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

Reporte de investigación IV (26 de marzo de 2012)

Proyecto Agenda:
Monitoreo de Radio, Televisión y Prensa en el periodo de precampaña

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

Investigadoras (en orden alfabético):
Abril Rayas Paredes
Ximena Rivera Guillén
Cristina Romo Gil

Tlaquepaque, Jalisco, México
Agosto 2011 – Agosto 2012

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

Primera edición: marzo del 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

Monitoreo de Radio, Televisión y Prensa en el periodo de precampaña

Resumen ejecutivo

El presente informe contiene el análisis de los resultados del monitoreo de medios realizado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., contratada por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPC). El monitoreo corresponde al periodo de precampañas comprendido entre el 15 de diciembre y el 12 de febrero de 2012. Dicho análisis tiene como objetivo detectar la presencia de los candidatos y precandidatos a gobernador del estado de Jalisco en los medios. Del análisis podemos obtener los siguientes resultados:

I. La cobertura que los medios locales hicieron de los partidos y precandidatos durante el periodo de precampañas favoreció ampliamente al PAN (6,690 notas) y al PRI (6,050 notas); en un rango intermedio se dio cobertura al PRD (1,494 notas), y a Enrique Alfaro que se clasificó bajo la categoría de "No definido" (1,355 notas); finalmente hay una cobertura marginal del PT, MC, PVEM y PANAL, cada uno de los cuales tiene menos de 300 notas.
II. A medida que se va acercando la fecha de definición de candidatos, aumenta el índice de menciones de los aspirantes más fuertes de cada partido: dos aspirantes en el caso del PRD y tres del PAN.
III. En el caso del PAN y el PRD el precandidato que resultó elegido por su partido tuvo, en las semanas anteriores a la elección, un aumento significativo en el número de menciones en los medios, es decir, mayor al aumento de las menciones de su(s) contrincante(s).
IV. La radio es el medio que más notas sobre el proceso electoral pone a circular, quizás por sus características que la vuelven más económica y accesible.
V. En prensa, la cobertura de partidos y candidatos es relativamente uniforme entre las 25 publicaciones periódicas estudiadas. El periódico local que publicó más menciones a actores políticos en sus notas fue *La Jornada Jalisco*, el que menos, *El Informador*.

Ficha técnica

Equipo de investigación: Proyecto Agenda
Coordinación de la investigación: Magdalena Sofía Paláu Cardona
Investigadores: Abril Rayas Paredes, Ximena Rivera Guillén y Cristina Romo Gil
Fecha en que se publica el reporte de investigación: 26 de marzo del 2012
Periodo de observación: Precampañas (del 15 de diciembre al 16 de febrero del 2012)

Contexto

El presente documento forma parte del trabajo hecho por el observatorio de medios "Quid: análisis crítico de medios" que en este año centra su atención en el proceso electoral 2012 del estado de Jalisco y su relación con los medios de comunicación. Es por esto que *Quid* toma el proyecto "Agenda" con el objetivo de realizar una observación de la operación de uno de los componentes del sistema de comunicación política mexicano, a través del monitoreo de la información electoral que aparece en los espacios informativos de los medios de comunicación masiva, particularmente en la radio, la televisión y la prensa locales. 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 IEPC no proporcionó, a este equipo de investigación, las bases de datos[1] del monitoreo de medios realizado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., con sede en el Distrito Federal, para el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPC). Se optó por analizar los informes ejecutivos del monitoreo de dicha empresa que monitorea los espacios informativos (noticiarios) de radio y televisión, así como las publicaciones periódicas de todo el estado. El monitoreo tuvo un costo de 5 millones 800 mil pesos que se pagan con el presupuesto asignado al IEPC. Los resultados están disponibles en la página oficial del Instituto. (http://www.iepcjalisco.org.mx/sites/default/files/informe-precampanas.pdf)

El periodo estudiado es justo el de precampaña electoral, que abarcó desde el 15 de diciembre de 2011 hasta el 12 de febrero de 2012. Es el tiempo en el cual los partidos políticos llevan a cabo procesos internos para definir sus candidatos a puestos de elección popular. Cabe mencionar que el PRI eligió a su candidato muy al principio del proceso de precampaña, es decir, designó a Aristóteles Sandoval como su candidato a la gubernatura del estado de Jalisco. Mientras que Enrique Alfaro estaba compitiendo contra Raúl Vargas para ser candidato del PRD, quien finalmente ha registrado a Fernando Garza como su candidato. El PAN fue el único partido que realizó elecciones internas, donde Alfonso Petersen, Fernando Guzmán y Hernán Cortés se disputaban la candidatura por este partido. Por último se tiene a María de los Ángeles Martínez Valdivia, actual candidata del PANAL, quien no fue mencionada en los medios durante esta etapa. En el lapso de precampañas se hicieron presentes, en notas informativas de distintos medios, los actores políticos de todos los partidos y aquellos que más oportunidades tenían de ser elegidos como candidatos a gobernador del estado.

