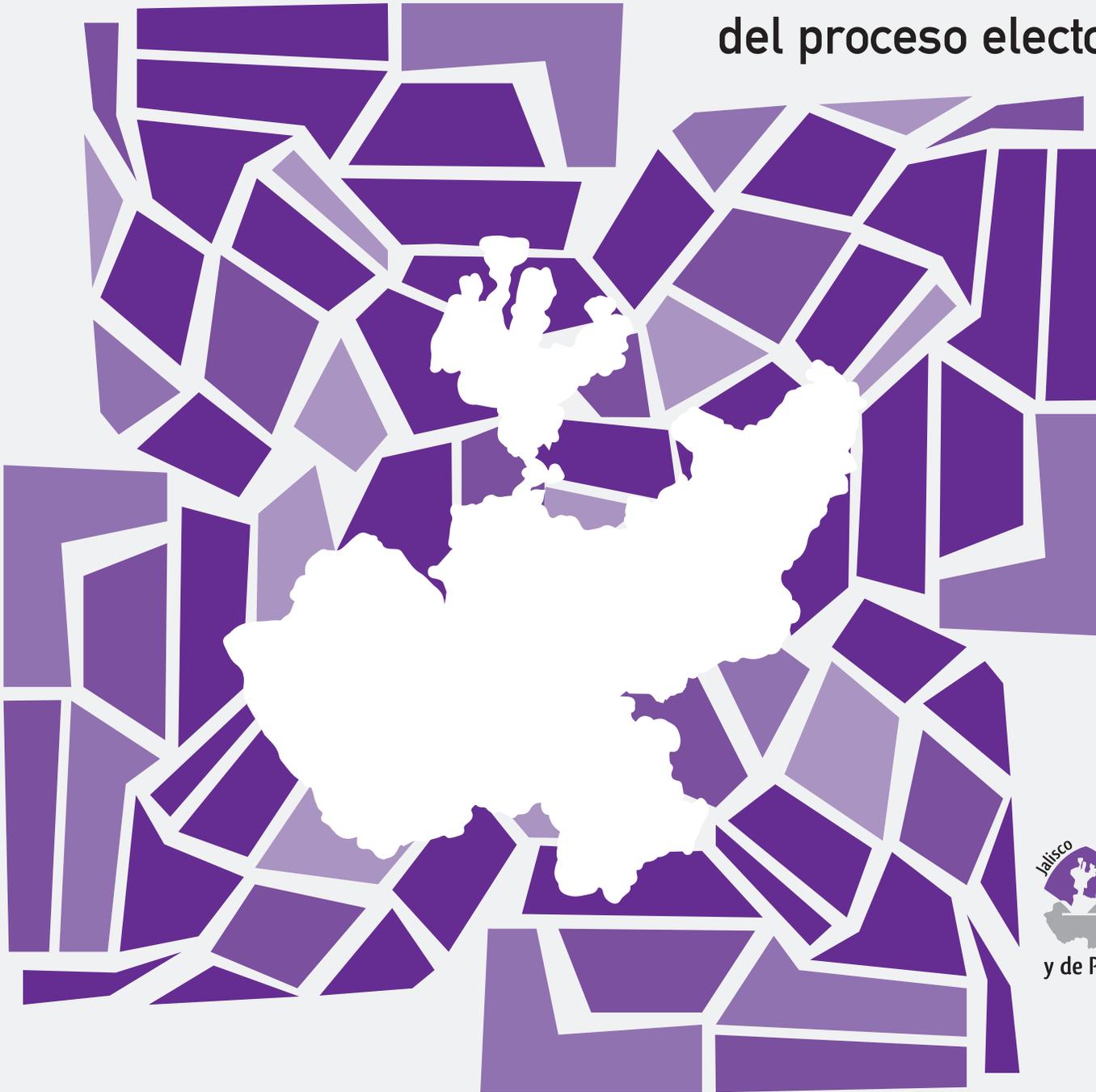


MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021

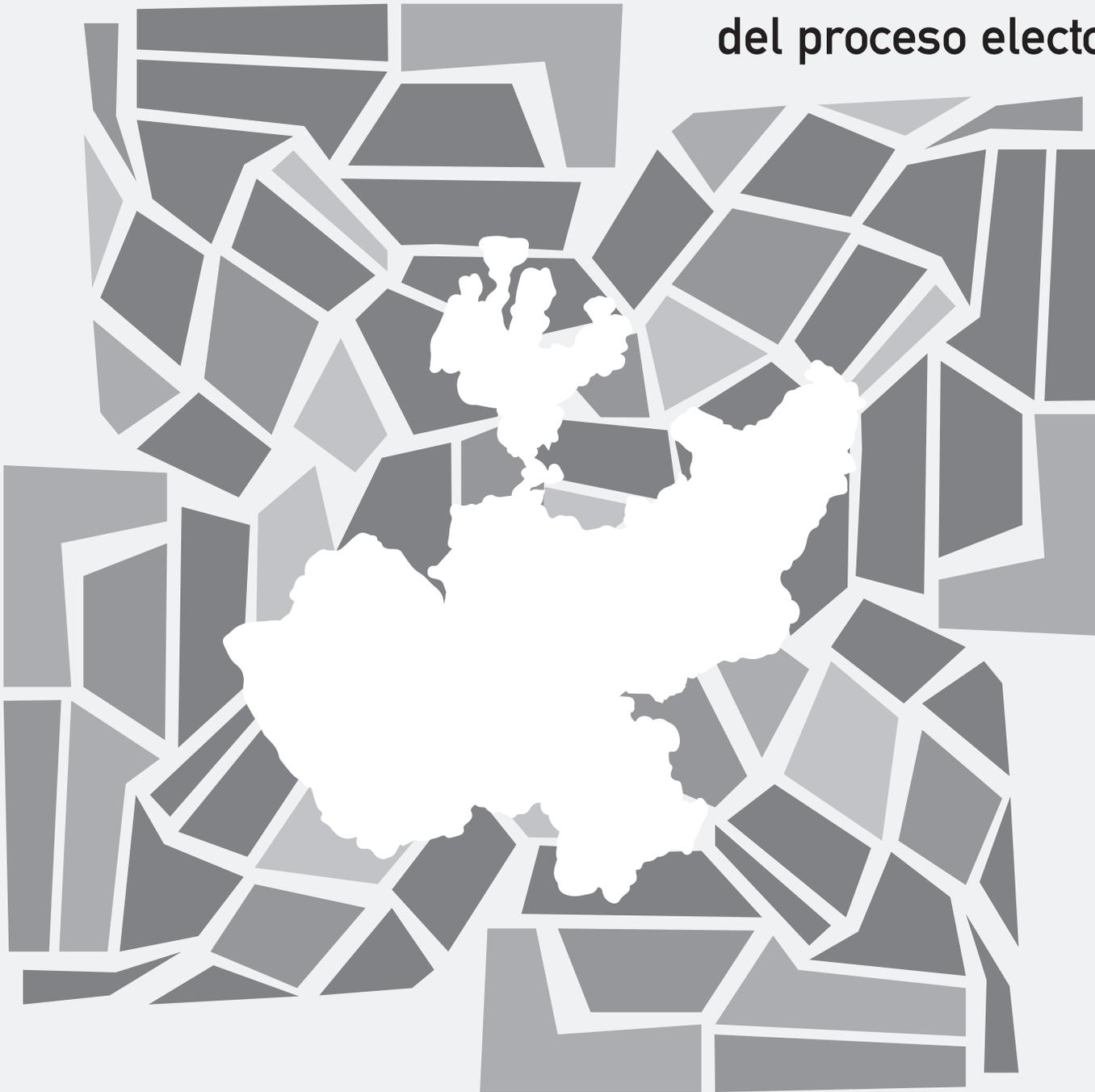


Informe parcial 5
23 al 29 de mayo



MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021



Informe parcial 5
23 al 29 de mayo

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Rector

Dr. Luis Arriaga Valenzuela SJ

Dirección General Académica

Dra. Catalina Morfín López

Jefe del Departamento de Estudios Socioculturales

Mtro. Enrique Páez Agraz

Coordinador general del proyecto

Dr. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Coordinadora ejecutiva

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Diseño de la investigación

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Gestora del proyecto

Lic. Delta Cecilia Ponce González

Gestión interinstitucional

Ing. Alejandro Vigna Pérez

Lic. Maricela Huerta Hurtado

Equipo de monitoristas:

Lic. Katia Diéguez Martínez

Lic. Vanessa Ortiz González

Natalia Guadalupe Ayala España

Lic. Lesly Daniela Avilés Padilla

Lic. Fabiola Beatriz Gómez Cordero

Lic. Luis Daniel Vázquez Salcedo

Lic. Balila Fernanda Schmal Camarena

Lic. Luis Enrique Morales Ruiz

Lic. Pedro Raúl Encinas Aguilar

Supervisores:

Lic. José Ramón Becerra Zendejas

Mtra. Perla Araceli Blas Alvarado

Analista de información

Lic. Luis Eduardo Luna Bernal

Redacción

Mtro. Jaime Iván González Vega

Cuidado de edición

Dr. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Diseño

Mtra. Laura Zerón Medina Rizo

Índice

Introducción	6
I. Antecedentes	10
Acerca de ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura	
Acerca de la realización de comicios en el contexto de la pandemia por covid 19	
Acerca de los medios de comunicación impresos en Jalisco	
II. Diseño y criterios metodológicos	14
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Universo	
Criterios metodológicos	
III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos del Proceso Electoral Local 2021 en el Estado de Jalisco durante el periodo del 23 al 29 de mayo de 2021	16
Datos generales del monitoreo	
Espacio periodístico dedicado a las elecciones	
Encuadres y su distribución en las piezas informativas	
Menciones a “guerra sucia”	
IV. Partidos políticos	25
Tratamiento a los partidos políticos	

V. Género y uso de lenguaje incluyente	28
Candidatas y candidatos en las piezas informativas	
Posibilidades de ganar y propuestas de campaña	
Presencia de estereotipos de género	
VI. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos indígenas	34
VII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipios	35
Tratamiento a candidatas y candidatos	
Propuestas y temas	
Zapopan	
Guadalajara	
Puerto Vallarta	
VIII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a diputaciones locales	44
Distrito 19	
Distrito 5	
Distrito 10	
Distrito 11	
IX. Encuestas	51
X. Conclusiones	54

Introducción

Como resultado de la convocatoria publicada por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPCJ), el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) fue designado por dicha autoridad electoral para ofrecer el servicio profesional y académico de monitoreo de medios informativos impresos. El periodo de campañas comprende del 4 de abril al 2 de junio de 2021, y durante ese lapso se elaborarán y entregarán seis informes parciales; además, una vez concluido el proceso electoral, se publicará un informe final de los resultados del periodo completo de monitoreo comprendido del 4 de abril al 7 de junio de 2021. Estos informes son de carácter público, por lo que el IEPCJ los dará a conocer en su sitio web oficial.

Este monitoreo responde a los lineamientos técnicos aprobados por el Consejo General de la autoridad electoral local en el Acuerdo IEPC-ACG-025/2021 y precisados luego con modificaciones que fueron aprobadas según el Acuerdo IEPC-ACG-044/2021. Los aspectos más sobresalientes del proceso de observación y codificación de la información en medios impresos son los siguientes: el proceso electoral local; partidos políticos en Jalisco; candidatas

y candidatos a municipales de cada uno de los 125 de municipios de Jalisco; candidatas y candidatos a cada una de las 20 diputaciones de mayoría relativa en el Congreso local; candidatas y candidatos a cada una de las 18 diputaciones de representación proporcional del Congreso local. Cada candidata y candidato debe pertenecer a algún partido político, coalición y/o tener su registro oficial como candidato o candidata independiente.

Al mismo tiempo, y con arreglo a los lineamientos técnicos aprobados por el IEPCJ en el Acuerdo IEPC-ACG-025/2021 y las modificaciones aprobadas en el Acuerdo IEPC-ACG-044/2021, se incorporó al monitoreo la perspectiva de género en materia de violencia política contra las mujeres, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 41 Bis de la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, que establece que corresponde al IEPCJ:

- Promover la cultura de la no violencia en el marco del ejercicio de los derechos políticos y electorales de las mujeres.
- Incorporar la perspectiva de género al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias, durante los procesos electorales, y
- Sancionar, de acuerdo con la normatividad aplicable, las conductas que constituyan violencia política contra las mujeres en razón de género.

El monitoreo supone una labor sistemática y rigurosa de codificación de información, sustentada en los lineamientos técnicos establecidos por el IEPCJ en los Acuerdos IEPC-ACG-025/2021 e IEPC-ACG-044/2021, y en el diseño de investigación presentado por la instancia académica responsable de su realización, ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura de la universidad ITESO, aprobado por el IEPCJ.

El objeto de estudio de este monitoreo son las piezas informativas publicadas en medios impresos jaliscienses que refieran a la contienda electoral por cargos públicos en el estado.

Este quinto informe parcial corresponde a la octava semana del periodo formal de campañas, del 23 al 29 de mayo de 2021; los tres primeros informes anteriores cubrieron periodos quincenales, pero a partir del cuarto se resumen los resultados de una sola semana en cada caso.

Refiere datos generales sobre la cantidad de piezas informativas destinadas al proceso electoral en Jalisco, y al espacio dedicado a ellas. Se detallan el encuadre, las propuestas de candidatos y sus tópicos, al igual que la información sobre “guerra sucia” entre actores políticos. También ofrece resultados acerca de la cobertura y el tratamiento de que fueron objeto candidatas y candidatos a municipales y diputados en la entidad.

Igualmente, observa variables de género y condición indígena, y el tratamiento de que son objeto en las piezas informativas. Para el primer caso se presentan los resultados sobre la cantidad y distribución de piezas en las que se mencionó a candidatas y candidatos; en el segundo, las que hacen referencia explícita de la condición indígena, con especial atención a candidatas y candidatos de los municipios de Mezquitic, San Martín de Bolaños y/o Cuautitlán.

Si bien el presente monitoreo se centra en los comicios a escala local en Jalisco, el proceso electoral se realiza de manera coincidente con el federal (Proceso Electoral Federal y Locales Concurrentes 2020-2021), de manera que en la misma jornada comicial del 6 de junio se elegirá a 500 diputados federales, gobernadores de 14 entidades, municipales en 1,923 ayuntamientos de 30 entidades (todas las del país excepto Durango e Hidalgo), y diputados locales para 30 Congresos

locales (todas las entidades federativas excepto Coahuila y Quintana Roo).

La presente información permite a los actores interesados, partidos políticos, medios de comunicación, el IEPCJ y la sociedad en general evaluar el desempeño de los medios impresos como instituciones sociales obligadas a validar el derecho a la información de los jaliscienses, así como conocer y valorar el espacio y tratamiento que los medios periodísticos otorgaron a los actores que participan en la lucha por el poder político en Jalisco.

I.- Antecedentes

Acerca de ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura

En cumplimiento de las obligaciones que marca la normatividad electoral, el IEPCJ dispuso llevar a cabo actividades de monitoreo de la información que publican medios de comunicación durante las campañas electorales, y el 17 de marzo de 2021 abrió la convocatoria para el “Servicio de análisis y realización del monitoreo de programas de radio y televisión, y prensa escrita que difundan noticias durante el período de campaña electoral en el proceso electoral concurrente 2020-2021”.

En dicha convocatoria participó ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura, instancia académica de la universidad ITESO y, mediante acuerdo aprobado el 29 de marzo de 2021, se decidió que esa institución universitaria realizara el “monitoreo sobre la cobertura noticiosa que se difunda en los medios impresos en el estado, durante las campañas electorales del Proceso Electoral Concurrente 2020-2021”.

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura opera en el Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO. Este observatorio es una entidad de formación profesional, investigación y vinculación orientada a la producción de conocimiento acerca de temas y problemas de procesos socioculturales y políticos de la región, el país y el mundo. Recupera y articula la experiencia del servicio que brindó el Observatorio Q: ITESO Análisis Crítico

de Medios, en el monitoreo de medios informativos impresos de las Elecciones Locales de Jalisco 2014-2015, para el IEPCJ, y la del servicio equivalente que ofreció ya con el nombre de ETIUS en el Proceso Electoral Concurrente 2017-2018.

Parte de su trabajo, como lo menciona en su sitio web etius.iteso.mx, ha consistido en producir “investigación sobre la comunicación pública y política, el sistema de medios informativos local y sus prácticas informativas, así como de conflictos socioambientales desde una perspectiva comunicativa”. Su misión lo señala como “un observatorio de comunicación y cultura que ofrece investigación académica de alta calidad e intervenciones sociales relevantes y pertinentes, que le permiten un posicionamiento y reconocimiento institucional, nacional e internacional. En su trabajo cotidiano, ETIUS es un espacio con visión a futuro y con una planeación, operativa y financiera, que favorece sus labores cotidianas de investigación, docencia, vinculación e intervención social, que permite el mantenimiento de este proyecto en el mediano y largo plazo. Finalmente, a

partir de estrategias de comunicación y vinculación, ETIUS es un observatorio en constante comunicación con comunidades académicas y ciudadanas, lo cual le permite posicionarse como un actor relevante en la conversación pública”.

A través de este observatorio, el ITESO refrenda su compromiso e interés en la investigación sobre temas electorales. En el proceso electoral de 2006 llevó a cabo un análisis de contenido de prensa, radio y televisión en el que se dio seguimiento a las campañas electorales de los candidatos a presidentes municipales de la Zona Metropolitana de Guadalajara y de los candidatos a gobernador del estado de Jalisco. En las elecciones de 2012, 2015 y 2018 desarrolló proyectos de mayor envergadura, con diferentes líneas de investigación sobre el sistema de comunicación política en el contexto de cada uno de los procesos electorales en Jalisco.

Con estos antecedentes, sumados los aprendizajes de las experiencias teóricas, metodológicas, formativas y de incidencia

sociopolítica, ETIUS desarrolla proyectos de investigación y difusión de las campañas electorales locales en curso.

Acerca de la realización de comicios en el contexto de la pandemia por covid 19

El proceso electoral 2020-2021 ha merecido una constante publicidad como el más grande de la historia, dada su cualidad concurrente que involucra a todas las entidades federativas del país y el número de cargos públicos en juego: 21,368 en total. Se trata, también, de uno de los procesos electorales con mayor número de participantes en la historia de México, pues participarán 93 millones 991,896 personas en los comicios federales, que significan una cobertura de 99% del padrón electoral de 94.8 millones de personas, casi cinco millones más que en 2018.

Además, más de 26 millones de los electores convocados son jóvenes, es decir, personas de entre 18 y 29 años de edad,

y representan 27% del total de la lista nominal. Esta convocatoria masiva implicará la instalación de 164,550 casillas electorales en el país, casi ocho mil más que en los comicios federales más recientes, y el llamado a 1.5 millones de ciudadanos para que participen como funcionarios de casilla.

Pero se trata de un proceso electoral que se llevará a cabo en el contexto de las medidas de contingencia y seguridad sanitaria establecidas por el impacto de la pandemia por la enfermedad de covid 19 que causa el virus SARS-CoV-2, y que desde marzo de 2020 ha obligado a ordenar diversos momentos de confinamiento social con la intención de prevenir los contagios. En concreto, una de las medidas más importantes es la de mantener una distancia mínima entre personas y evitar, por lo tanto, aglomeraciones y convivencia durante largos periodos en espacios cerrados, una condición que modifica las posibilidades de que los partidos efectúen actividades proselitistas de forma tradicional.

Tal coyuntura exigió que las autoridades electorales del país diseñaran una estrategia de prevención e información que propicie que los ciudadanos cumplan con su responsabilidad de votar el 6 de junio de 2021, pero también que los participantes en el proceso electoral puedan cumplir con sus responsabilidades, incluyendo las precampañas y campañas, sin riesgo para su salud.

