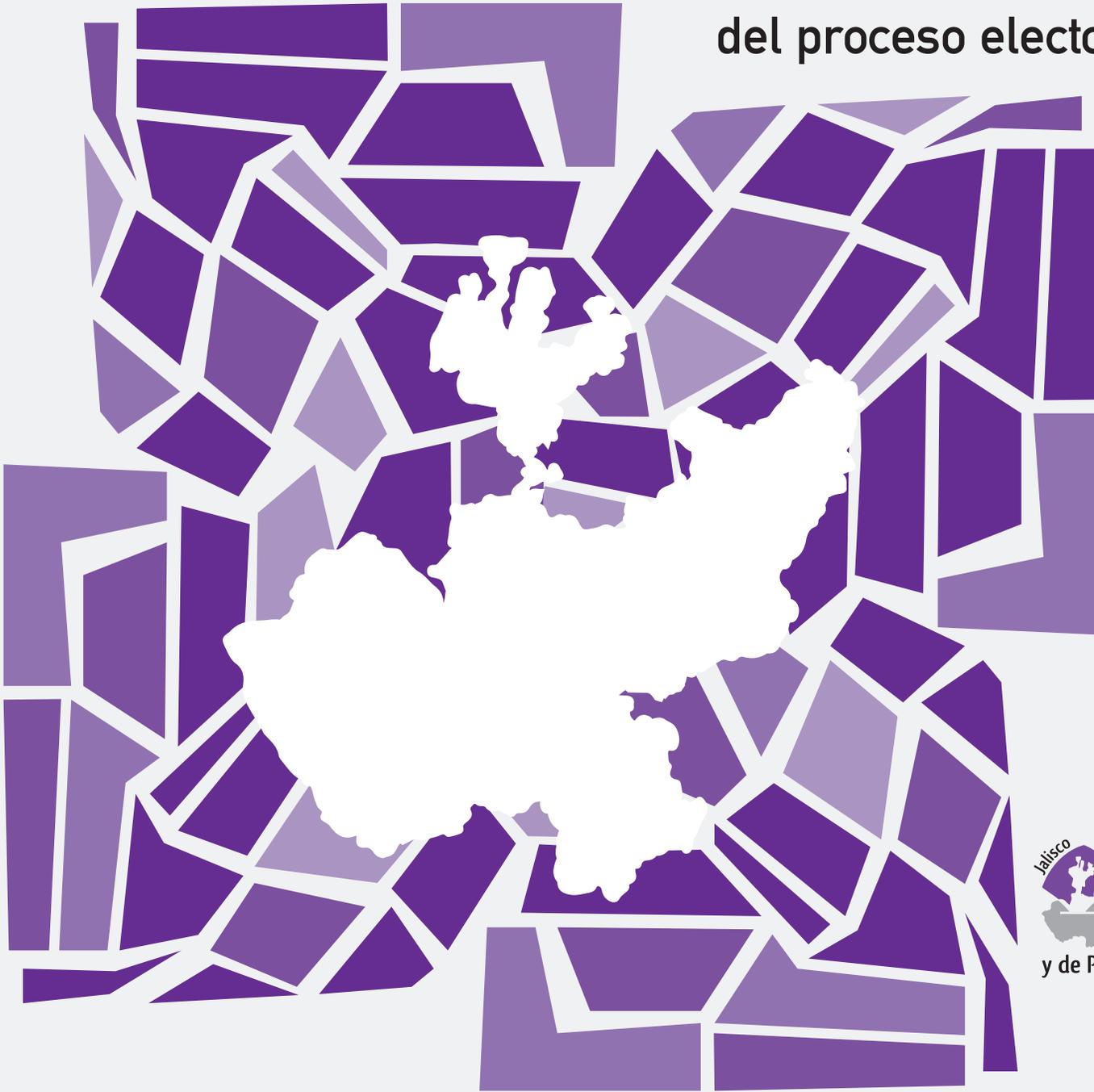


MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021

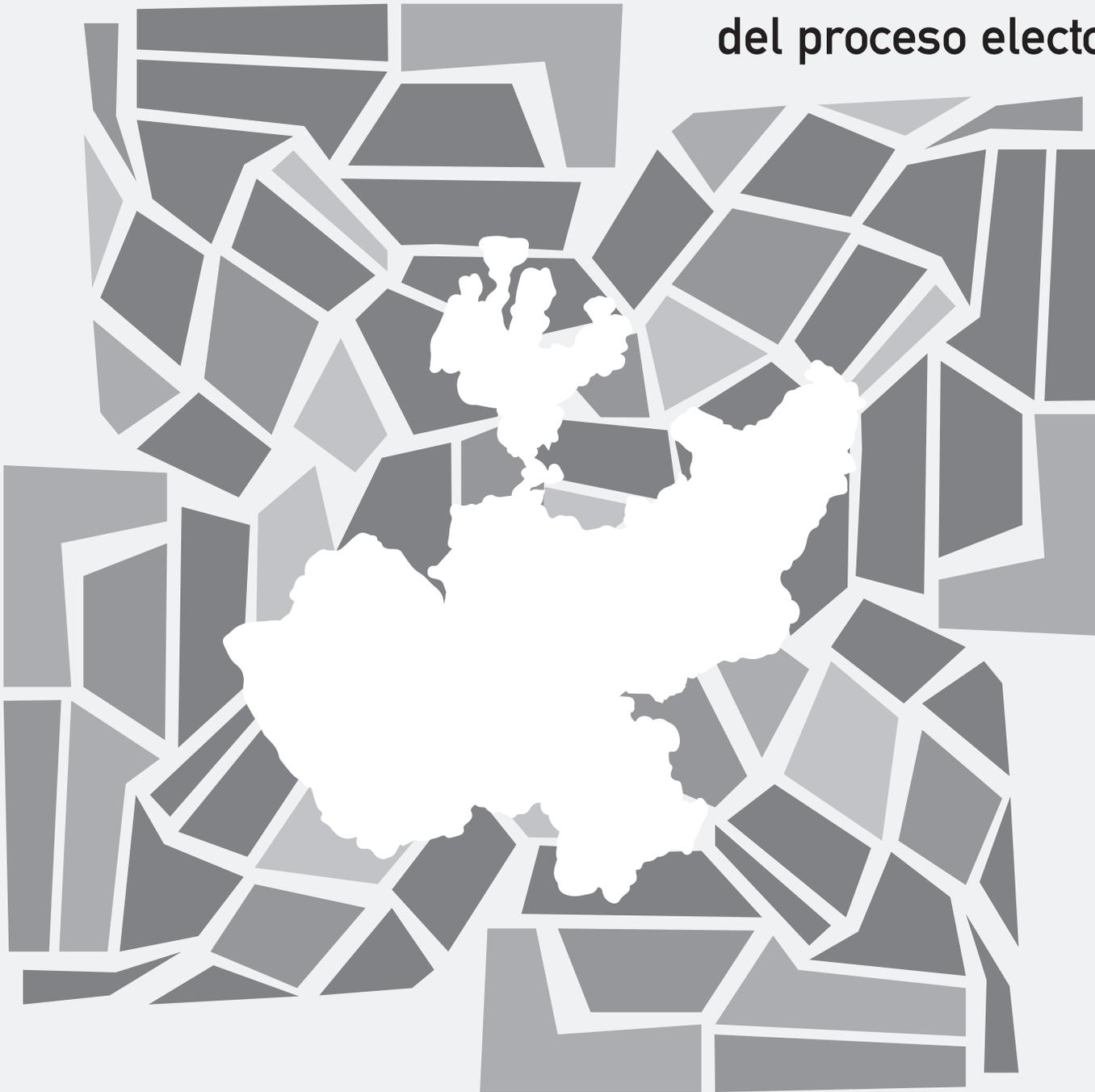


Informe parcial
30 de mayo al 7 de junio



MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021



Informe parcial
30 de mayo al 7 de junio

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 de las campañas del Proceso Electoral 2021 en Jalisco durante el periodo del 30 de mayo al 7 de junio 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 5	
Distrito 14	
Distrito 19	
IX. Encuestas	50
X. Conclusiones	53

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 comprendió del 4 de abril al 2 de junio de 2021. Durante el periodo completo del monitoreo, comprendido del 4 de abril al 7 de junio, se elaboraron y entregaron seis informes parciales. Una vez concluido el proceso electoral, se publicará un informe final de los resultados de todo el periodo. 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 sexto informe parcial corresponde a la novena semana del periodo formal de campañas, del 30 de mayo al 7 de junio 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 votó para elegir 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 estuvieron convocadas 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 implicó preparar la instalación de hasta 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 participaran como funcionarios de casilla.

Pero el proceso electoral se celebró 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 fue 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 modificó las posibilidades de que los partidos efectuaran actividades proselitistas de forma tradicional.

Tal coyuntura exigió que las autoridades electorales del país diseñaran una estrategia de prevención e información que propiciara que los ciudadanos votaran el 6 de junio de 2021, pero también que los participantes en el proceso electoral cumplieran 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 30 de mayo al 7 de junio de 2021

Este sexto informe parcial de monitoreo comprende el periodo de campañas del 30 de mayo al 7 de junio 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.

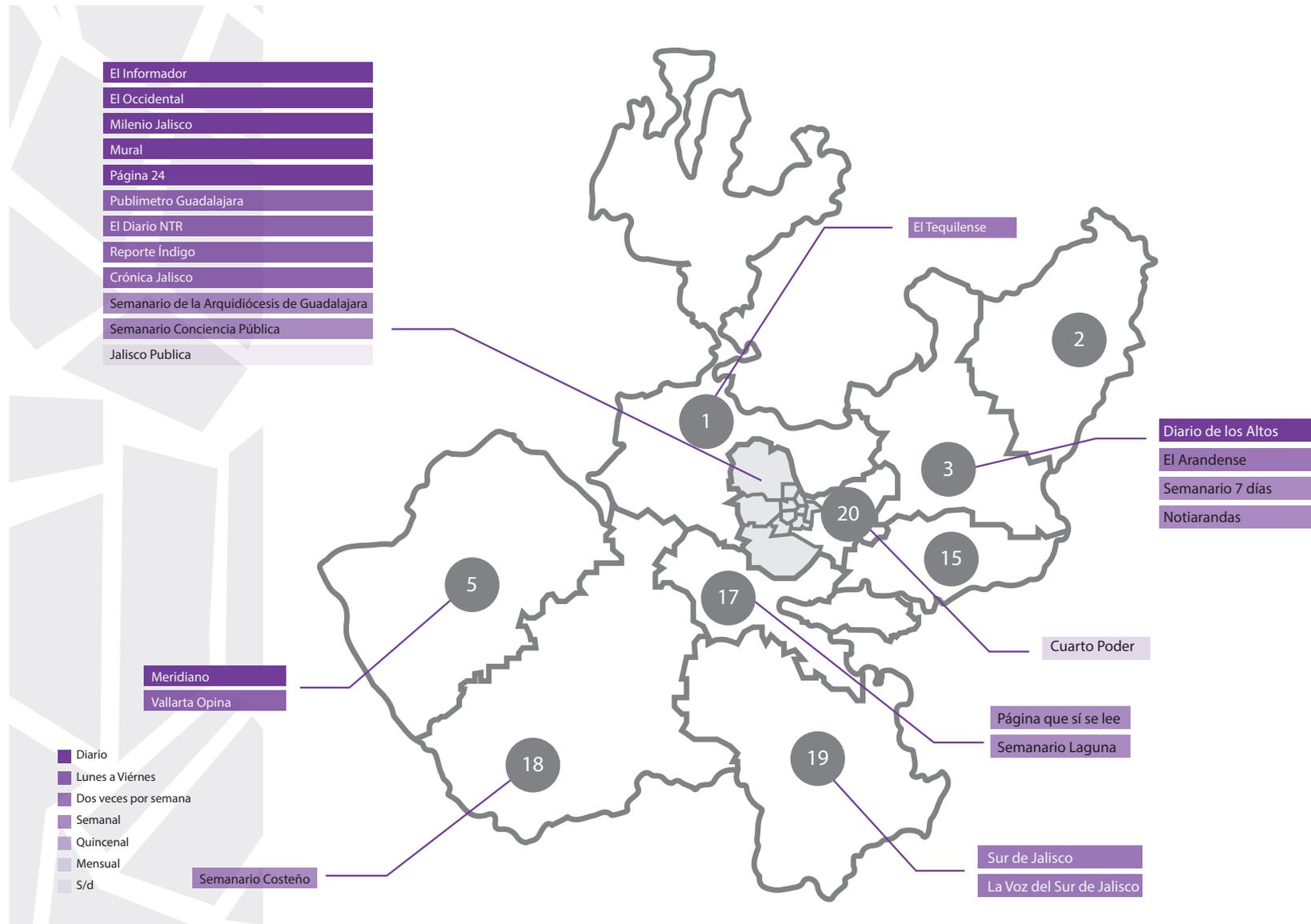
De los 25 medios monitoreados, 13 son editados en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) y 12, en ocho municipios de Jalisco.

Datos generales

En este sexto periodo de monitoreo —el tercero que se refirió a un periodo de solo una semana de observación— fueron identificadas 893 piezas informativas destinadas al tema de las elecciones de Jalisco publicadas en los 25 medios monitoreados; esa cifra equivale al mayor promedio detectado durante el monitoreo: 127 piezas publicadas por día.

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

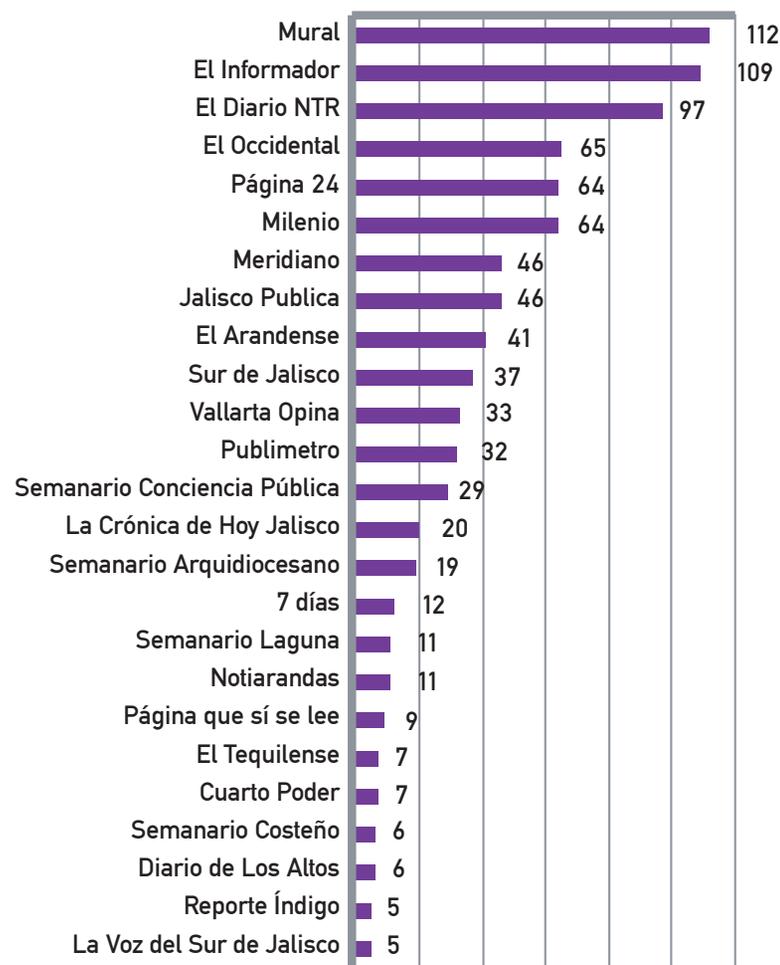


Mapa No. 1 Periódicos monitoreados por distritos electorales en Jalisco

Por sexta ocasión, quedó clara la relevancia de los medios del ÁMG como productores de información electoral, pues 75% de las piezas se publicaron en impresos de esta zona, con especial participación de los periódicos Mural, El Informador y El Diario NTR Guadalajara con entre 11% y 12% de las publicaciones cada uno. De los 10 medios con más publicaciones en este caso, siete fueron del ÁMG; solo Meridiano (Puerto Vallarta), El Arandense (Arandas) y Sur de Jalisco (Ciudad Guzmán) entraron a este grupo.

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.

