

## La prensa digital dominicana en la cobertura informativa. El caso de las elecciones de los diputados de ultramar 2012

Kenia del Orbe<sup>1</sup>

### Resumen

En este trabajo<sup>2</sup> analizamos la cobertura informativa que ofreció la prensa digital dominicana (*listindiario.com* y *DiarioLibre.com*), durante los últimos dos meses del proceso oficial de la campaña electoral de las elecciones presidenciales y diputados de ultramar de la República Dominicana del 20 de mayo de 2012. Establecemos un tratamiento informativo, centrándonos específicamente en las informaciones publicadas que estaban relacionadas con las elecciones de los diputados de ultramar, ya que estas permitieron que por primera vez los dominicanos residentes en el exterior pudieran tener una representación en el Congreso. En dichos comicios, ejercieron su derecho al voto, desde las circunscripciones: No.1 en Canadá y Estados Unidos; No.2 en El Caribe, Latinoamérica y Miami; y finalmente en la No.3 correspondiente a Europa. Desde las cuales eligieron al presidente y vicepresidente de la República, y asimismo a siete diputados de ultramar, que es donde nos centramos en esta investigación. El estudio se realizó desde la teoría de la *Agenda Setting* como marco teórico, utilizando el análisis de contenido digital como técnica de investigación y trabajada desde el método cuantitativo. Pretendemos conocer en qué medida los medios difundieron informaciones con las características antes citadas, para de esta manera descubrir hasta qué punto trataron de fomentar la participación política en el exterior con sus publicaciones.

### Palabras clave

- \*Campaña electoral
- \*Elecciones diputados de ultramar
- \*Teoría de la *agenda setting*
- \*Periódicos digitales
- \*Voto en el exterior

### Índice

1. El voto en el exterior, 2. Elecciones generales presidenciales y de diputados en el exterior, República Dominicana 2012, 3. Contexto económico, político y social en el que se celebran las elecciones en el extranjero, 4. Cobertura informativa, 5. La participación política y ciudadana, 6. La teoría de la *Agenda Setting*, 7. Investigación electoral, 8. Metodología, 9. Diseño de la investigación: Muestras y unidades de análisis, 10. Resultados, 11. Conclusiones. 12. Bibliografía, Documentación, Páginas web consultadas y Legislación

---

<sup>1</sup> Doctoranda en Política Comunicación y Cultura, en la Universidad Complutense de Madrid. [keniadelorbe@hotmail.com](mailto:keniadelorbe@hotmail.com)

<sup>2</sup> Una versión preliminar de este texto fue debatido en el XXVI Seminario Internacional AISOC, 8 y 9 de julio de 2013, Madrid, España. Agradecemos a los colegas los comentarios y aportaciones generados en la discusión, asimismo las observaciones realizadas por el comité de evaluación de *Derecom*.

## 1. El voto en el exterior

Con el voto en el exterior los países que incluyen esta forma de sufragio logran una mayor participación e integración de sus ciudadanos ausentes en los procesos políticos del país. A continuación describimos una breve panorámica sobre el origen del voto en el exterior y los países de América Latina que en la actualidad cuentan con este tipo de votación. Según el Instituto Federal Electoral de México:

La primera experiencia conocida de voto en el extranjero se llevó a cabo en 1862, cuando Wisconsin se convirtió en el primero de los estados de la Unión Americana que aprobó disposiciones para permitir el denominado voto ausente de los soldados. Fuera del contexto militar, el primer país en conceder este derecho fue Nueva Zelanda, que lo hizo en 1890 (Ellis Andrew, Navarro Carlos, 2007: 3, citado por Vargas, 2012: 1).

A partir de las fechas citadas anteriormente, se fueron sumando otros países que han contemplado en su Constitución esa modalidad de votación, para permitir a sus ciudadanos ejercer el derecho de elegir a los gobernantes de sus países de origen, que aunque no se encuentren presentes en el territorio pueden participar del proceso electoral.

En cuanto al caso del voto en el exterior en América Latina, hasta el 2012 solo 13 países son los que cuentan con regulaciones sobre este tipo de sufragio, y son: Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, y Venezuela (Escutia, 2013: 16).

Continuando con el análisis, según explica Escutia (Escutia, 2013:16), existen tres elementos que nos ayudan a explicar el origen y naturaleza de los mecanismos de voto en el exterior, estos se resumen en:

- 1) Su instrumentación obedece a una fuerte presión del ejecutivo/ legislativo, o incluso de grupos de potenciales votantes en el exterior.
- 2) Son resultados de los propios procesos de apertura y democratización, que se hacen eco de los cambios y mejoras aplicados a cada contexto nacional en aras de buscar una mayor legitimación de su régimen electoral.
- 3) Son ejercicios que pretenden extender el derecho al voto a comunidades que habitan fuera de las fronteras nacionales.

## 2. Elecciones generales presidenciales y de diputados en el exterior, República Dominicana 2012

En las elecciones presidenciales de la República Dominicana del año 2012, se hace efectivo que los dominicanos residentes en el exterior puedan elegir su representación en el Congreso Nacional, con la llamada elección de los diputados de ultramar, ya que en los años de 2004 y 2008, solo podían elegir al presidente y vicepresidente de la República, tal y como indica la Ley Electoral dominicana de 1997, cuyo artículo 82 establece que “los dominicanos residentes en el extranjero, en pleno ejercicio de sus derechos civiles y políticos, podrán ejercer el derecho al sufragio para elegir presidentes y vicepresidentes de la República”.

Es con la reforma a la Constitución de la República Dominicana del 26 de enero de 2010, que se da inicio a una nueva etapa: el derecho de los dominicanos que viven fuera del país a contar con representación en el Congreso Nacional. A partir de la introducción del artículo 81 en la nueva Constitución, la diáspora podrá elegir sus representantes en la Cámara de Diputados (Vargas, 2012: 1).

