Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
Departamento de Estudios Socioculturales
Quid: análisis crítico de medios

Reporte de investigación XVI (25 de junio del 2012)

Proyecto tratamiento de elecciones en medios impresos: Monitoreo de primeras planas en el periodo de campaña

Coordinadores del proyecto de investigación:
Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona
Lic. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Investigadores:
Carolina Flores Madera
Héctor Antonio González Reyes
Sofía Lamadrid Isoard
Mauricio Orozco Rodríguez
Abril Rayas Paredes
Ximena Rivera Guillén

Tlaquepaque, Jalisco, México
Junio 2012

© Quid: observatorio de medios
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)
Departamento de Estudios Socioculturales, 2012

Primera edición: junio de 2012
Quid: observatorio de medios

Coordinación general
Juan Larrosa Fuentes
Magdalena Sofía Paláu Cardona

La información contenida en este informe puede ser reproducida total o parcialmente, siempre y cuando se respete y cite la autoría de todos los que colaboraron en la construcción de este texto. Además, se solicita que en caso de utilizarlo, se informe a su editor al siguiente correo electrónico: quid@iteso.mx

Hecho en México

Ficha técnica

Equipo de investigación: Proyecto tratamiento de elecciones en medios impresos.
Coordinación de la investigación: Magdalena Sofía Paláu Cardona.
Investigadores: Carolina Flores Madera, Héctor Antonio González Reyes, Sofía Lamadrid Isoard, Mauricio Orozco Rodríguez, Abril Rayas Paredes y Ximena Rivera Guillén.
Fecha en que se publica el reporte de investigación: 25 de junio de 2012.
Periodo de observación: Campaña electoral (del 30 de marzo al 15 de junio de 2012).

Resumen ejecutivo

El presente informe contiene el análisis y resultados del monitoreo de las notas informativas en las primeras planas de cuatro medios impresos locales, *El Informador, Mural, La Jornada* y *Milenio Jalisco*, durante el periodo comprendido entre el 30 de marzo y el 15 de junio de 2012. Contiene además un registro de la publicidad electoral encontrada durante el análisis. El informe comprende a la campaña electoral para el gobierno del estado de Jalisco del presente año. Su objetivo es detectar la presencia y el tratamiento que la prensa otorga a los candidatos a gobernador tanto en notas como en la publicidad.

Resumen ejecutivo:

- Los cuatro periódicos monitoreados, con 1,552 notas publicadas en portada, dedicaron 40% de sus titulares a cubrir temas políticos. 615 notas abordaron el proceso electoral de Jalisco, es decir 16% de las unidades informativas de las primeras planas de los cuatro diarios analizados.
- En sus primeras planas *La Jornada Jalisco* fue el periódico que más cubrió la actividad de los candidatos, con cuatro veces más notas que *El Informador* y *Mural. Milenio Jalisco* fue el periódico que menos relevancia dio al tema de candidatos a gobernador, pues sólo doce notas al respecto aparecieron en primera plana.
- Los resultados del monitoreo de los anuncios publicitarios de partidos dentro de los periódicos estudiados muestran escasa presencia de unidades y apuntan a que ésta no es la estrategia de promoción que los partidos están utilizando en sus campañas.
- No encontramos una relación significativa entre el financiamiento de espacios publicitarios y la cobertura de algún candidato.
- Los candidatos con mayor presencia en los cuatro periódicos fueron, en primer lugar, Aristóteles Sandoval, seguido de Enrique Alfaro y de Fernando Guzmán. Por su parte, la cobertura de Fernando Garza y Ángeles Martínez es baja en comparación a la de sus contrincantes.

Contexto

El presente documento forma parte del trabajo hecho por el observatorio "Quid ITESO: análisis crítico de medios" que en este año centra su atención en la operación del sistema de comunicación política en el proceso electoral 2012 del estado de Jalisco. Por esto, Quid lleva a cabo el proyecto "Tratamiento de Elecciones en Medios Impresos" con el objetivo de realizar una observación de la operación de uno de los componentes del sistema. Este trabajo implica el monitoreo de la información electoral que aparece en la prensa local. Es importante tener en cuenta que los medios de comunicación son una de las vías que tienen los ciudadanos para mantenerse al tanto de los sucesos políticos.