Tampoco varió la tendencia de que los medios de comunicación dieran preferencia a géneros periodísticos de tipo



N=893 piezas

Figura No.1 Cobertura de medios impresos jaliscienses

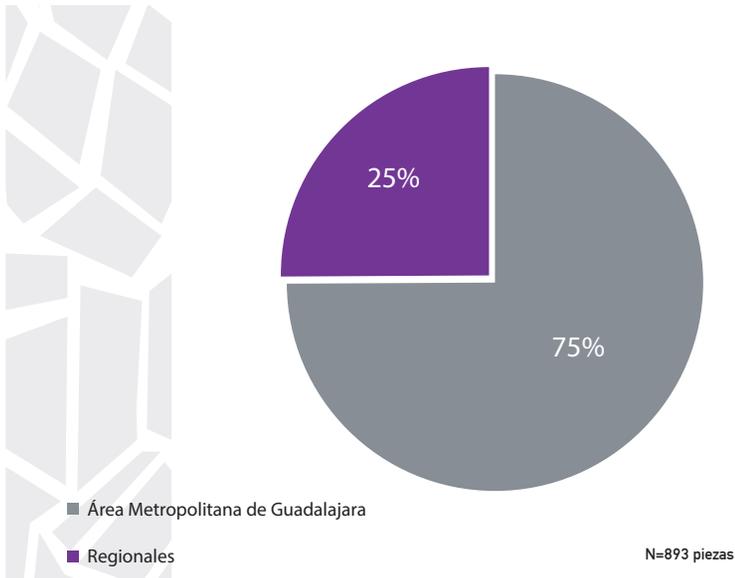


Figura No. 2 Distribución de piezas informativas por lugar de origen

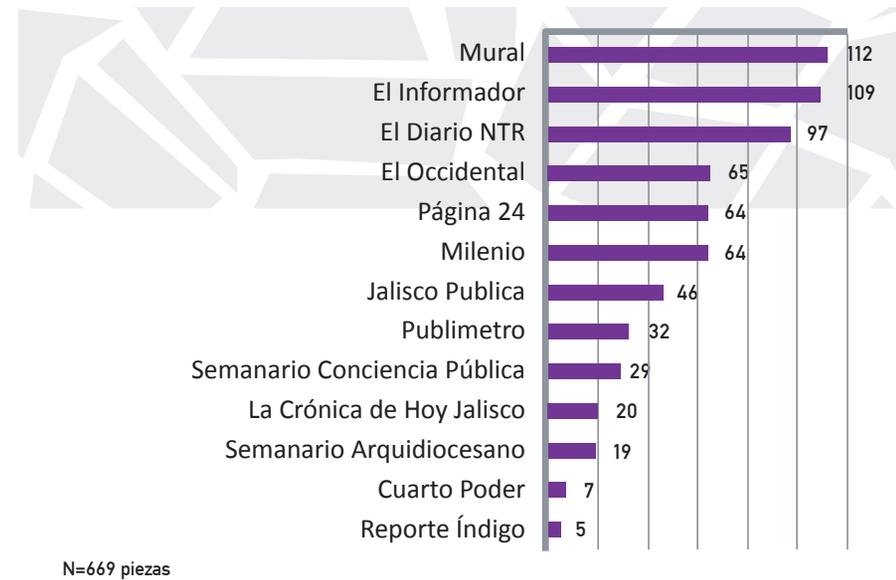


Figura No. 3 Número de piezas por medios impresos del AMG

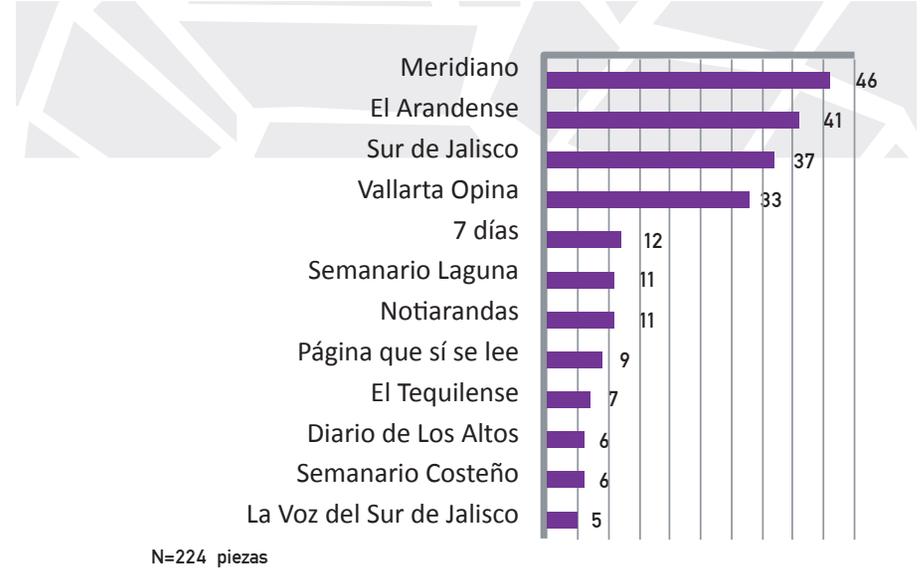


Figura No. 4 Número de piezas por medios impresos regionales

informativo: 77.5% de las piezas fueron presentadas en formatos de este tipo, particularmente noticias, que abarcaron 63% de las publicaciones.

Como ocurrió durante todo el monitoreo, los medios privilegiaron la cobertura de las campañas de aspirantes a municipales, pero esta vez ese fenómeno estuvo menos pronunciado: las piezas que se refirieron solo a esas contiendas

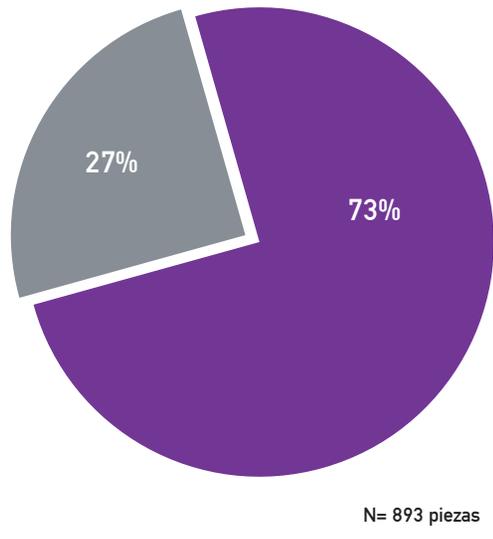


Figura No.5 Porcentaje de piezas que utilizan recursos técnicos como imágenes, fotografías, gráficas o infografías

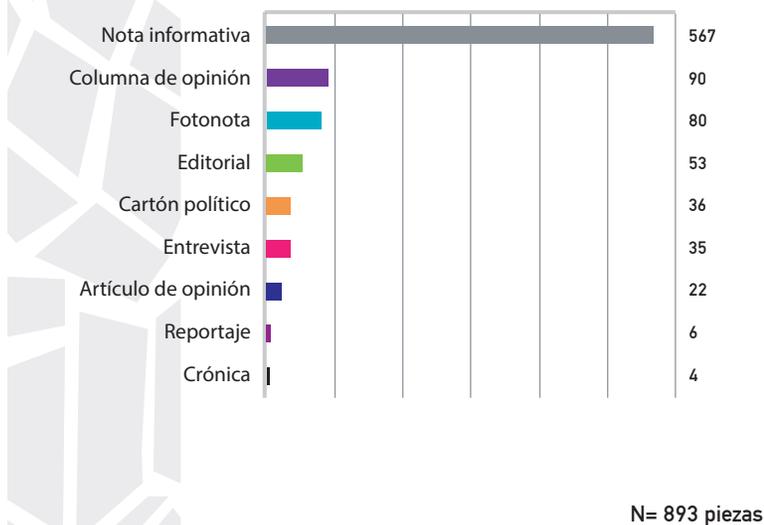


Figura No. 6 Número de piezas por género periodístico

fueron 51% del total; las piezas referidas al proceso electoral en general, sin énfasis en actores o partidos, abarcaron 27% de la cobertura; las piezas que se refirieron solo a campañas por diputaciones locales representaron 6%, un porcentaje muy similar al de los periodos de observación anteriores.

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

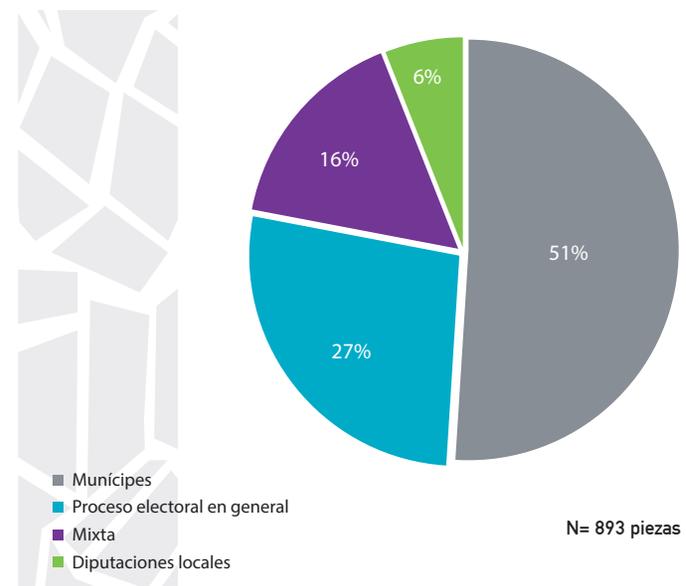


Figura No. 7 Porcentaje de piezas destinadas a cada tipo de elección

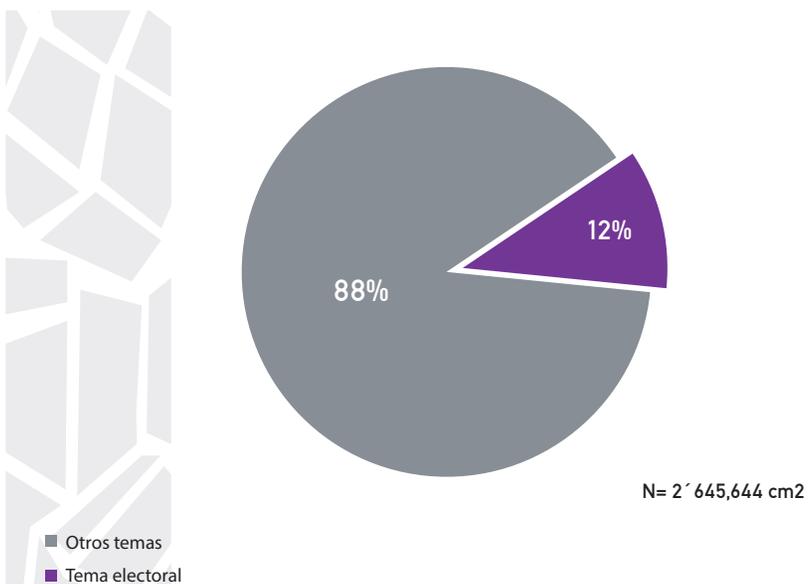


Figura No. 8 Espacio destinado al tema de las elecciones en Jalisco

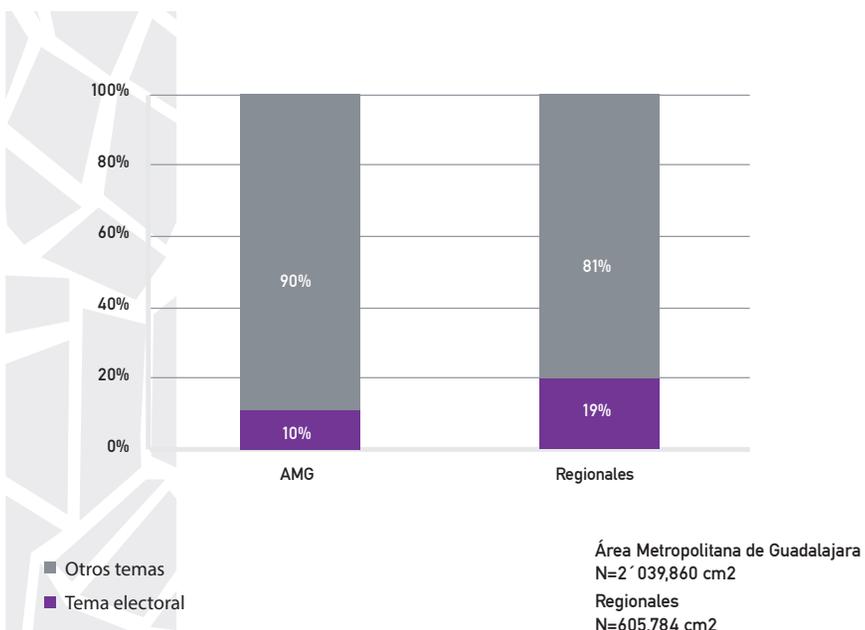


Figura No. 9 Espacio destinado a las elecciones en Jalisco por lugar de publicación

impreso y en este sexto periodo la observación encontró la misma tendencia: los medios del ÁMG dedicaron menos, en proporción, que los del resto de Jalisco: 10% contra 19% respectivamente. En conjunto, los 25 medios monitoreados dedicaron 12% de su espacio a información sobre las elecciones.

De nueva cuenta, el medio que más espacio dedicó al tema fue el semanario del ÁMG Conciencia Pública, que empleó 54.5% de su espacio disponible en información sobre elecciones; lo siguió el periódico Sur de Jalisco (Ciudad Guzmán) con 49.9% de espacio.

Medio de comunicación	Total
Semanario Conciencia Pública	54.55%
Cuarto Poder	40.31%
Semanario Arquidiocesano	18.98%
El Occidental	15.77%
El Diario NTR	13.57%
Página 24	12.64%
Jalisco Publica	11.13%
Milenio	10.57%
Mural	9.50%
Publimetro	9.31%
El Informador	7.22%
La Crónica de Hoy Jalisco	4.94%

Tabla No. 1 Porcentaje de espacio destinado a elecciones locales en medios de comunicación del ÁMG

Medio de comunicación	Total
Sur de Jalisco	49.92%
El Arandense	43.03%
7 días	26.87%
Notiarandas	23.79%
Semanario Laguna	20.53%
Página que sí se lee	18.13%
Meridiano	16.32%
El Tequilense	15.18%
La Voz del Sur de Jalisco	13.81%
Semanario Costeño	12.16%
Diario de Los Altos	10.83%

Tabla No. 2 Porcentaje de espacio destinado a elecciones locales en medios de comunicación regionales

Las piezas dedicadas solo a campañas por alcaldías representaron 51% del espacio cubierto: 46% en los medios del ÁMG, 61% en los regionales; las dedicadas solo a campañas por diputaciones locales llegaron a 6%, pero en este caso fue de 8% en los medios del ÁMG de apenas 2% en los regionales.