El presente trabajo tiene como propósito detectar la presencia de los precandidatos en las notas informativas durante el periodo de precampaña electoral. En este sentido la pregunta y el objetivo de la investigación queda de la siguiente manera:

[1] Por "bases de datos" entendemos los archivos digitales en formato Excel, SPSS o cualquier otro que contenga hojas de cálculo, con la codificación de cada una de las notas analizadas por la empresa contratada para el monitoreo.

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la presencia de los precandidatos y partidos políticos en los espacios informativos de los medios de comunicación locales durante el periodo de precampaña electoral?
- ¿Existe una relación entre la exposición de los actores políticos en los medios y su selección como candidatos?

Objetivo

Determinar, a partir del análisis del monitoreo contratado por el IEPC, la presencia de los candidatos y precandidatos a gobernador del estado de Jalisco en los medios de comunicación durante el periodo de precampañas.

Diseño Metodológico de la Investigación

Universo

El universo de la investigación comprende los informe parciales y el informe final presentados por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V. ante el IEPC disponibles en el sitio Web del instituto: http://www.iepcjalisco.org.mx/monitoreo-radio-televisi%C3%B3n-y-prensa-proceso-electoral_2012. El estudio incluye el conteo de la cobertura que los medios de comunicación concedieron a candidatos y partidos políticos durante el periodo de precampaña, que comprende desde el 15 de diciembre hasta el 12 de febrero de 2012, en estaciones de Radio y Canales de Televisión de Jalisco, (concesionadas y permisionadas) y en los medios impresos que circulan en el estado, es decir periódicos y revistas locales.

Muestra

El monitoreo abarcó las notas informativas de:

- 26 estaciones de radio
- 25 publicaciones periódicas (diarios, semanarios y revistas)
- 8 canales de televisión

Resultados

La información, producto del monitoreo realizado para el IEPC, disponible en su página Web, no contiene la base de datos, la metodología empleada ni los criterios utilizados para procesar la información. Tales elementos fueron solicitados por el equipo de investigación al Instituto Electoral, pero hasta el momento de redactar el informe no habían sido entregados.

Los resultados comprendidos dentro de este análisis se basan fundamentalmente en la información que el IEPC ha hecho pública a través de su informe ejecutivo “Monitoreo Cualitativo de Radio, Televisión, Prensa y Espectaculares - Proceso Electoral 2012” y en los cortes parciales que se presentaron y publicaron en el sitio Web del IEPC.

Los resultados se presentarán en cinco rubros, *Cobertura por medios*, *Cobertura por partidos*, *Prensa*, *Radio*, *Televisión y* por último *Cobertura por candidato.* Cada uno de ellos contiene los datos más importantes en relación al tema.

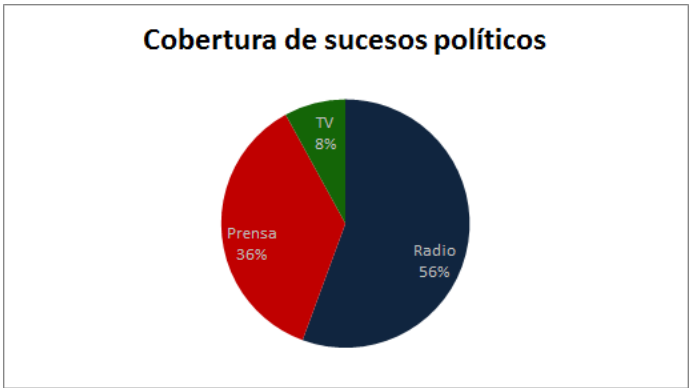
I. Cobertura por medios

Los medios tomados en cuenta, como ya se mencionó, son Radio, Televisión y Prensa en el estado de Jalisco. Se puede decir que la cobertura del periodo de precampañas en los medios varía de un medio a otro, es decir, de las 15,881 notas registradas, el medio que presentó mayor número de notas con mención de actores políticos es la radio con 56%, seguida por la prensa con 36% y la televisión con el menor porcentaje 8%. Se considera importante situar los factores que influyen en tal tendencia:

- La presencia de un número mayor de estaciones radiofónicas en el monitoreo (26 en total).
- El espacio al aire que destina la radio a las notas informativas puede ser hasta tres veces por día mientras que la prensa se publica una vez.
- El bajo costo de la producción y difusión radiofónica en comparación con televisión y prensa.