Es esto lo que conocemos hoy día como la elección de los diputados de ultramar.

La ley que regula la elección y distribución de los diputados de ultramar es la 136 de 2011. Tal y como lo contempla esta ley, en las elecciones presidenciales del 20 de mayo de 2012, se eligieron los siete diputados de ultramar que representan la diáspora dominicana residente en el extranjero, quienes legislarán durante cuatro años, y que tomaron posesión de sus cargos el 16 de agosto de 2012, junto al presidente y vicepresidente de la República.

Los mismos fueron distribuidos por tres circunscripciones de la siguiente manera: La primera circunscripción les corresponde a Canadá y Estados Unidos, donde se eligieron 3 diputados; la segunda abarca El Caribe, Latinoamérica y Miami, con 2 diputados; y por último la tercera para Europa, con 2 diputados, también, para un total de 7 diputados de ultramar divididos entre las tres circunscripciones (Ver cuadro 1, detalle de lugares de votación).

Cuadro 1

Circunscripción	Votaciones
No. 1	Canadá: Montreal y Toronto (Semanas antes fueron suspendidas en Canadá). EE.UU.: New York, Massachusetts, Rhode Island, New Jersey, Pennsylvania, Washington DC, Connecticut.
No.2	Curazao: Curazao EE.UU.: Miami Panamá: Panamá Puerto Rico: San Juan San Martín: San Marteen Venezuela: Caracas
No.3	España: Madrid, Barcelona, Valencia Holanda: Ámsterdam Italia: Milán Suiza: Zúrich

Fuente: Elaboración propia a partir de Ley Electoral Dominicana 136-11.

Según el reglamento para la elección de los diputados de ultramar que dictó la Junta Central Electoral (JCE), la responsabilidad de organizar las elecciones en cada una de las circunscripciones antes descritas estuvo a cargo de las llamadas Oficinas Coordinadoras de Logística Electoral (OCLEE).

Aunque varias semanas antes de realizarse las elecciones presidenciales y de los diputados de ultramar, el gobierno de Canadá, haciendo uso del principio de soberanía internacional, ordenó solo permitir las votaciones a nivel presidencial y no así para los diputados, ya que no permiten que se realicen elecciones para escoger a legisladores que representen en otra Nación a residentes en su territorio. Asimismo indicaron que como país tienen una ley que prohíbe que ocupen su área geográfica como circunscripción o jurisdicción de otro Estado.

La resolución llegó al gobierno dominicano vía Cancillería, según informó Roberto Rosario, presidente de la Junta Central Electoral Dominicana.

Los diputados de ultramar que salieron electos fueron: por la circunscripción No. 1: Alfredo Antonio Rodríguez Azcona, del Partido de Liberación Dominicana (PLD); José Ernesto Morel Santana y Rubén Darío Luna Martínez, ambos del Partido Revolucionario Dominicano (PRD).

En la Circunscripción 2, Adelis de Jesús Olivares Ortega, del Partido Revolucionario Dominicano (PRD) y Levis Suriel Gómez, del Partido de la Liberación Dominicana (PLD). Finalmente, en la circunscripción No. 3 fueron elegidos: Aurelio Agustín Mercedes Moscat, del Partido Revolucionario Dominicano (PRD), y Marcos Genaro Cross Sánchez, del Partido de la Liberación Dominicana (PLD).

Con los siete nuevos diputados, la Cámara de Diputados de la República Dominicana suma 190 asambleístas, una de las matrículas más elevadas de los congresos latinoamericanos.

### **3. Contexto económico, político y social en el que se celebran las elecciones en el extranjero**

La Junta Central Electoral Dominicana establece un periodo de tres meses antes de las elecciones para el proceso oficial de la campaña electoral, aunque desde un año antes ya los partidos políticos están en las calles con su campaña, tanto a nivel nacional como internacional.

Durante los tres meses de campaña, los diferentes partidos políticos participantes en la contienda se preparan para dar a conocer sus candidaturas, a través de las actividades públicas que realizan. Vemos que es un proceso de proselitismo un poco largo en comparación con otros países, tanto de América como de Europa, que establecen hasta 15 días antes de las elecciones, como es el caso de España por citar un ejemplo.

A continuación describimos una breve panorámica sobre lo que estaba sucediendo durante el período del proceso oficial de campaña. Sin embargo solo nos centraremos en destacar lo que de una forma u otra guardaba relación con las elecciones de los diputados de ultramar, entiéndase los dominicanos en el exterior.

Según el padrón electoral definitivo de la Junta Central Electoral, 238.649 dominicanos residentes en el exterior estaban habilitados para votar en las elecciones del 2012, lo que representó un 5.05% del 100% del total de los electores inscritos.

Este dato indica que una gran cantidad de dominicanos habilitados para votar no se encontraban en el país por diferentes circunstancias, entre ellas, económicas, familiares, por estudios, etc.

La economía de los tres países donde mayor cantidad de dominicanos se encuentran no andaba bien. Tal es el caso de la economía en EE.UU. que no se encontraba en sus mejores momentos, en tanto que Italia veía desplomarse su economía debido a la crisis que estaba afectando Europa. Por otra parte, España estaba sumergida en una de las peores crisis económicas de su historia, con una tasa de desempleo de un 24,44%, según cifras de la Encuesta de Población Activa (EPA), destacada en un artículo del medio digital *Intereconomía*: 15 de mayo 2012.

A pesar de ver y vivir la triste realidad que estaban afrontando los países citados, muchos dominicanos residentes en el exterior, así como los partidos políticos, sentían la necesidad de obtener una cuota que los pudiera representar en el Congreso y que, de esta forma, pudiera legislar a favor de los ausentes.