La medición del espacio cubierto confirmó la relevancia de los géneros periodísticos informativos: 83% del área fue ocupada

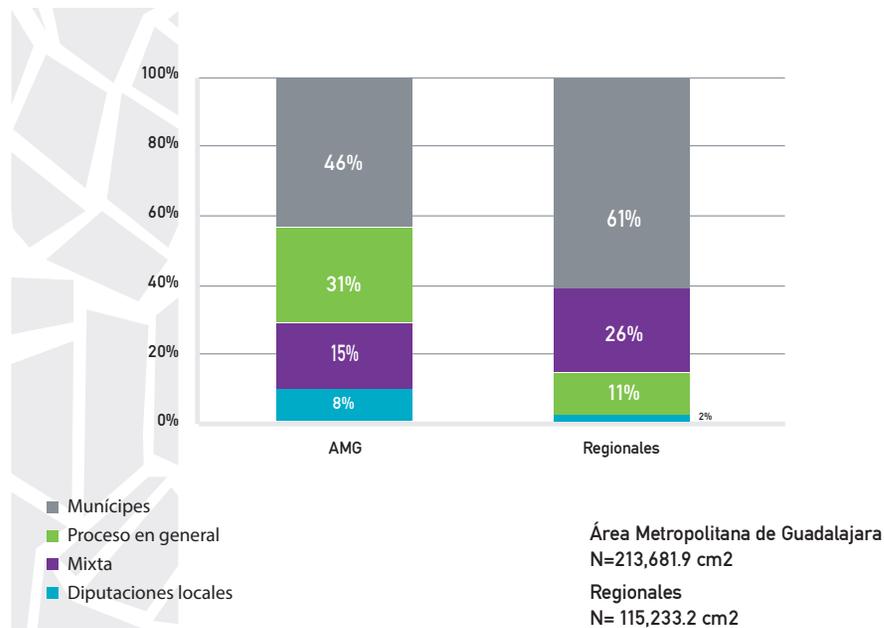


Figura No. 10 Distribución de espacio por contienda en AMG y regionales

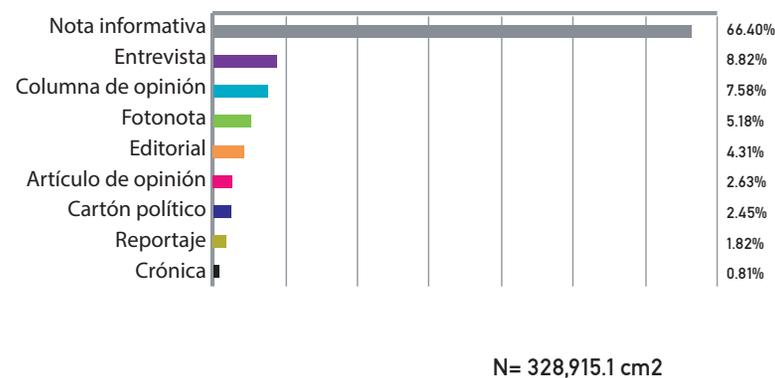


Figura No. 11 Distribución de espacio por género periodístico

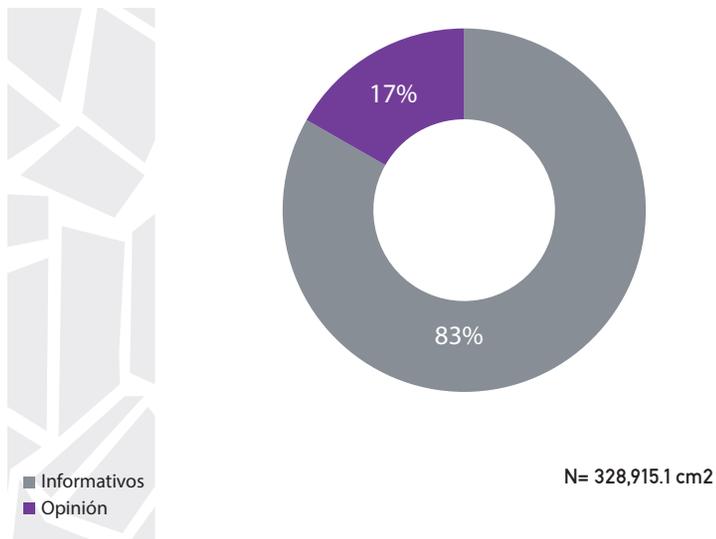


Figura No. 12 Distribución de espacio por género periodístico

con estos formatos; 66% de todo el espacio en los medios 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:

- 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.

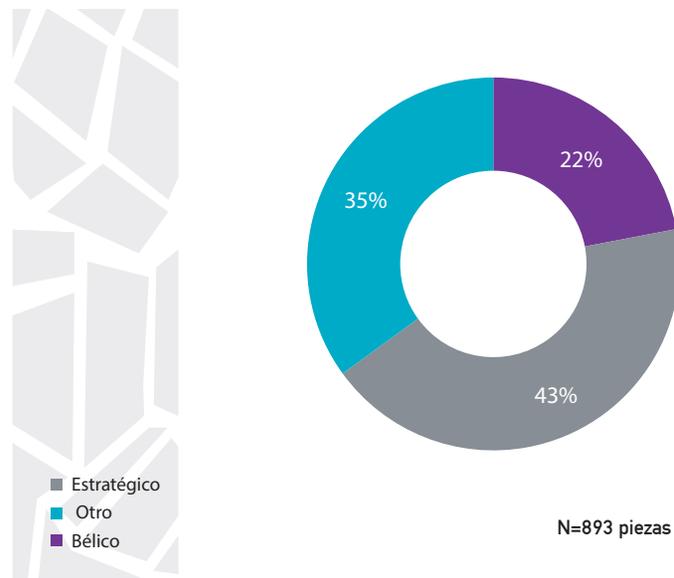


Figura No. 13 Porcentaje de piezas según encuadre

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

En este caso, 43% de las piezas mostraron elementos del encuadre de estrategia y 22%, del deportivo o bélico; 35% de las piezas, pues, tuvieron otro tipo de encuadre, el porcentaje más alto en los seis periodos de monitoreo.

Además, 68 piezas hicieron menciones a “guerra sucia” durante las campañas electorales: 8% de las 893 detectadas; 62% de ellas se refirieron a contiendas por alcaldías y 26%, al proceso electoral en general; solo hubo una pieza de este tipo que se refiriera a campañas por diputaciones locales.

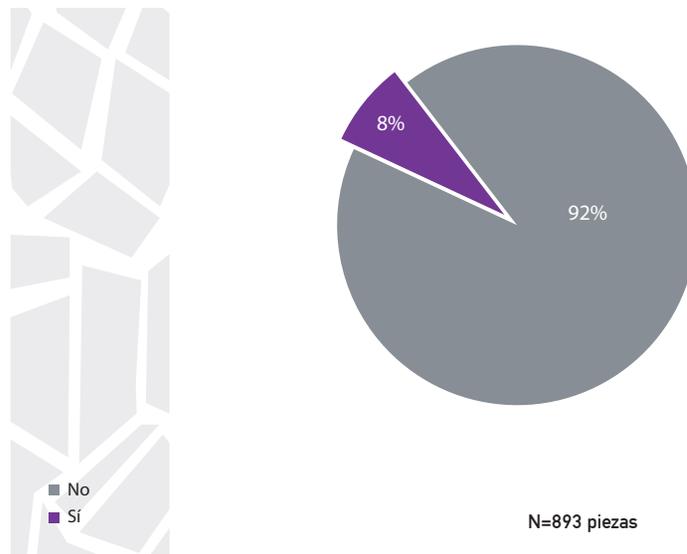


Figura No. 14 Porcentaje de piezas que contienen menciones a “guerra sucia”

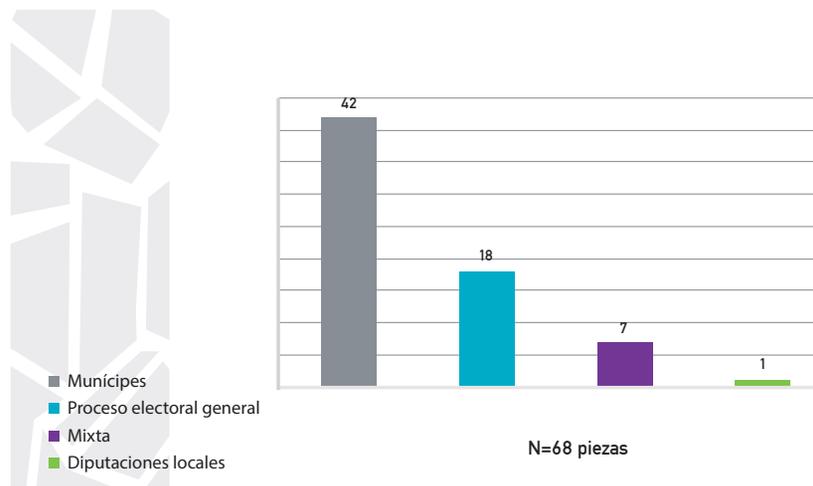


Figura No. 15 Piezas periodísticas que mencionan “guerra sucia” (por tipo de elección)

IV.- Partidos políticos

Durante el monitoreo fueron detectadas 823 menciones a partidos políticos y de nuevo fue evidente la concentración en los partidos Movimiento Ciudadano (MC) y Movimiento Regeneración Nacional (Morena): el primero acumuló 25% y el segundo, 21% de las menciones; el Partido Acción Nacional (PAN) fue el tercero más mencionado con 101 apariciones, equivalentes a 12% del total.

Doce de los partidos registrados para los comicios fueron mencionados en por lo menos 22 piezas; en cambio, el decimotercero, Somos, solo mereció 10 menciones durante este periodo.

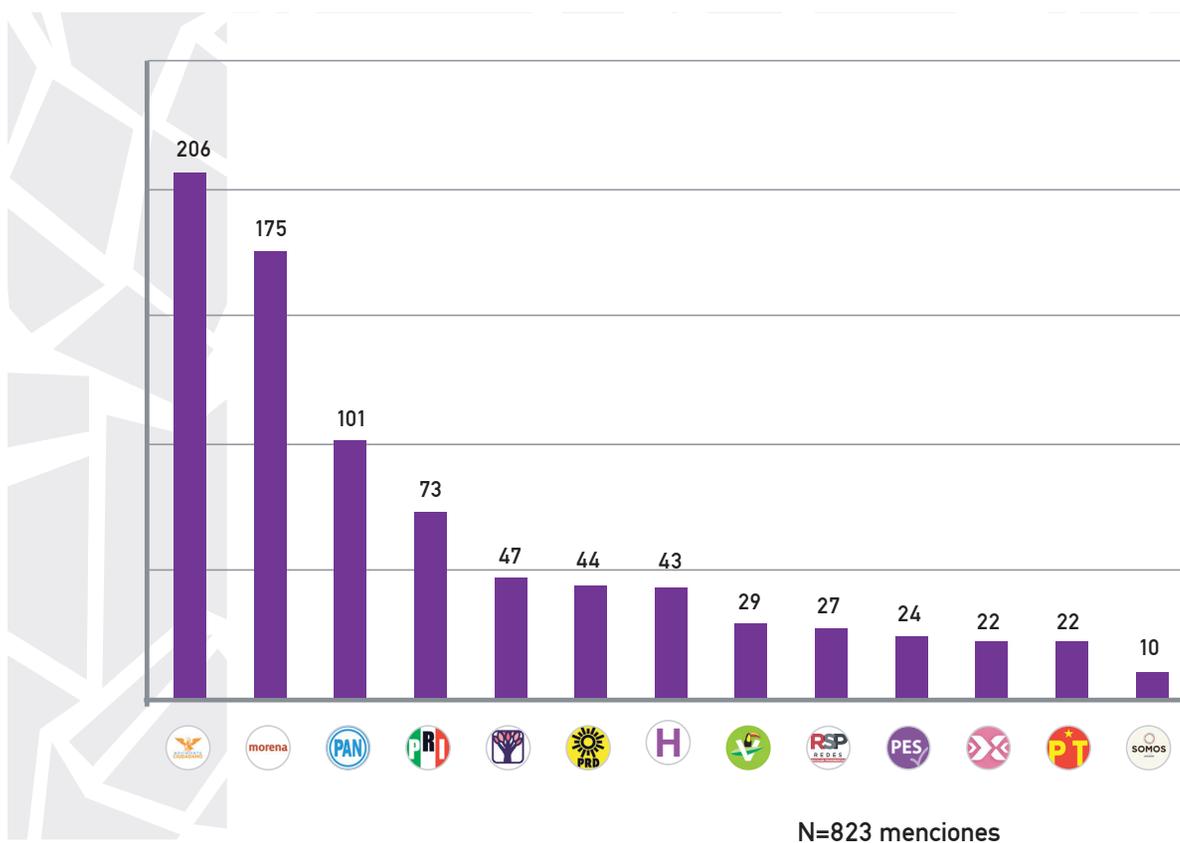


Figura No. 16 Cobertura a partidos políticos

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 823 menciones, 81% fueron neutrales, 11% negativas y 8%, positivas. Al revisar caso por caso, destacó que MC, además de ser el más mencionado en este ejercicio, fue el que partido con más menciones positivas (14% de las veces en que apareció).

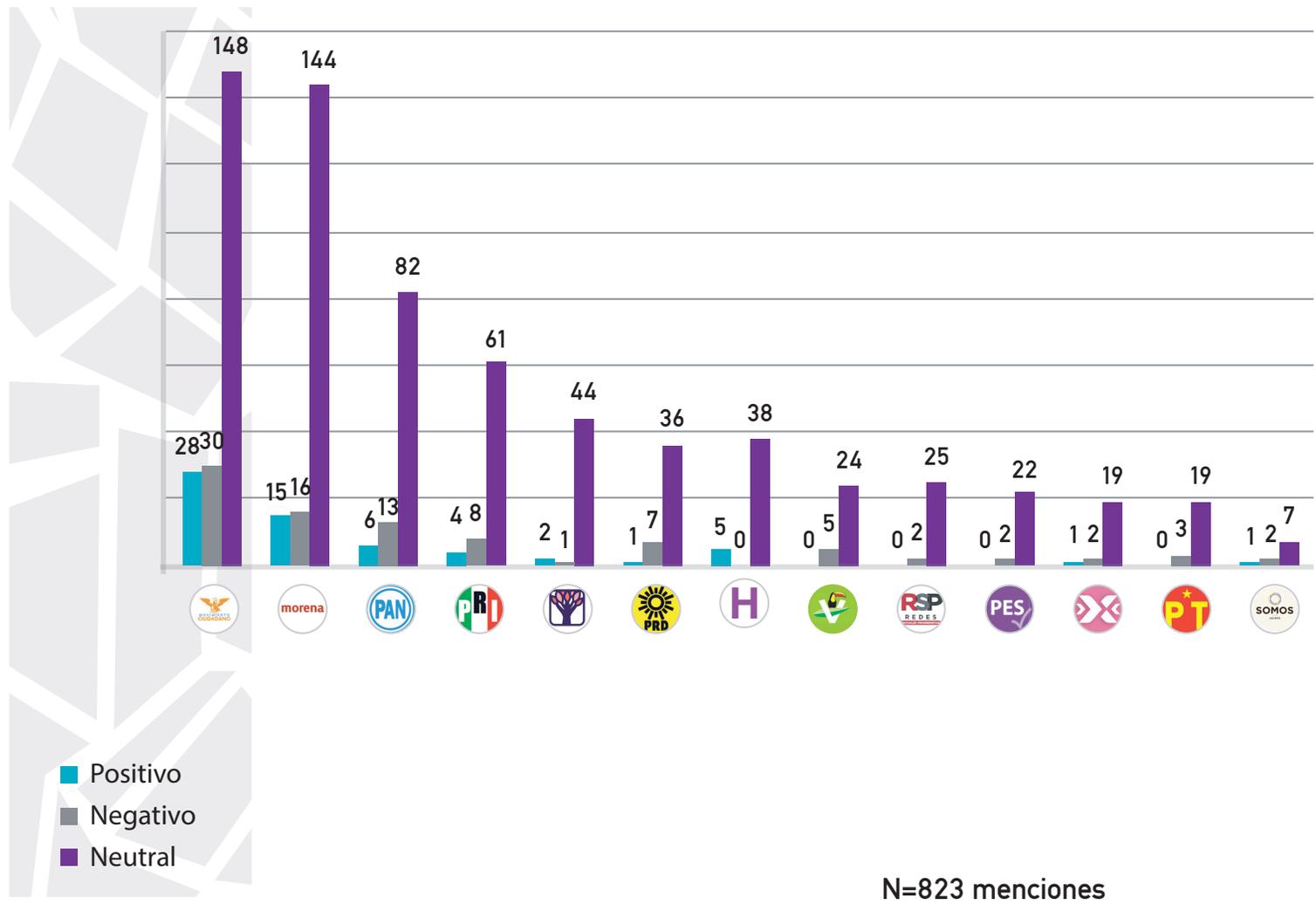


Figura No. 17 Tratamiento a los partidos.

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 893 piezas identificadas, ninguna incurrió en cualquiera de esta modalidad de lenguaje discriminatorio.

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 26 de 893 piezas, es decir, 3% del total.