El periodo estudiado es un segmento del proceso de campaña electoral, que abarcó del 30 de marzo al el 15 de junio de 2012. Es el tiempo en el cual los partidos políticos llevan a cabo diversos actos de campaña con la finalidad de posicionarse dentro de la esfera pública. Los partidos políticos han definido a cada uno de los contendientes al gobierno del estado de Jalisco. El PRI designó a Jorge Aristóteles Sandoval Díaz, mientras que Enrique Alfaro Ramírez va por Movimiento Ciudadano. El PAN tiene como candidato a Fernando Guzmán Pérez Peláez y el PRD optó por Fernando Garza Martínez. Finalmente se encuentra María de los Ángeles Martínez Valdivia candidata del PANAL. La fase de campaña se ha caracterizado por una constante aparición pública en la que sobresalen Aristóteles Sandoval, Enrique Alfaro y Fernando Guzmán quienes también han contado con el apoyo de los contendientes federales en algunos eventos y actos masivos. Está el caso de Enrique Peña Nieto quien se presentó con Aristóteles Sandoval en el primer día de campaña. Por otro lado se tiene a Andrés Manuel López Obrador quien ha mostrado apoyo incondicional a la campaña de Enrique Alfaro. Asimismo, se ve a Josefina Vázquez Mota acompañada de Fernando Guzmán.

El presente trabajo tiene como propósito detectar la presencia de los candidatos en las notas informativas, que aparecen en las primeras planas de los diarios de mayor circulación en la ciudad durante el periodo de campaña electoral, y la publicidad que éstos han comprado en esos periódicos. En este sentido la pregunta y el objetivo de la investigación se postularon de la siguiente manera:

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la relevancia que la prensa escrita otorga en sus primeras planas al tema de las elecciones de gobierno por el estado de Jalisco?
- ¿Cómo es el tratamiento que los diarios locales otorgan a los candidatos al gobierno del Estado a través de las notas publicadas en sus primeras planas?
- ¿Existe una relación entre el tratamiento que la prensa otorga a los candidatos y la publicidad que ésta recibe de sus partidos?

Objetivo

Determinar, a partir del análisis del monitoreo en cuatro medios impresos (*Mural, El Informador, La Jornada Jalisco* y *Milenio Jalisco*), la presencia del tratamiento a los candidatos a gobernador del estado de Jalisco durante el periodo de campaña electoral (30 de marzo al 15 de junio de

2012). Evaluar la relevancia a través del espacio que le otorga la prensa local al tema de las elecciones estatales. Así como detectar tendencias favorables o desfavorables de parte de los periódicos hacia los candidatos. Finalmente ubicar la existencia de algún vínculo entre la publicidad de partidos políticos dentro de los periódicos y el tratamiento que otorgan éstos a los candidatos.

Diseño metodológico de la investigación

Se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo sobre el contenido de las portadas de los cuatro medios de la prensa local, con énfasis en las notas concernientes a las elecciones para candidato a gobernador del estado de Jalisco. De la misma forma se analizó la frecuencia y superficie de inserciones publicitarias.

Universo

El universo de la investigación comprende la cobertura que la prensa escrita concedió al tema de las elecciones y la publicidad electoral durante el periodo de campaña, comprendido desde el 30 de marzo hasta el 15 de junio del 2012, en cuatro medios impresos locales.

Muestra

El monitoreo abarcó las notas informativas de las primeras planas de cuatro periódicos locales y la publicidad electoral completa en *El Informador*, *Mural, La Jornada Jalisco* y *Milenio Jalisco*.

Resultados

1. Cobertura general de los medios impresos

Durante el periodo estudiado se registraron un total de 1552 notas en los cuatro periódicos analizados, de las cuales 40% (615 notas) refieren al tema de política. Algunas de las líneas editoriales de los periódicos analizados se ven reflejadas en la distribución de espacio y cantidad de notas como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 1. Número de notas por periódico

Periódico	Número de notas en portada	Número de notas de política en portada	Número de elecciones locales en portada
El Informador	514	124	29
Mural	415	134	44
La Jornada Jalisco	350	265	166
Milenio Jalisco	273	92	12
Total	**1552**	**615**	**251**

Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

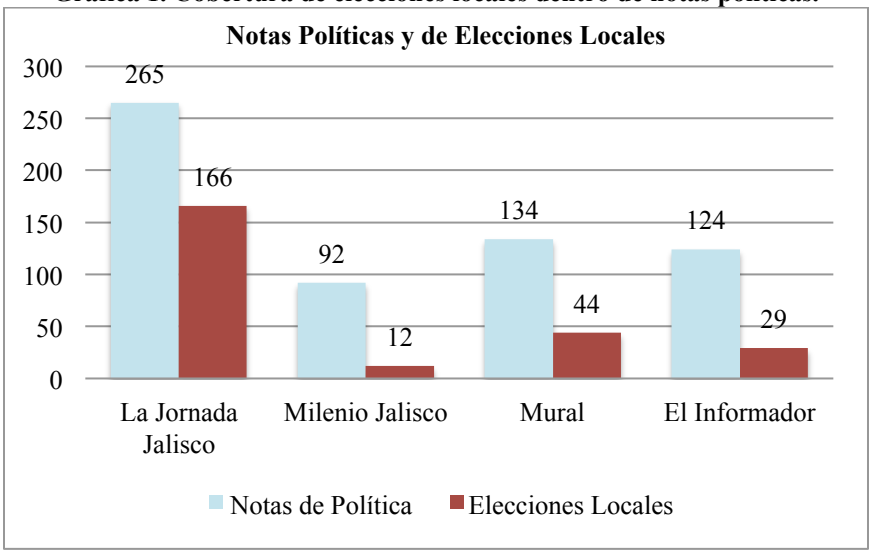
Se debe mencionar que un mayor número de notas no es proporcional a una mayor profundidad de información en primera plana. Líneas editoriales como la de *El Informador* optan por

presentar notas cortas aunque de temática variada, en el caso de *Mural* todas las notas referentes al proceso electoral, tanto federal como estatal, vienen acompañadas con un logo distintivo que dice "Voto 2012" junto al titular de la unidad informativa; mientras que *La Jornada Jalisco* utiliza imágenes para acompañar un número más limitado de notas, presentando en interiores más información referente a cada tema. En *Milenio Jalisco* destaca la gran cobertura de notas locales que no refieren al tema electoral en portada, adicionalmente se constató que siempre hay una foto nota en las primeras páginas de este diario.

La Jornada Jalisco centró su cobertura en el tema político, con 76% de las notas en primera plana. En un nivel intermedio *Mural* y *Milenio Jalisco* dedicaron un tercio de sus notas al tema político. En contraste, *El Informador* dio prioridad al tema social con 40% de sus notas.

Sin embargo, la presencia de la política en portada no necesariamente indica una amplia cobertura de candidaturas locales. Del total de 615 notas políticas 41%, es decir 251 notas, fueron dedicadas a cubrir las campañas de los candidatos a gobernador. Se detectó una discrepancia relevante en cuanto al número de notas que le dedica cada periódico a la coyuntura de elecciones 2012 en Jalisco.

Gráfica 1. Cobertura de elecciones locales dentro de notas políticas.



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

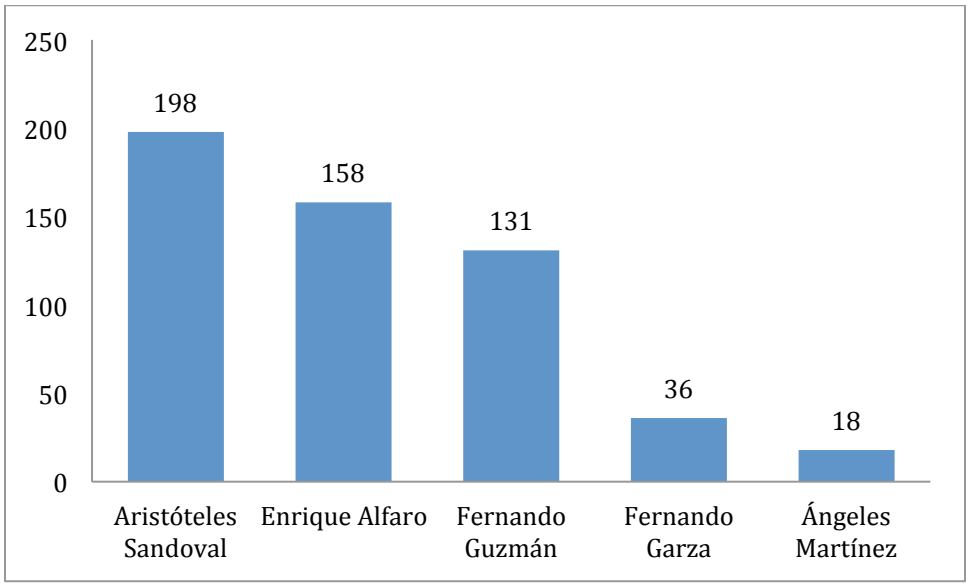
La Jornada Jalisco fue el periódico que más cubrió la actividad de los candidatos con un total de 166 notas. Cuatro veces más que *Mural* con 44. *El Informador* presentó un total de 29, mientras que *Milenio Jalisco* fue quien menor cobertura dio en primeras planas en las elecciones a gobernador en Jalisco con 12.