Por otra parte, otros nacionales decidían marcharse a República Dominicana, debido a que ya se habían quedado sin empleo, específicamente trabajadores del área de la construcción, que fue uno de los sectores más golpeados con la recesión española.

En cuanto a los partidos políticos participantes en la contienda del exterior, en varias ocasiones el Partido Revolucionario Dominicano (PRD), entre otros, denunció públicamente que el partido oficialista del PLD estaba usando los fondos públicos para patrocinar la propaganda política utilizada durante el proceso oficial de la campaña electoral.

Otro tema que protagonizaron los partidos políticos fue el hecho de denunciar ante el organismo de la Junta Central Electoral desplazamientos masivos en el último corte del padrón electoral exterior.

#### 4. Cobertura informativa

*El Diccionario de la Comunicación* define la cobertura informativa como “disposición suficiente de los recursos humanos y de todo tipo para cubrir las necesidades informativas de un acontecimiento según las características del medio difusor”(De la Mota, 1988:143).

La cobertura informativa durante un proceso de campaña electoral tiene un significado sumamente importante para los ciudadanos que ejercerán el derecho al voto, ya que en los medios de comunicación recae la gran responsabilidad de mantener a los ciudadanos informados durante todo el proceso. De esta manera los medios permiten que los votantes conozcan las diferentes propuestas y proyectos que presentan los candidatos que participan en las elecciones.

En ese sentido, podemos decir que durante un proceso electoral tanto el medio de comunicación, como los grupos o partidos políticos se necesitan recíprocamente, ya que al político lo que le interesa es llegar a aumentar el número de simpatizantes y al medio aumentar su popularidad en la audiencia, por lo que esta relación de convenio existente entre las dos partes hace finalmente que los ciudadanos que van a participar en la contienda electoral estén informados de los proyectos y propuestas de los candidatos, como explicamos anteriormente.

#### 5. La participación política y ciudadana

A raíz de que la participación es un concepto esencial para el estudio, tanto teórico como empírico de la política, ha jugado un papel particularmente señalado en los análisis de la democracia. En ese sentido las teorías de las democracias pueden dividirse entre las que hacen hincapié en la participación ciudadana y las que la limitan (Bogdanor, 1991:510).

Siguiendo ese orden, podemos decir que la participación política no es más que la acción en las que los ciudadanos de un país toman partido en las tomas de decisiones de un Estado democrático.

Pues bien, en ese sentido esa acción de los nacionales del país es ejecutada a través de su participación activa en los procesos electorales, entiéndase el momento de las elecciones, que es donde mayor cantidad de personas participan.

En cuanto a la participación política se refiere, en nuestro caso de estudio, vemos que la Constitución dominicana de 2010 otorga participación a sus nacionales residentes en el exterior para elegir a los legisladores que los representan en el Congreso. Todo esto tiene su explicación en que el 5% de los dominicanos habilitados para votar residen en el exterior. Aunque aún no se encuentren en territorio nacional, los dominicanos mantienen contacto directo con el país. Por tal razón el gobierno dominicano se vio obligado a facilitar su integración en las tomas de decisiones del sistema político.

Por otra parte, la participación política ciudadana se ve reflejada también en las iniciativas de proponer y demandar el cumplimiento de ciertas políticas públicas, que de una manera u otra

sean de gran beneficio para los ciudadanos. Para sus demandas se valen de varios recursos, entre ellos se encuentran el uso de las llamadas manifestaciones multitudinarias, protestas huelguistas, entrega de proyectos a las autoridades competentes, recogida de firmas, etc.

## 6. La teoría de la *Agenda Setting*

El marco teórico de esta investigación está sustentado en la teoría de la *agenda setting*, y dentro de ésta, en la agenda que establecen los medios.

Para hablar de la *agenda setting*, se hace necesario citar quizás la frase que mejor la define: “La prensa no tiene éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tiene que pensar” (Cohen, 1963:13, citado por Rodríguez, 2004:15). Con esta definición vemos que los medios tienen como objetivo transferir a sus lectores aquellos temas que a ellos les interesan que pasen a formar parte de la opinión pública dentro de una sociedad.

Por otra parte, según explica la investigadora Canel, “la teoría de la *agenda-setting* ha constituido un importante paso en la investigación sobre los efectos de los medios. En su fórmula más simple la teoría afirma que los medios de comunicación son efectivos en el sentido de que consiguen transferir a la audiencia la importancia que otorgan a los temas de cobertura” (Canel, 1999:188).

A partir de esta formulación, quisimos conocer la cobertura informativa que ofreció la prensa digital dominicana (*listindiario.com* y *DiarioLibre.com*). En nuestro caso nos centramos en analizar específicamente la agenda de los medios.

La importancia que tiene analizar la prensa escrita recae en su efectividad, “Beton y Frazier, 1976, define a la prensa como más efectiva en establecer la agenda de temas en los niveles más profundos del conocimiento”, (citado por Canel, 1999:190).

## 7. Investigación electoral

En la historia de la investigación electoral nos encontramos con dos estudios electorales que han marcado la investigación en comunicación de masas. Son ellos *The People's Choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign* (1944), de P.F. Lazarsfeld, B. Berelson y H. Gaudet, y *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign* (1954), de P.F. Lazarsfeld, B. Berelson y W.N. McPhee, (citado por Monzón, 2006:293).

A propósito de hablar del establecimiento de la agenda por parte de los medios y la influencia en las audiencias, el periodista norteamericano Walter Lippmann presentó en el siglo pasado un esbozo de esta idea en su libro *Public Opinion...* Sin embargo, no usa el término *agenda setting* ni ofrece pruebas empíricas de esta influencia de los medios de comunicación en las percepciones que tiene la gente de los asuntos políticos del mundo. En cambio Maxwell McCombs y Donal Shaw fueron los primeros en presentar pruebas empíricas de esta influencia, así como el término *agenda setting*, en su estudio sobre los votantes indecisos en Chapel Hill, Carolina del Norte, durante las elecciones presidenciales estadounidense de 1968 (McCombs y Luna Pla, 2003:27-28).