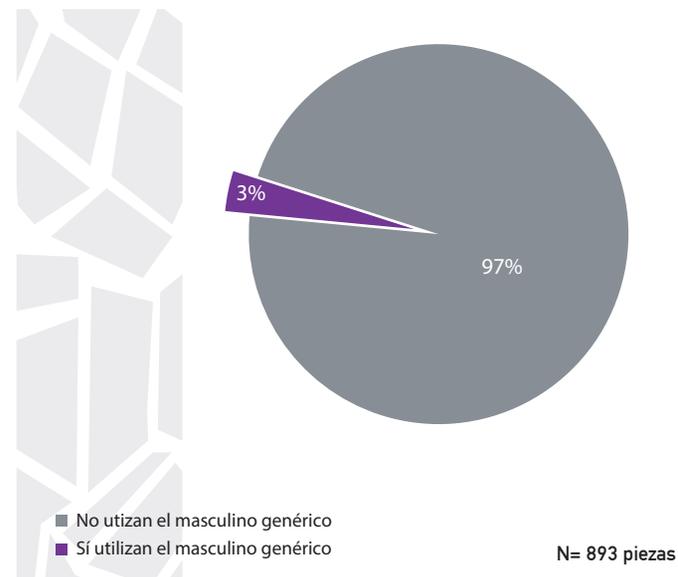


Figura No. 18 Porcentaje de piezas informativas que hacen uso del masculino genérico

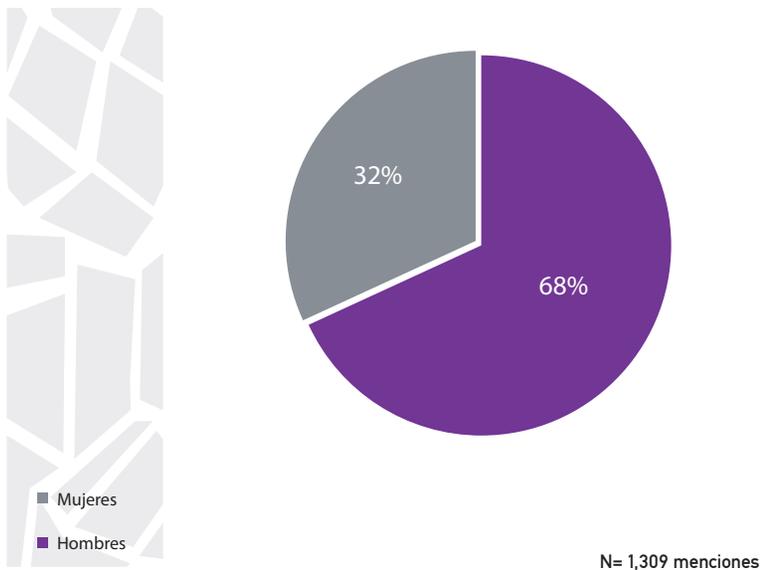


Figura No. 19 Porcentaje de menciones a candidatas y candidatos en las piezas periodísticas

Candidatas y candidatos en las piezas informativas

Al observar las piezas en que se habló de actores individuales, el monitoreo permitió identificar 1,309 menciones a candidatas y candidatos; 68% fueron acerca de varones.

Como en los ejercicios de monitoreo anteriores, la mayor desproporción se dio en el caso de las candidaturas independientes: hubo 19 menciones a aspirantes de este tipo y todas fueron para varones.

Pero en los casos de personas registradas por partidos políticos, la mayor desproporción se dio en el caso de Morena: hubo 280 menciones a sus aspirantes y solo 36, o 13%, fueron para mujeres. En términos proporcionales, le siguió el caso del Partido Verde Ecologista de México (PVEM): de 64 menciones a sus aspirantes solo 20%, es decir 13, fueron para mujeres.

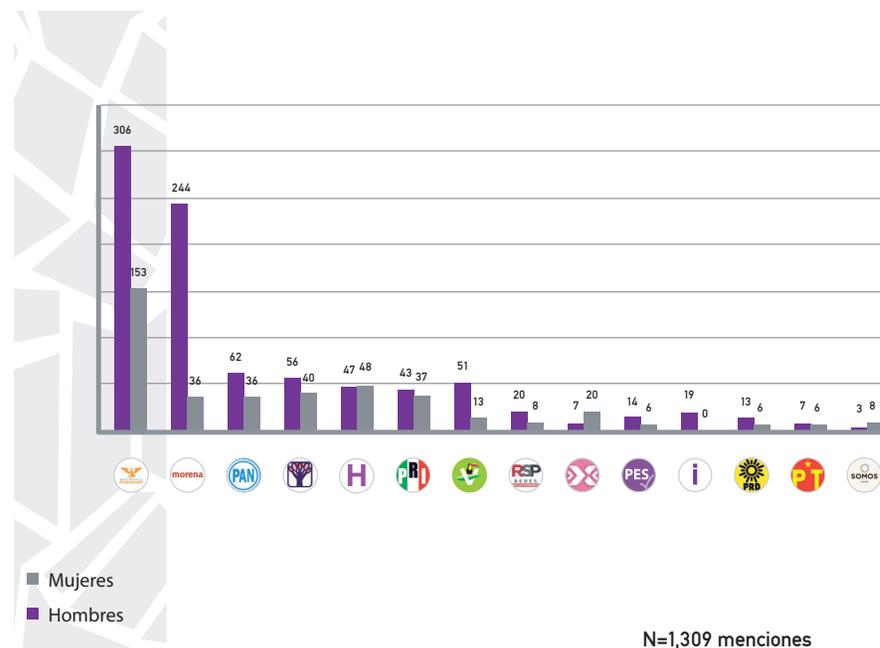


Figura No. 20 Número de menciones de candidatas y candidatos por partido político

En cambio, hubo tres casos en que se mencionó a más candidatas que candidatos: Somos (ocho de 11 menciones) Partido Fuerza por México (20 de 27 menciones) y Hagamos (48 para mujeres, 47 para varones).

Como ocurrió en los anteriores ejercicios de monitoreo, la desproporción de género fue mayor al revisar solamente las menciones de aspirantes a municipales: 72% fueron para varones, 89% en el caso de Morena, 80% en el caso del PVEM y 80% también en el caso del Partido de la Revolución Democrática (PRD, 12 de 15 menciones).

Y en cambio, igual que se observó en anteriores ejercicios de monitoreo, las menciones para candidatos y candidatas a diputaciones locales fueron mucho más equilibradas; de hecho, hubo 97 menciones de varones y 106 de mujeres y lo regular, al revisar cada partido, fue que se hablara más de las candidatas; la mayor desproporción se dio con el PAN (solo 33% de menciones a candidatas, es decir, cuatro de 12 casos) y Redes Sociales Progresistas (una de tres menciones).

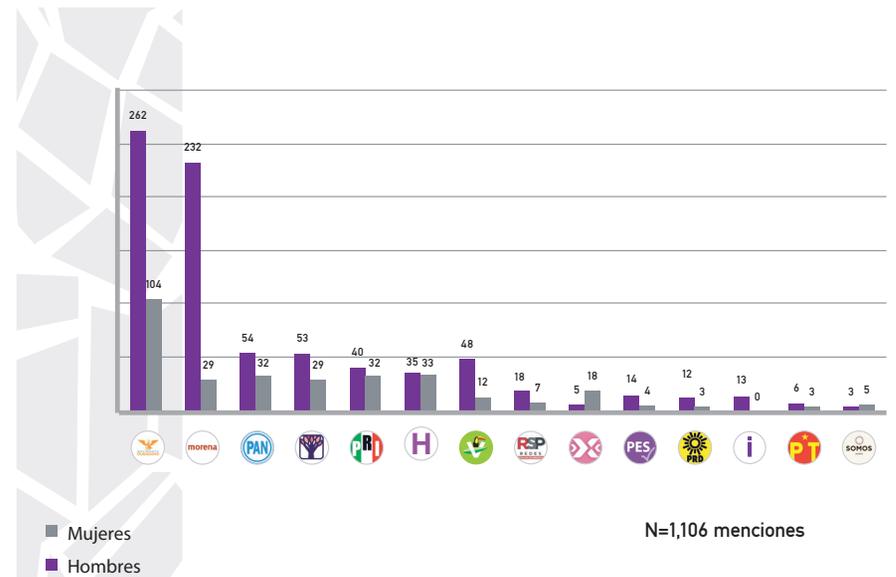


Figura No. 21 Número de menciones de candidatas y candidatos a municipio por partido político

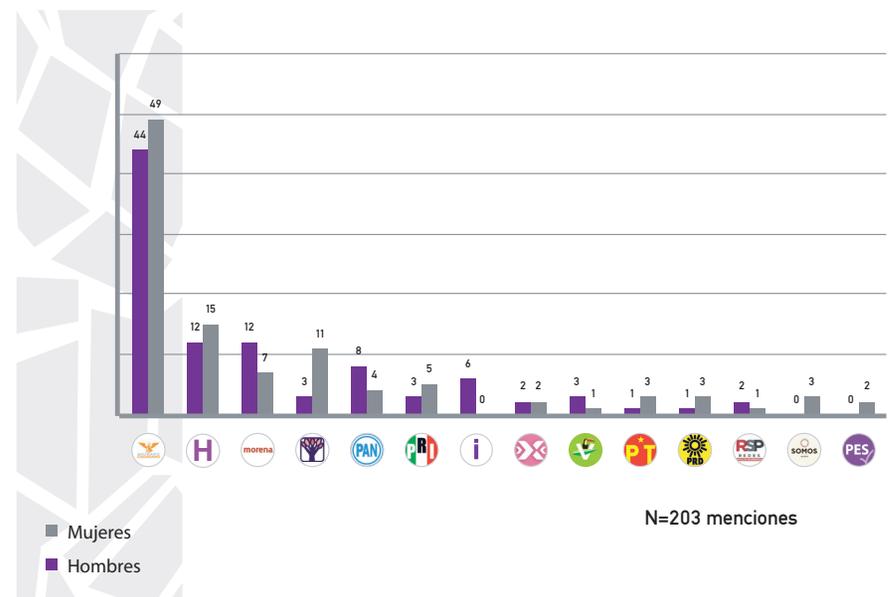


Figura No. 22 Número de menciones de candidatas y candidatos a diputaciones por partido político

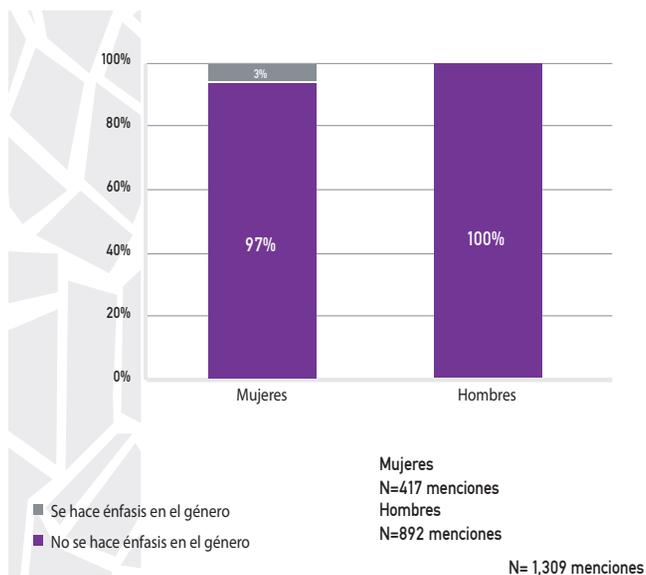


Figura No. 23 Porcentaje de piezas en las que se hace énfasis en condición de género en candidatas y candidatos

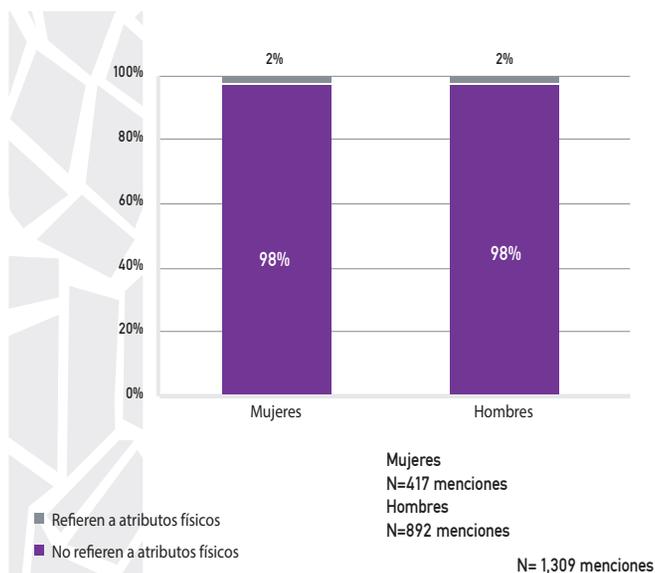


Figura No. 24 Porcentaje de piezas en las que se refieren a atributos físicos de candidatas y candidatos

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; solo se detectaron dos al hablar de varones, pero hubo 14 entre las 417 relativas a mujeres (3% de los casos). Al observar si la pieza menciona la apariencia física, la vestimenta o la edad de la persona, la proporción fue prácticamente igual, con 2% de los casos tanto entre varones como entre mujeres.

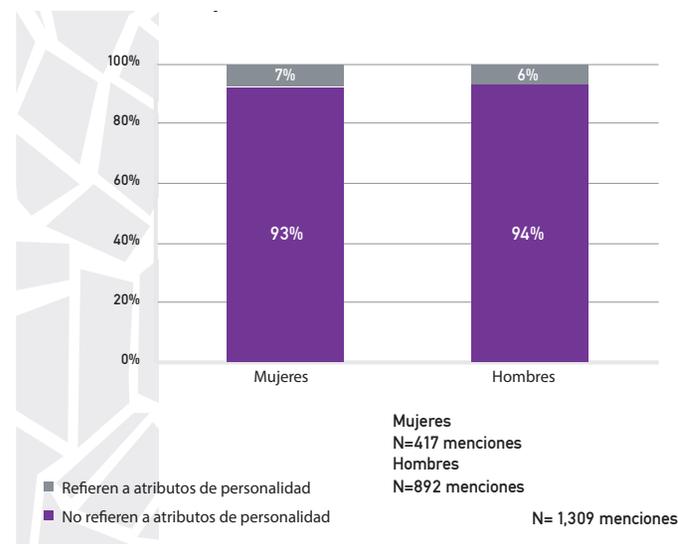


Figura No. 25 Porcentaje de piezas en las que se refieren a atributos de personalidad de candidatas y candidatos

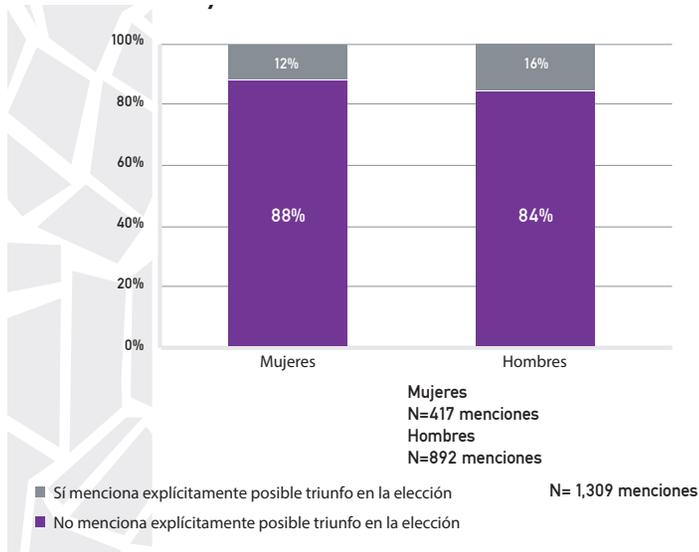


Figura No. 26 Porcentaje de piezas en las que se refieren a la posibilidad de triunfo en las candidatas y los candidatos

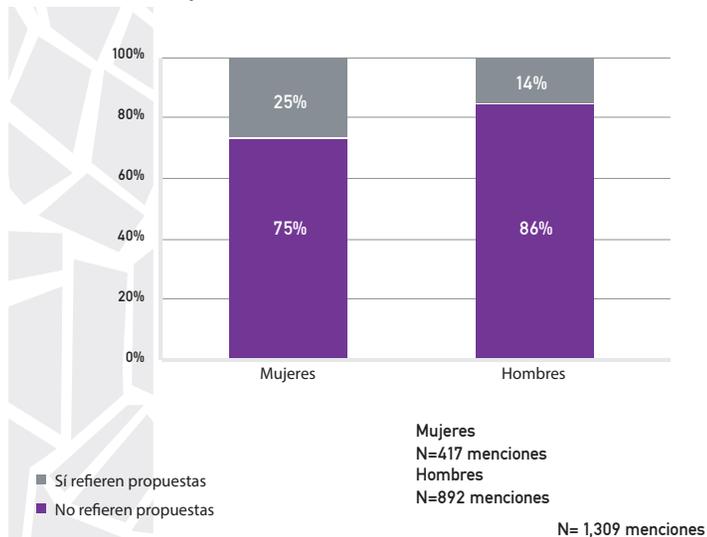


Figura No. 27 Porcentaje de piezas en las que se mencionan propuestas de las candidatas y los candidatos

También, en términos porcentuales, fue similar la proporción de piezas que mencionaran rasgos de personalidad o de carácter de los aspirantes: 6% entre varones y 7% entre mujeres.