Acerca de los medios de comunicación impresos en Jalisco

El ejercicio de sistematización de información que implica este monitoreo permitió observar, por otra parte, cambios de relevancia en la estructura y organización de los medios de comunicación que circulan con ediciones impresas en Jalisco. En principio, es evidente que varios de los medios han debido limitar la periodicidad e incluso reducir el tamaño de sus ediciones, en lo que al parecer es una respuesta a un mercado de lectores constreñido por causa de la pandemia por covid 19.

Algunos de los periódicos diarios dejaron de circular los siete días de la semana y producen ediciones únicas para sábado y domingo, o se limitan a publicar solo de lunes a viernes. En contraste, algunas ediciones anunciadas como semanales circularon en días adicionales durante este primer periodo de observación.

Otro dato de relevancia es que se redujo el número de publicaciones impresas en circulación. Aunque el cambio en la cantidad de medios impresos obedece a diferentes factores, es interesante advertir que para el monitoreo del proceso electoral de 2018 fueron seleccionadas 44 publicaciones impresas en Jalisco: 16 de ellas editadas desde el ÁMG y 28, desde otros municipios del estado. En contraste, en 2021 fueron seleccionadas 28 publicaciones: 13 del ÁMG y 15 de otros municipios.

II.- Diseño y criterios metodológicos

Objetivo general

Proporcionar a la sociedad jalisciense información que permita conocer la cobertura y el tratamiento que los medios informativos impresos del Área Metropolitana de Guadalajara y del interior del estado otorgan durante el periodo de campañas electorales, a candidatas, candidatos independientes, partidos políticos y coaliciones, del Proceso Electoral Local 2021 en Jalisco.

Objetivos específicos

- Monitorear los 13 medios impresos del Área Metropolitana de Guadalajara y 15 regionales establecidos en el “Anexo técnico que contiene las especificaciones de los servicios de monitoreo de las transmisiones que, sobre las campañas electorales en el proceso electoral concurrente 2020-2021, se realice en los programas que difundan noticias en radio, televisión y prensa escrita” del IEPCJ.
- Publicar seis informes parciales y un informe final sobre la cobertura y tratamiento que estos medios impresos otorgan a candidatas y candidatos a diputados locales, candidatas y candidatos a municipales, y partidos políticos y coaliciones.

- Proporcionar información clara, precisa, visual y comparativa del tratamiento periodístico del periodo de campañas del proceso electoral, sobre los sujetos de interés arriba mencionados, respaldada mediante un trabajo académico riguroso y profesional.

Universo

Las piezas informativas y de opinión que refieran a las campañas del Proceso Electoral 2020-2021 en Jalisco publicadas en los medios informativos impresos establecidos por el IEPCJ.

Criterios metodológicos

La metodología del monitoreo para medios impresos establece como unidad de análisis la pieza informativa. Esta categoría comprende las piezas informativas, fotonotas, entrevistas, reportajes, crónicas, columnas de opinión, artículos de opinión, editoriales y cartón político. Quedan excluidos los índices de notas, tiras cómicas y publicidad.

La codificación de unidades de análisis permite obtener datos sobre el conjunto de piezas informativas publicadas. La codificación de variables sobre los sujetos de interés — candidatos, partidos y coaliciones— posibilita conocer el dato del número de notas en las que los sujetos individuales e institucionales son mencionados

Con base en estas categorías, el número total de piezas informativas no necesariamente coincidirá con el número de piezas informativas que mencionen a los actores analizados, dado que una pieza informativa puede mencionar a más de un candidato o partido. Esta distinción es fundamental para entender la recurrencia informativa comprendida en las piezas informativas acerca de los candidatos, partidos y coaliciones contendientes en el proceso electoral en Jalisco.

III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos de las campañas del Proceso Electoral 2021 en Jalisco durante el periodo del 23 al 29 de mayo de 2021

Este quinto informe parcial de monitoreo comprende el periodo de campañas del 23 al 29 de mayo de 2021 y se refiere a piezas informativas publicadas en 25 medios impresos del estado de Jalisco, de un total de 28 medios de la lista seleccionada por el IEPCJ. La diferencia entre los monitoreados y la lista original obedece a que los medios excluidos no tienen versiones impresas, ya no circulan, o no estuvieron disponibles los ejemplares necesarios durante este periodo.

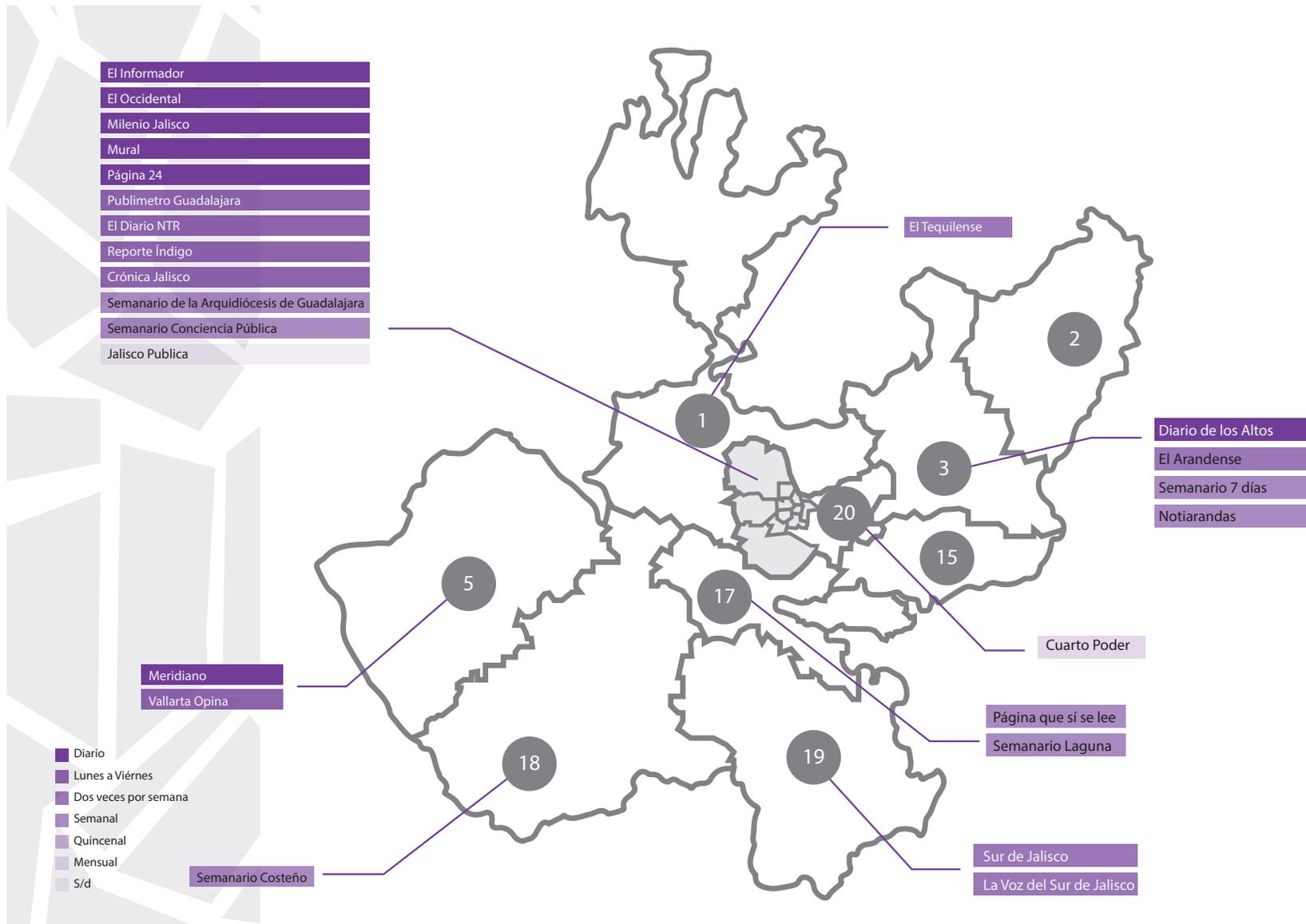
De los 25 medios monitoreados, 13 son editados en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) y 12, en ocho municipios de Jalisco.

Datos generales del monitoreo

En este quinto periodo de monitoreo —el segundo que se refiere a un periodo de solo una semana de observación— fueron identificadas 752 piezas informativas destinadas al tema de las elecciones de Jalisco publicadas en los 25 medios monitoreados. Aunque los cinco periodos de observación han implicado diferentes periodos, lo cierto es

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

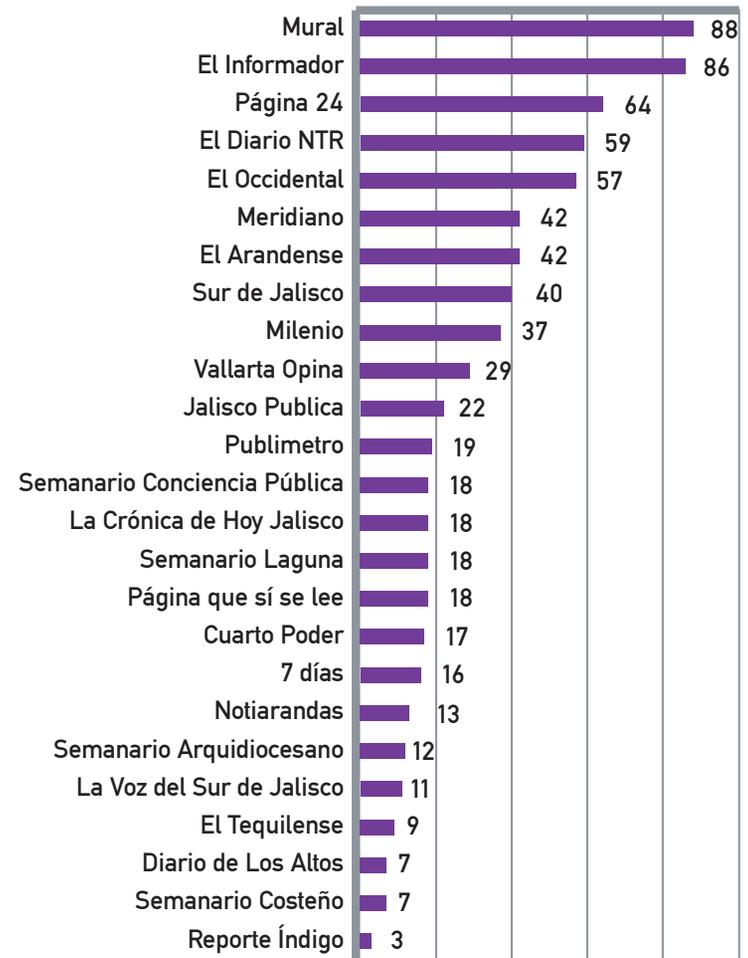
Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



Mapa No. 1 Periódicos monitoreados por distritos electorales en Jalisco

que, si se calcula el promedio diario, éste fue el espacio con más publicaciones: 107 piezas publicadas por día.

De nuevo, sin embargo, quedó clara la relevancia de los medios del ÁMG como productores de información electoral, pues 67% de las piezas se publicaron en impresos de esta zona. De hecho, los cinco medios que más publicaciones tuvieron fueron periódicos metropolitanos y acumularon 47% de las piezas identificadas para este monitoreo. De parte de los medios regionales, nuevamente Meridiano, de Puerto Vallarta, apareció como el más activo, aunque esta vez empatado con El Arandense.



N= 752 piezas

Figura No.1 Cobertura de medios impresos jaliscienses

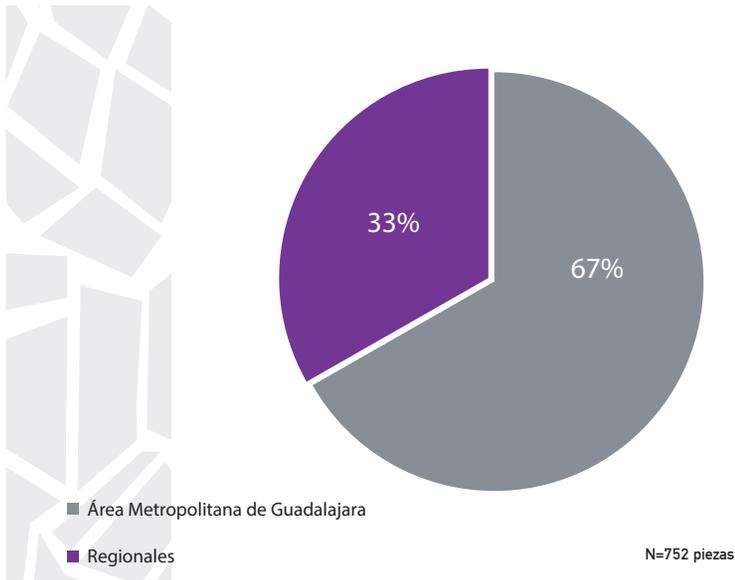


Figura No. 2 Distribución de piezas informativas por lugar de origen

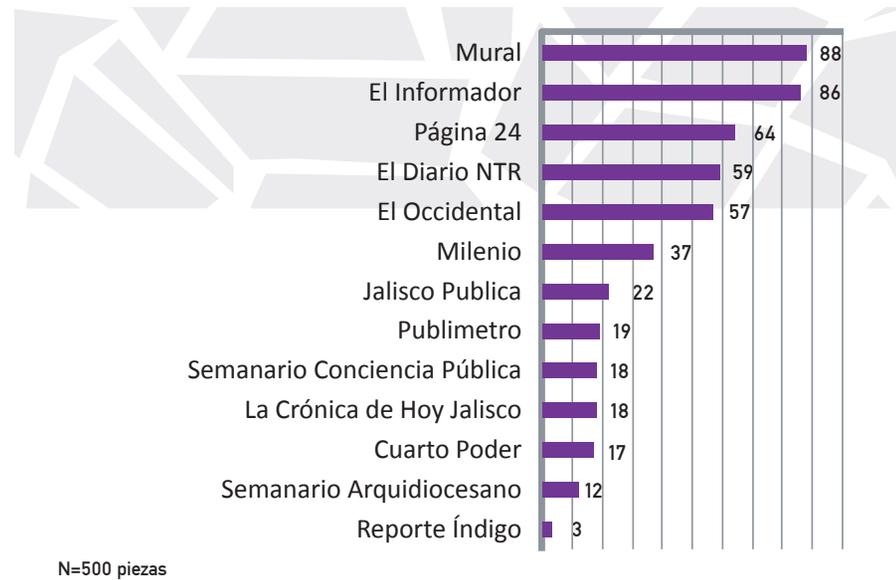


Figura No. 3 Número de piezas por medios impresos del AMG

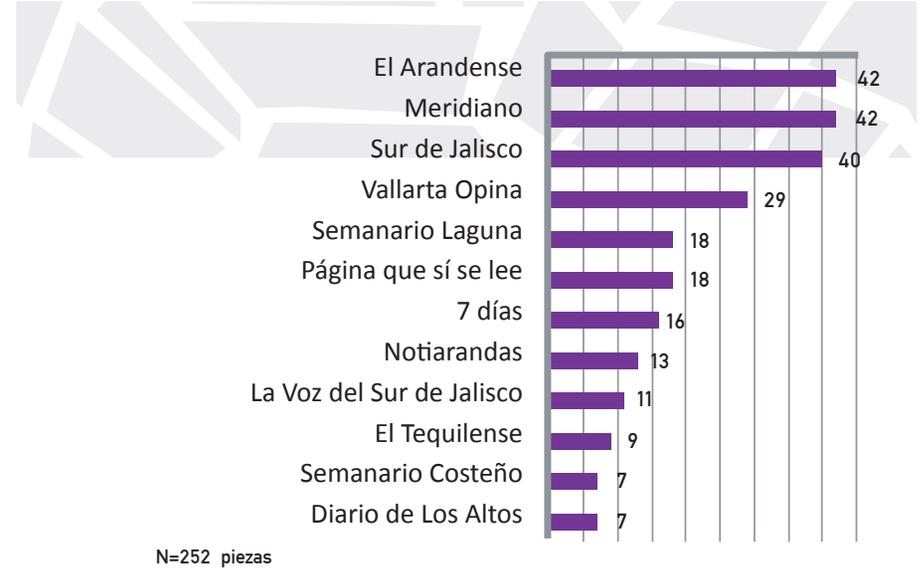


Figura No. 4 Número de piezas por medios impresos regionales

Como en los cuatro informes anteriores, tres de cada cuatro piezas (73%) relativas a las elecciones emplearon recursos técnicos como fotografías o gráficos como parte de la información presentada.

De igual forma se repitió la tendencia de que los medios de comunicación dieran preferencia a géneros periodísticos de tipo informativo: 78% de las piezas fueron presentadas en formatos

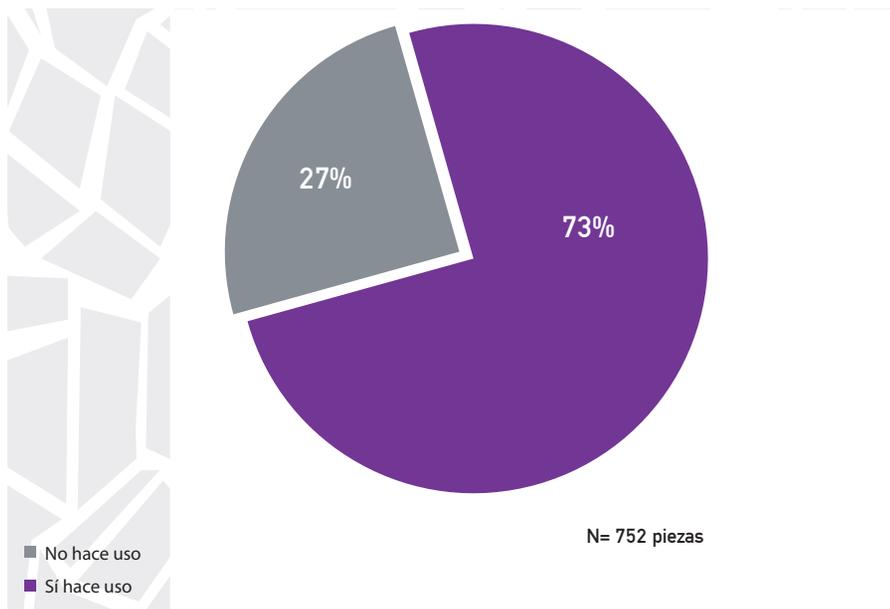


Figura No.5 Uso de recursos técnicos

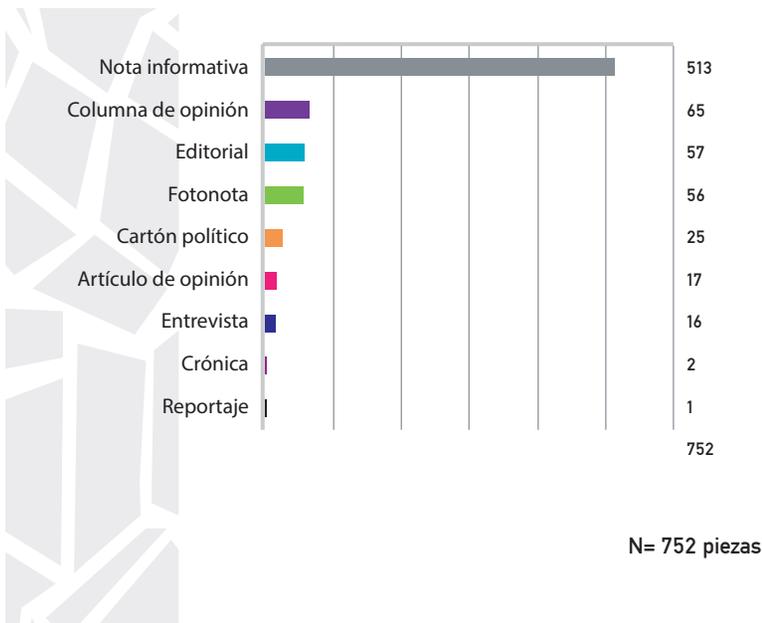


Figura No. 6 Distribución de notas por género periodístico

de este tipo, particularmente noticias, que abarcaron 68% de las publicaciones.