En la actualidad la investigación de medios de comunicación durante procesos de campañas electorales ha tomado un gran auge, debido a que en el siglo XXI los ciudadanos tienen acceso a la información de los medios por diferentes vías. Por tal razón analizamos aquí la prensa digital.

## 8. Metodología

### Planteamiento del problema

En este trabajo nos planteamos conocer la cobertura informativa que ofreció la prensa digital dominicana (*listindiario.com* y *DiarioLibre.com*) a los últimos dos meses de campaña electoral comprendidos del 18 de marzo al 18 de mayo, de las elecciones presidenciales y diputados de ultramar del 20 de mayo 2012. En nuestro caso nos limitamos solo a las informaciones referidas a la elección de los diputados de ultramar.

### Objetivos

El objetivo general de esta investigación fue conocer la cobertura informativa que ofrecieron los diarios digitales (*listindiario.com* y *DiarioLibre.com*), sobre las elecciones de los diputados de ultramar, como forma de promover la participación política en el exterior.

Como primer objetivo específico, nos planteamos descubrir cuáles fueron los temas en los que se centraron los dos medios digitales.

Nuestro segundo objetivo específico fue conocer el tratamiento que recibieron los partidos políticos que participaron en dicho proceso.

## 9. Diseño de la investigación: Muestras y unidades de análisis

Nuestra población objeto de estudio fueron los diarios online: *listindiario.com* y *DiarioLibre.com*. Se eligieron debido a que estos medios poseen un gran alcance de lectores a través de sus web, tanto a nivel nacional como internacional, citándose entre los dos más visitados del país de acuerdo a los números de visitas que registran a diario. Sustentado por Alexa Internet, la subsidiaria de la compañía Amazon.com, con base en California, conocida por operar en el sitio web Alexa.com, la misma provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe una web dada, en ese sentido, en diciembre del 2011, a 5 meses de celebrarse las elecciones de los diputados de ultramar, situó al diario digital *listindiario.com* en la primera posición de los 15 diarios más visitados en República Dominicana y, en segundo lugar, al *DiarioLibre.com*, (Peguero, 2011).

Por otra parte, los dos diarios poseen un mecanismo de búsqueda de información de sus archivos digitales mucho más amplia y detallada, por lo que facilitaron el proceso de selección de las informaciones analizadas en la investigación; ambos permiten utilizar la opción de búsqueda de manera gratuita; permiten que los lectores puedan compartir la información en las dos redes sociales más utilizadas, como son Twitter y Facebook, y asimismo poseen cuentas en las dos citadas redes sociales.

Se analizó la prensa digital porque, en la llamada “sociedad de la información”, es a este tipo de formato que los dominicanos residentes en el exterior tienen acceso a través de internet. Las muestras de análisis fueron las informaciones publicadas en los diarios online (*listindiario.com* y *DiarioLibre.com*) durante los últimos dos meses del proceso oficial de campaña electoral (del 18 de marzo al 18 de mayo de 2012), y en cuyos titulares se encontraran algunas de las siguientes palabras claves: Elecciones exterior, voto exterior, diputados de ultramar, diáspora y votación, padrón del exterior, entre otras, y que el titular mantuviera una relación directa con las elecciones de los diputados de ultramar. Por lo que el acceso de búsqueda de las informaciones seleccionadas se realizó a través de los siguientes criterios:

- a) Búsqueda de palabras clave y relacionadas
- b) Fecha de publicación

Cumpliendo con estos criterios de búsqueda antes descritos, encontramos un total de 33 unidades de análisis, de las cuales 15 de ellas correspondían al *listindiario.com* y 18, al *DiarioLibre.com*.

#### Procedimientos del análisis

Para poder obtener las 33 unidades de análisis, se revisaron todos los contenidos de un total de 124 ediciones digitales, que fueron publicadas en los portales de los medios analizados durante los últimos dos meses del proceso oficial de la campaña electoral. Las 124 ediciones digitales revisadas estaban distribuidas entre los dos medios (62 correspondiente al *listindiario.com* y las 62 restantes, al *DiarioLibre.com*).

A través de la técnica de investigaciones del análisis de contenido digital, posteriormente, procedimos a aplicar una ficha de análisis a cada una de las unidades encontradas (Véase la ficha de análisis en los anexos).

#### Composición de la ficha de análisis

Indicadores de identificación: Con esta categoría se identificaba el número de unidad de análisis establecido, medio de comunicación y la fecha de la publicación.

Indicadores relacionados con la relevancia de la noticia: Con esta categoría se medía el tamaño de la información, se definía su contenido iconográfico, audio, video y si incluían comentarios por parte del lector.

Indicadores relacionados con los criterios de selección: Aquí se determinaba la clasificación temática o el tema principal de la información.

Indicadores relacionados con el tratamiento de los acontecimientos: Con esta categoría se establecía el género, y la tendencia o inclinación del diario de comunicación sobre el personaje político principal.

Indicadores relacionados con el personaje: Finalmente se identificaron los actores/ personajes políticos y sociales sobresalientes en la información, así como el personaje político principal.

Para aplicar la ficha de análisis compuesta por 12 variables, trabajamos con un libro de código. Después de aplicar la ficha de análisis a cada unidad, procedimos a introducir los datos obtenidos en el sistema informático SPSS que permite analizar datos.