En la gráfica 1 se exponen el porcentaje de cobertura de los sucesos políticos realizada por los medios monitoreados, donde sobresale la diferencia marcada en cada uno de los porcentajes.

Gráfica 1.

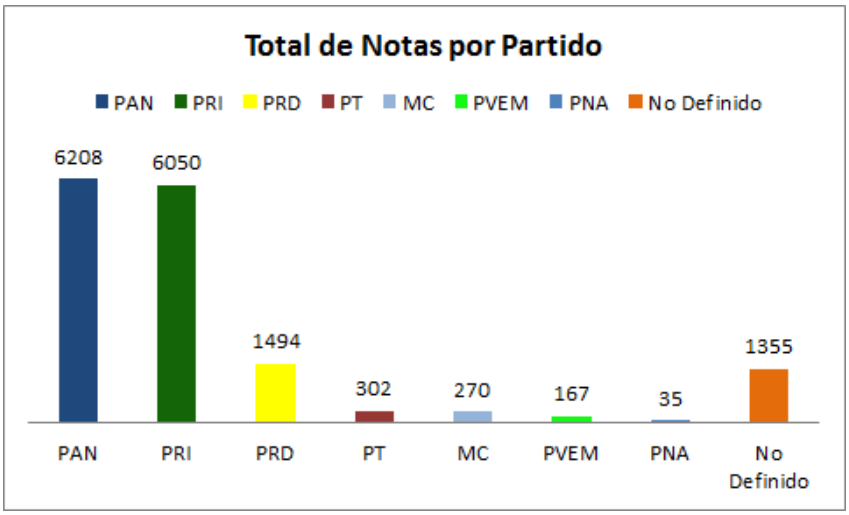


Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

II. Cobertura por partidos

La mención de candidatos y partidos políticos en el conjunto de los espacios informativos (radio, TV, y prensa) refleja un sesgo en la cobertura, un desequilibrio notorio en los resultados como se muestra en la gráfica 2.

Gráfica 2.



Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

Del total de las notas trasmitidas en radio, prensa y televisión, el PRI y el PAN ocuparon 77% del espacio dedicado al proceso electoral. Fueron mencionados un promedio de 97 nombres por cada uno de los dos partidos más mencionados (PAN y PRI). Sin embargo, algunos nombres se encontraban únicamente en una o dos notas.[2]

El PRD fue el tercer partido con más presencia, con 9% del total de menciones partidistas. Tuvo el mismo porcentaje que el "No Definido", dentro del cual se clasificó a Enrique Alfaro. Los Partidos PT, MC, PVEM y PNA no contaron con más de 2% de las menciones, de manera individual.

Un dato relevante es la neutralidad que dicen tener las notas informativas en los medios analizados. Según los resultados del IEPC, al menos 96% de todas las notas dedicadas a actores políticos son de carácter neutral. A falta de las bases de datos y los criterios de valoración que se tomaron en cuenta para elaborar el monitoreo, no se puede indagar más en esta variable.

IV. Prensa

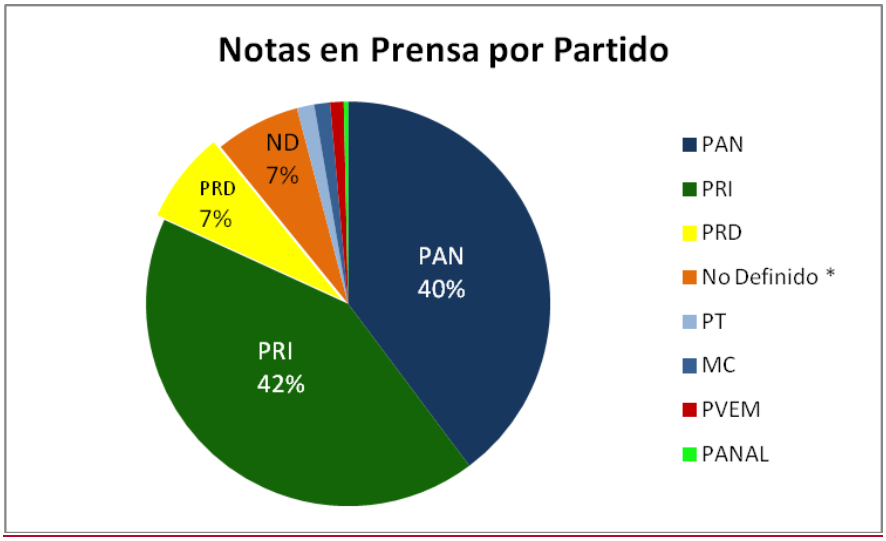
La mención de actores políticos por parte de las cinco publicaciones periódicas locales analizadas en el monitoreo del IEPC es relativamente uniforme, en comparación con otros medios. En el ámbito local, el periódico que más notas políticas tuvo fue *La Jornada*, con

[2] Consideramos que el alto índice de nombres mencionados, la mayoría no relacionados con el proceso de selección interna, se debe a que el estudio fue elaborado durante el periodo de precampañas.

un total de 669, mientras que *El Informador* fue el que menor número de notas presentó, con un total de 410 notas con mención de actores políticos.