La escasa cobertura de *Milenio Jalisco* en portada sobre la actividad de candidatos es un dato relevante, tomando en cuenta que la portada de un periódico es la información que tiene mayor exposición y considerando que los candidatos se encontraban en plena campaña durante el periodo estudiado.

2. Candidatos

Observamos como una constante significativa que los candidatos Aristóteles Sandoval, Enrique Alfaro y Fernando Guzmán tuvieron una mayor cobertura en todos los periódicos. Mientras que Fernando Garza tiene una cobertura limitada y Ángeles Martínez está casi ausente, como se puede apreciar en la siguiente gráfica (2).

Gráfica 2. Menciones a candidato

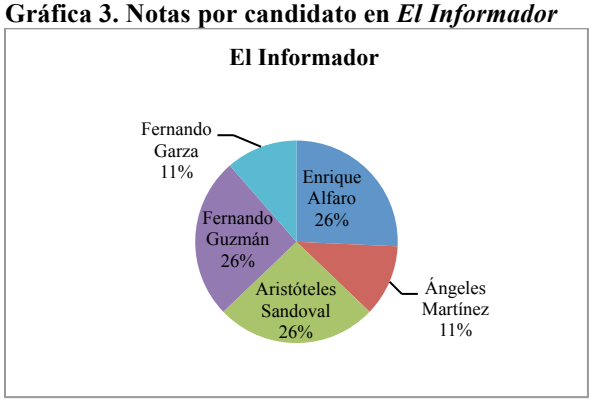


Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

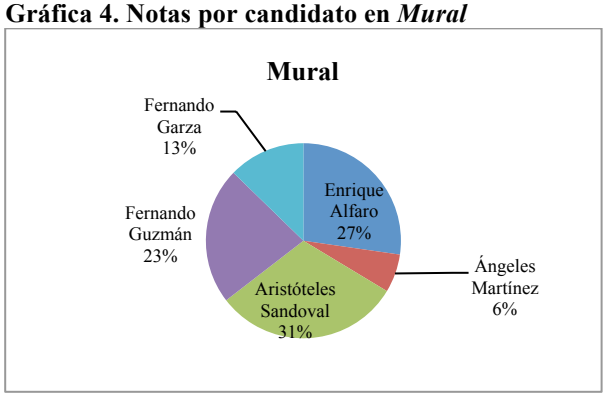
Existe una cobertura relativamente equitativa de los tres candidatos con mayor popularidad por cada periódico, en proporción al número total de notas que dedican al tema de las elecciones locales.

Los gráficos siguientes registran el total de notas de cada candidato en los cuatro medios monitoreados.

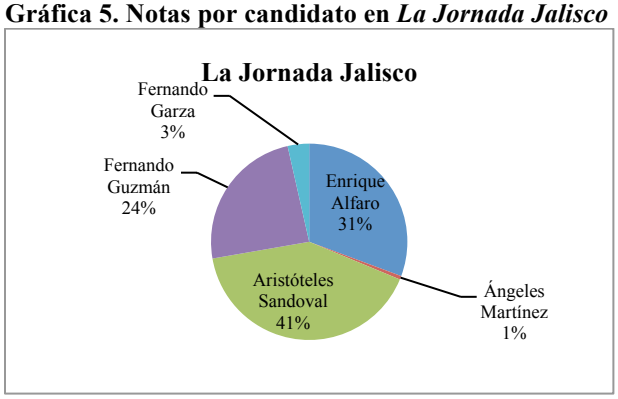
Gráfica 3. Notas por candidato en *El Informador*



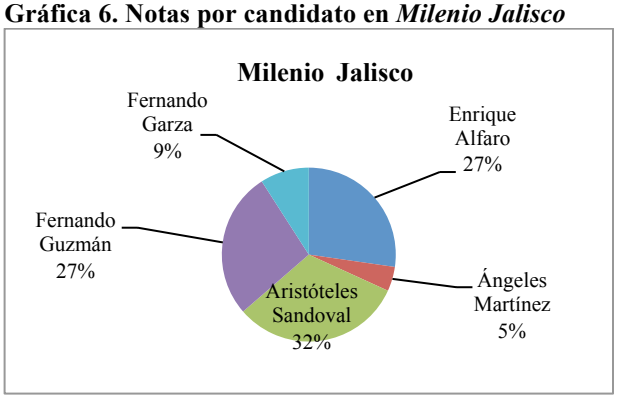
Gráfica 4. Notas por candidato en *Mural*