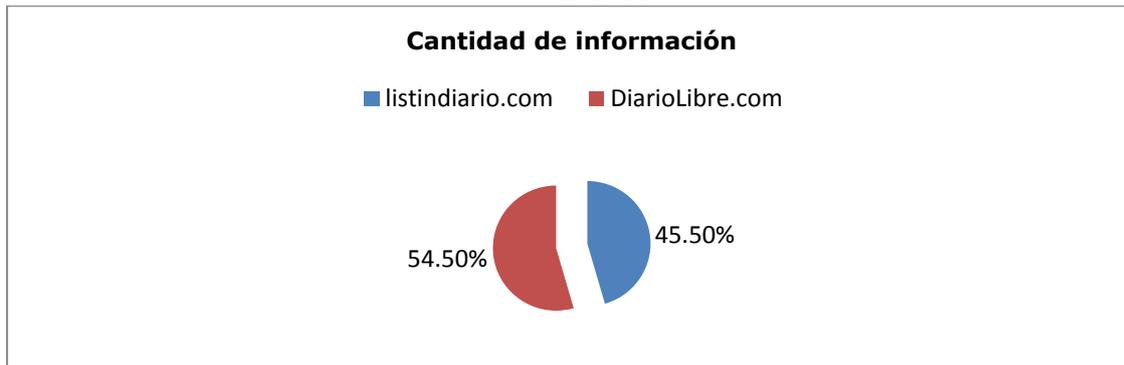
## 10. Resultados

A continuación presentamos el análisis de los principales resultados obtenidos en esta investigación, a través de la técnica de análisis de contenido digital.

#### Cobertura informativa

En cuanto a la cantidad de información, los resultados indicaron que el medio digital que mayor información publicó en los últimos dos meses de campaña fue el *DiarioLibre.com* con 54,5 %, lo que significa unas 18 publicaciones, mientras que el *listindiario.com* alcanzó el 45,5 %, para un total de 15 publicaciones.

Gráfico 1

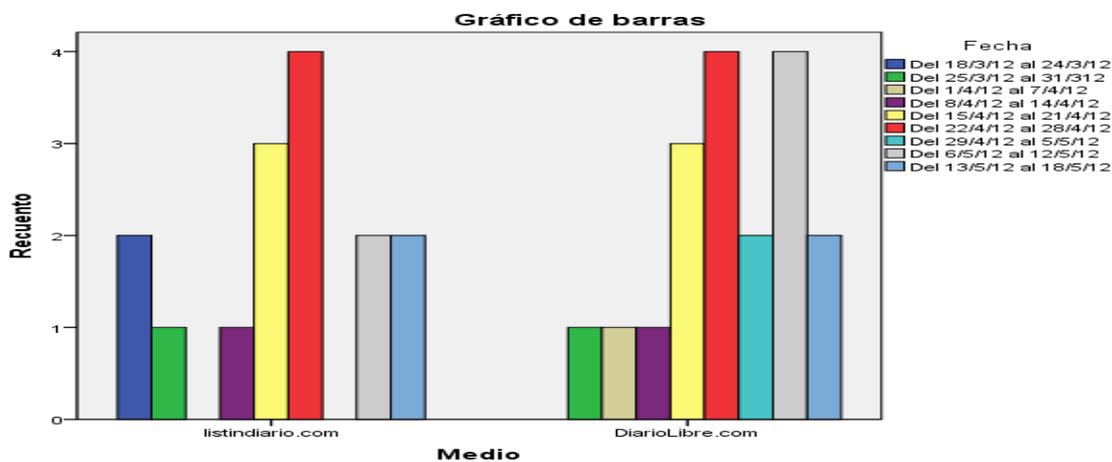


Con los resultados de 33 informaciones en total que fueron publicadas entre los dos medios digitales analizados durante los últimos 62 días de campaña electoral, vemos que ambos medios ofrecieron muy poca cobertura al proceso de campaña. Esto demuestra que los lectores, entiéndase los ciudadanos dominicanos residentes en el extranjero, recibieron poca información sobre las elecciones para elegir a los diputados de ultramar, quienes los representan en el Congreso de la República.

#### Fecha de publicación

Al analizar las fechas de publicación de las informaciones, descubrimos una similitud entre los dos medios analizados, ya que la semana en que mayor información se publicó fue la comprendida del 22 al 28 de abril de 2012. En el gráfico número 2, podemos ver que el *listindiario.com* y el *DiarioLibre.com* publicaron 4 informaciones durante esa semana.

Gráfico 2  
Semana de publicación



Es decir, con la variable fecha analizada, vemos que la mayor cantidad de información publicada durante todo el proceso, se produjo tres semanas antes de las elecciones para elegir a los diputados de ultramar. Este dato explica que mientras más cerca de las elecciones menos información publicaron los diarios digitales.

#### Espacio de la información

Como podemos ver en la tabla No. 2, la medida más utilizada para medir el espacio en las informaciones publicadas, el medio *listindiario.com*, usó como más frecuente la que comprende entre 301 y 400 palabras. En cambio, el *DiarioLibre.com* utilizó en la mayoría de las informaciones la medida más pequeña que abarca de menos 200 a 301 palabras.

Esto explica que el *listindiario.com* dedicó mayor número de espacio a la mayoría de las notas publicadas, lo que refleja que este medio a pesar de haber publicado menos información, logró ofrecer un contenido más amplio y detallado a sus lectores.