En contraste, al revisar las piezas en que se mencionaban explícitamente las posibilidades de ganar una elección, fue mayor la proporción al hablar de varones (16% de los casos) que de mujeres (12% de los casos).

Sin embargo, y de nuevo siguiendo el criterio porcentual, esta vez fue mayor la proporción de casos de candidatas en que, al mencionar a aspirantes, se incluían también propuestas de campaña: 25% contra 14% de las menciones a varones. Seguridad, Obras públicas y Servicios públicos fueron los temas más frecuentes en este tipo de publicaciones.

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

	H	M	Total
Seguridad	26	16	42
Obras públicas	20	17	37
Servicios públicos	10	11	21
Economía	9	7	16
Educación	9	6	15
Medio ambiente	10	5	15
Salud / manejo de la pandemia	4	9	13
Actividades productivas	8	3	11
Política interna	7	3	10
Subsidios	3	4	7
Participación ciudadana	5	2	7
Movilidad urbana	3	3	6
Cultura	4	2	6
Género	1	5	6
Empleo	3	2	5
Empresas	3	2	5
Violencia	3	1	4
Fiscalización	0	2	2
Transparencia	0	1	1
Corrupción	0	1	1
Reforma política	0	1	1
Impuestos	0	1	1
Total	128	104	232

Tabla No. 3 Temas de propuestas desglosadas por género de aspirantes

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.

Esta vez no hubo ninguna pieza que incurriera en estos rasgos, entre las 417 relativas a candidatas.

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, entre 1,309 menciones, no fue detectada ninguna 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 1,106 piezas en las que se mencionó a candidatas y candidatos a municipio.

Al revisar los casos de las 10 personas más mencionadas (acumularon 46% de las menciones) se ratifican varios rasgos presentes a lo largo de los seis periodos de monitoreo: como en los anteriores ejercicios, la cobertura estuvo concentrada en aspirantes a municipio por Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta; ocho personas en específico (incluyendo a la única mujer constante en este campo) aparecieron de nuevo; y fueron principalmente representantes de MC y Morena. De hecho, los candidatos de estos partidos a alcalde de Guadalajara fueron las personas más mencionadas.

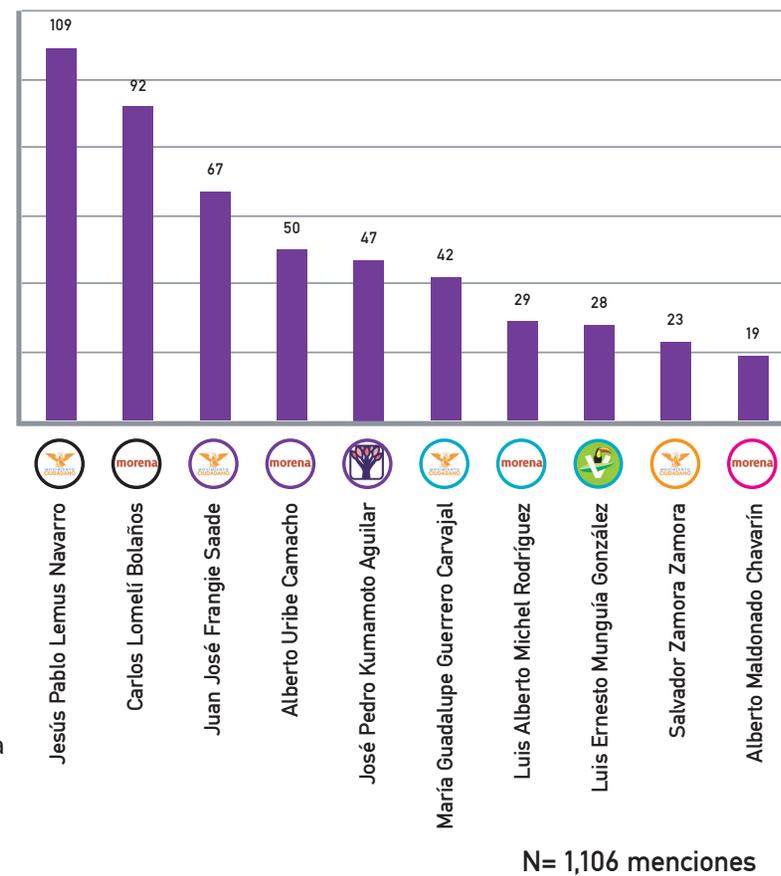


Figura No. 28 Cobertura de aspirantes a municipales con más menciones

En las piezas periodísticas monitoreadas se refirieron en 996 ocasiones a aspirantes a munícipe de 47 de los 125 municipios de Jalisco; las menciones relativas a contendientes por Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta equivalieron a 64% del total.

Tratamiento a candidatas y candidatos

En relación con el mismo grupo de 10 candidatas y candidatos a municipales con más menciones, el tratamiento identificado en las piezas informativas fue neutral en 73% de los casos, por 11% negativo y 16% positivo.

En este ejercicio se repitió la tendencia en relación con la candidata y los dos candidatos a la presidencia municipal de Puerto Vallarta que han aparecido en estos ejercicios: los medios les reservan un tratamiento positivo mucho mayor en términos porcentuales al resto de las personas que aparecen en este ejercicio. Esta vez, en el caso de la candidata María Guadalupe Guerrero Carvajal, el tratamiento positivo llegó a 60% de las 42 menciones detectadas.

En contraste, el candidato Carlos Lomelí Bolaños, aspirante de Morena a alcalde de Guadalajara, tuvo 28% de menciones negativas, el mayor porcentaje en esta lista.

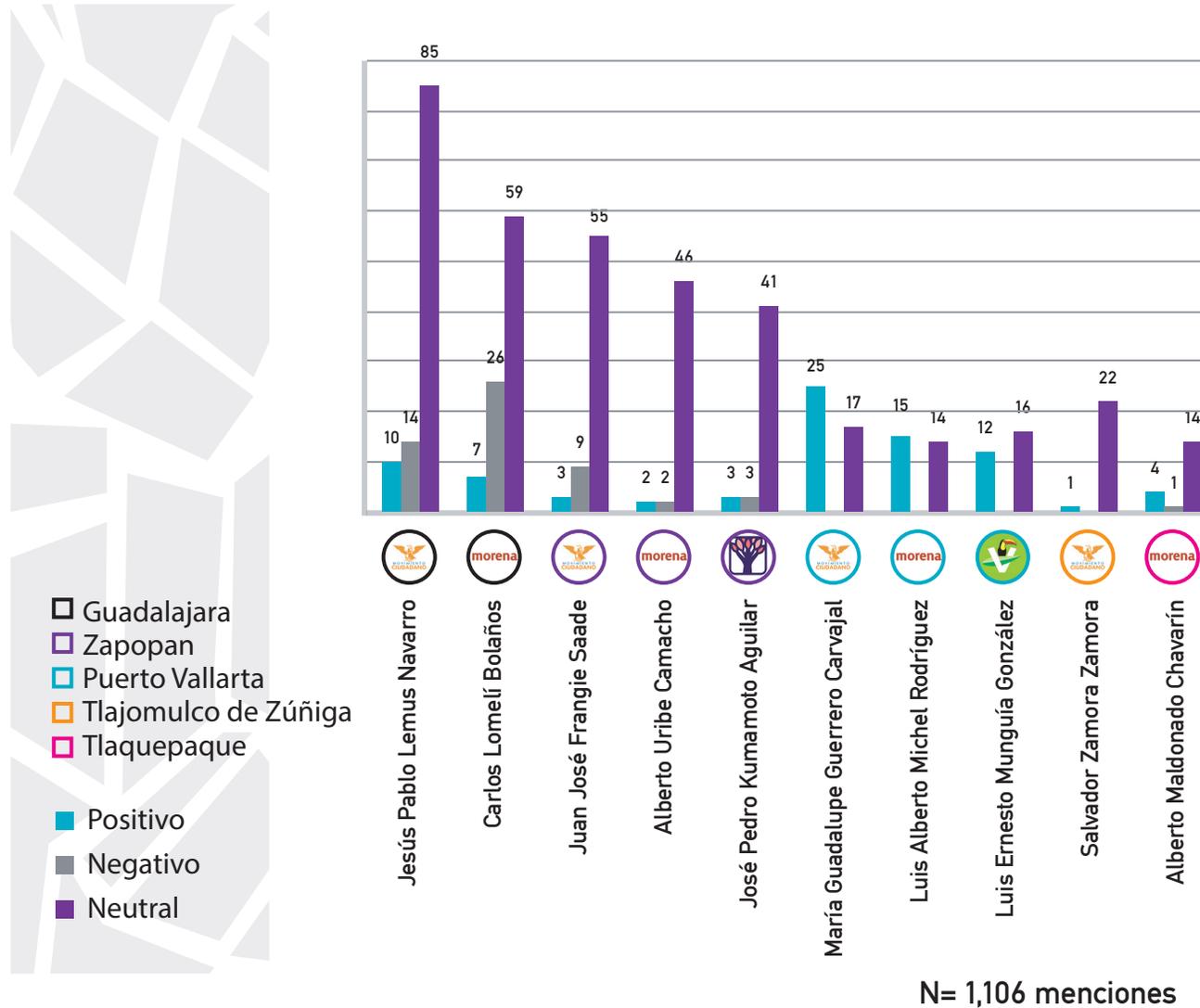


Figura No. 29 Tratamiento a aspirantes a municipales con más menciones

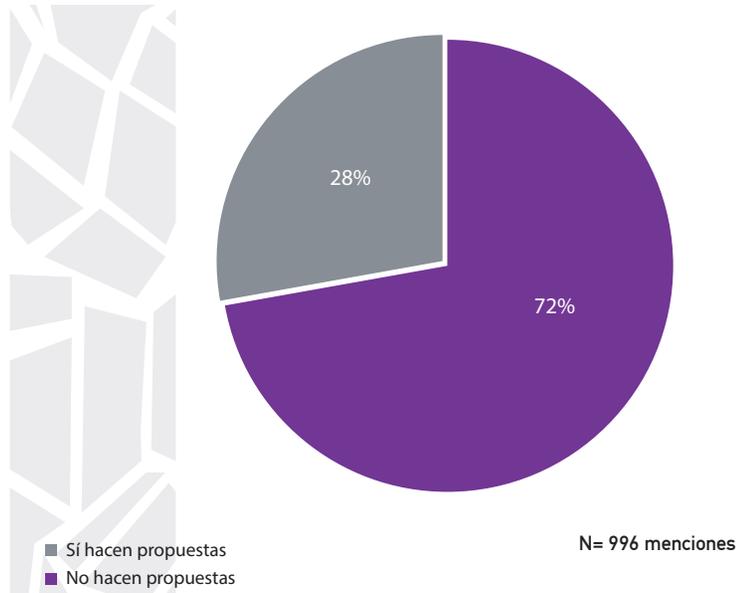


Figura No. 30 Piezas que mencionan propuestas de aspirantes a municipales

En 15% de las piezas señaladas los medios mencionaron propuestas presentadas por aspirantes a municipales; Obras públicas, Seguridad y Servicios públicos fueron los temas más frecuentes.

Guadalajara

El monitoreo permitió detectar 296 piezas que se refirieron específicamente a aspirantes a la presidencia municipal de Guadalajara; de ese total, 68% hablaron de los candidatos de MC y Morena; la distancia respecto al resto de aspirantes fue tal

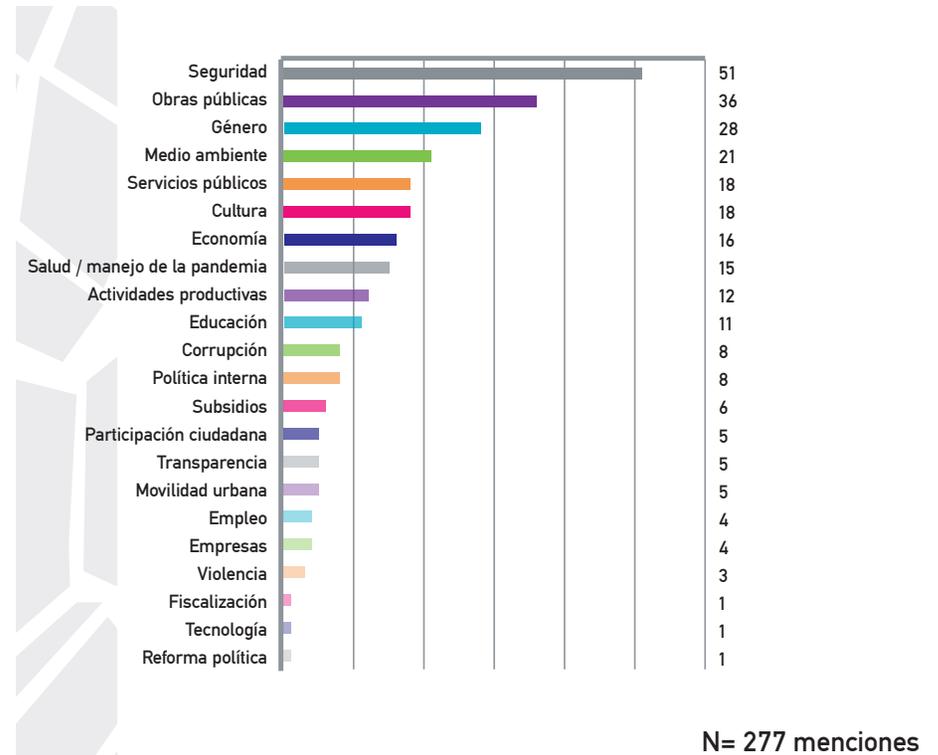


Figura No. 31 Distribución de temas de propuestas mencionadas por aspirantes a municipales

que, por ejemplo, la candidata Dolores Eugenia Pérez Lazcarro, tercera de la lista, apenas llegó a 18 menciones, 6% del total. La candidata del Partido del Trabajo (PT), Yomara Paola González Lemus, no apareció ni una sola vez.

El tratamiento editorial para aspirantes a munícipe en Guadalajara llegó a 77% de menciones de tipo neutral, por 15% negativas y 8% positivas. Como se mencionó antes, destacaron las menciones negativas al candidato de Morena Carlos Lomelí Bolaños: fueron 28% de las que mereció.

Esta vez, apenas 30 de las 296 menciones aludieron a las propuestas de campaña de las y los aspirantes, y solo se refirieron a nueve de las 12 personas identificadas en esta ocasión. Seguridad, Servicios públicos, Participación ciudadana y Política interna fueron los temas más frecuentes.