Gráfica 5. Notas por candidato en *La Jornada Jalisco*



Gráfica 6. Notas por candidato en *Milenio Jalisco*



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

El Informador es el único que empareja la competencia entre candidatos. Tanto Aristóteles Sandoval como Fernando Guzmán y Enrique Alfaro aparecen con 26% de cobertura en la primera plana. Por su parte, Ángeles Martínez y Fernando Garza, son los candidatos a los que menos cobertura se les dio teniendo 11% cada uno. A partir de estos datos se puede inferir que la cobertura de *El Informador* es equilibrada respecto de los tres candidatos más importantes.

Como se puede apreciar en la gráfica número 4, *Mural* dedicó mayor porcentaje de notas a Aristóteles Sandoval con 31% y a Enrique Alfaro con 27%. Fernando Guzmán quedó en tercer lugar de relevancia en portadas, con 23% de notas. Ángeles Martínez y Fernando Garza juntos sumaron 19% de notas. Se puede concluir a partir de esta información que *Mural* otorgó mayor peso a la competencia entre Aristóteles Sandoval y Enrique Alfaro durante el periodo estudiado.

La Jornada Jalisco, le concede la mayor cobertura al candidato Aristóteles Sandoval con 41%. Enrique Alfaro en segundo lugar con 31%. A Fernando Guzmán lo posiciona en tercer lugar con 24% de las notas. En contraste Fernando Garza y Ángeles Martínez se presentan con una mínima cobertura con 3% y 1% respectivamente.

En seguida está *Milenio Jalisco*, el cual dedicó 14% de sus notas a la cobertura de la actividad de Ángeles Martínez y Fernando Garza. Su atención se centró en Aristóteles Sandoval con 32%. Mientras que al Fernando Guzmán y Enrique Alfaro les dio la misma cobertura con 27% a cada uno.

El Informador, Mural y *Milenio Jalisco* se han caracterizado por una cobertura más equilibrada de los candidatos punteros. *La Jornada Jalisco* se distinguió por una cobertura en la que Aristóteles Sandoval supera a Enrique Alfaro por diez puntos porcentuales y por dejar notablemente rezagados a Fernando Garza y Ángeles Martínez.

2.1 Publicidad

En el monitoreo a primeras planas, también se realizó un seguimiento a las inserciones pagadas por los partidos. Para responder a la tercera pregunta de investigación *¿existe una relación entre el tratamiento que la prensa otorga a los candidatos y la publicidad que recibe de sus partidos?* las ediciones de los periódicos fueron monitoreadas en su totalidad.

Una de las primeras conclusiones a las que se llegó, es que los partidos políticos ya no dedican mucho porcentaje de su presupuesto de campaña a medios impresos. Durante los 78 días de la muestra, entre los cuatro periódicos solamente se vendieron 212 espacios publicitarios a partidos políticos, gobierno e instituciones electorales.

El partido que más espacios publicitarios compró fue el PRI con un total de 58 en los cuatro periódicos analizados. El PAN, por su parte, fue el segundo partido que más invirtió en esa estrategia de campaña, con 28 espacios comprados. En tercera posición se ubicó el PRD con 20. MC se posicionó en penúltimo lugar con 11 espacios. El que menos invirtió en prensa fue el PANAL con sólo 2 anuncios comprados a *La Jornada Jalisco. El Informador* fue el medio que más publicidad vendió a partidos políticos.