Tampoco hubo cambio en la preferencia que los medios han mostrado por la cobertura a las campañas de aspirantes a municipales: esta vez las piezas que se refirieron solo a esas contiendas llegaron a 64%, mientras que la cobertura dedicada específicamente a las campañas por diputaciones locales representó solo 5% de las piezas.

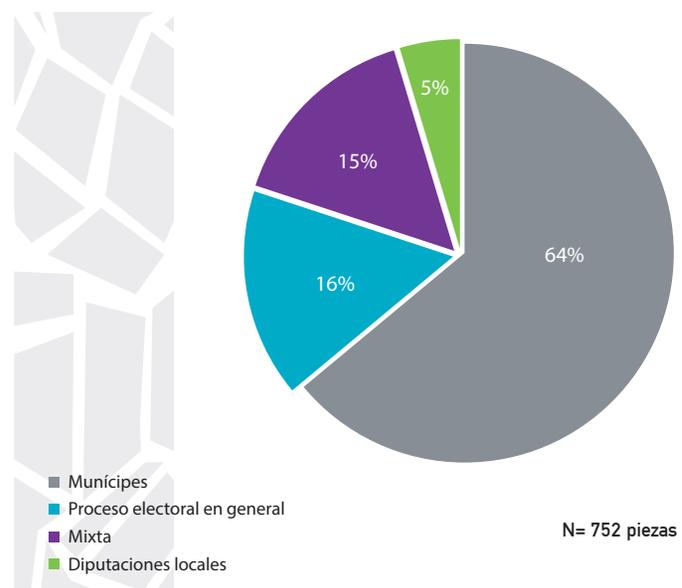


Figura No. 7 Número de piezas destinadas a aspirantes a municipales y diputaciones

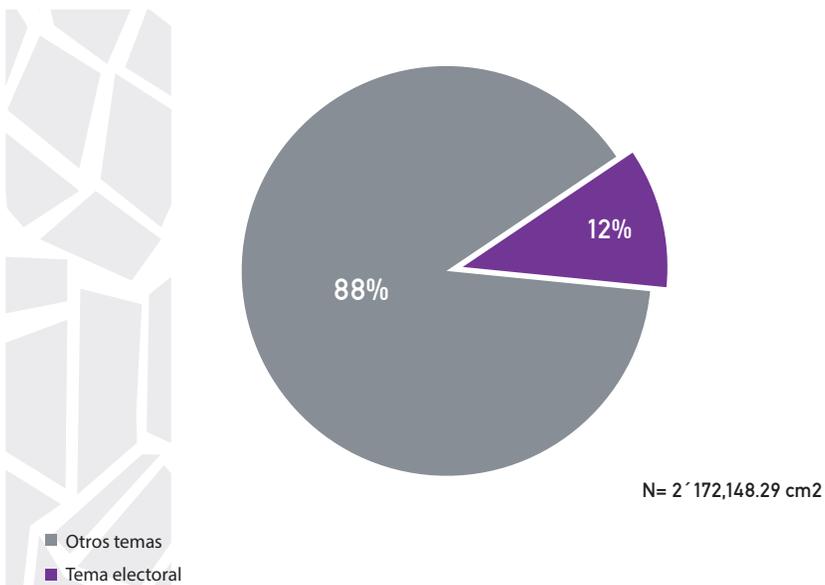


Figura No. 8 Espacio destinado al tema de las elecciones en Jalisco

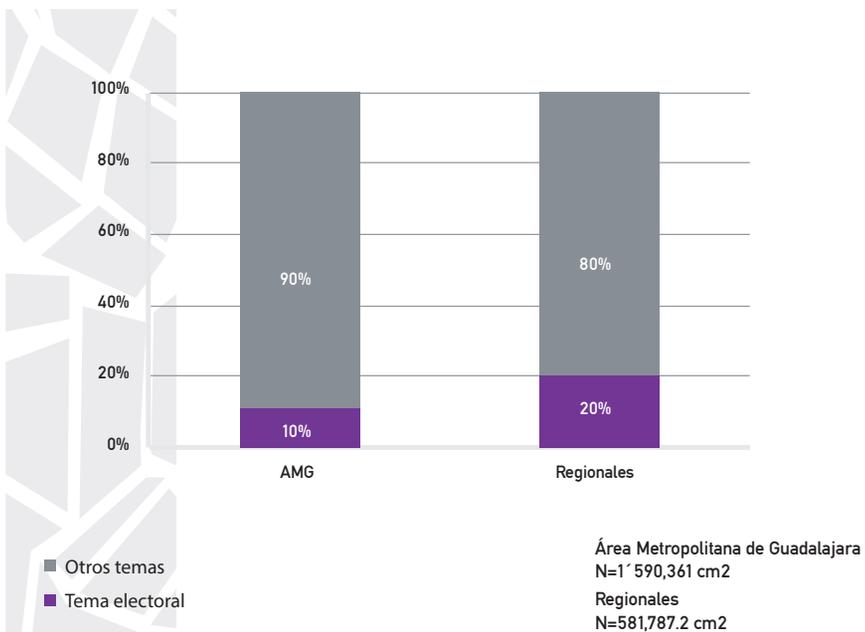


Figura No. 9 Espacio destinado a las elecciones en Jalisco por lugar de publicación

Espacio periodístico dedicado a las elecciones

El monitoreo también compara el espacio que las publicaciones relativas a las elecciones en Jalisco cubren en cada medio impreso y en este quinto periodo la observación encontró la misma tendencia: los medios del ÁMG dedicaron menos, en proporción, que los del resto de Jalisco: 10% contra 20% respectivamente. En conjunto, los 25 medios monitoreados dedicaron 12% de su espacio a información sobre las elecciones.

Sin embargo, de nuevo el medio monitoreado que más espacio dedicó al tema fue el semanario del ÁMG Conciencia Pública, que empleó 47.7% de su espacio disponible en información

Medio de comunicación	Total
Semanario Conciencia Pública	47.70%
Cuarto Poder	44.94%
Semanario Arquidiocesano	18.28%
Página 24	16.76%
El Occidental	15.49%
Mural	10.78%
El Diario NTR	9.99%
Jalisco Publica	9.01%
La Crónica de Hoy Jalisco	6.13%
Milenio	6.04%
El Informador	5.74%
Publimetro	5.39%
Reporte Índigo	1.75%

Tabla No. 1 Espacio destinado a elecciones locales en medios del AMG

Medio de comunicación	Total
Sur de Jalisco	41.11%
Semanario Laguna	40.90%
El Arandense	39.16%
Notiarandas	27.99%
La Voz del Sur de Jalisco	26.84%
Página que sí se lee	26.63%
7 días	25.41%
Diario de Los Altos	20.00%
El Tequilense	16.96%
Meridiano	14.17%
Semanario Costeño	12.86%
Vallarta Opina	11.31%

Tabla No. 2 Espacio destinado a elecciones locales en medios del interior del estado

sobre elecciones; lo siguió el periódico mensual de Zapotlanejo Cuarto Poder, con 44.9% de espacio. De entre los 25 medios monitoreados, Reporte Índigo volvió a ser el que menos espacio dedicó a las elecciones, con poco menos de 2 por ciento.

Las piezas dedicadas solo a campañas por alcaldías representaron 64% del espacio cubierto; entre los medios del ÁMG esta cobertura llegó a 63% y a 66% en los medios

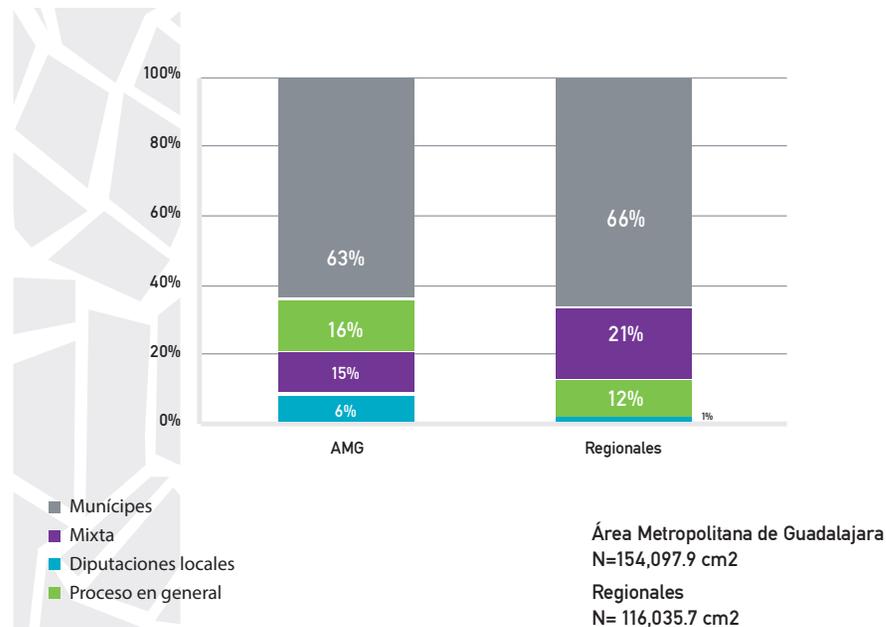


Figura No. 10 Espacio destinado a aspirantes a municipios y diputaciones

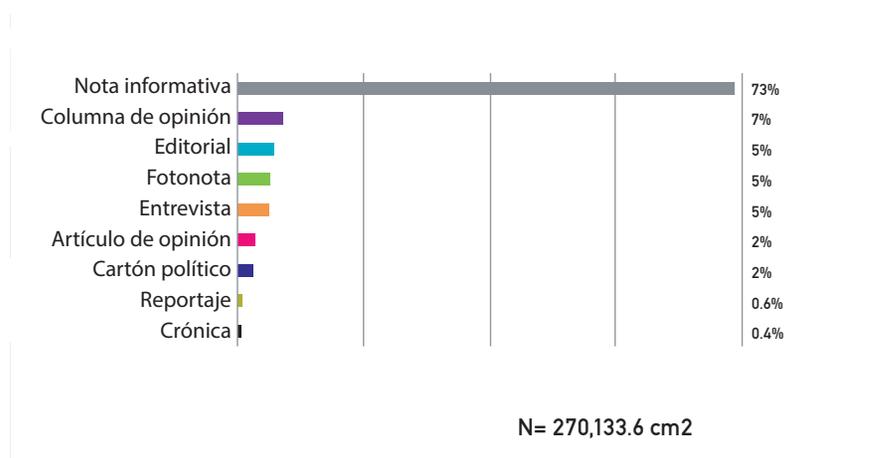


Figura No. 11 Distribución de espacio por género periodístico

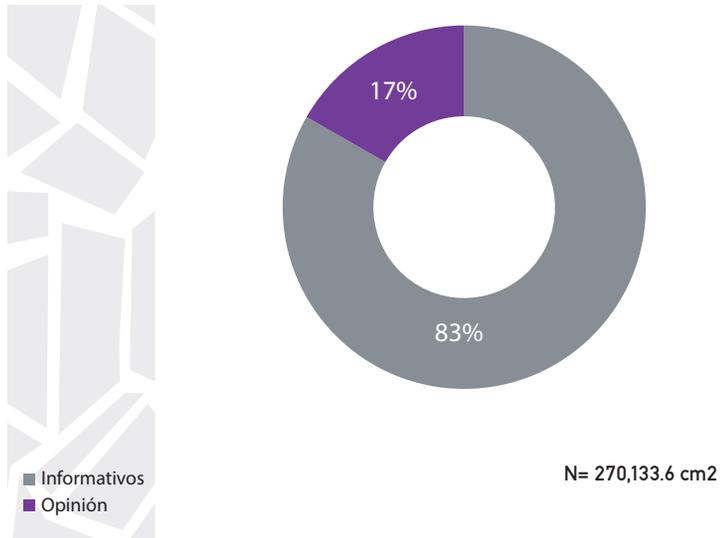


Figura No. 12 Distribución de espacio por género periodístico

regionales. El contraste con las piezas dedicadas solo a campañas por diputaciones locales esta vez es más evidente: fue 4% en el conjunto de medios y 6%, en los del ÁMG pero bajó hasta 1% en los regionales.

La medición del espacio cubierto confirma la preeminencia de los géneros periodísticos informativos: 83% del área cubierta fue ocupada con estos formatos; 73% fue ocupado para publicar noticias.

Encuadres y su distribución en las piezas informativas

El monitoreo también observó los encuadres que cada medio usa en la producción de la pieza informativa, es decir, un enfoque específico que implicara caracterizaciones o un tipo de lenguaje en particular. Se previó identificar dos encuadres específicos relativos a las contiendas electorales:

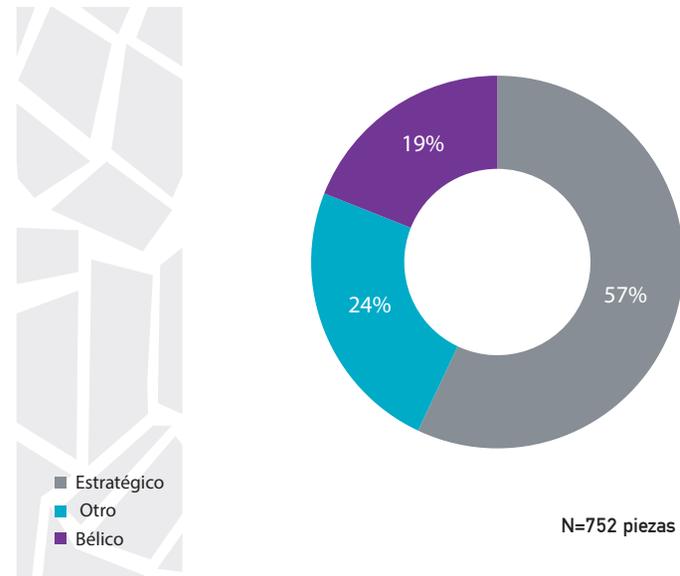


Figura No. 13 Distribución de piezas según su encuadre

- el “deportivo o bélico”, en el caso de que se emplearan lenguaje o metáforas sobre estos campos, como “competencia”, “oponente”, “guerra”, “golpe”, “choque” o “armas”, entre otros;
- y el encuadre de “estrategia”, cuando la pieza mencionara o describiera recursos o estrategias de campaña de la candidatura, como spots, publicidad, uso de gastos de campaña, actividades de simpatizantes, apoyo simbólico, etcétera.

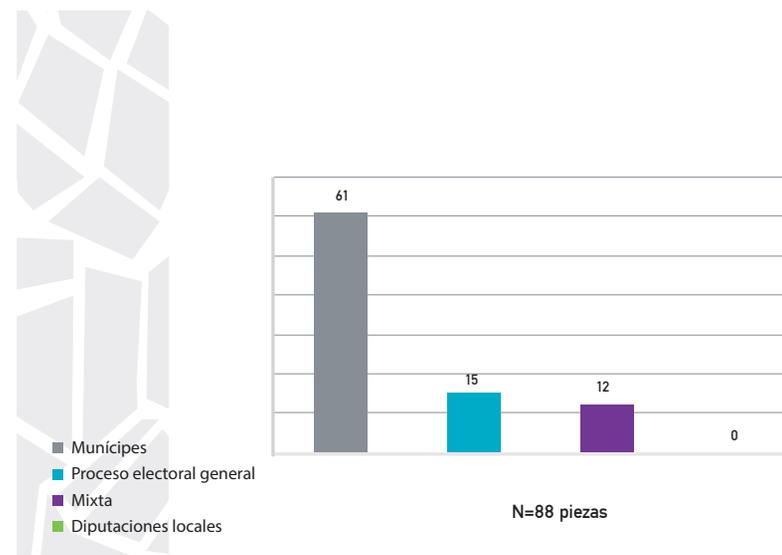


Figura No. 15 Piezas informativas que mencionan “guerra sucia” (por tipo de elección)

Si una pieza monitoreada no podía ser identificada con cualquiera de esos encuadres, quedó registrada como “Otro”.

En este caso, 57% de las piezas mostraron elementos del encuadre de estrategia y 19%, del deportivo o bélico.

Además, 88 piezas hicieron menciones a “guerra sucia” durante las campañas electorales: 12% de las 664 detectadas; 61 de ellas, o 69%, fueron relativas a campañas de aspirantes a munícipe; no hubo menciones de tipo en las piezas relativas a las campañas por diputaciones.

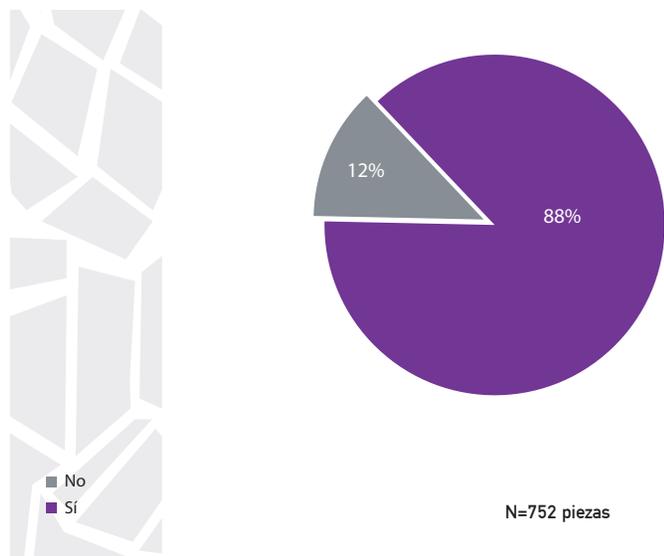


Figura No. 14 Piezas informativas que mencionan “guerra sucia”

IV.- Partidos políticos

Durante el monitoreo fueron detectadas 521 menciones a partidos políticos y, como en los ejercicios anteriores, los más presentes fueron los partidos Movimiento Ciudadano (MC) y Movimiento Regeneración Nacional (Morena): el primero acumuló 30% y el segundo, 28% de las menciones; es decir que concentraron casi tres quintas partes de las menciones totales de los medios de comunicación.

La distancia respecto a los otros 11 partidos contendientes hace evidente esa concentración: el Partido Revolucionario Institucional (PRI) fue el tercero más mencionado con 9% de los casos, seguido por Acción Nacional (PAN) con 7% del conjunto. El partido Somos volvió a ser el último de la lista, al aparecer solo seis veces.

