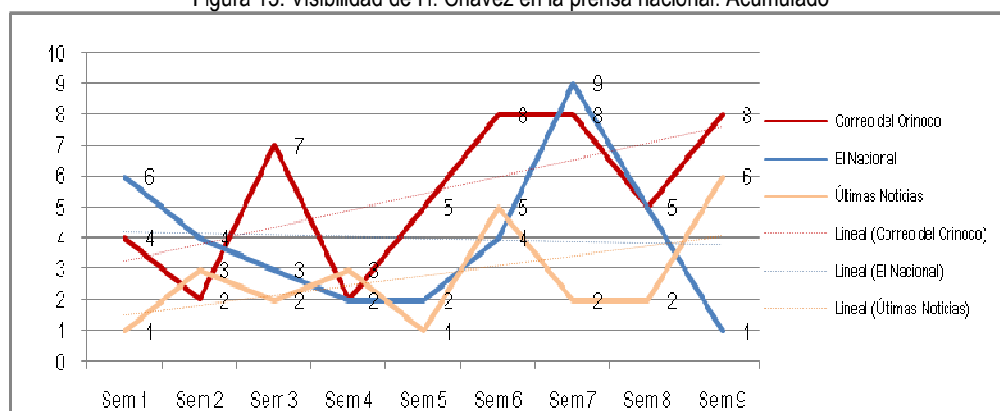
Comentario: El Nacional, de línea opositora, ofrece mayor cobertura al candidato de la MUD, mientras que el periódico oficialista, Correo del Orinoco, dedica más espacio periodístico a Hugo Chávez. El diario Últimas Noticias otorga espacios similares a ambos candidatos.

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



Comentario: La figura anterior revela una tendencia de presencia creciente del candidato Henrique Capriles en los diarios El Nacional y Últimas Noticias y una clara disminución de su visibilidad en Correo del Orinoco.

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

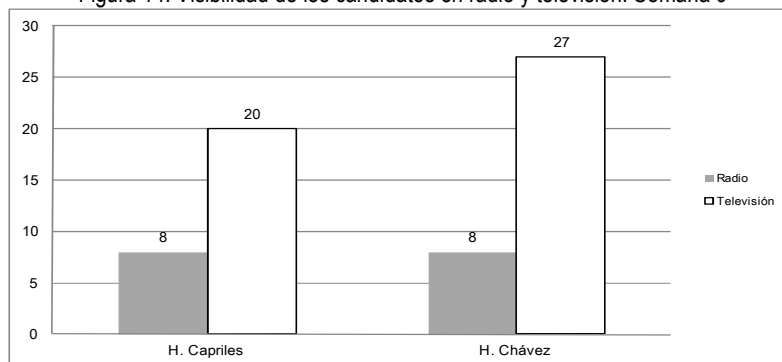


Comentario: A lo largo de estas 9 semanas de seguimiento, la visibilidad de Hugo Chávez ha ido aumentando en los diarios Correo del Orinoco y Últimas Noticias, aunque de manera mucho más irregular en el primero que en el segundo. En El Nacional a pesar de altibajos muy pronunciados, la tendencia revela un valor promedio que se mantiene a lo largo de las nueve semanas.

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 9



Comentario: Durante la semana 9, la cobertura de los dos candidatos no se diferencia en radio. H. Chávez esta más presente en televisión que el candidato opositor. Esta semana el Presidente realizó dos cadenas nacionales de radio y televisión.