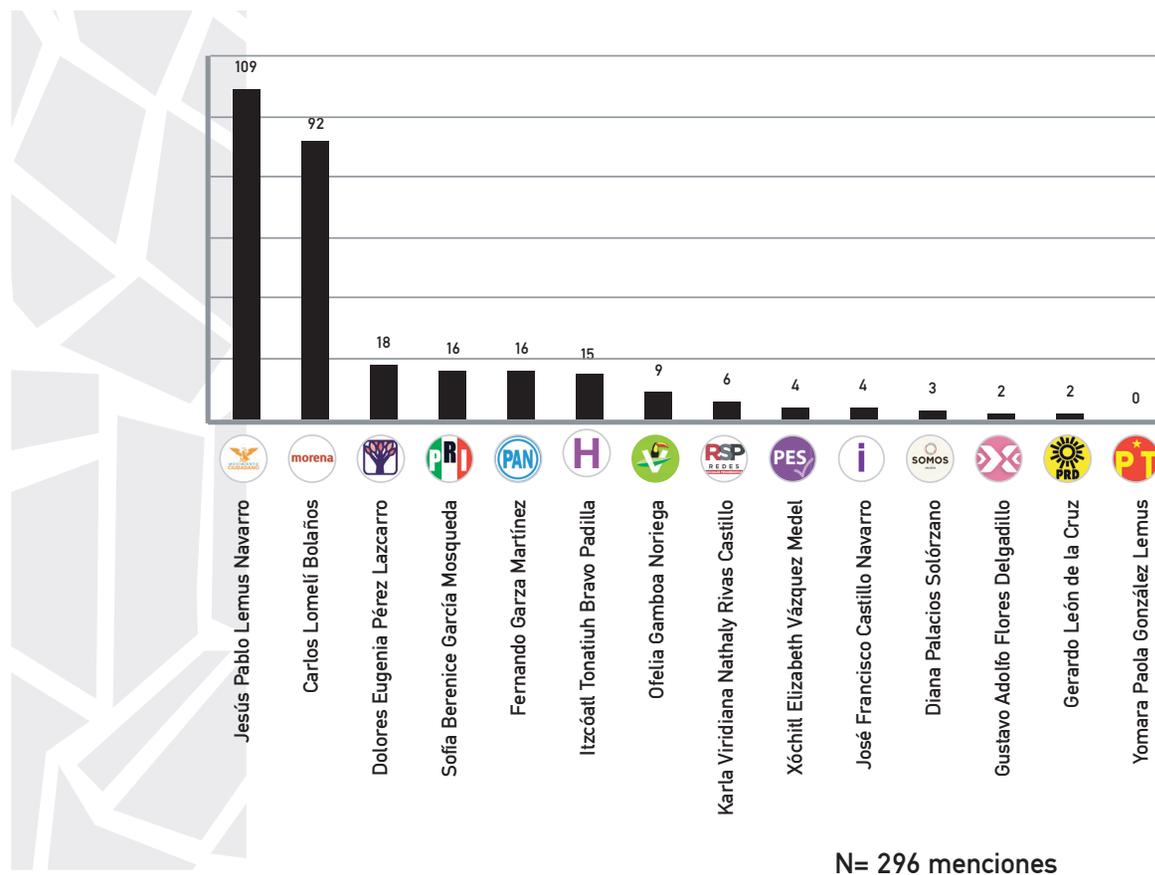


Figura No. 32 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Guadalajara

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

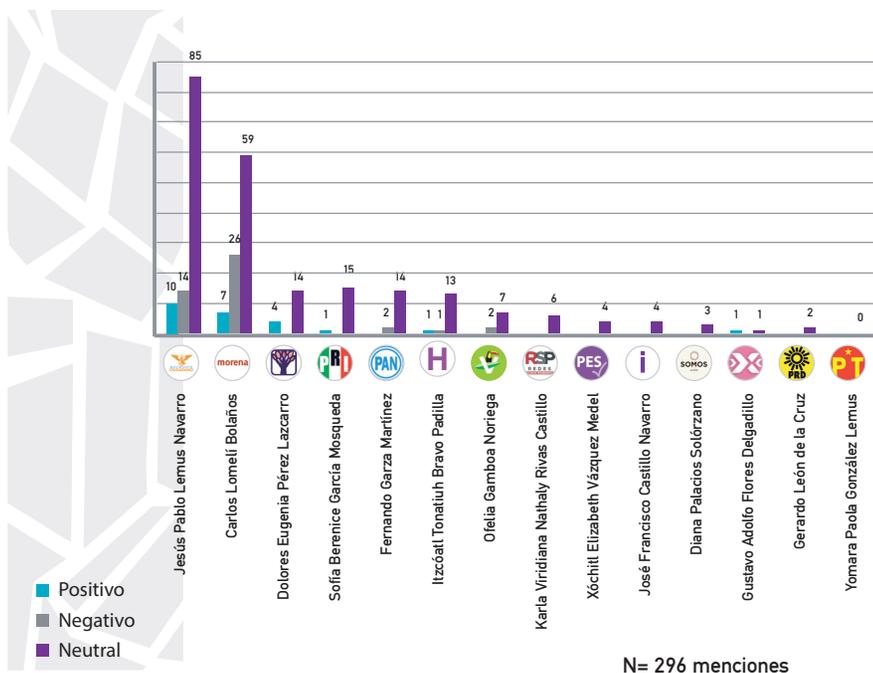


Figura No. 33 Tratamiento a aspirantes a la alcaldía de Guadalajara

Zapopan

Hubo 221 menciones para aspirantes a la alcaldía de Zapopan y en este caso se habló de las 13 personas registradas en esta contienda. Sin embargo, los tres candidatos más mencionados merecieron tres cuartas partes de la cobertura.

	Seguridad	Servicios públicos	Participación ciudadana	Economía	Política interna	Otros temas	TOTAL
Jesús Pablo Lemus Navarro	2	0	0	0	0	4	6
Carlos Lomelí Bolaños	1	3	0	0	1	3	8
Dolores Eugenia Pérez Lazcarro	1	1	0	2	0	1	5
Fernando Garza Martínez	0	0	0	0	0	0	0
Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla	1	0	0	0	2	0	3
Sofía Berenice García Mosqueda	0	0	0	0	0	3	3
Ofelia Gamboa Noriega	0	0	0	0	0	0	0
Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo	0	0	1	0	0	0	1
Xóchitl Elizabeth Vázquez Medel	0	0	0	0	0	0	0
José Francisco Castillo Navarro	1	0	1	0	0	0	2
Diana Palacios Solórzano	0	0	1	0	0	0	1
Gerardo León de la Cruz	0	0	0	0	0	0	0
Gustavo Adolfo Flores Delgadillo	0	0	0	1	0	0	1
Yomara Paola González Lemus	0	0	0	0	0	0	0

N= 30 menciones

Tabla No. 4 Temas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Guadalajara

El tratamiento editorial a las candidatas y los candidatos pareció equilibrado, con 90% de menciones de tipo neutral. Los contrastes más pronunciados se dieron en el caso del candidato de MC, el más mencionado, quien llegó a 13% de menciones negativas, el mayor porcentaje en esta lista.

Entre las 181 menciones, 30 incluyeron propuestas del candidato o la candidata, particularmente de los temas Seguridad, Obras públicas y Servicios públicos; sin embargo, solo se registraron propuestas de ocho de las 13 personas incluidas.

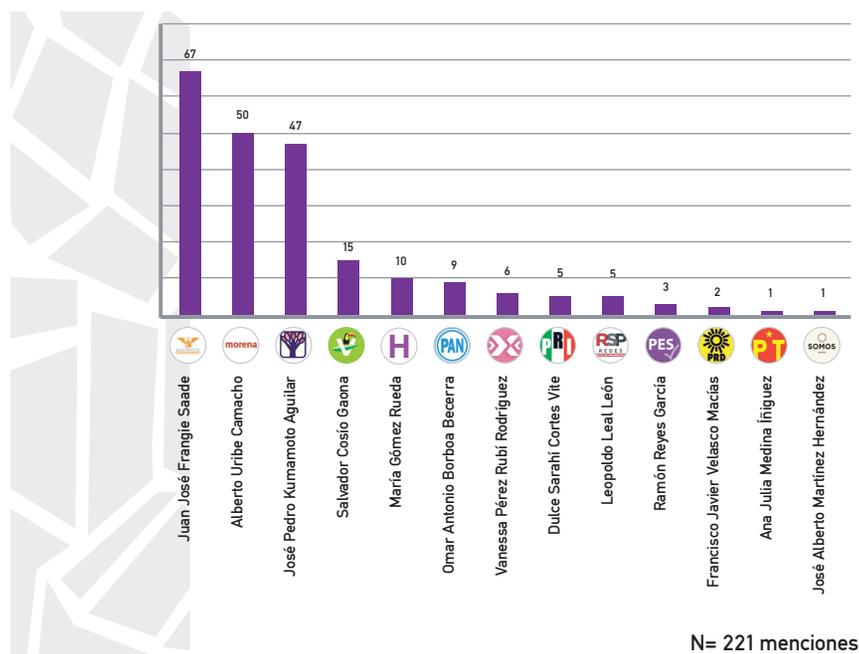


Figura No. 34 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Zapopan

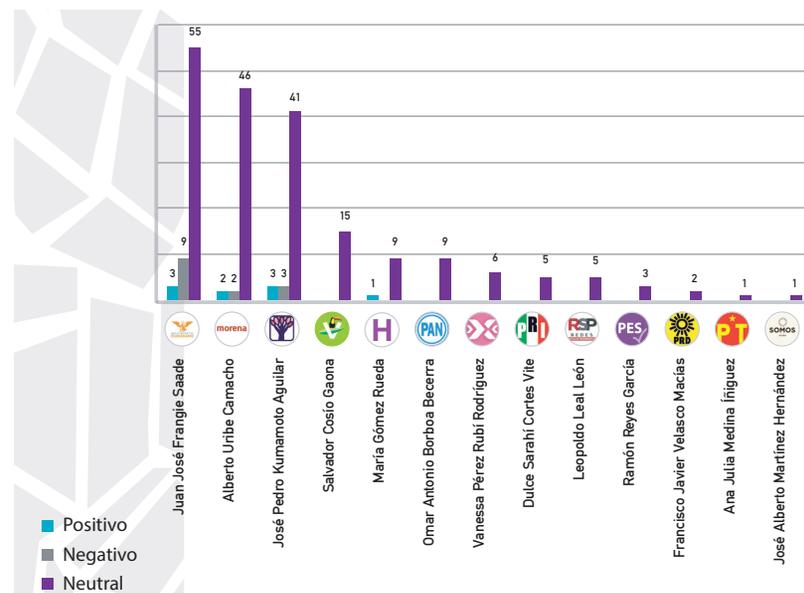


Figura No. 35 Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Zapopan

	Obras públicas	Seguridad	Educación	Servicios públicos	Otros temas	TOTAL
Juan José Frangie Saade	7	2	2	0	1	12
José Pedro Kumamoto Aguilar	0	2	0	0	1	3
Alberto Uribe Camacho	0	1	1	0	4	6
Salvador Cosío Gaona	1	1	0	2	1	5
María Gómez Rueda	0	0	0	1	0	1
Omar Antonio Borboa Becerra	0	0	0	0	0	0
Vanessa Pérez Rubí Rodríguez	0	1	0	0	0	1
Leopoldo Leal León	0	0	0	0	0	0
Dulce Sarahí Cortes Vite	0	0	0	0	1	1
Ramón Reyes García	0	0	0	0	0	0
Francisco Javier Velasco Macías	0	0	0	0	0	0
José Alberto Martínez Hernández	0	0	0	0	0	0
Ana Julia Medina Íñiguez	0	1	0	0	0	1

N= 30 menciones

Tabla No. 5 Temas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Zapopan

Puerto Vallarta

Puerto Vallarta fue el tercer municipio más mencionado cuando los medios informaron sobre aspirantes a munícipes, con 154 apariciones de las personas que contienden por la presidencia municipal, y de nuevo se mencionó a cada una de las 11 personas registradas en esta campaña. Sin embargo, de nuevo la cobertura se concentró en las mismas tres personas que han aparecido a lo largo del monitoreo de medios: María Guadalupe Guerrero Carvajal (MC), Luis Alberto Michel Rodríguez (Morena) y Luis Ernesto Munguía González (PVEM), que acumularon 64% de las publicaciones.

El tratamiento editorial para el grupo de aspirantes por Puerto Vallarta es por completo neutral para las otras ocho personas registradas en la contienda; en cambio, como ya se mencionó antes, se vuelve particularmente positivo con las tres señaladas. Además volvió a darse el caso de que solo se mencionaron propuestas de campaña para este trío de aspirantes.

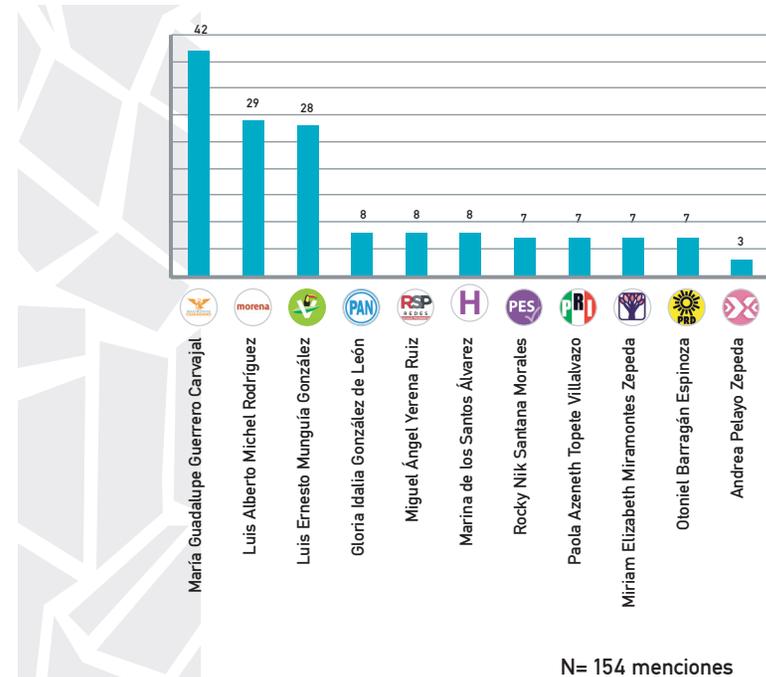


Figura No. 36 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

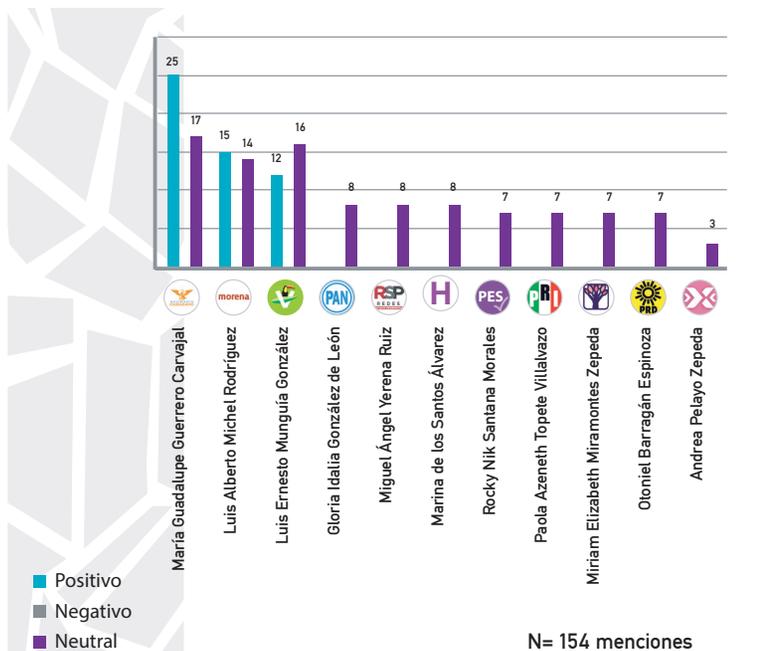


Figura No. 37 Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

	Obras públicas	Actividades productivas	Política interna	Economía	Educación	Otros temas	TOTAL
María Guadalupe Guerrero Carvajal	11	2	0	1	1	1	16
Luis Ernesto Munguía González	0	3	1	2	0	1	7
Luis Alberto Michel Rodríguez	0	1	2	0	2	2	7
Miguel Ángel Yerena Ruiz	0	0	0	0	0	0	0
Gloria Idalia González de León	0	0	0	0	0	0	0
Marina De Los Santos Álvarez	0	0	0	0	0	0	0
Rocky Nik Santana Morales	0	0	0	0	0	0	0
Paola Azeneth Topete Villalvazo	0	0	0	0	0	0	0
Miriam Elizabeth Miramontes Zepeda	0	0	0	0	0	0	0
Otoniel Barragán Espinoza	0	0	0	0	0	0	0
Andrea Pelayo Zepeda	0	0	0	0	0	0	0

N= 30 menciones

Tabla No. 6 Temas 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 203 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 y, también, a aspirantes por la vía de representación proporcional; los distritos 5 (Puerto Vallarta), 14 (Guadalajara) y 19 (Ciudad Guzmán) fueron los más mencionados.

Como ocurrió durante todo el monitoreo, 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), que mereció 25 de las 203 menciones de este grupo.