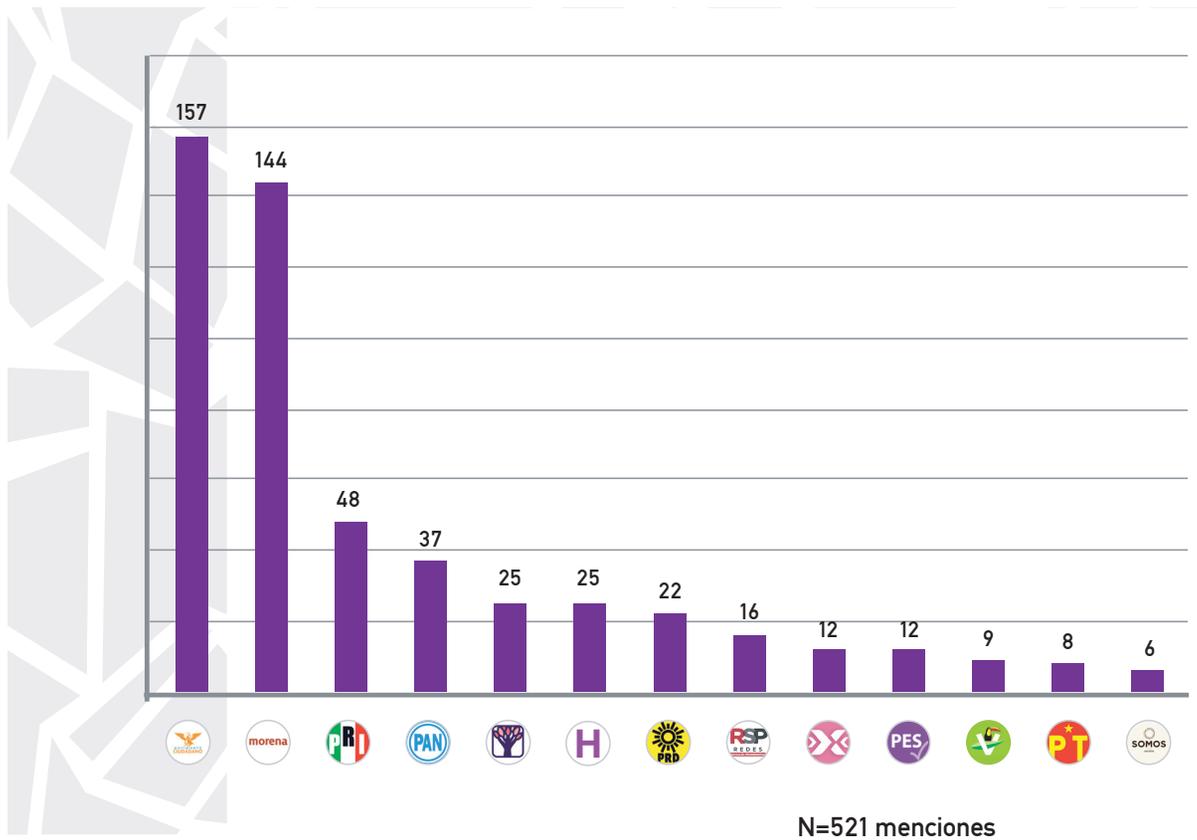


Figura No. 16 Cobertura a partidos políticos

El monitoreo también sirvió para observar el tipo de tratamiento que se le dio en cada pieza a los partidos políticos, distinguidos en las categorías Positivo, Negativo y Neutral. La intención de este ejercicio es identificar qué valoración se da al sujeto institucional analizado en cada pieza, a partir de criterios como los siguientes:

- Positivo: la publicación califica positivamente y de manera explícita al sujeto analizado, por el uso de adjetivos calificativos positivos, enunciados en la redacción del medio o recogidos en la voz o cita de algún actor político.
- Negativo: la publicación califica negativamente y de manera explícita al sujeto de análisis, por el uso de adjetivos calificativos negativos, enunciados por el reportero o recogidos en la voz o cita de algún actor político.
- Neutral: no hay adjetivos calificativos sobre el sujeto; o bien, aun habiendo adjetivos positivos y negativos, el tratamiento es balanceado.

Del total de 521 menciones, 71% fueron neutrales, 20% negativas y 9%, positivas. Esta vez hubo varios casos en que el tratamiento editorial se inclinó más hacia una posición no neutral: como ocurrió antes, tanto MC como Morena tuvieron una alta proporción de menciones negativas (32% y 24% respectivamente) y el partido Hagamos mereció 32% de menciones positivas.

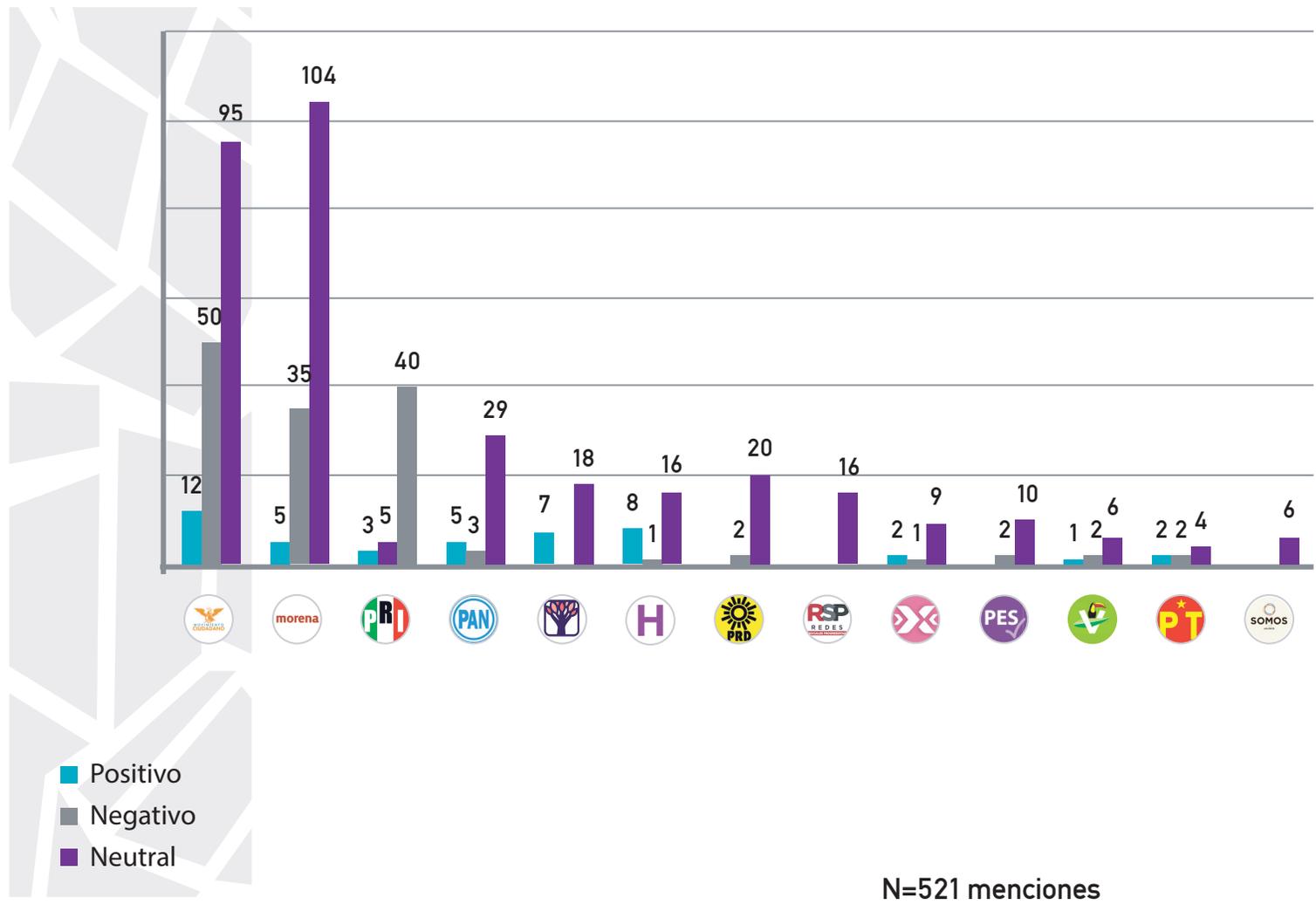


Figura No. 17 Tratamiento a los partidos.

V.- Género y uso de lenguaje incluyente

El monitoreo procuró observar el modo en que las publicaciones de los medios atienden la dimensión de género al mencionar a personas involucradas en el proceso electoral. Uno de los rasgos observados es el uso de lenguaje incluyente o no sexista, para identificar si se promueve la discriminación hacia grupos vulnerables.

En esta ocasión, de 752 piezas identificadas, en dos fue evidente el uso de lenguaje que resultara discriminatorio: una apareció en un medio local y otra, en uno regional.

También se observó si la redacción de la pieza periodística usaba un lenguaje masculino genérico para describir a las personas; por ejemplo, si hablaba de “los candidatos” aunque fuera evidente la presencia de una o más candidatas; en este ejercicio se identificaron 32 de 752 piezas, es decir, 4% del total.

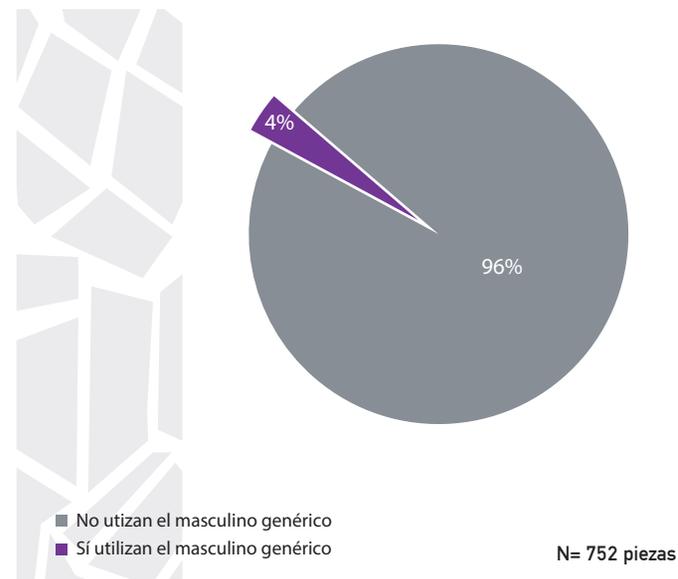


Figura No. 18 Piezas informativas que hacen uso del masculino genérico

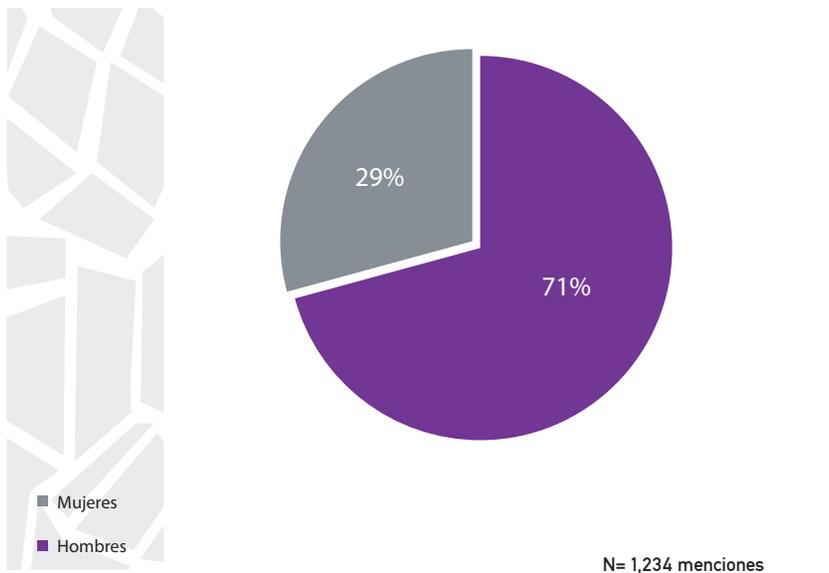


Figura No. 19 Distribución de candidatas y candidatos en las piezas informativas

Candidatas y candidatos en las piezas informativas

Al observar las piezas en que se habló de actores individuales, el monitoreo permitió identificar 1,234 menciones a candidatas y candidatos; 71% fueron acerca de varones.

Como en los ejercicios de monitoreo anteriores, la mayor desproporción se dio en el caso de las candidaturas independientes: en esta ocasión 35 menciones a aspirantes de este tipo se refirieron a varones.

En cuanto a personas registradas por partidos políticos, la mayor desproporción se dio en el caso de Morena, con 88% de publicaciones referidas a varones (219 contra 31 acerca de mujeres), mientras que, en contraste, en el caso de personas mencionadas en relación con el partido Somos 66% de las menciones fueron para candidatas (21 contra 11 acerca de varones).

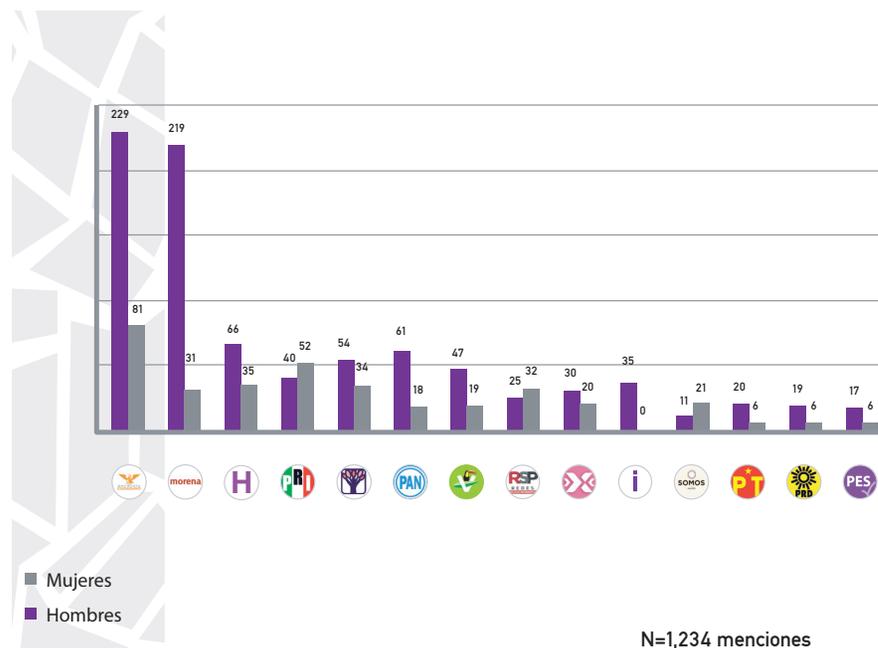


Figura No. 20 Distribución de candidatas y candidatos por partido político

La desproporción es mayor en los casos en que se habla de aspirantes a municipales: 74% son para varones. Al revisar solo este grupo, el Partido del Trabajo (PT) supera incluso a Morena, al ligar 94% de menciones a candidatos (17 contra una sola para una candidata).

Y, como ha ocurrido en las observaciones anteriores, es más equitativo el reparto cuando se habla solo de aspirantes a diputaciones: entre 239 casos, 133 fueron para varones y 105 para mujeres (56% contra 44%); de nuevo, es Morena el partido con mayor proporción de menciones a candidatos (siete contra una sola para una candidata).

El monitoreo observó rasgos específicos de las menciones a candidatas y candidatos y así se detectó que hay pocos casos en donde se haga énfasis o se subraye de forma explícita el género de la persona; sin embargo, esto solo ocurrió al hablar de candidatas (4% de los casos identificados). En cambio, al observar si la pieza menciona la apariencia física, la vestimenta

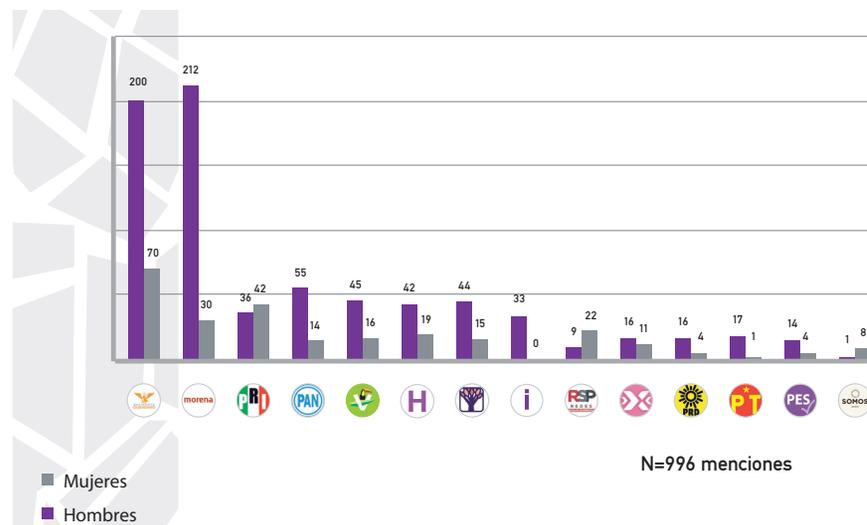


Figura No. 21 Distribución de candidatas y candidatos a municipio por partido político

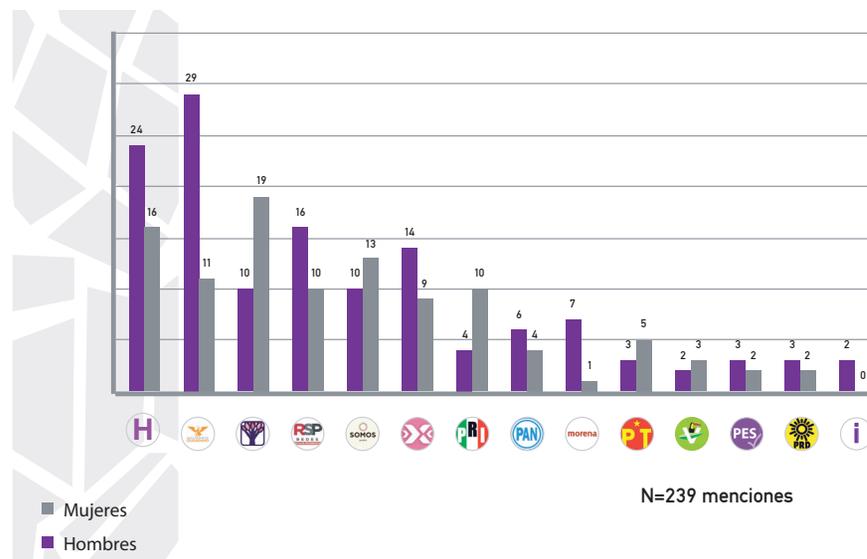


Figura No. 22 Distribución de candidatas y candidatos a diputaciones por partido político

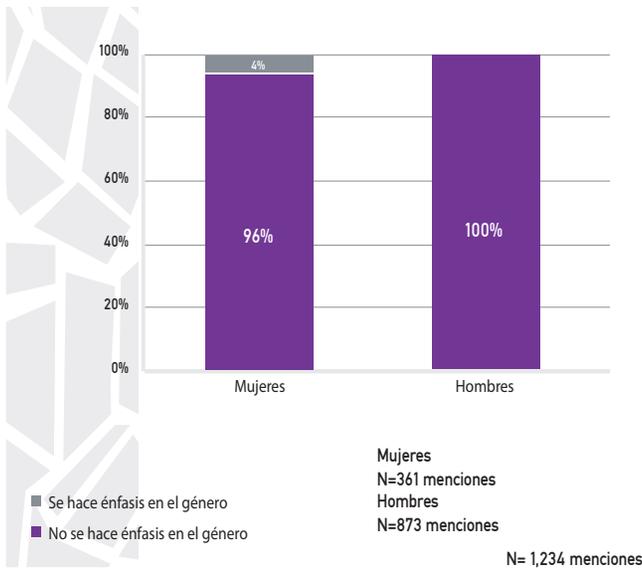


Figura No. 23 Énfasis en condición de género en candidatas y candidatos

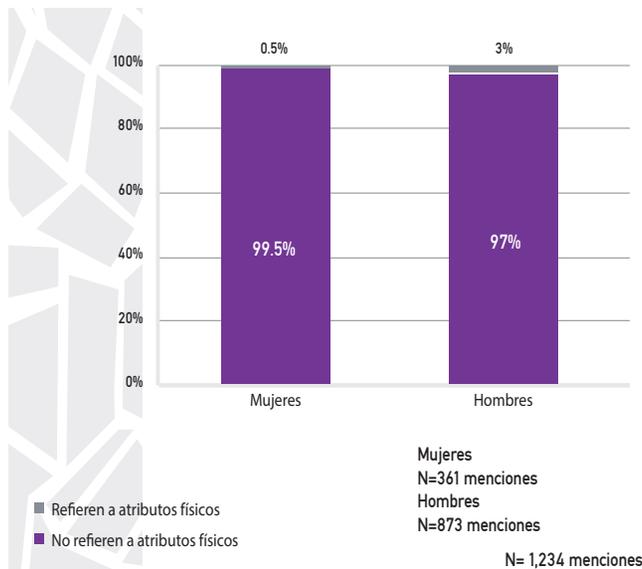


Figura No. 24 Condición de género y atributos físicos en candidatas y candidatos

o la edad de la persona, solo se identificaron 25 entre 1,234 menciones, 23 de ellas relativas a varones.