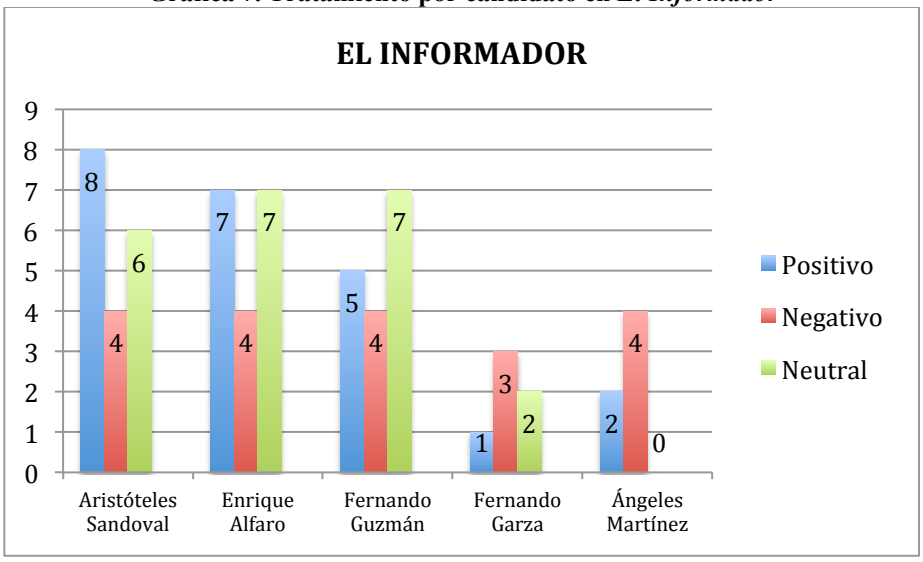
En las fechas cercanas al segundo debate, la publicidad del IFE y del IEPC, aumentó notablemente en los cuatro periódicos. Estas instituciones compraron 22 y 27 espacios respectivamente.

3. Tratamiento

Los periódicos, en general, concedieron un tratamiento neutral a las campañas de los candidatos. Sin embargo, en el análisis sí es identificable una tendencia de cada periódico hacia algún candidato.

El Informador le concedió un tratamiento favorable a Aristóteles Sandoval. De 18 notas en las que fue mencionado en primera plana, 44% de ellas fueron positivas y 23% negativas. A Enrique Alfaro, el 39% tuvieron un tratamiento positivo y 22% negativo. La candidata Ángeles Martínez, fue quien recibió un peor tratamiento, teniendo 67% de las notas desfavorables.

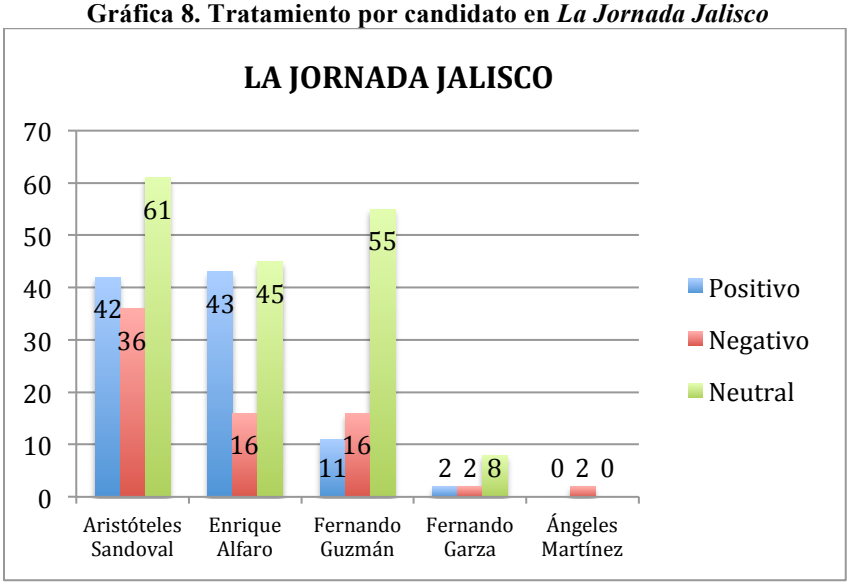
Gráfica 7. Tratamiento por candidato en *El Informador*



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

La Jornada Jalisco favoreció a Enrique Alfaro con 41% de sus notas, 15% con tratamiento negativo. El segundo candidato mejor tratado fue Aristóteles Sandoval, quien tuvo 30% de su cobertura en primera plana favorecedora y 26% negativa. En contraste, a los candidatos, Fernando Guzmán y Fernando Garza, se les concedió un tratamiento mayoritariamente negativo, con 20% y 17% respectivamente. En el caso de Ángeles Martínez, el tratamiento que recibió fue 100% negativo.