Tabla 2  
Espacio de la información

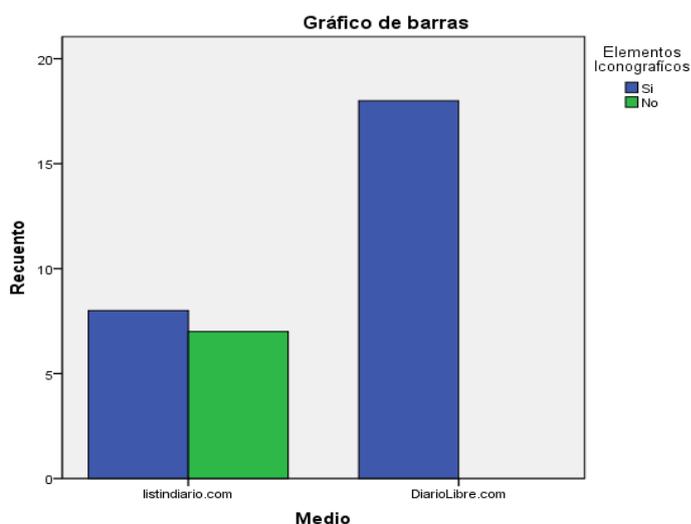
Variable espacio	Medios	
Tamaño	<i>listindiario.com</i> Frecuencia	<i>DiarioLibre.com</i> Frecuencia
De menos de 200 a 301 palabras	4 informaciones	6 informaciones
De 301 a 400 palabras	7 informaciones	4 informaciones
De 401 a 500 palabras	1 información	3 informaciones
De 501 a 600 palabras	1 información	1 información
De 601 a 700 palabras	1 información	4 informaciones
De 1101 a 1200 palabras	1 información	0 información
<b>Total 100%</b>	<b>15 informaciones</b>	<b>18 informaciones</b>

### Elementos iconográficos

Al medir los elementos iconográficos utilizados por los dos diarios digitales, encontramos una gran diferencia. Los resultados muestran que el *DiarioLibre.com* utilizó en sus 18 informaciones publicadas elementos iconográficos, para de esta forma complementar sus informaciones con imágenes fotográficas, y poder así lograr llamar la atención de sus lectores. En cambio en el *listindiario.com*, de 15 informaciones publicadas, solo 8 contenían elementos iconográficos.

Con esta variable, deducimos que mientras más elementos iconográficos presenta un medio de comunicación, más relevancia le otorga a la información. En ese sentido vemos como el *listindiario.com* carece de esta herramienta en gran parte de las informaciones publicadas, en comparación con el *DiarioLibre.com*.

Gráfico 3  
Elementos iconográficos



## Elementos de audio y video

Con la variable de audio y video, encontramos nuevamente una gran similitud entre los medios analizados. Como vemos en la tabla número 3, ni el *listindiario.com*, ni el *DiarioLibre.com* utilizaron los elementos de audio y video para complementar las informaciones publicadas.

Lo que demuestra que, en la llamada “sociedad de la información”, la prensa digital dominicana más leída, tanto por los dominicanos ausentes, como por los que tienen presencia en el territorio, se mantiene al margen de las nuevas herramientas tecnológicas que utiliza en la actualidad el periodismo digital.

Tabla 3  
Elementos de audio y video

Medios	Elementos de audio/video		Total
	Sí	No	
<i>listindiario.com</i>	0	15	15
<i>DiarioLibre.com</i>	0	18	18
<b>Total</b>			33

## Comentarios de lectores

Los lectores que más comentaron las publicaciones fueron los del *listindiario.com*, ya que de las 15 informaciones publicadas, 8 de ellas contenían comentarios. En cambio de las 18 publicadas por el *DiarioLibre.com*, tan solo 5 recibieron comentarios.

Esto se traduce en que los lectores del *listindiario.com* se vieron más motivados a comentar, mostraron más interés y, por ende, utilizaron una de las herramientas más importantes del periodismo digital, que permite la interacción del público en la forma que exponen sus comentarios.

Asimismo, mientras más opiniones recibe el medio digital, mejor puede valor la aceptación o rechazo de las publicaciones por parte del público.