También se observó si las piezas mencionaban rasgos de personalidad o de carácter de los aspirantes, y esto solo ocurrió en 8% de los casos; entre varones y mujeres la proporción fue prácticamente igual.

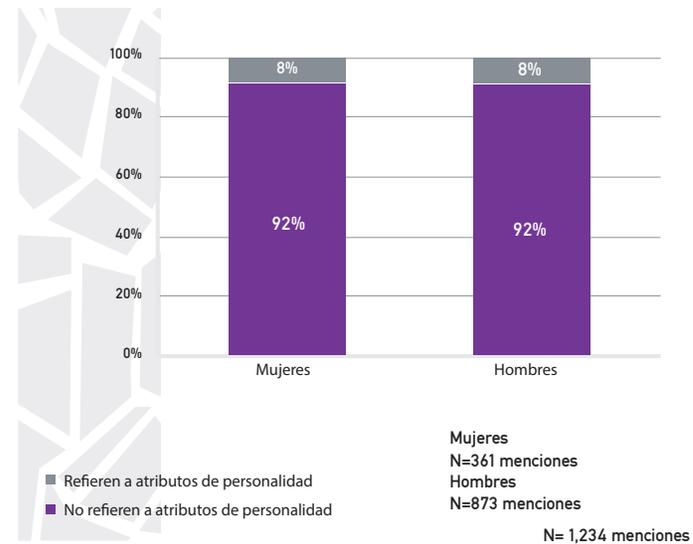


Figura No. 25 Condición de género y atributos de personalidad en candidatas y candidatos

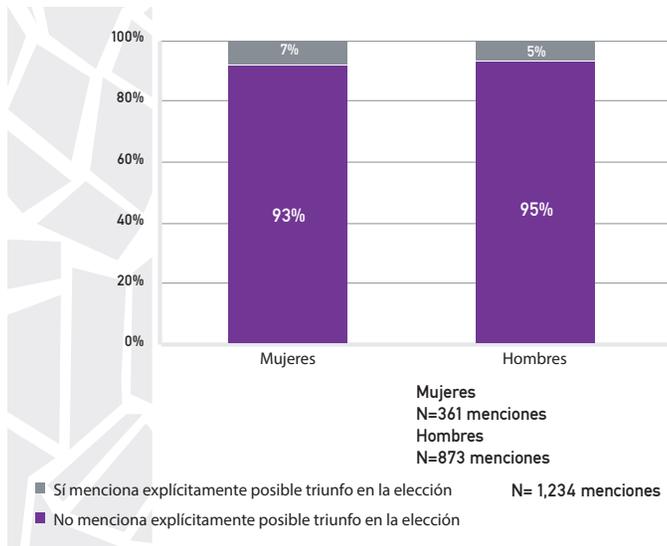


Figura No. 26 Condición de género y posibilidad de triunfo en candidatos y candidatas

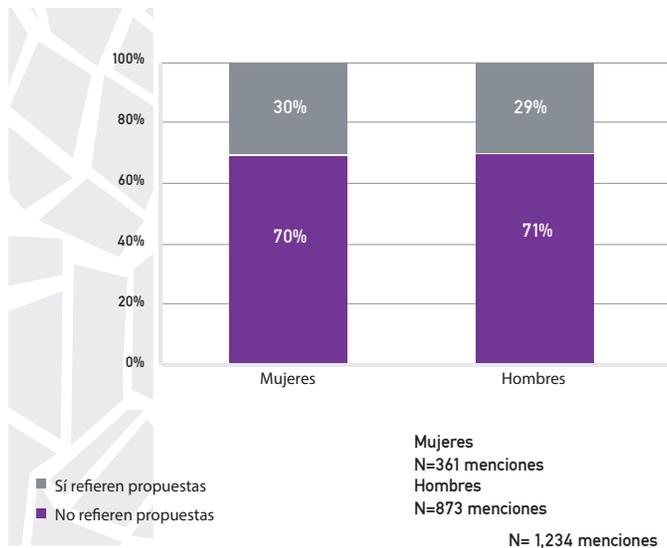


Figura No. 27 Énfasis en la condición de género y mención de propuestas en candidatas y candidatos

Del mismo modo, se pretendió distinguir aquellas piezas en que se mencionaran de forma explícita las posibilidades de ganar de los y las aspirantes: en los casos de varones estas referencias aparecieron en 5% de las piezas y en 7% al hablar de candidatas.

También fue levemente mayor la proporción de piezas relativas a candidatas en que se mencionaban propuestas de campaña de las aspirantes: 30% contra 29% de las piezas que hablaron sobre candidatos varones.

Hubo 359 menciones a candidatas y candidatos en que se habló de alguna de sus propuestas (252 acerca de varones y 107 acerca de mujeres, o 70% contra 30%) y Seguridad, Obras públicas y Género fueron los temas más frecuentes en general.

Finalmente se procuró observar la presencia de estereotipos de género en relación con la participación de mujeres

	H	M	Total
Seguridad	47	18	65
Obras públicas	31	14	45
Género	18	17	35
Medio ambiente	19	10	29
Economía	16	7	23
Salud / manejo de la pandemia	14	7	21
Cultura	16	4	20
Servicios públicos	15	4	19
Educación	10	7	17
Actividades productivas	11	2	13
Política interna	7	5	12
Movilidad urbana	8	2	11
Corrupción	9	0	9
Participación ciudadana	8	0	8
Subsidios	5	3	8
Empresas	4	3	7
Transparencia	4	1	5
Empleo	3	1	4
Violencia	3	0	3
Fiscalización	1	1	2
Reforma política	2	0	2
Tecnología	1	1	2
Total	252	107	360

Tabla No. 3 Propuestas en piezas informativas por género

candidatas; la intención fue detectar menciones que produjeran efectos como los siguientes: que se identificara a las mujeres como personas vinculadas a roles de trabajo doméstico; que se diera más peso a su vestimenta o a rasgos físicos que a sus acciones, trayectoria o propuestas, y que se les colocara en situación de subordinación ante varones, entre otras. Del total de 361 menciones a candidatas, solo dos incurrieron en rasgos de este tipo.

Estereotipo	Total
Presenta a las mujeres como vinculadas a roles domésticos	1
Minimización de los logros y capacidades de la candidata	1

N= 2 menciones

Tabla No. 4 Estereotipos de género en la participación de mujeres en su calidad de candidatas

El primero de estos casos consistió en una descripción de la candidata que resaltó un rol doméstico: “Ella es comerciante y ama de casa”, fue el comentario acerca de Karla Anabel García Jiménez, candidata de Morena a la alcaldía de Zapotlanejo.

El segundo fue un comentario editorial en el que se puede detectar que se minimizan los logros o capacidades de la candidata: “[...] la realidad es que la señora vale tres cacahuates más que Edelmira”, se dijo de Corina Naranjo Trujillo, candidata del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) en Puerto Vallarta.

VI.- Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos indígenas

El ejercicio de monitoreo pretende observar si las piezas informativas hacen alusión directa a la condición indígena de candidatas o candidatos participantes en el proceso electoral. Sin embargo, en este caso no fue detectada ninguna pieza que hiciera referencia explícita a aspirantes a cargos de elección popular con estos rasgos, y tampoco a personas que contendieran por algún puesto en municipios con presencia relevante de población indígena, como Mezquitic, Bolaños o Cuautitlán de García Barragán.

VII.- Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipales

Durante el monitoreo fueron identificadas 996 piezas en las que se mencionó a candidatas y candidatos a municípe.

Las 10 personas que más aparecieron acumularon 45% de las menciones y entre ellas aparecieron de nuevo varios de los mismos aspirantes que han dominado las publicaciones de los medios de comunicación a lo largo de estos cinco periodos de monitoreo, con algunas novedades pero, de todos modos, con referencias a aspirantes de solo tres municipios: Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta.

Los candidatos a alcalde de Guadalajara por MC y Morena volvieron a aparecer como las personas más

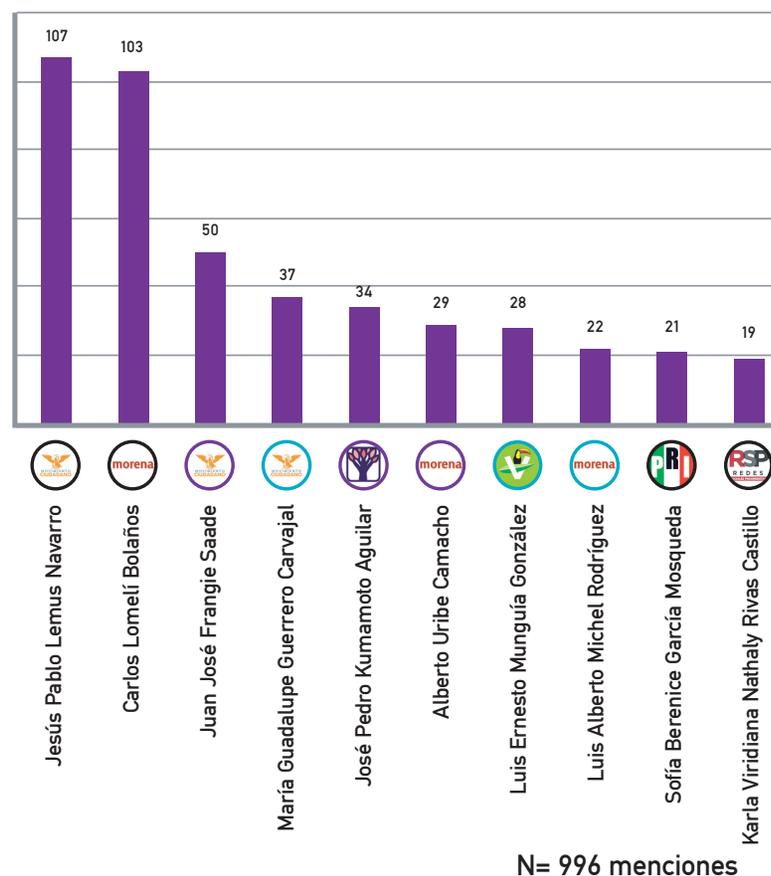


Figura No. 28 Cobertura de aspirantes a municípes con más menciones

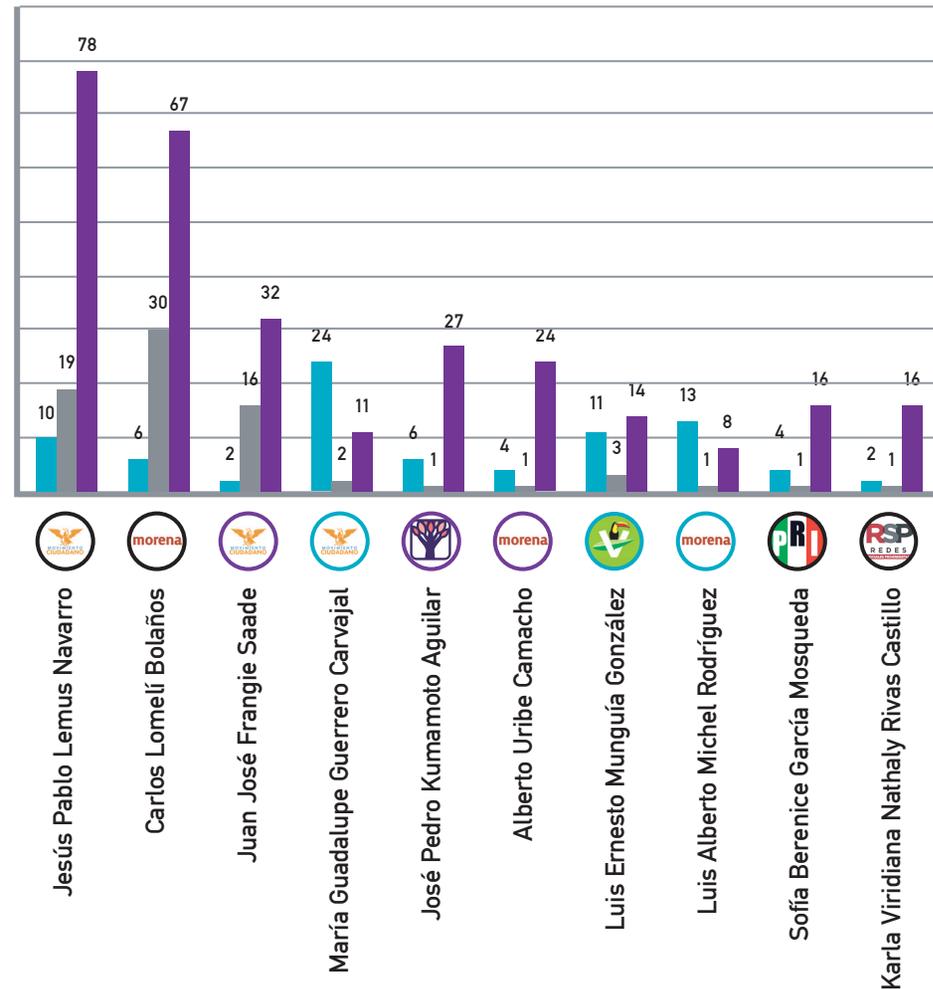
mencionadas; una vez más, la distancia entre ellos y las demás personas identificadas fue notable: tuvieron 107 y 103 menciones respectivamente, mientras que el tercer candidato más mencionado apareció en 50 ocasiones.

La diferencia más evidente en este caso fue que por primera vez aparecieron más mujeres que en los cuatro periodos anteriores, cuando solo se registraba entre las 10 personas más mencionadas a la candidata a alcaldesa de Puerto Vallarta por MC, María Guadalupe Guerrero Carvajal. En esta ocasión, además, se identificó a las candidatas por Guadalajara Sofía Berenice García Mosqueda (PRI) y Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo (RSP).

En las 996 piezas periodísticas referidas se mencionó a aspirantes a munícipe de 38 de los 125 municipios de Jalisco; las menciones relativas a contendientes por Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta equivalieron a 62% del total.

Tratamiento a candidatas y candidatos

En relación con el mismo grupo de 10 candidatas y candidatos a munícipes con más menciones, el tratamiento identificado en las piezas informativas fue de tipo neutral en 65% de los casos, por 17% negativo y 18% positivo. Una vez más, la candidata y los dos candidatos a la presidencia municipal de Puerto Vallarta que han aparecido en estos ejercicios fueron quienes mayor tratamiento positivo recibieron de parte de los medios de comunicación: hasta 65% de menciones de este tipo, en el caso de la candidata.



N= 996 menciones

Figura No. 29 Tratamiento a los 10 candidatos más mencionados a municipio

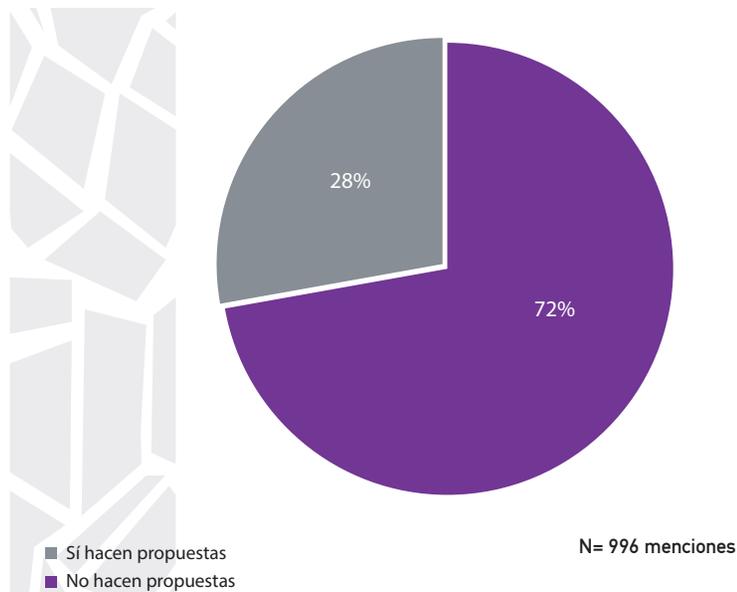


Figura No. 30 Piezas que mencionan propuestas de aspirantes a munícipes

En 28% de las piezas señaladas los medios mencionaron propuestas presentadas por aspirantes a munícipes; Seguridad y Obras públicas y Género fueron los temas más frecuentes.

Guadalajara

El monitoreo permitió detectar 331 piezas que se refirieron específicamente a aspirantes a la presidencia municipal de Guadalajara; 210 de ellas, o 63%, se refirieron a los candidatos de MC y Morena (107 y 103 menciones); les siguieron las

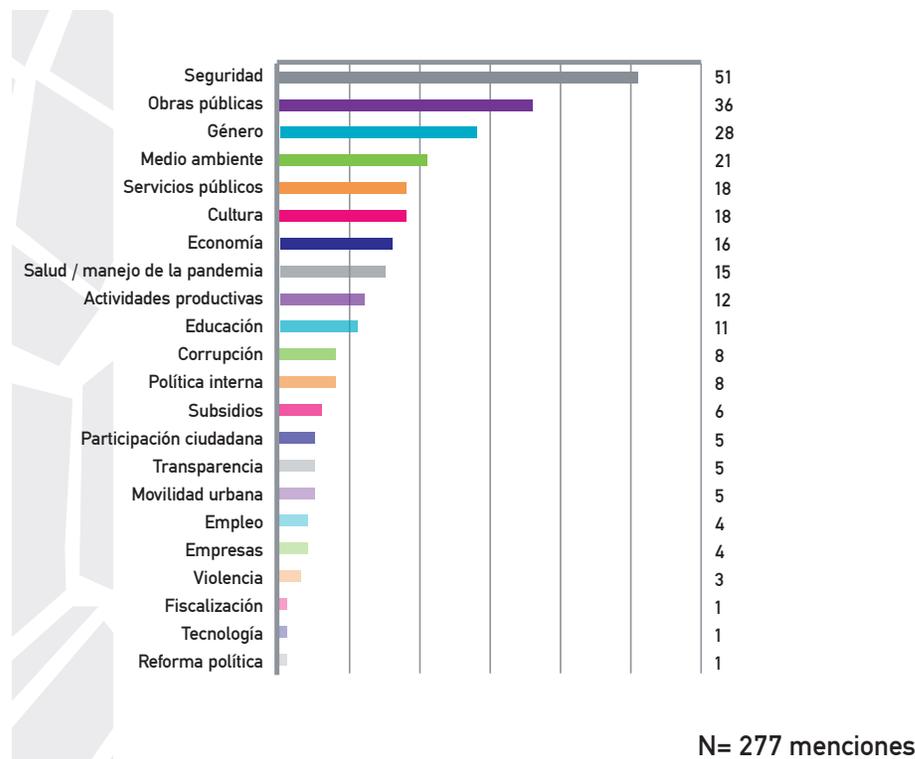


Figura No. 31 Distribución de temas de propuestas mencionadas por munícipes

candidatas del PRI y de RSP ya mencionadas, con 21 y 19 menciones. Aunque hay 14 personas registradas como aspirantes a este cargo, una no fue mencionada ni una sola vez: la candidata del PT, Yomara Paola González Lemus.

El tratamiento editorial para aspirantes a munícipe en Guadalajara llegó a 75% de menciones de tipo neutral, por 17% negativas y 8% positivas.

Además, 80 de las 331 menciones a este grupo de aspirantes incluyeron propuestas de campaña de cada una de las 13 personas ya señaladas; Seguridad, Obras públicas y Cultura fueron los temas más mencionados.