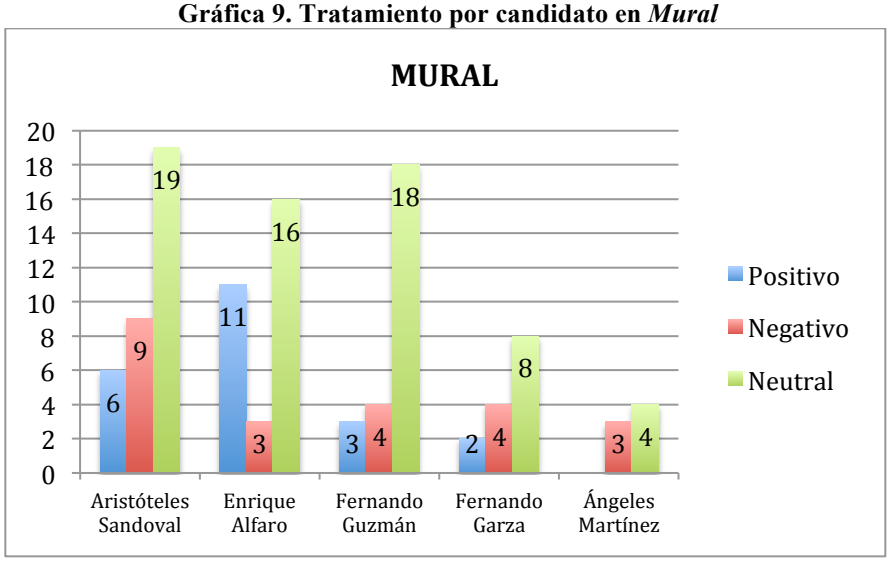
Gráfica 8. Tratamiento por candidato en *La Jornada Jalisco*



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

En *Mural*, el contraste del tratamiento en las notas entre Enrique Alfaro y Aristóteles Sandoval fue bastante claro. El primero recibió 37% positivas y 10% negativas. En cambio, Aristóteles Sandoval tuvo 18% favorecedoras y 26% desfavorecedoras. Fernando Garza obtuvo el doble de notas con tratamiento negativo que notas con tratamiento positivo. La cobertura para Fernando Guzmán fue más equilibrada en el periódico, con 12% de sus notas positivas, y 16% negativas. Ángeles Martínez, nuevamente, no recibió tratamiento favorecedor en ninguna nota.

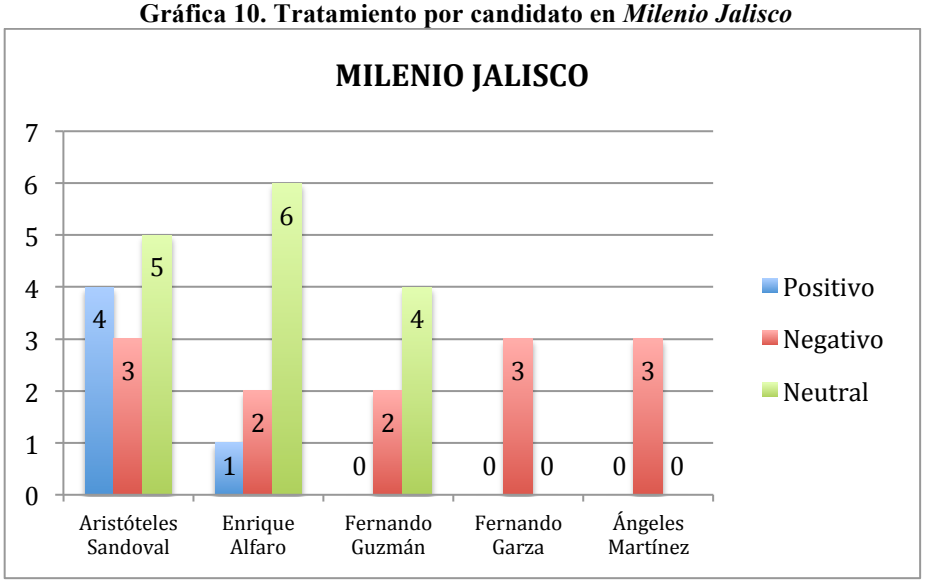
Gráfica 9. Tratamiento por candidato en *Mural*



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

En el caso de *Milenio Jalisco*, los únicos candidatos que recibieron un tratamiento positivo o negativo fueron Enrique Alfaro, Aristóteles Sandoval y Fernando Guzmán. A los otros dos candidatos se les trató de forma neutral. Sin embargo, la cobertura positiva hacia Aristóteles Sandoval fue evidente. El candidato recibió 33% de notas favorecedoras, en contraste de 8% hacia Enrique Alfaro. A Fernando Garza, se le concedió un tratamiento desfavorecedor, con ninguna nota con tratamiento positivo y 17% de notas negativas.