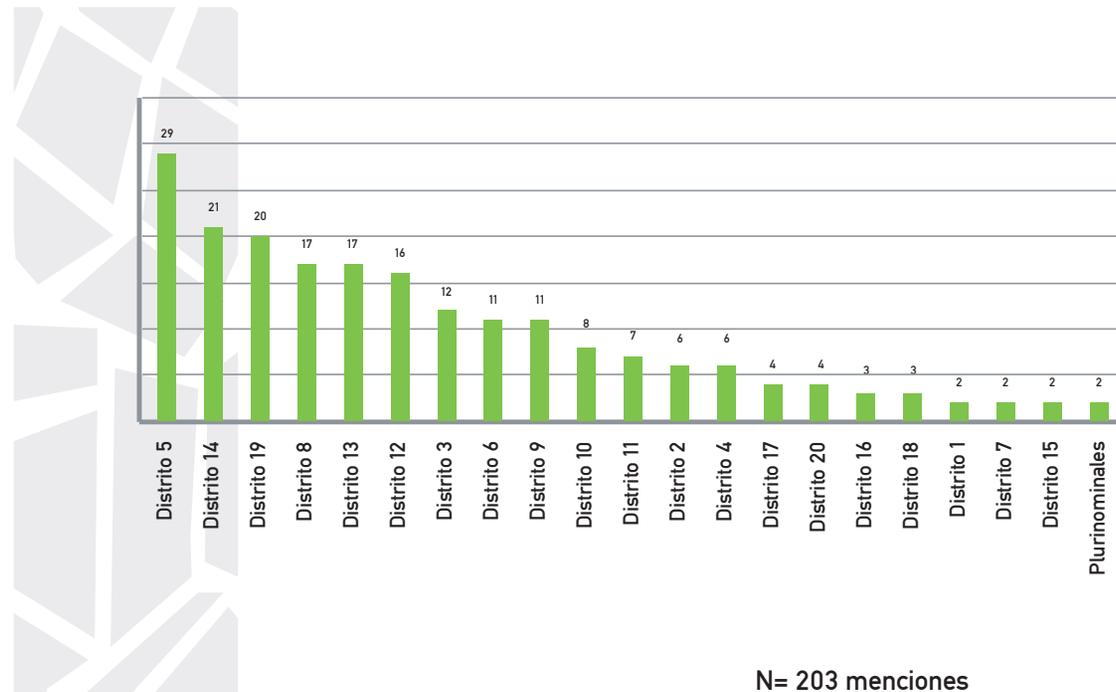


Figura No. 38 Cobertura de aspirantes a duputaciones por distrito

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

Dado que varias personas merecieron el mismo número de menciones, en este periodo se puede observar a 11 aspirantes como el grupo con más apariciones; acumulan 43% del total y destaca que, entre ellas, hay seis mujeres.

En cuanto al tratamiento editorial para este grupo, aunque 64% de las menciones fueron de tipo neutral, el tratamiento positivo para los dos

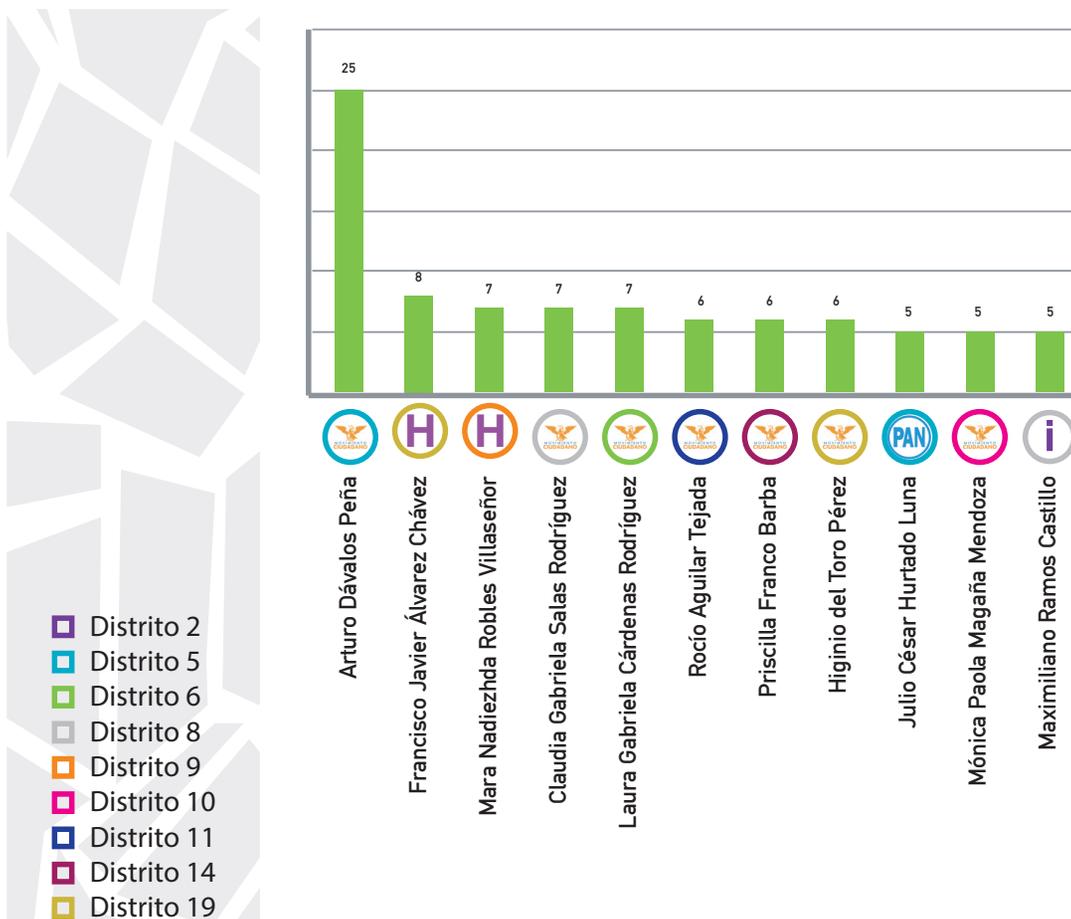


Figura No. 39 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales con más menciones

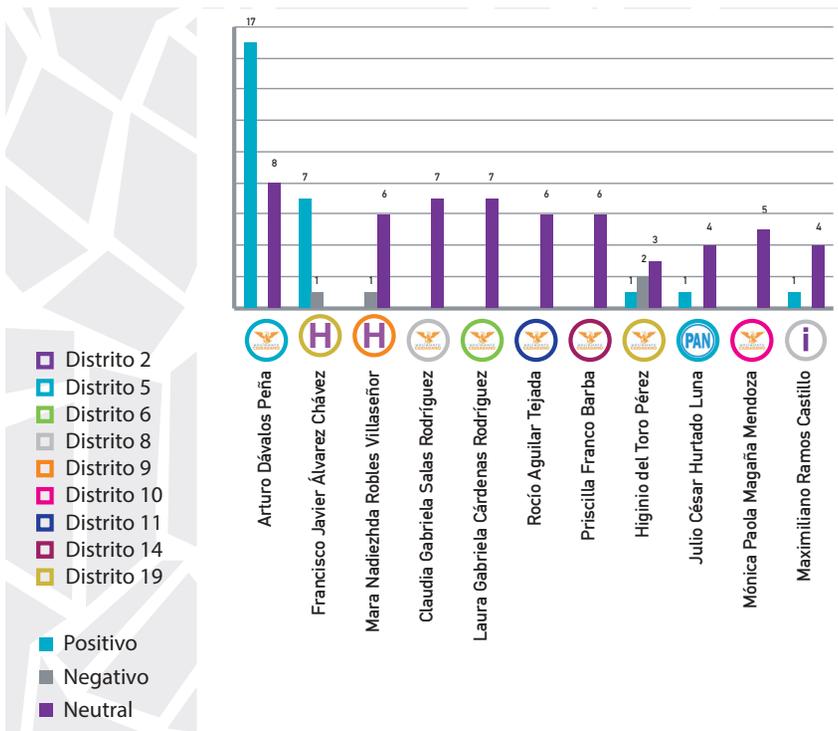


Figura No. 40 Tratamiento a aspirantes a diputaciones locales con más menciones

más mencionados es muy evidente: Dávalos Peña llegó a 68% de menciones de este tipo y Álvarez Chávez, a 87.5% (siete de las ocho que recibió).

En 32.5% de los casos se registraron propuestas de candidatas y candidatos, sobre todo en asuntos de Seguridad, Salud y manejo de la pandemia y Medio ambiente.

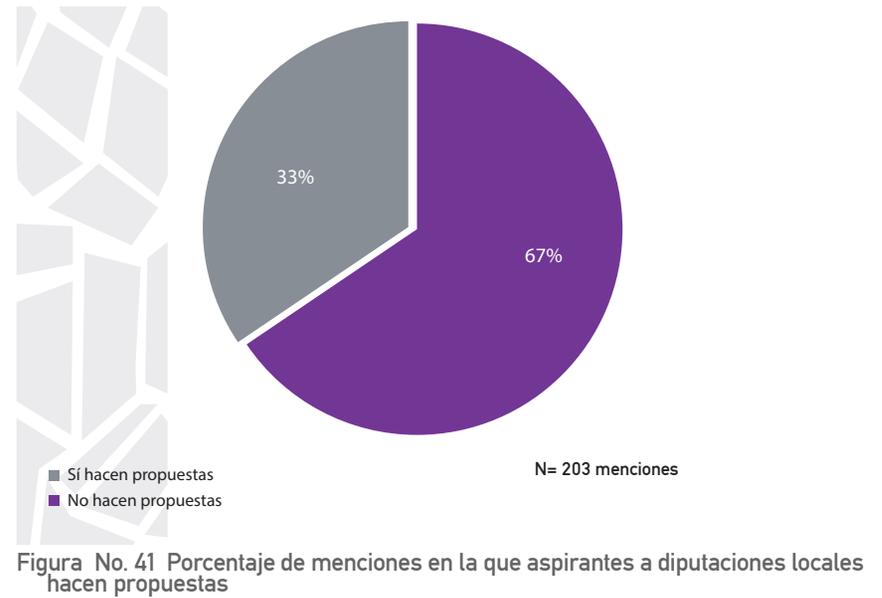


Figura No. 41 Porcentaje de menciones en la que aspirantes a diputaciones locales hacen propuestas

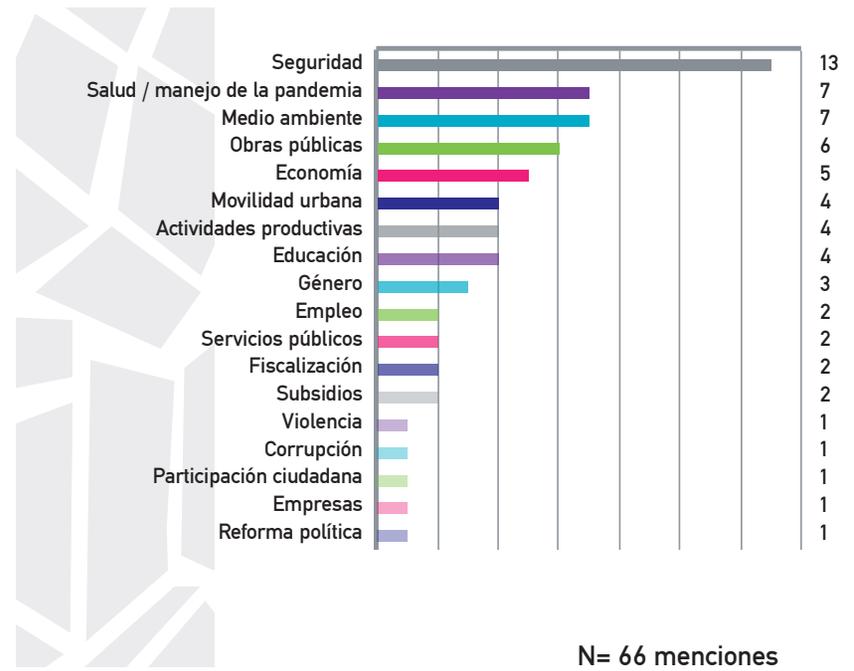


Figura No. 42 Distribución de temas de propuestas mencionadas por aspirante a diputaciones

Distrito 5

A causa de la cobertura al candidato Dávalos Peña, el distrito 5, con sede en Puerto Vallarta, fue el más frecuente en este monitoreo. Sin embargo, este aspirante acumuló 25 de las 29 menciones y solo otras dos personas fueron mencionadas en este ejercicio, aunque hubo 13 candidatas y candidatos con registro: Yussara Elizabeth Canales González (Morena, tres menciones) y José Francisco Sánchez Peña (PVEM, una mención). Solo se registraron propuestas de campaña del mencionado candidato.

Distrito 14

Hubo 21 menciones para aspirantes de este distrito con cabecera en Guadalajara y se habló de 12 de 14 candidatas y candidatos con registro. La cobertura pareció más equitativa: la candidata más mencionada (Priscilla Franco Barba, de MC) tuvo seis menciones y el resto de las personas apareció con entre una y tres menciones.

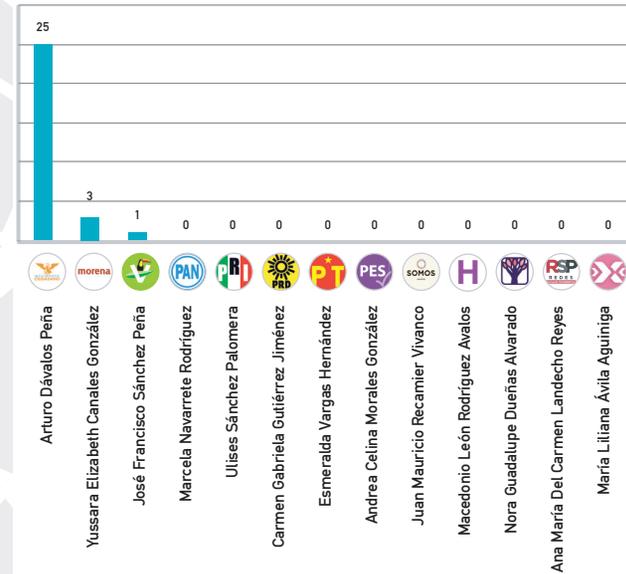


Figura No. 43 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5

	Obras públicas	Actividades económicas	Subsidios	TOTAL
Arturo Dávalos Peña	5	2	1	8
Yussara Elizabeth Canales González	0	0	0	0
José Francisco Sánchez Peña	0	0	0	0
Marcela Navarrete Rodríguez	0	0	0	0
Ulises Sánchez Palomera	0	0	0	0
Carmen Gabriela Gutiérrez Jiménez	0	0	0	0
Esmeralda Vargas Hernández	0	0	0	0
Andrea Celina Morales González	0	0	0	0
Juan Mauricio Recamier Vivanco	0	0	0	0
Macedonio León Rodríguez Avalos	0	0	0	0
Nora Guadalupe Dueñas Alvarado	0	0	0	0
Ana María Del Carmen Landecho Reyes	0	0	0	0
María Lilitana Ávila Aguiniga	0	0	0	0

Tabla No. 7 Temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 5

El tratamiento editorial para este listado de aspirantes fue por completo neutral y se mencionaron propuestas de campaña de las 12 personas mencionadas, sobre todo en temas de Seguridad y Salud y manejo de la pandemia.

Distrito 19

El distrito 19, con sede en Ciudad Guzmán, mereció 19 menciones en este ejercicio. Sin embargo, solo cuatro de 13 aspirantes aparecieron en este periodo de observación, con el mencionado Álvarez Chávez en ocho de los 19 casos.

En este caso el tratamiento editorial fue muy contrastante, sobre todo porque dos candidatos merecieron una mayoría de menciones positivas y uno más, Carlos Ignacio Toledo Vizcaíno (Morena), negativas (tres de las cuatro que le correspondieron). Solo dos de las piezas incluyeron alusiones a propuestas de campaña.