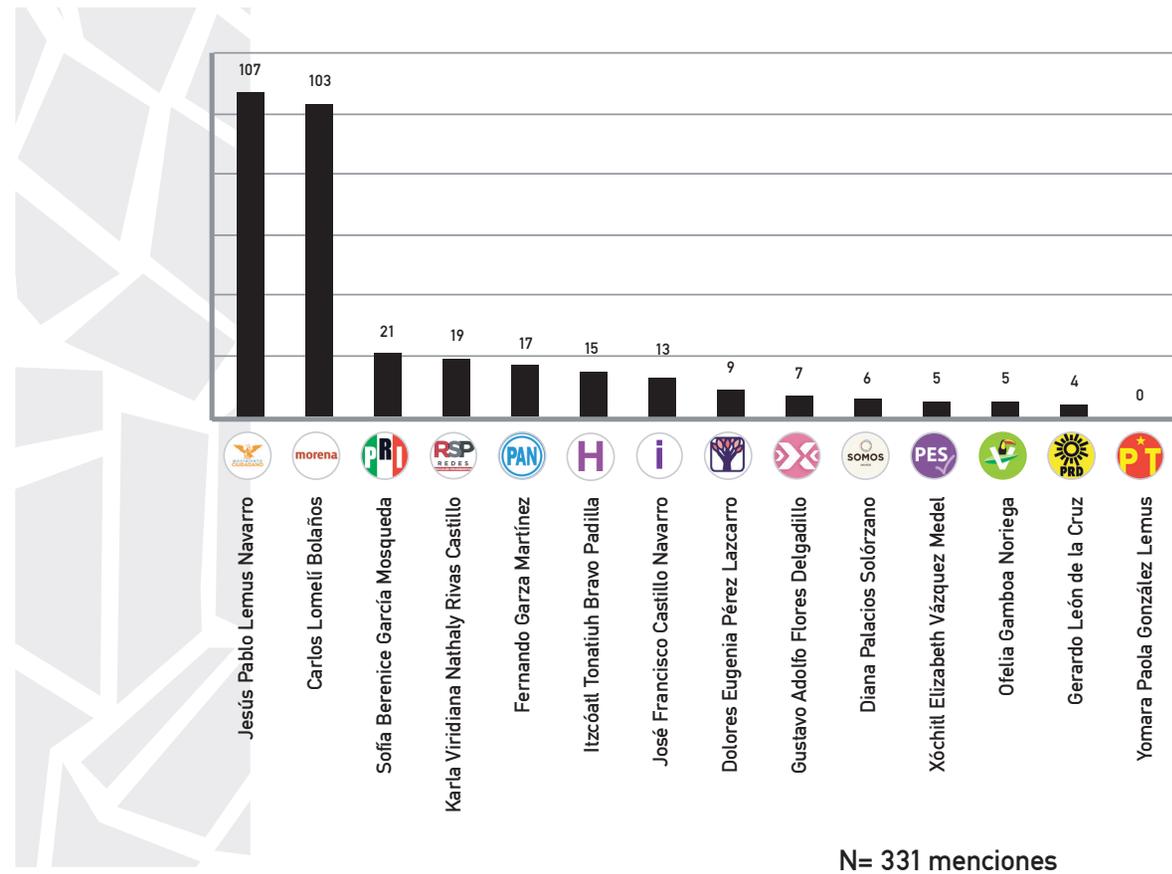


Figura No. 32 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Guadalajara

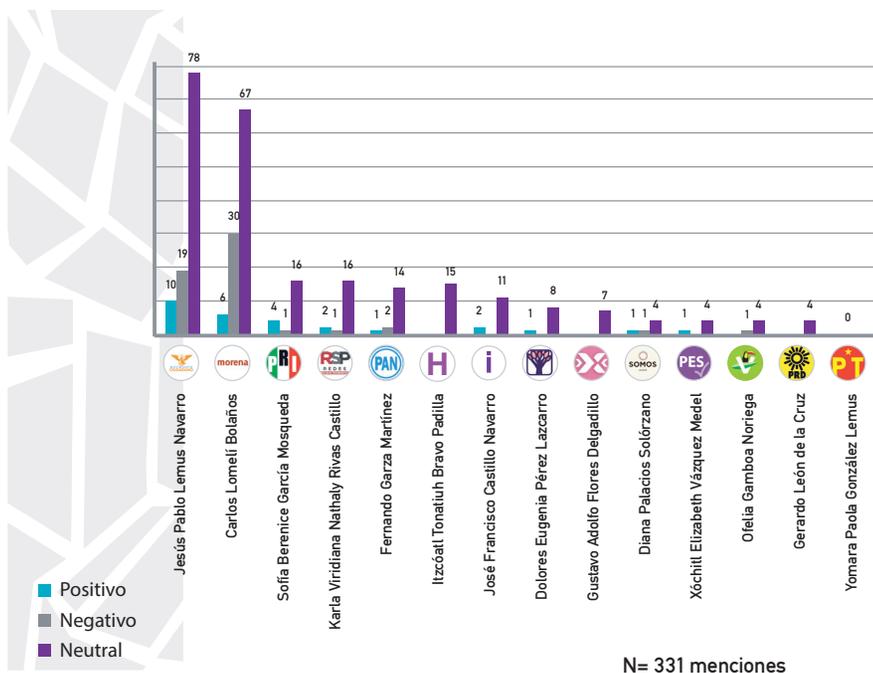


Figura No. 33 Tratamiento a aspirantes a la alcaldía de Guadalajara

Zapopan

Hubo 147 menciones para aspirantes a la alcaldía de Zapopan y en este caso, de 13 personas que compiten por este puesto, tres no fueron mencionadas: los candidatos del PAN y de Somos y la candidata del PT. En contraste, los tres candidatos más mencionados, de MC, Futuro y Morena, acumularon 77% de las publicaciones.

	Seguridad	Obras públicas	Cultura	Medio ambiente	Género	Servicios públicos	Otros temas	TOTAL
Jesús Pablo Lemus Navarro	4	8	0	1	1	2	3	19
Carlos Lomelí Bolaños	4	1	5	1	0	0	8	19
Sofía Berenice García Mosqueda	2	0	0	1	0	2	2	7
Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo	0	0	0	0	1	0	1	2
Fernando Garza Martínez	1	0	0	2	0	0	2	5
Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla	1	1	2	0	1	1	1	7
José Francisco Castillo Navarro	3	0	1	0	2	1	2	9
Dolores Eugenia Pérez Lazcarro	1	0	0	0	1	0	1	3
Gustavo Adolfo Flores Delgadillo	2	0	0	0	1	0	0	3
Diana Palacios Solórzano	1	0	0	1	0	0	0	2
Xóchitl Elizabeth Vázquez Medel	0	0	1	0	0	0	0	1
Ofelia Gamboa Noriega	0	0	0	1	0	0	0	1
Gerardo León de la Cruz	2	0	0	0	0	0	0	2
Yomara Paola González Lemus	0	0	0	0	0	0	0	0

N= 80 menciones

Tabla No. 5 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Guadalajara

El tratamiento editorial a las candidatas y los candidatos pareció equilibrado, con 79% de menciones de tipo neutral. Los contrastes más pronunciados se dieron en el caso del candidato de MC, el más mencionado, quien solo tuvo 64% de publicaciones de tipo neutral, por 32% negativas y 4% positivas.

Entre las 147 menciones, 55 incluyeron propuestas del candidato o la candidata, particularmente de los temas Seguridad, Género y Economía (22 menciones). Sin embargo, solo se registraron propuestas de siete de las 10 personas incluidas.

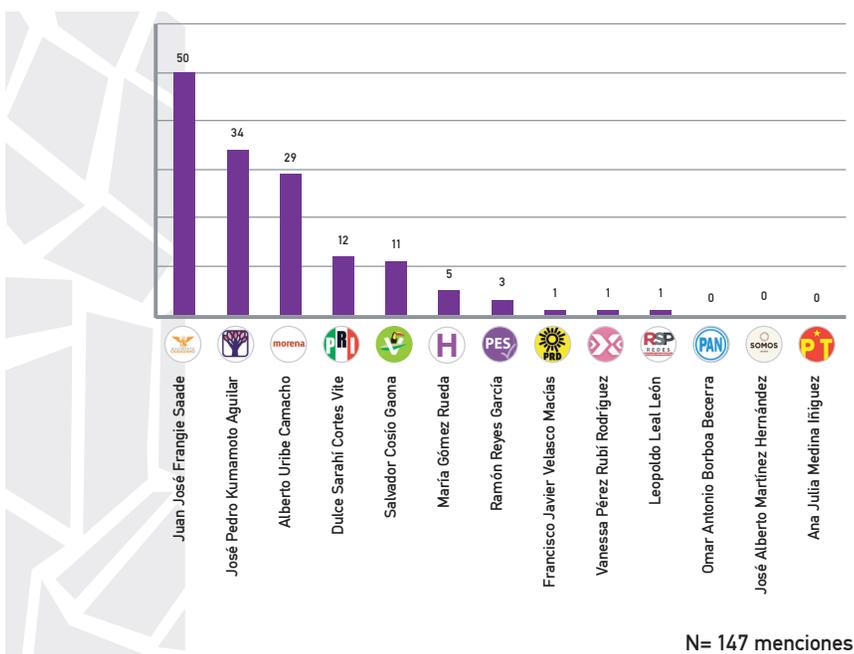


Figura No. 34 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Zapopan

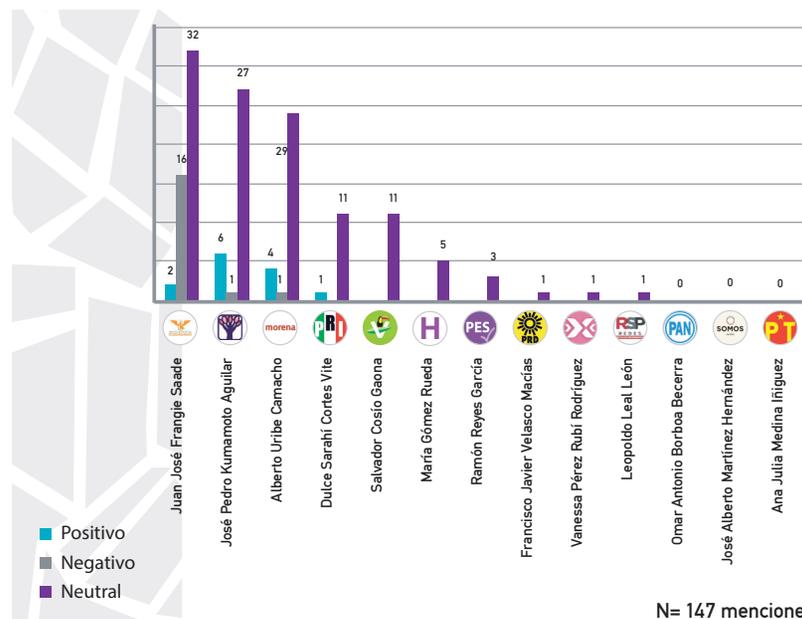


Figura No. 35 Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Zapopan

	Seguridad	Género	Economía	Salud / Manejo de la pandemia	Actividades productivas	Obras públicas	Otros temas	TOTAL
Juan José Frangie Saade	3	3	0	3	0	1	4	14
José Pedro Kumamoto Aguilar	3	0	2	0	2	0	4	11
Alberto Uribe Camacho	3	2	1	0	0	2	4	12
Salvador Cosío Gaona	1	0	2	1	0	1	0	5
Omar Antonio Borboa Becerra	1	0	1	1	2	0	6	11
Dulce Sarahí Cortés Vite	0	1	0	0	0	0	0	1
María Gómez Rueda	0	0	0	0	0	0	0	0
Ramón Reyes García	0	0	0	0	0	0	0	0
Leopoldo Leal León	0	1	0	0	0	0	0	1
José Alberto Martínez Hernández	0	0	0	0	0	0	0	0
Vanessa Pérez Rubí Rodríguez	0	0	0	0	0	0	0	0
Francisco Javier Velasco Macías	0	0	0	0	0	0	0	0
Ana Julia Medina Iñiguez	0	0	0	0	0	0	0	0

N= 55 menciones

Tabla No. 6 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Zapopan

Puerto Vallarta

Como en los pasados ejercicios de monitoreo, Puerto Vallarta fue el tercer municipio más mencionado cuando los medios informaron sobre aspirantes a munícipes, con 119 apariciones de las personas que contienden por la presidencia municipal. Esta vez se mencionó a cada una de las 11 personas registradas en esta campaña, pero, igual que en cada uno de los periodos anteriores de observación, los medios concentraron su cobertura en tres personas: María Guadalupe Guerrero Carvajal (MC), Luis Alberto Michel Rodríguez (Morena) y Luis Ernesto Munguía González (PVEM), que acumularon 73% de las publicaciones.

Como se dijo líneas antes, una vez más los medios favorecieron con una amplia cobertura positiva a las tres personas ya señaladas; la cobertura general para el grupo de aspirantes llegó apenas a 52% de menciones neutrales, por 7% negativas y 41% positivas.

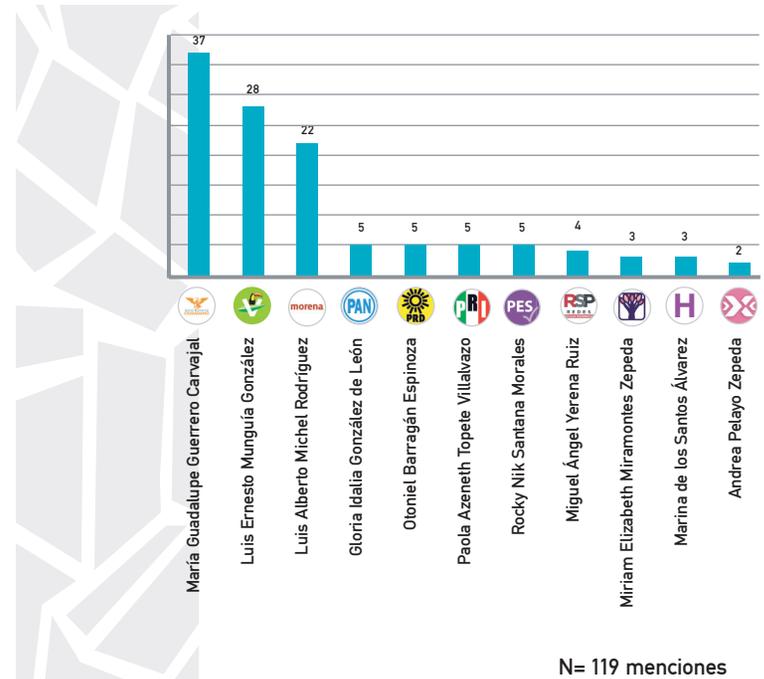


Figura No. 36 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

Y de la misma forma, el registro de propuestas de campaña estuvo concentrado casi en absoluto en la cobertura a esas tres personas, aunque en este caso se incluyó una propuesta del candidato Miguel Ángel Yerena Ruiz, de RSP.

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

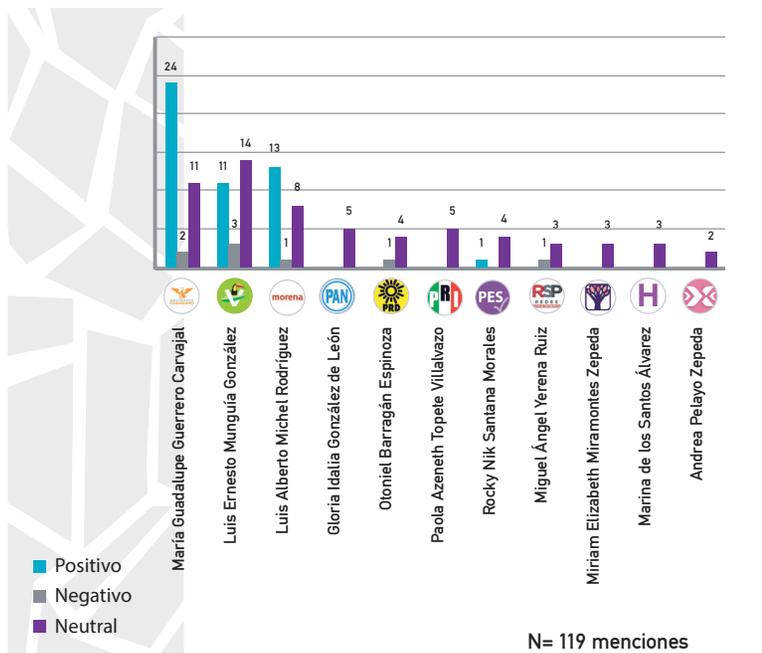


Figura No. 37 Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

	Obras públicas	Género	Corrupción	Subsidios	Actividades productivas	Política interna	Otros temas	TOTAL
María Guadalupe Guerrero Carvajal	7	5	0	1	1	1	2	17
Luis Alberto Michel Rodríguez	0	1	0	3	2	2	3	11
Luis Ernesto Munguía González	2	0	5	0	1	1	4	13
Gloria Idalia González de León	0	0	0	0	0	0	0	0
Miriam Elizabeth Miramontes Zepeda	0	0	0	0	0	0	0	0
Otoniel Barragán Espinoza	0	0	0	0	0	0	0	0
Paola Azeneth Topete Villalvazo	0	0	0	0	0	0	0	0
Marina de los Santos Álvarez	0	0	0	0	0	0	0	0
Rocky Nik Santana Morales	0	0	0	0	0	0	0	0
Miguel Ángel Yerena Ruiz	0	0	0	0	0	0	1	1
Andrea Pelayo Zepeda	0	0	0	0	0	0	0	0

N= 42 menciones

Tabla No. 7 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Puerto Vallarta

VIII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a diputaciones locales

El monitoreo permitió identificar 238 piezas en que se hicieron menciones de forma exclusiva a candidatas y/o candidatos a diputaciones locales. En este ejercicio se registraron apariciones de aspirantes de cada uno de los 20 distritos electorales de Jalisco: desde 25 menciones (10%) para aspirantes del distrito 19, hasta tres (1%) para contendientes en el distrito 2.

Por quinta ocasión, los medios de comunicación monitoreados favorecieron al candidato Arturo Dávalos Peña, aspirante en el distrito 5 por MC (y alcalde con licencia de Puerto Vallarta), quien fue el más mencionado con 18 apariciones o

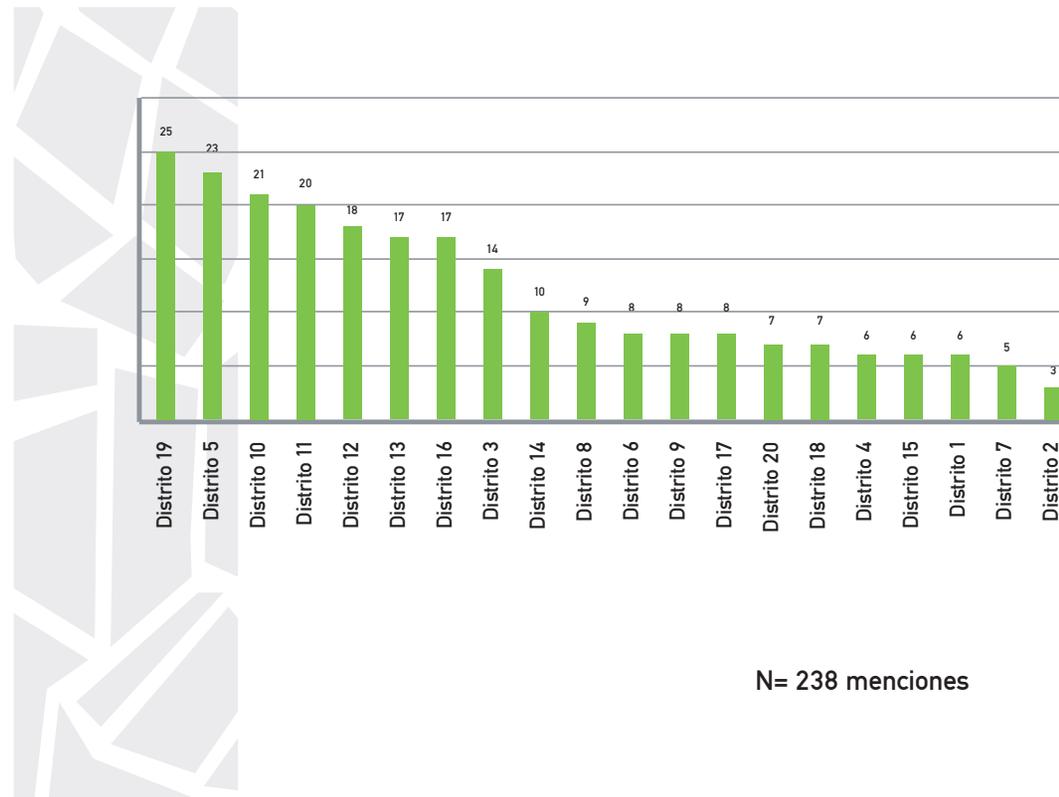


Figura No. 38 Cobertura de aspirantes a diputaciones por distrito

7.5% del total. Su seguidor más cercano solo tuvo ocho menciones: el candidato Francisco Javier Álvarez Chávez, aspirante de Hagamos a la curul por el distrito 19.