Gráfica 10. Tratamiento por candidato en *Milenio Jalisco*



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

3.1 Imágenes

Durante la muestra, *El Informador* no presentó muchas imágenes de candidatos en su primera plana, solamente en casos específicos como fueron los debates o eventos de los partidos. En total, el periódico publicó 16 imágenes. El que más fotografías obtuvo como acompañamiento de las notas, fue Enrique Alfaro con cinco fotografías, seguido de Fernando Guzmán con cuatro, y Aristóteles Sandoval con tres. De los candidatos, Fernando Garza y Ángeles Martínez, fueron presentadas dos fotografías en publicaciones de primera plana.

Mural publicó tres veces más fotografías que *El Informador*. Los candidatos que más aparecieron en portada fueron Aristóteles Sandoval y Fernando Guzmán con 14 imágenes cada uno. En repetidas ocasiones una misma nota incluía la fotografía de dos o más candidatos, lo que refleja una cobertura equitativa de imágenes. Enrique Alfaro apareció una vez menos que los candidatos anteriores. Fernando Garza y Ángeles Martínez fueron quienes aparecieron menos en portada, con cinco y dos fotografías respectivamente.

En el caso de *La Jornada Jalisco*, Aristóteles Sandoval fue el candidato que más apariciones tuvo en portada con 22 imágenes. Enrique Alfaro y Fernando Guzmán tuvieron 17 y 14 fotografías respectivamente. La poca cobertura de los candidatos del PRD y PANAL también se vio reflejada en el número de fotografías con tres y uno, cada quien.

Milenio Jalisco mostró una baja cobertura de imágenes de los candidatos, con 13 fotografías referentes a las elecciones de gobernador del estado de Jalisco. Algo que destaca es que Aristóteles Sandoval y Enrique Alfaro cuentan con la misma cantidad de fotografías, con cuatro cada uno. Fernando Guzmán apareció tres veces en portada. A los candidatos Fernando Garza y Ángeles Martínez se les concedió solo una imagen.

Conclusiones

Del total de las notas publicadas en primera plana, 16% cubrió el proceso electoral de Jalisco. Aunque en los cuatro periódicos estudiados se mostró una cobertura amplia al tema político, se puede afirmar que la candidatura al gobierno del estado no fue un tema destacado en la agenda local. Como hipótesis, la investigación plantea que esto puede responder a que en las primeras planas se dio una cobertura amplia a la elección federal, tema que también es de interés para los jaliscienses. Aunque con esto no se quiere sugerir que las elecciones estatales son de menor importancia, sí puede ser evidencia de lo que los periódicos locales consideran como tema principal en la agenda mediática.

Los medios impresos locales reflejan, a través de su cobertura, la competencia que existe entre Enrique Alfaro y Aristóteles Sandoval. Los cuatro periódicos mantuvieron una cobertura casi equitativa en las notas e imágenes que publicaron en primeras planas de estos dos candidatos. Esta característica nos lleva a plantear la pregunta de si es la agenda mediática quien ha construido esta competencia, o si es la misma competencia quien construye lo que dicen los medios. La aparición de Ángeles Martínez fue cuatro veces menor que la de Aristóteles Sandoval, quien fue el candidato que más apariciones tuvo en primera plana.

Podemos constatar que, con respecto al tratamiento dado por los periódicos monitoreados, éste tiende a mantenerse neutral. Sin embargo, en las notas en las que se dio un tratamiento positivo o negativo, sí es visible cierta tendencia en cada periódico hacia alguno de los candidatos. La competencia también se evidencia en este tratamiento. Dos de los periódicos, *El Informador* y *Milenio Jalisco*, favorecieron a Aristóteles Sandoval, mientras que los otros dos, dieron una cobertura favorable a Enrique Alfaro.

En lo que respecta a la publicidad en periódicos locales, la investigación dio cuenta que la compra de espacios publicitarios impresos no aumentó después de las reformas del 2007 que restringieron la publicidad en otros medios tradicionales. Respecto a los espacios que sí fueron adquiridos, se pudieron identificar dos vertientes: la primera es el caso de Aristóteles Sandoval, cuyo partido fue el principal comprador de publicidad a los cuatro periódicos estudiados y quién sí mantuvo a lo largo del proceso electoral una cobertura amplia. El segundo, y como caso opuesto, está Enrique Alfaro, candidato por Movimiento Ciudadano, partido que no designó mucho de su presupuesto de campaña a medios impresos, y que aún así, también mantuvo una cobertura amplia. El candidato del PAN, a pesar de pertenecer al segundo partido que más publicidad compró en los medios locales, se mantuvo como el tercer candidato con más cobertura en los periódicos estudiados.