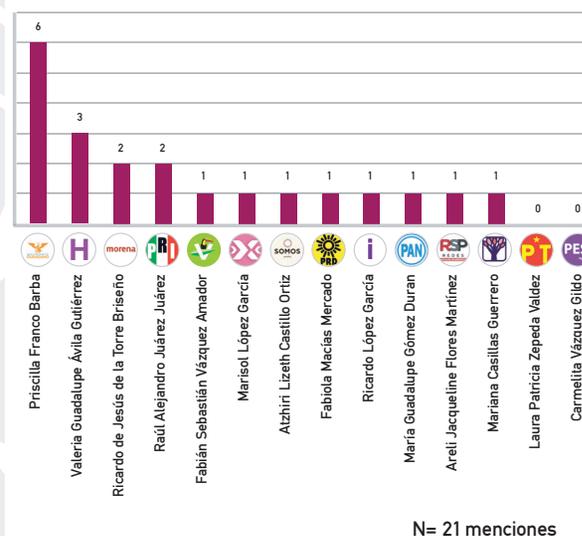


Figura No. 44 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 14

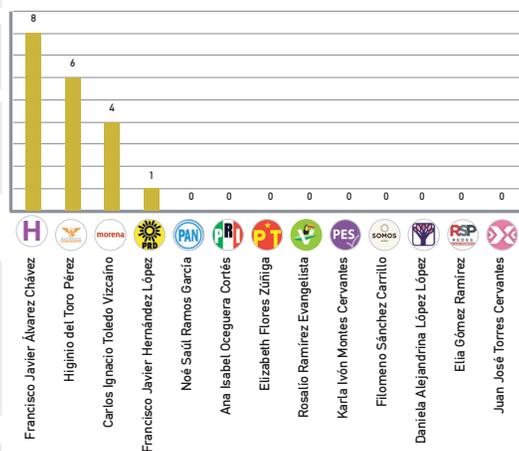
	Seguridad	Salud / Manejo de la pandemia	Otros temas	TOTAL
Priscilla Franco Barba	1	0	0	1
Valeria Guadalupe Ávila Gutiérrez	1	0	0	1
Ricardo de Jesús de la Torre Briseño	0	0	1	1
Raúl Alejandro Juárez Juárez	1	0	1	2
Fabián Sebastián Vázquez Amador	0	1	0	1
Marisol López García	0	0	1	1
Atzhiri Lizeth Castillo Ortiz	0	0	1	1
Fabiola Macías Mercado	1	0	0	1
Ricardo López García	0	0	1	1
María Guadalupe Gómez Duran	0	1	0	1
Areli Jacqueline Flores Martínez	0	0	1	1
Mariana Casillas Guerrero	1	0	0	1
Laura Patricia Zepeda Valdez	0	0	0	0
Carmelita Vázquez Gildo	0	0	0	0

N= 13 menciones

Tabla No. 8 Temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 14

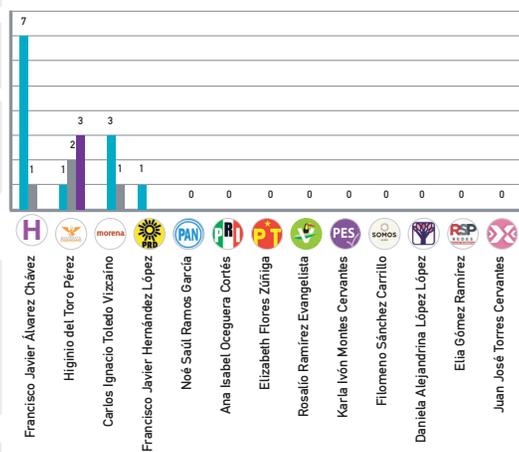
MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



N= 19 menciones

Figura No. 45 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19



N= 19 menciones

Figura No. 46 Tratamiento a aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19

	Educación	Servicios públicos	TOTAL
Francisco Javier Álvarez Chávez	1	0	1
Higinio del Toro Pérez	0	0	0
Carlos Ignacio Toledo Vizcaino	0	0	0
Francisco Javier Hernández López	0	1	1
Noé Saúl Ramos García	0	0	0
Ana Isabel Ocegüera Cortés	0	0	0
Elizabeth Flores Zúñiga	0	0	0
Rosalío Ramírez Evangelista	0	0	0
Karla Ivón Montes Cervantes	0	0	0
Filomeno Sánchez Carrillo	0	0	0
Daniela Alejandrina López López	0	0	0
Elia Gómez Ramírez	0	0	0
Juan José Torres Cervantes	0	0	0

N= 2 menciones

Tabla No. 9 Temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 19

IX. Encuestas

Este sexto periodo de monitoreo permitió identificar 43 piezas con información relativa a encuestas sobre preferencias electorales, que cubrieron un área de 7% del espacio dedicado a la cobertura electoral. En esta ocasión hubo 15 medios de comunicación que hicieron publicaciones de este tipo; Vallarta Opina y Jalisco Publica (ÁMG) lideraron la lista, con siete piezas cada uno.

En este periodo de observación hubo un poco más de información que permitiera aclarar a los lectores el origen de cada encuesta referida, en comparación con periodos anteriores. Por ejemplo, 26 de las 43 piezas informaron quién produjo la encuesta y cinco de los casos incluyeron información sobre los responsables de financiar los ejercicios (cuatro del periódico Mural y uno más

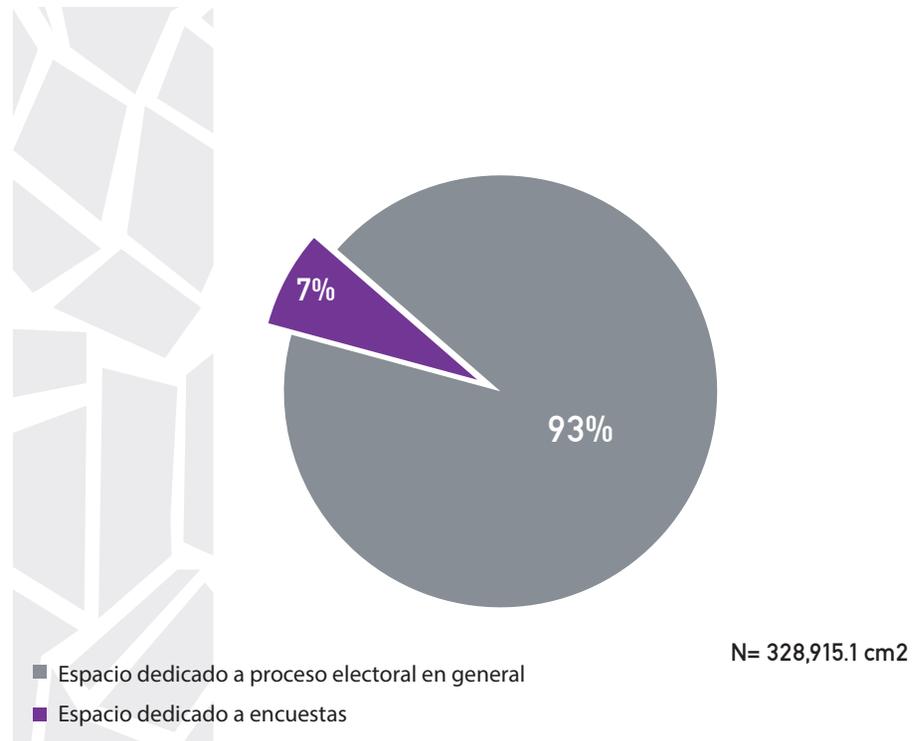
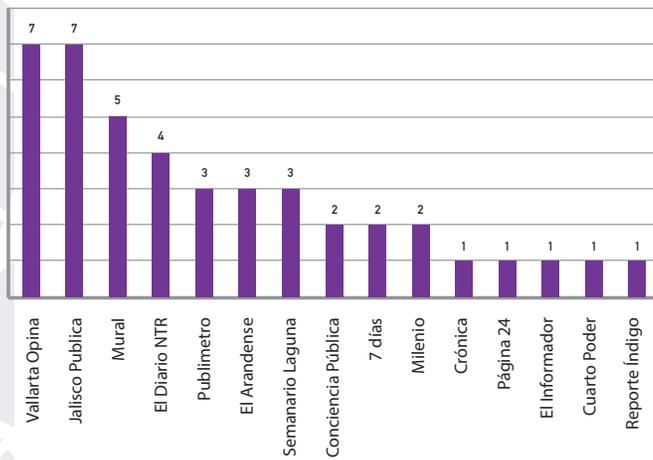


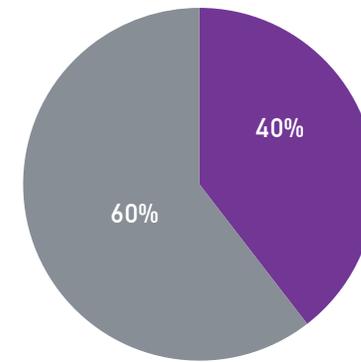
Figura No. 47 Espacio dedicado a encuestas



N=43 piezas con encuestas

Figura No. 48 Número de piezas informativas que reportan encuestas por publicación de la organización patronal Coparmex). Además, seis piezas ofrecieron toda la información sobre la vitrina metodológica de cada encuesta y otras ocho, información parcial.

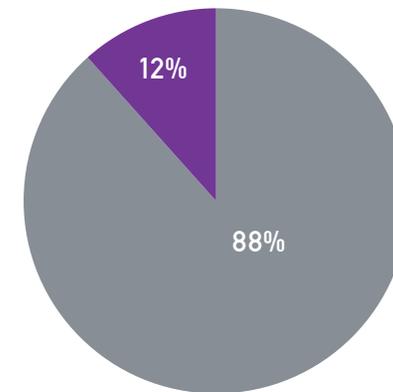
De los 43 casos, 40 fueron relativos a elecciones municipales; y de nuevo, el partido MC apareció como primer lugar de las preferencias electorales, en 26 casos esta vez, y en 13 casos apareció como segundo sitio. Morena fue el primer lugar en 13 publicaciones y el segundo lugar en 21 de ellas.



■ Sí informa sobre quién produce la encuesta
■ No informa sobre quién produce la encuesta

N=43 piezas con encuestas

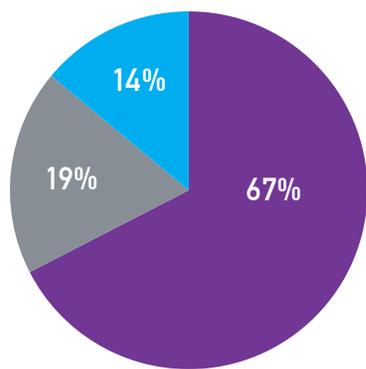
Figura No. 49 Porcentaje de piezas que informan sobre quién produce la encuesta



■ Sí informa sobre quién financia la encuesta
■ No informa sobre quién financia la encuesta

N=43 piezas con encuestas

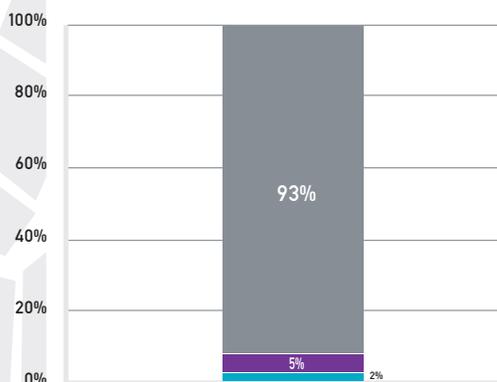
Figura No. 50 Porcentaje de piezas que informan sobre quién financia la encuesta



■ No publica datos de vitrina metodológica
■ Algunos datos de la vitrina metodológica
■ Todos los datos de la vitrina metodológica

N=43 piezas con encuestas

Figura No. 51 Porcentaje de piezas que publican datos sobre la vitrina metodológica de las encuestas



■ Municipales
■ Diputaciones locales
■ Mixta

N= 43 piezas con encuestas

Figura No. 52 Porcentaje de piezas que reportan encuestas por tipo de contienda

	Primera posición	Segunda posición	Tercera posición
	26	13	0
	13	21	1
	2	1	4
	1	0	0
	1	0	2
	0	3	2
	0	1	7
	0	0	11
	0	0	1
No Coloca	0	4	15

N= 43 piezas informativas

Tabla No. 10 Distribución de encuestas por partido, por posición en intención de voto

X.- Conclusiones

Los resultados de este sexto monitoreo de los medios impresos de Jalisco sobre las campañas del Proceso Electoral 2021, en el periodo del 30 de mayo al 7 de junio de 2021, ratifican las tendencias de concentración de la cobertura vistas en los cinco ejercicios anteriores. Por ejemplo, tres cuartas partes de las piezas se publicaron en medios producidos desde el Área Metropolitana de Guadalajara (ÁMG), aun cuando éstos dedican mucho menos espacio de sus ediciones impresas a la información sobre las elecciones: 10% contra 19% de los medios regionales.

También se mantuvo la tendencia de que los medios escogieran publicar principalmente piezas de géneros informativos (77.5% de las piezas y 83% del espacio impreso cubierto), particularmente noticias, que abarcaron 63% de las publicaciones.

Igualmente, se repitió la preferencia en la cobertura a aspirantes a municipales (51% de las piezas), aunque en este caso la cobertura al proceso electoral en general llegó a 27% de las publicaciones identificadas.

En este sexto periodo de monitoreo, las menciones a “guerra sucia” llegaron apenas a 8% de las piezas, y 62% de ellas se refirieron a contiendas por alcaldías.

Los 25 medios monitoreados en este sexto periodo mencionaron a todos los partidos políticos participantes, pero de nuevo dieron mayor visibilidad a MC y Morena, que sumaron 46% de las menciones contra 12% del PAN, su más cercano seguidor. En cuanto al tratamiento editorial a los partidos, la mayoría de las piezas (81%) pueden ser consideradas de tipo neutral, y en este caso MC fue el que tuvo más menciones positivas (14% del total).

Al hablar de candidatas y candidatos a municipales, los medios mencionaron por lo menos una vez a aspirantes de 47 de los 125 municipios de Jalisco, pero, como en los periodos anteriores, concentraron su cobertura en tres: Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta, que acumularon 64% de las piezas identificadas.

La cobertura se concentró de nuevo en un grupo de ocho aspirantes que apareció en forma constante durante los seis periodos del monitoreo, contendientes por los tres municipios señalados; el tratamiento editorial para las 10 personas más mencionadas fue 73% neutral, por 11% negativo y 16% positivo. En este renglón destacó, nuevamente, el marcado tratamiento positivo que los medios dan a la candidata y dos candidatos a la alcaldía de Puerto Vallarta que aparecieron en el grupo de personas más mencionadas durante los seis periodos de monitoreo.

Como en los demás ejercicios, la cobertura para aspirantes a alcaldías de los tres municipios más señalados se concentra en dos o tres personas por caso, tanto por el número de menciones como por el espacio que los medios dedican a hablar de sus propuestas de campaña.

Estas tendencias (concentración en pocas personas y tratamiento muy favorable) se repiten en la cobertura a candidatas y candidatos a diputaciones locales. El caso más elocuente es el de Arturo Dávalos Peña (MC, distrito 5 y alcalde con licencia de Puerto Vallarta), quien en todos los periodos de este monitoreo apareció como el candidato con más menciones en este grupo.

No obstante lo anterior, los medios de comunicación mencionaron en esta ocasión a aspirantes de todos los distritos y por la vía de representación proporcional. Los aspirantes de los distritos 5, 14 y 19 fueron los más mencionados.

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, como en todos los casos anteriores, los medios de comunicación favorecieron a candidatos varones, que en este caso merecieron 68% de las menciones; esa desproporción es mayor en la cobertura de aspirantes a munícipe (72%). En contraste, en la información sobre aspirantes a diputaciones locales esta vez incluso se habló más de mujeres.

La cobertura a candidaturas independientes volvió a ocuparse solamente de varones. Sin embargo, al revisar a aspirantes por partido, destacó el caso de Morena: de 280 menciones a sus aspirantes solo 13% fueron para mujeres.

Al observar rasgos específicos de la cobertura, puede apreciarse que, cuando las piezas mencionan las posibilidades de ganar de una persona, la proporción es mayor entre candidatos que entre candidatas (16% contra 12%), pero que es mayor el porcentaje de piezas acerca de mujeres que mencionan propuestas de campaña (25% contra 14% de las menciones a varones).

En este caso no hubo casos en que se identificaran usos discriminatorios del lenguaje en relación con temas de género, ni piezas que evidenciaran estereotipos de género durante la cobertura. Sin embargo, sí ocurrió que, de 893 menciones a candidatas y candidatos, en 26 casos se empleó lenguaje masculino genérico, es decir, cuando se habla en masculino de un grupo de personas aunque haya mujeres en él.

Por último, el monitoreo detectó 43 piezas que difundieron información relativa a encuestas sobre preferencias electorales, publicadas en 15 medios de comunicación. Los cinco periodos anteriores de este ejercicio de monitoreo habían identificado una tendencia de opacidad en la cobertura de los medios; si bien en este caso quedó ratificada, resultó un poco menor: 26 de 43 piezas informaron quién produjo cada encuesta y en cinco casos se especificó quién la financiaba; 14 ofrecieron información parcial o incluso completa de la vitrina metodológica de cada encuesta.

Informe elaborado por ETIUS

Observatorio de comunicación y cultura del ITESO

30 de mayo a 7 de junio 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

12 de junio 2021



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

ETIUS