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

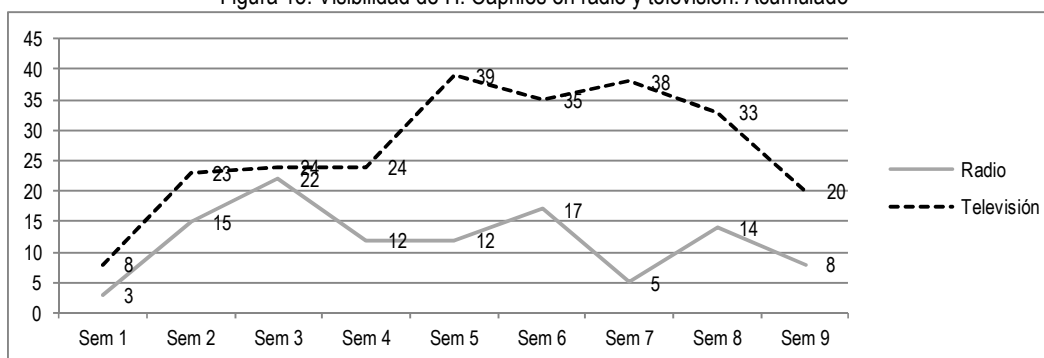
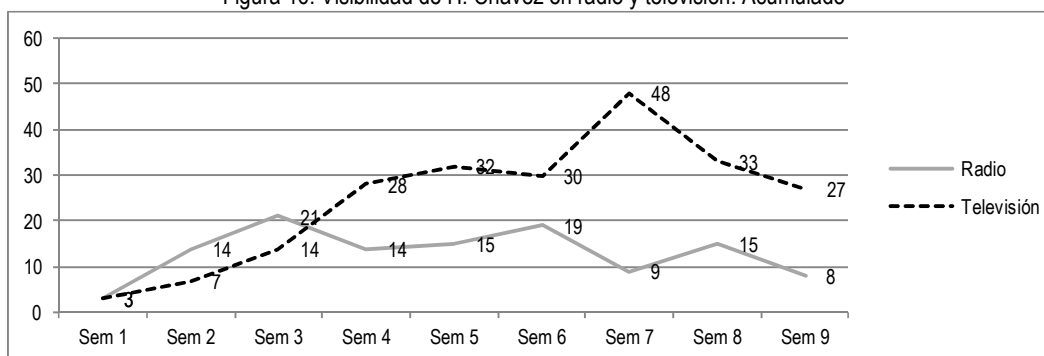


Figura 16: Visibilidad de H. Chávez en radio y televisión: Acumulado



Comentario: Ambos candidatos registran una disminución de su presencia en televisión desde la semana 7 y en radio desde la semana 8.

LOS CANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA: CONCLUSIONES

SEMANA 9

Hugo Chávez registra una mayor visibilidad en el conjunto de medios analizados que su contrincante Henrique Capriles. Se observa una presencia más trascendental a inicios de la semana que tiende a disminuir a medida que pasan los días. Tras la presentación del nuevo Reglamento General de la Ley Orgánica de Procesos Electorales que regirá la contienda electoral, el Consejo Nacional Electoral aumentó levemente su visibilidad en los medios.

H. Capriles esta más presente en prensa escrita, mientras que H. Chávez cuenta con mayor visibilidad en televisión. En radio, la presencia de ambos es baja.

La prensa nacional otorga el mismo tratamiento a ambos candidatos mientras que la prensa regional privilegia la cobertura de H. Capriles. Entre los periódicos nacionales, Últimas Noticias es el único que otorga un espacio similar a ambos candidatos. En El Nacional, diario de clara tendencia opositora, el candidato opositor esta mucho más presente que su contendor H. Chávez. La situación inversa se observa en el diario oficialista Correo del Orinoco donde H. Chávez predomina claramente sobre H. Capriles.

La cobertura de los dos candidatos no se diferencia en radio y H. Chávez esta más presente en televisión que el candidato opositor. Esta semana el Presidente realizo dos cadenas nacionales de radio y televisión.

SEMANA 9: PERFIL DE VISIBILIDAD MEDIÁTICA DE H. CAPRILES R.	SEMANA 9: PERFIL DE VISIBILIDAD MEDIÁTICA DE H. CHÁVEZ F.
Mayor visibilidad que Hugo Chávez: En la totalidad de los medios analizados, En los medios impresos, En la prensa regional y En el diario El Nacional	Mayor visibilidad que Henrique Capriles: En Correo del Orinoco y en televisión
Igual visibilidad que Hugo Chávez: En la prensa nacional, En el diario Últimas Noticias, En radio	Igual visibilidad que Henrique Capriles: En la prensa nacional, En el diario Últimas Noticias, En radio
Menor visibilidad que Hugo Chávez: En el conjunto de medios analizados En el diario Correo del Orinoco y En televisión	Menor visibilidad que Henrique Capriles: En la prensa regional y el diario El Nacional

EVOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

La visibilidad mediática de los dos candidatos sigue creciendo, aún cuando se registra para H. Chávez una disminución de presencia significativa desde hace dos semanas, y desde la semana pasada para H. Capriles.

Desde el inicio del estudio hace 9 semanas, se mantiene la tendencia de una mayor fortaleza del candidato H. Chávez en el medio televisivo y en el diario Correo del Orinoco. Sin embargo, el perfil de su presencia en los distintos medios de comunicación registra altibajos pronunciados que no parecen reflejar una estrategia mediática definida.

Por tercera semana consecutiva, se registra una presencia mayor del candidato Chávez en los primeros días de la semana que tiende a disminuir a medida que pasan los días.

Se confirma la tendencia de una mayor fortaleza del candidato Capriles en la prensa escrita y en la prensa regional y en grado menor en televisión, mientras que en radio mantiene niveles muy inferiores y con poco crecimiento.

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.