Sin embargo, en esta ocasión el listado de las 10 personas con más apariciones apenas sumó 54 menciones, es decir, 23% de todo el conjunto; en ese grupo, habitualmente dominado por candidatos varones, aparecieron cuatro candidatas.

En cuanto al tratamiento editorial para este grupo, aunque 63% de las menciones fueron de tipo neutral, las menciones

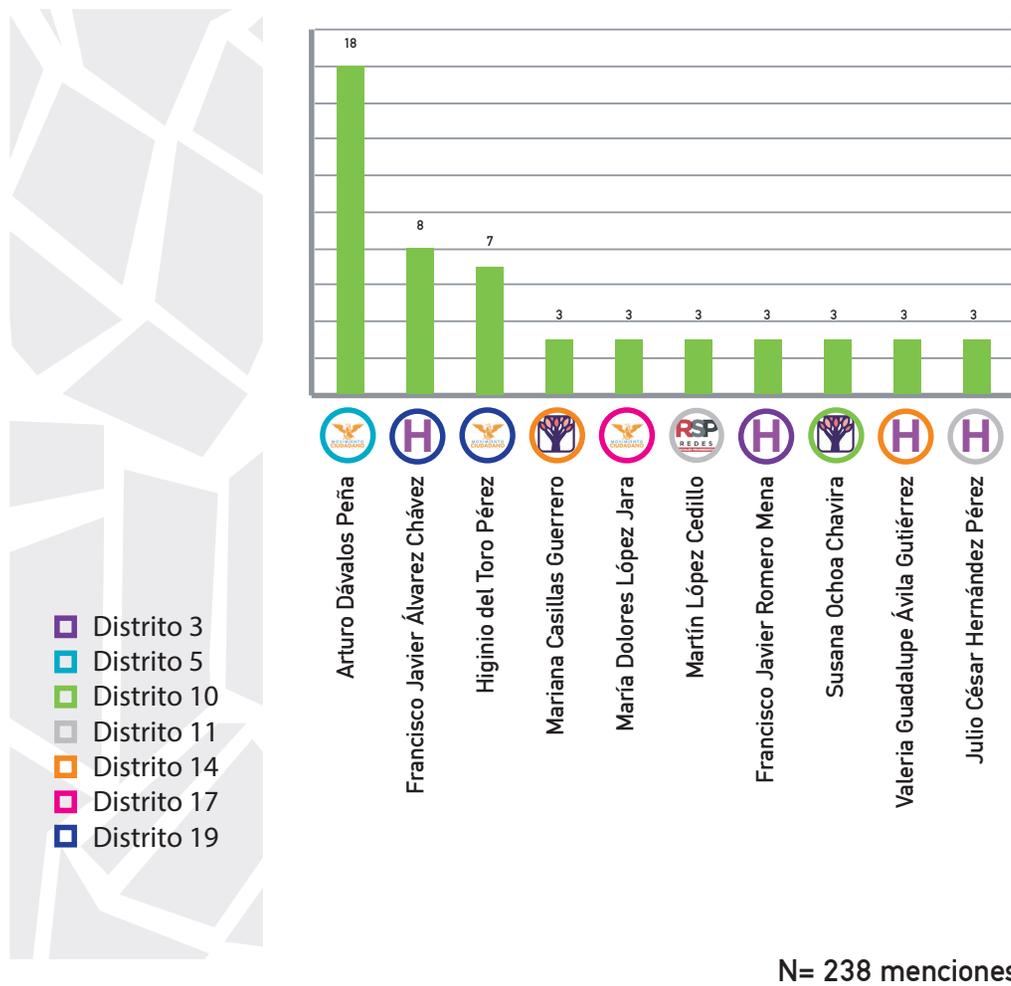


Figura No. 39 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales con más menciones

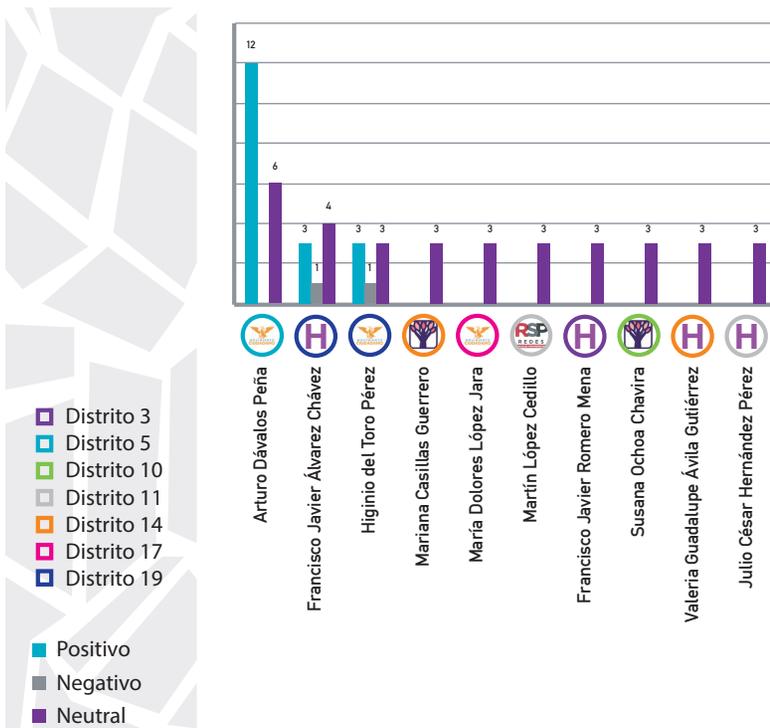


Figura No. 40 Tratamiento a aspirantes a diputaciones locales con más menciones

positivas para el candidato Dávalos Peña (12 de las 18 que recibió) destacaron en el conjunto.

En 82 casos (34%) se registraron propuestas de candidatas y candidatos, sobre todo en asuntos de Seguridad, Obras públicas y Medio ambiente.

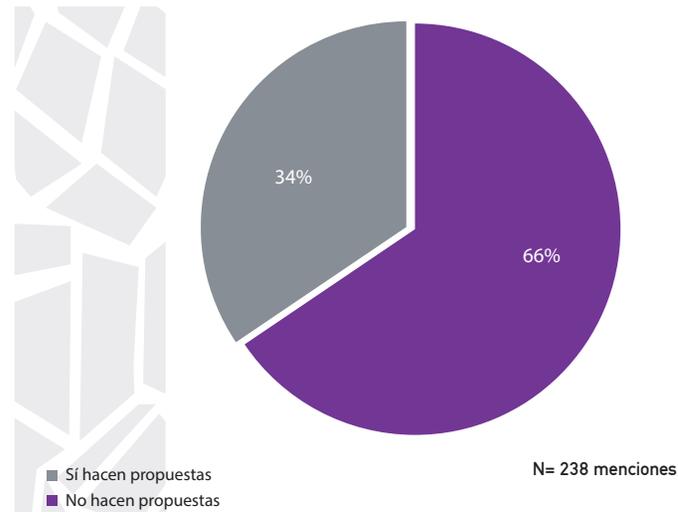


Figura No. 41 Porcentaje de menciones en la que aspirantes a diputaciones locales hacen propuestas

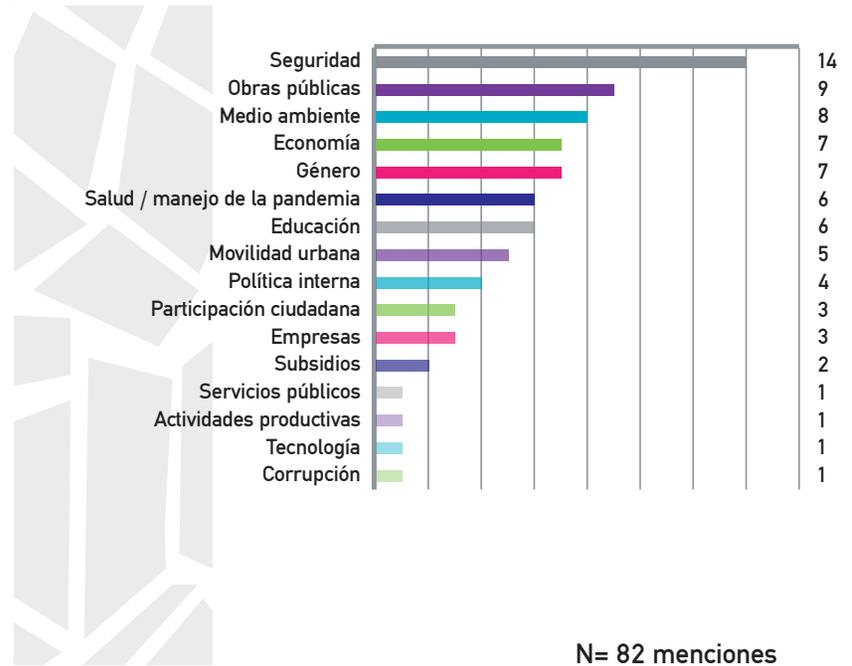


Figura No. 42 Distribución de temas de propuestas mencionadas por aspirante a diputaciones

Distrito 19

El distrito 19, con sede en Ciudad Guzmán, apareció con el mayor número de menciones para candidatas o candidatos a la diputación local: 24, 15 de las cuales fueron para los dos primeros aspirantes, de los partidos Hagamos y MC. Aunque hay 13 personas registradas como aspirantes en este distrito, solo nueve fueron mencionadas durante este periodo de monitoreo.

El tratamiento editorial para este grupo de aspirantes incluyó 11 menciones de tipo neutral por 11 positivas, y solo se registraron tres propuestas: dos del candidato de Hagamos y una del candidato de MC.

Distrito 5

A causa de la cobertura al candidato Dávalos Peña, el distrito 5, con sede en Puerto Vallarta, fue el siguiente más frecuente en este monitoreo: hubo 23 menciones en total y 18 fueron para el referido aspirante. Solo aparecieron otras cinco personas, aunque hay 13 aspirantes para este distrito.

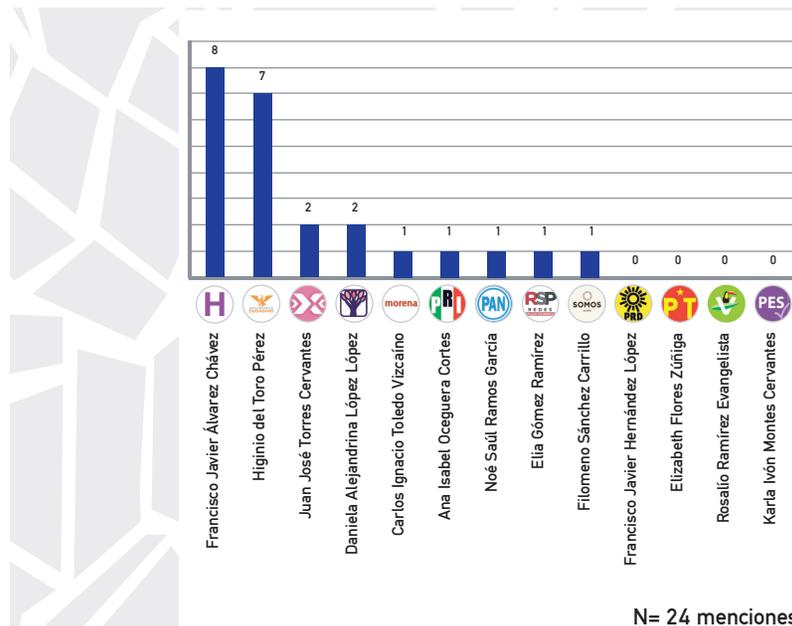


Figura No. 43 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19

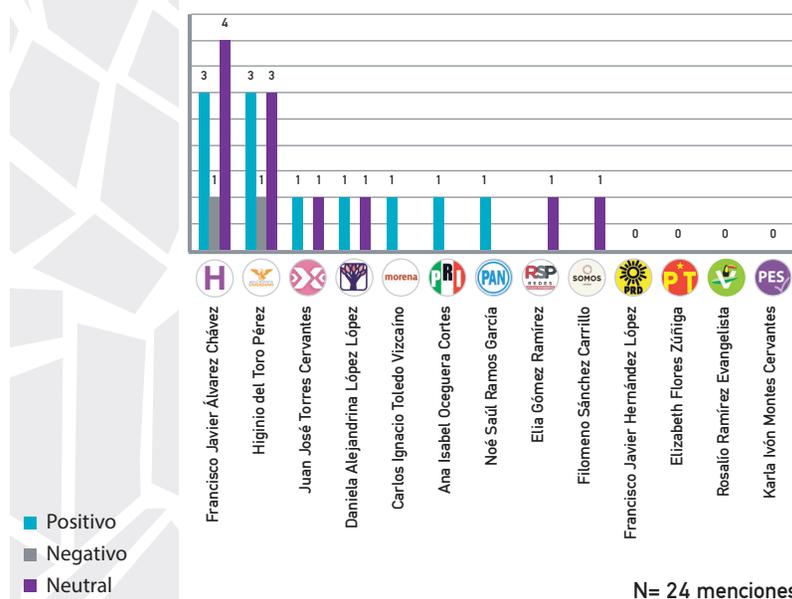


Figura No. 44 Tratamiento a aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19

	Política interna	Género	TOTAL
Francisco Javier Álvarez Chávez	2	0	2
Higinio del Toro Pérez	0	1	1
Juan José Torres Cervantes	0	0	0
Daniela Alejandrina López López	0	0	0
Carlos Ignacio Toledo Vizcaíno	0	0	0
Ana Isabel Ocegüera Cortes	0	0	0
Noé Saúl Ramos García	0	0	0
Elia Gómez Ramírez	0	0	0
Filomeno Sánchez Carrillo	0	0	0
Francisco Javier Hernández López	0	0	0
Elizabeth Flores Zúñiga	0	0	0
Rosalío Ramírez Evangelista	0	0	0
Karla Ivón Montes Cervantes	0	0	0

N= 3 menciones

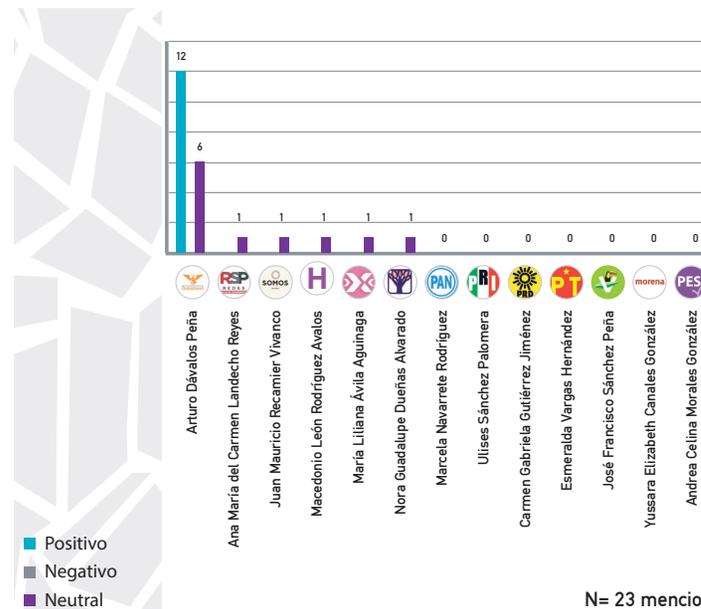
Tabla No. 8 Distribución de 3 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 19

Como se dijo antes, dos tercios de las menciones para Dávalos fueron de tipo positivo, aunque las apariciones individuales de las otras cinco personas identificadas fueron neutras. Además, los medios no registraron propuestas de nadie además de este candidato.



N= 23 menciones

Figura No. 45 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5



N= 23 menciones

Figura No. 46 Tratamiento a aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5

		Obras públicas	Movilidad	TOTAL
Arturo Dávalos Peña		4	2	6
Ana María del Carmen Landecho Reyes		0	0	0
Juan Mauricio Recamier Vivanco		0	0	0
Macedonio León Rodríguez Avalos		0	0	0
María Liliana Ávila Aguinaga		0	0	0
Nora Guadalupe Dueñas Alvarado		0	0	0
Marcela Navarrete Rodríguez		0	0	0
Ulises Sánchez Palomera		0	0	0
Carmen Gabriela Gutiérrez Jiménez		0	0	0
Esmeralda Vargas Hernández		0	0	0
José Francisco Sánchez Peña		0	0	0
Yussara Elizabeth Canales González		0	0	0
Andrea Celina Morales González		0	0	0

N= 6 menciones

Tabla No. 9 Distribución de 3 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 5

Distrito 10

El tercer distrito con más menciones fue el 10, con sede en Zapopan, con 20 casos. En este caso solo dejó de mencionarse a un candidato entre las 13 personas registradas y las publicaciones fueron mucho más equitativas: la candidata más mencionada apareció en tres ocasiones, así que el resto de las personas apareció una o dos veces. El tratamiento editorial fue neutral en todos los casos.

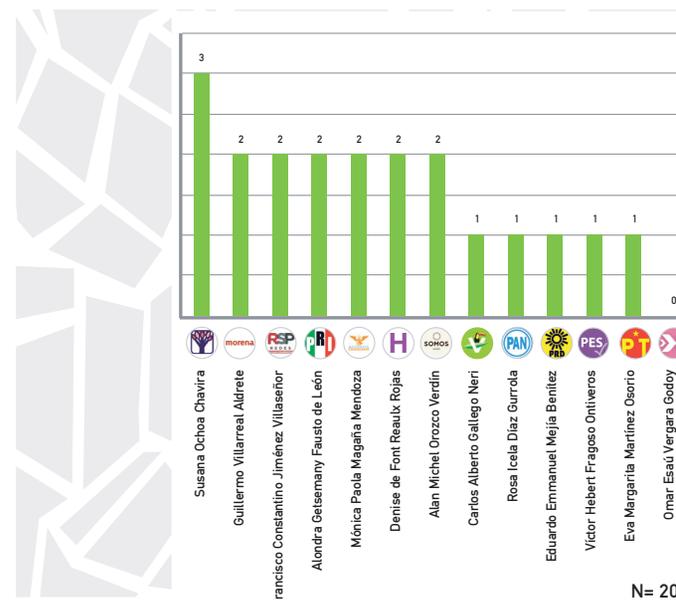


Figura No. 47 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 10

	Salud/ Manejo de la pandemia	Educación	Obras públicas	Otros temas	TOTAL
Susana Ochoa Chavira	0	0	1	0	1
Guillermo Villarreal Aldrete	1	0	0	0	1
Francisco Constantino Jiménez Villaseñor	1	0	0	0	1
Alondra Getsemany Fausto de León	1	0	0	0	1
Mónica Paola Magaña Mendoza	0	0	0	1	1
Denise de Font Reaulx Rojas	0	0	0	1	1
Alan Michel Orozco Verdín	0	0	1	0	1
Carlos Alberto Gallego Neri	0	1	0	0	1
Rosa Icela Díaz Gurrrola	0	0	0	1	1
Eduardo Emmanuel Mejía Benítez	0	1	0	0	1
Víctor Hebert Fragozo Ontiveros	0	0	0	1	1
Eva Margarita Martínez Osorio	0	0	0	1	1
Omar Esaú Vergara Godoy	0	0	0	0	0

N= 12 menciones

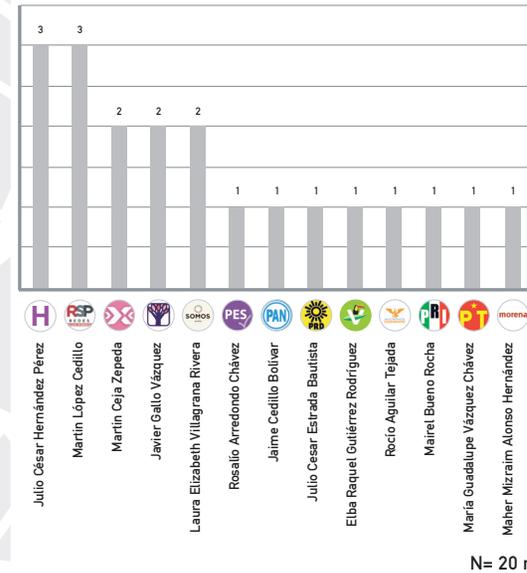
Tabla No. 10 Distribución de 5 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 10

Además, en este caso los medios registraron 12 propuestas de campaña entre las 20 menciones de aspirantes, al menos una por cada una de las 12 personas que tuvieron lugar durante este periodo.