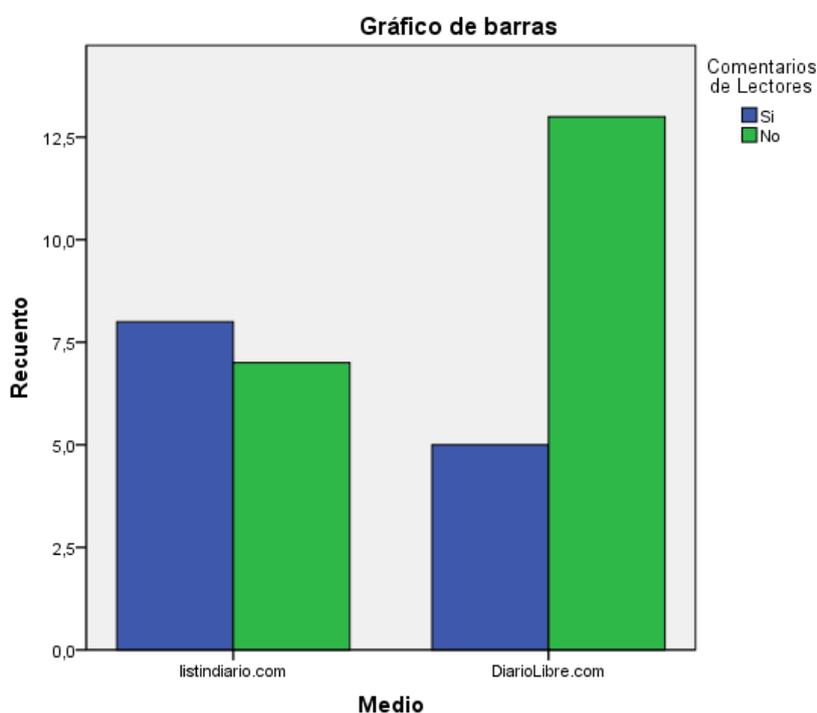


Gráfico 4  
Comentarios de lectores

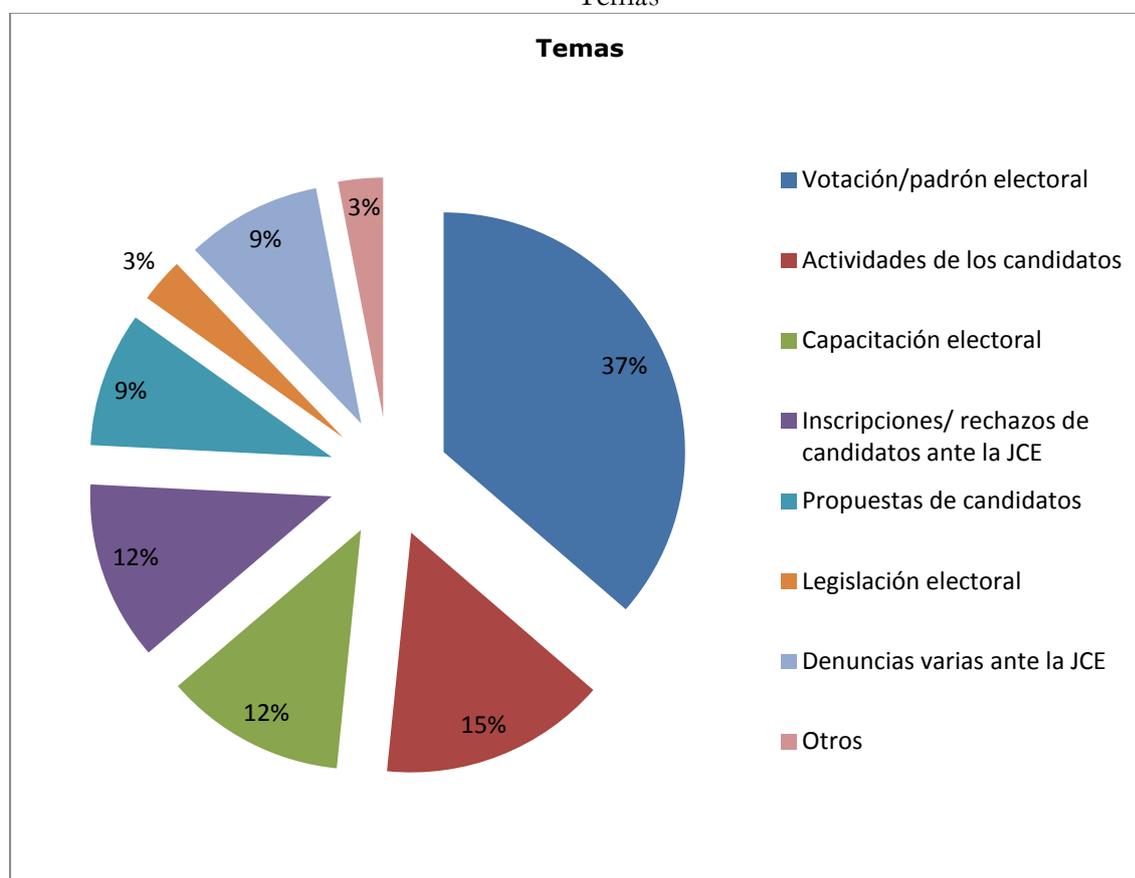
## Temas

Según visualizamos en el siguiente gráfico de sectores número 5, los cuatro temas que protagonizaron las informaciones durante los últimos dos meses de campaña electoral fueron, en primer lugar, votación/padrón electoral; en segundo lugar, actividades de los candidatos; y en tercer lugar quedaron, capacitación electoral e inscripciones/rechazos de candidatos.

Con estos datos vemos como los medios, haciendo uso de uno de los principales objetivos de la de la *agenda setting*, lograron transferir a sus lectores los temas que a ellos les parecieron interesantes durante el proceso electoral.

A pesar de la poca cobertura que dieron los medios digitales a las elecciones de los diputados de ultramar, por lo menos el mayor número de informaciones estuvo relacionado con la jornada de votación y padrón electoral y la fuente principal de dichos temas fue la Junta Central Electoral, por lo que podemos decir que los ciudadanos recibieron información oficial del proceso, mientras que las actividades de los candidatos quedaron en un segundo plano.

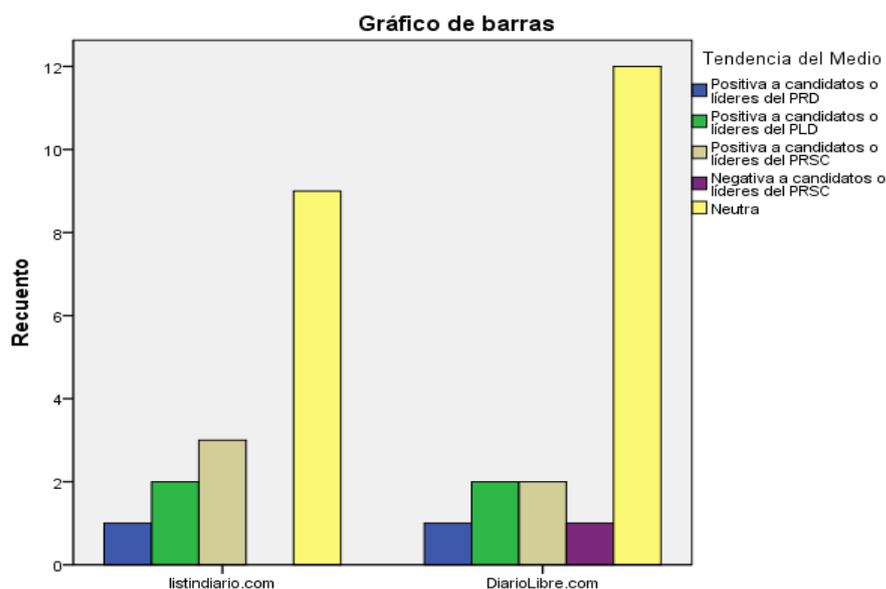
Gráfico 5  
Temas



## Tendencia del medio de comunicación

De acuerdo con las publicaciones, en las tendencias mostradas por los medios de comunicación analizados, podemos ver que según el gráfico 6, ambos mantienen ciertas similitudes, ya que las principales tendencias que mostraron coinciden. En primer lugar, se mantiene neutra; en segundo lugar, favorable a candidatos o líderes del Partido Reformista Social Cristiano (PRSC); en tercer lugar, favorable a los candidatos o líderes del Partido de la Liberación Dominicana (PLD); y, en un lejano cuarto lugar, favorable a candidatos o líderes del Partido Revolucionario dominicano (PRD).