Distrito 11

Empatado en el tercer lugar con 20 menciones apareció el distrito 11, con cabecera en Guadalajara. También en este caso se dio una distribución equitativa, pues las 13 personas registradas como aspirantes aparecieron al menos una vez; los dos candidatos con más menciones, de los partidos Hagamos y RSP, acumularon solo tres apariciones cada uno, y el tratamiento editorial también fue neutral en la totalidad de los casos.

Como en el distrito 10, se registraron propuestas de campaña para cada candidata y candidato, principalmente en los temas de Seguridad, Economía y Género.



N= 20 menciones

Figura No. 48 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 11

	Seguridad	Economía	Género	Otros temas	TOTAL
Julio César Hernández Pérez	0	1	0	0	1
Martín López Cedillo	0	0	2	0	2
Martín Ceja Zepeda	1	0	0	0	1
Javier Gallo Vázquez	0	1	0	0	1
Laura Elizabeth Villagrana Rivera	1	0	0	0	1
Rosalío Arredondo Chávez	0	0	0	1	1
Jaime Cedillo Bolívar	1	0	0	0	1
Julio Cesar Estrada Bautista	0	0	1	0	1
Elba Raquel Gutiérrez Rodríguez	0	1	0	0	1
Rocío Aguilar Tejada	0	0	0	1	1
Mairel Bueno Rocha	0	0	0	1	1
María Guadalupe Vázquez Chávez	0	0	0	1	1
Maher Mizraim Alonso Hernández	0	0	0	1	1

N= 14 menciones

Tabla No. 11 Distribución de 5 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 11

IX. Encuestas

Este quinto periodo de monitoreo permitió identificar 19 piezas con información relativa a encuestas sobre preferencias electorales, aunque las piezas de referencia solo cubrieron un área de 4% del espacio de los medios impresos. La información señalada apareció en 10 medios de comunicación, y destacó en este grupo Vallarta Opina, responsable de cinco de las 19 publicaciones.

Como ocurrió en los periodos anteriores, destacó la escueta información que los medios ofrecen a sus lectores sobre el origen y la responsabilidad de las encuestas mencionadas. Solo 42% de las piezas incluyeron datos sobre los productores del ejercicio y, una vez más, ninguna de las publicaciones permitió que el público supiera quién financió cada

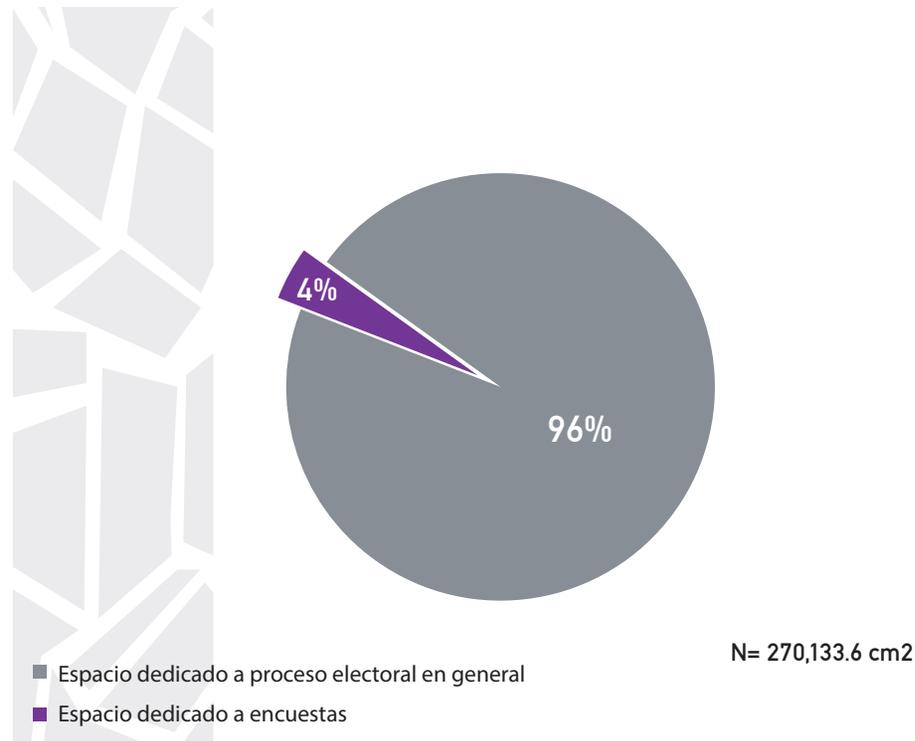


Figura No. 49 Distribución de piezas con encuesta por publicación

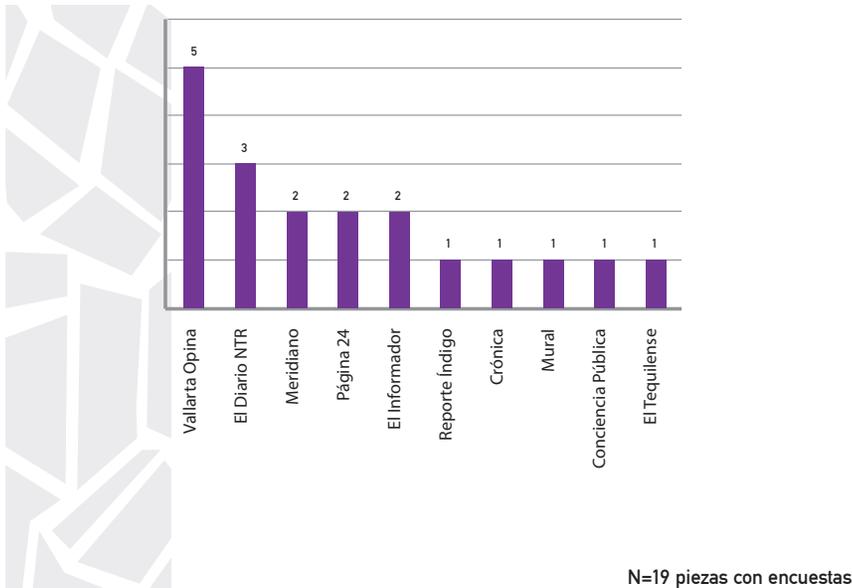


Figura No. 50 Espacio dedicado a encuestas

encuesta. Solo cinco de las 19 publicaciones incluyeron datos sobre la vitrina metodológica del ejercicio referido.

Éste fue el primero caso durante los ejercicios de monitoreo en que el partido Morena apareció como primer lugar cuando los medios informaron sobre la intención de voto referida en cada encuesta: en 11 de las 19 publicaciones fue señalado como primer sitio, mientras que el partido MC ocupó esa posición en siete casos.

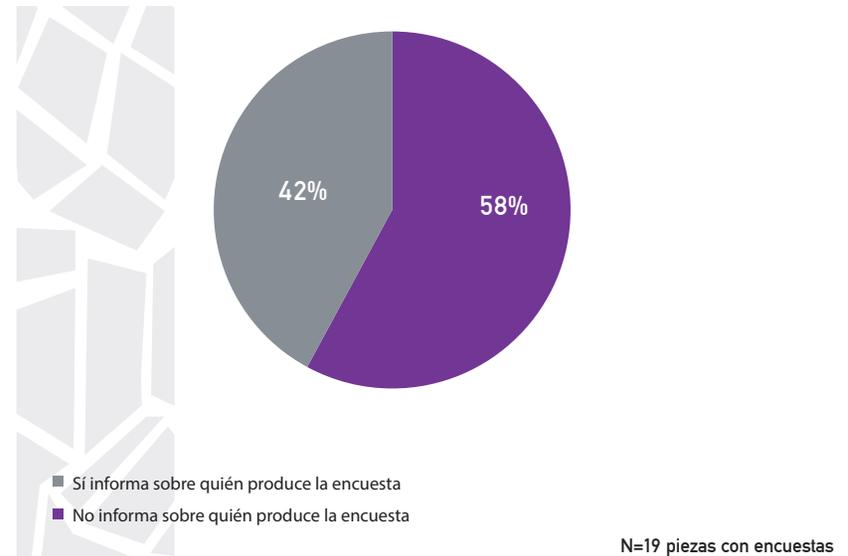


Figura No. 51 Porcentajes sobre quién produce encuestas

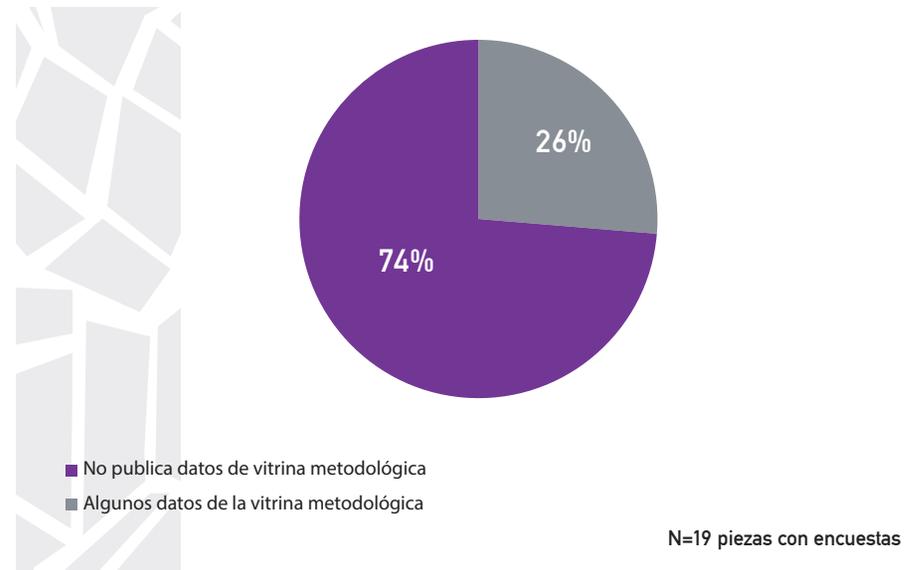
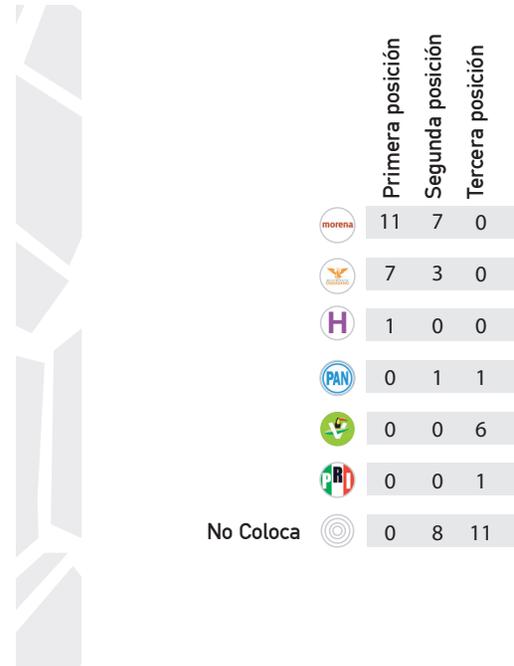


Figura No. 52 Datos sobre la vitrina metodológica de las encuestas



N= 19 piezas informativas

Tabla No. 12 Distribución de encuestas por partido, por posición en intención de voto

X.- Conclusiones

Los resultados de este quinto monitoreo de los medios impresos de Jalisco sobre las campañas del Proceso Electoral 2021, en el periodo del 23 al 29 de mayo de 2021, ratifican la tendencia a concentrar la cobertura en medios del Área Metropolitana de Guadalajara (ÁMG), como se ha notado en cada uno de los periodos anteriores. En este caso 67% de las piezas periodísticas identificadas aparecieron en medios de esta región y cinco periódicos locales lideraron la lista. Sin embargo, una vez los medios del ÁMG dedicaron mucho menos espacio de sus ediciones impresas a la información sobre las elecciones: 10% contra 20% de lo que dedican los medios de las demás regiones del estado.

Quedó ratificado también que los medios impresos cubren las elecciones con publicaciones de géneros periodísticos informativos (78% de las piezas y 83% del espacio impreso cubierto), particularmente noticias, que abarcaron 68% de las publicaciones.

Y tampoco hubo diferencia en relación con la preferencia que merece la cobertura de las campañas por las alcaldías de Jalisco: 64% de las publicaciones se refirieron solamente a estas contiendas, contra el 5% que representó la cobertura de campañas por diputaciones locales.

En este quinto periodo de monitoreo, las menciones a “guerra sucia” llegaron apenas a 12% de las piezas, y 69% de ellas se refirieron a contiendas por alcaldías.

En relación con la cobertura a actores del proceso electoral, los 25 medios monitoreados en este quinto periodo mencionaron a todos los partidos políticos participantes, pero de nuevo dieron mayor visibilidad a MC y Morena, que acumularon 30% y 28% de las menciones contra 9% del PRI, su más cercano seguidor.

En cuanto al tratamiento editorial a los partidos, la mayoría de las piezas (71%) pueden ser consideradas de tipo neutral, con contrastes en los casos de los partidos más mencionados.

Al hablar de candidatas y candidatos a munícipes, los medios mencionaron por lo menos una vez a aspirantes de 38 de los 125 municipios de Jalisco, pero, como en los periodos anteriores, concentraron su cobertura en tres: Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta, que acumularon 62% de las piezas identificadas.

Las 10 personas con más menciones entre este grupo de aspirantes acumularon 45% de las publicaciones y no hubo grandes cambios en relación con las tendencias ya identificadas antes: la relevancia de aspirantes por los tres municipios mencionados; sin embargo, por primera vez aparecieron más mujeres, además de la candidata de Puerto Vallarta que ha aparecido de forma constante en esta observación.

En el caso de aspirantes a municipales, el tratamiento editorial neutral a las 10 personas más mencionadas baja hasta 65%, para dividir menciones negativas y positivas. Pero una vez más es el tratamiento positivo de los medios a tres aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta (los mismos que en periodos anteriores) el que inclina la balanza hacia ese lado.

La cobertura a aspirantes a municipal en Guadalajara se concentra en los candidatos de MC y Morena, a bastante distancia de sus contendientes. El tratamiento editorial para este grupo fue neutral en 75% de los casos.

Zapopan fue el segundo municipio con más aspirantes mencionados y aquí la información se concentró en tres personas (77% de las menciones); en este caso el tratamiento neutral llegó a 79% de las publicaciones, aunque aspirantes como el de MC, que fue el más mencionado, acumularon hasta 32% de menciones negativas.

En el caso de las campañas por diputaciones locales, por quinta vez la cobertura de los medios favoreció al candidato Arturo Dávalos Peña (MC, distrito 5, y quien es alcalde con licencia de Puerto Vallarta). Aunque se identificaron piezas que mencionaron a aspirantes de cada uno de los 20 distritos locales de Jalisco, destaca la distancia entre el candidato con más apariciones (18 menciones) y sus seguidores (el segundo lugar apareció ocho veces). Como en el caso de quienes contienden por la alcaldía de Puerto Vallarta, el tratamiento editorial para este candidato incluyó una alta proporción de menciones positivas.

Los aspirantes de los distritos 19 (Ciudad Guzmán), 5 (Puerto Vallarta), 10 (Zapopan) y 11 (Guadalajara) fueron los que merecieron mayor cobertura. En el primero de ellos destacó que solo se mencionó a nueve de 13 personas, con igual número de menciones neutrales que positivas.

En cambio, en el distrito 5 solo se mencionó a cinco personas además del aspirante ya mencionado; mientras que éste mereció dos tercios de menciones positivas, las demás personas merecieron pocas menciones, todas de tipo neutral. Los medios no registraron propuestas de campaña de ninguna persona además de este candidato.

En contraste, la cobertura para aspirantes de los distritos 10 y 11 fue mucho más equitativa: aparecieron todas las personas registradas en ambos casos y las personas punteras solo aparecieron en tres ocasiones; para todas, el tratamiento fue neutral y se registró al menos una propuesta de campaña.

Por otro lado, en esta ocasión no hubo cobertura a candidatos o candidatas de origen indígena, o acerca de los comicios en municipios como Cuautitlán de García Barragán, Mezquitic o San Martín Bolaños.

En relación con la observación de asuntos relativos a género, por quinta vez el ejercicio de monitoreo detectó que los medios de comunicación favorecen a candidatos varones, que en este caso merecieron 71% de las menciones; esa desproporción es mayor en la cobertura de aspirantes a munícipe (74%), pero se reduce mucho (56% para varones, 44% para mujeres) en la información sobre aspirantes a diputaciones locales.

La cobertura para aspirantes de Morena es la segunda más inequitativa, con 88% de menciones referidas a varones. Pero son las candidaturas independientes, una vez más, en donde se registra la mayor desproporción: todas las 35 menciones fueron para varones esta vez.

En contraste, la proporción de piezas en donde se habló de las posibilidades de ganar una elección fue mayor en el caso de candidatas (7%) que entre varones (5%), igual que la proporción de piezas que mencionaron propuestas de campaña (30% en las publicaciones sobre mujeres, 29% en las relativas a varones).

En este periodo de monitoreo fueron identificadas dos piezas, entre 752, en que se hizo evidente un uso discriminatorio en el lenguaje, y solo en 4% de los casos se detectó el uso de lenguaje masculino genérico, es decir, cuando se habla en masculino de un grupo de aspirantes aunque haya mujeres en él.

Además, esta vez solo se identificaron dos piezas, en un conjunto de 361 menciones a candidatas, en las que los medios incurrieron en el uso de estereotipos de género.

Por último, el monitoreo detectó 19 piezas que difundieron información relativa a encuestas sobre preferencias electorales, publicadas en 10 medios de comunicación (el periódico Vallarta Opina publicó cinco de ellas). La

tendencia de opacidad ya mostrada en los ejercicios anteriores quedó ratificada: solo 42% de las piezas incluyeron datos sobre los responsables de las encuestas y ninguna dio datos sobre quién financió cada publicación; solo en cinco de los 19 casos se publicaron algunos datos de la vitrina metodológica de la encuesta referida.

Informe elaborado por ETIUS

Observatorio de comunicación y cultura del ITESO

23 - 29 mayo 2021

Coordinación General

Dr. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Coordinación Ejecutiva

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Diseño de la investigación

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Financiamiento

Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco

Guadalajara, Jalisco, México

4 de junio 2021



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

ETIUS