Gráfico 6  
Tendencia de los medios



Como vemos, la principal tendencia mostrada por dos medios de comunicación fue neutra. La misma tiene su explicación en que, en la gran mayoría de las informaciones, el protagonista fue el organismo oficial de la Junta Central Electoral, y, por ende, como los diarios no hablaron tanto de los partidos y de los candidatos, los resultados fueron la tendencia neutra.

Por otra parte, vemos que los diarios digitales no destacaron la participación de los partidos minoritarios en la cobertura electoral, salvo a mínimas excepciones que hacían mención de estos cuando se referían a los partidos políticos en general.

## 11. Conclusiones

Después de analizar los resultados obtenidos en la investigación realizada, llegamos a las siguientes conclusiones:

- Los diarios digitales analizados dieron poca cobertura al proceso electoral de las elecciones de los diputados de ultramar, y dentro de esa poca cobertura el diario que mayor información publicó fue *DiarioLibre.com*.
- El papel de la prensa digital dominicana en la cobertura informativa como promoción de la participación política del voto en el exterior, caso de las elecciones de los diputados de ultramar, no fue tan relevante, porque los ciudadanos dominicanos residentes en el extranjero no recibieron una gran cantidad de información por parte de los dos diarios digitales más leídos (*listindiario.com* y *DiarioLibre.com*).
- Debido a la poca cobertura informativa durante del proceso antes descrito, podemos decir que, en caso de que los candidatos hayan realizados varias actividades para dar a conocer el programa que desarrollarían de resultar electos en la contienda, concluimos dos cuestiones: en primer lugar, no implementaron una buena gestión con los medios, o en segundo lugar, los medios decidieron no publicar gran cantidad de informaciones referentes al proceso, y solo se limitaron en gran parte a publicar las declaraciones que emitía la Junta Central Electoral.

- En el siglo XXI, la prensa digital dominicana más leída, representada por los diarios digitales *listindiario.com* y *DiarioLibre.com*, se mantiene obsoleta en cuanto al uso de las herramientas de audio y video en las publicaciones que realizaron durante el proceso de campaña electoral, ya que de 33 informaciones analizadas en este estudio, en ninguna pudimos encontrar las citadas herramientas tecnológicas que han revolucionado el periodismo digital.
- Los principales temas que trataron los diarios en la campaña fueron: votación / padrón electoral; actividades de los candidatos; capacitación electoral e inscripciones/rechazos de candidatos.
- La principal tendencia fue neutra, debido a que el grueso de las informaciones estuvo sustentada en las declaraciones que ofrecía el organismo de la Junta Central Electoral.

## 12. Bibliografía, Documentación, Páginas web consultadas y Legislación

- Bogdanor, Vernon, (1991). *Enciclopedia de las instituciones políticas*. Alianza Editorial, Madrid, España.
- Canel, María José, (1999). *Comunicación política: Técnicas y estrategia para la sociedad de la información*. Tecno, Madrid.
- De la Mota, Ignacio H, (1988). *Diccionario de la comunicación: Televisión, Publicidad, Prensa, Radio*. Tomo I. Editorial Paraninfo S.A. Madrid, España.
- Escutia Orta, José Luis, (2013). Perspectiva comparada del voto en el extranjero en 18 países de América Latina. *Mundo Electoral*, año 6, No. 16, enero 2013.
- Monzón, Cándido, (2006). *Opinión Pública, Comunicación y Política*, segunda edición, Tecnos, Madrid.
- McCombs, Maxwell y Luna Pla, Issa, (2003). *Agenda-Setting de los medios de comunicación*, Universidad Iberoamericana Ciudad de México.
- Peguero, José, (2011), *Lista de las 15 páginas informativas más visitadas en R.D. según Alexa.com*, disponible en <http://www.ensegundos.net/2011/12/11/lista-de-las-15-paginas-informativas-mas-visitas-en-rd-segun-alexa-com/>
- Rodríguez Díaz, Raquel, (2004). *Teoría de la agenda-setting: Aplicación a la enseñanza universitaria*, CEE Limencop, S.L. España.
- Vargas, Yamil, (2012). *Dominicanos en el exterior: de la participación a la representatividad*, portal Observatorio Político Dominicano.

### Páginas web consultadas

Periódico digital dominicano, *listindiario.com*

<http://www.listin.com.do/>

Periódico digital dominicano, *DiarioLibre.com*

<http://www.diariolibre.com/index.php?l=1>

Cámara de Diputados de la República Dominicana

[http://www.camaradediputados.gob.do/app/app\\_2011/cd\\_org\\_pleno.aspx](http://www.camaradediputados.gob.do/app/app_2011/cd_org_pleno.aspx)

Voto Dominicano en el Exterior: Junta Central Electoral Dominicana

<http://jce.gob.do/votoexterior/Cont%C3%A1ctenos.aspx>

Junta Central Electoral Dominicana

<http://www.jce.gob.do/Portada.aspx>

Instituto Nacional de Estadística, España

<http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0312.pdf>

Diario digital español *intereconomia.com*

<http://www.intereconomia.com/noticias-negocios/macro/tasa-paro-espana-triplica-ocde-20120515-0>

### Legislación

*Constitución Dominicana*, (2010). Santo Domingo, República Dominicana.

*Ley electoral dominicana 136-2011*. Santo Domingo, República Dominicana.