Como se presenta en la Gráfica 3, las notas en prensa por partido exponen una cobertura desigual, en la que el PRI sobresale con 42% en comparación al "No Definido" con 7%.

Gráfica 3



Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

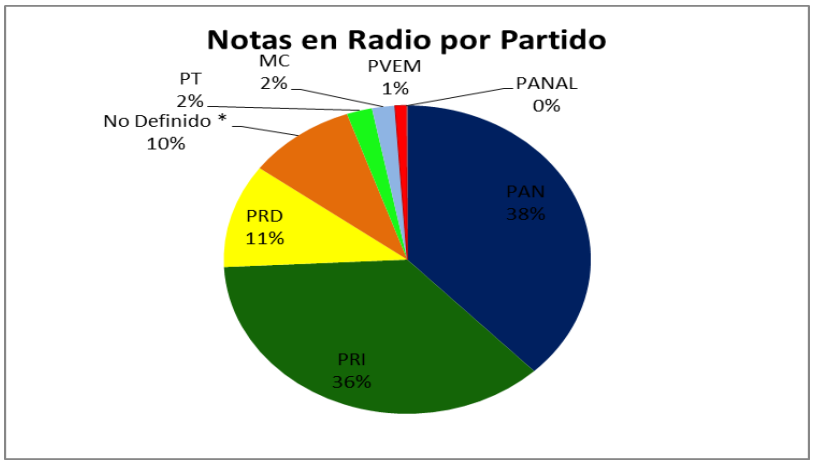
En cuanto a partidos, el PRI fue el que más notas tuvo, con un total de 2431. Le sigue el PAN, con 2,299, y en tercer lugar se encuentra el PRD con 423 menciones. Enrique Alfaro, clasificado como "No Definido", tiene un total de 392 menciones en prensa.

IV. Radio

Como ya se afirmó anteriormente, la radio fue el medio que más notas políticas transmitió: las 26 estaciones de radio monitoreadas dedicaron un total de 8,831 notas a menciones de actores políticos. En el ámbito local, las seis estaciones con mayor número de notas suman un total de 5,507. La cobertura de actores políticos fue mucho más variada que en el caso de la prensa. La estación que tuvo más notas fue *DK 1250* con 1,415, mientras estaciones como *La Mejor* únicamente transmitió dos notas sobre el tema durante todo el periodo estudiado.

En la Gráfica 4 se presentan las notas en radio por partido, tienen una frecuencia casi igual entre partidos como el PAN y el PRI, el primero con 38% y el segundo con 36%.

Gráfica 4



Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

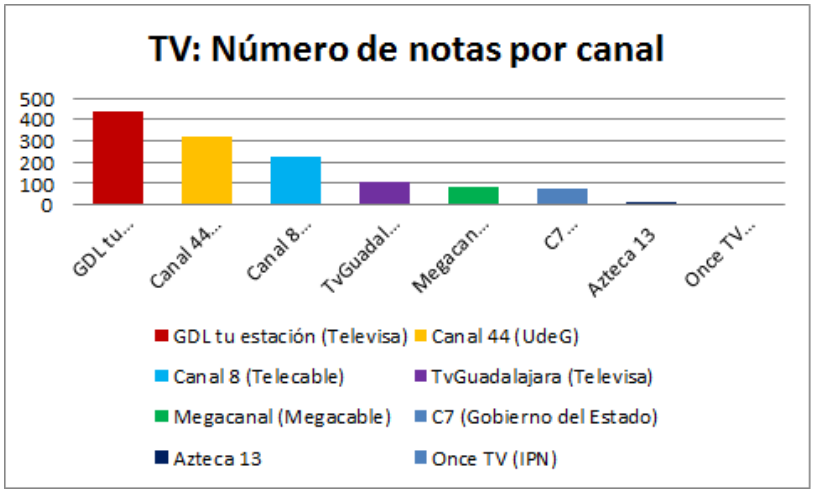
Nuevamente, se repite la tendencia de dedicar dos tercios del espacio a dos partidos: el PRI y el PAN que juntos ocupan 74% de las notas con temática política. Sin embargo, a diferencia de la prensa, en la cual se destina 62% de las notas al PAN, en radio la distribución entre estos dos partidos es similar el PAN con 38% y el PRI con 36%. Los partidos PT, MC, PVEM y PANAL no ocupan cada uno más de 2% de las notas referidas.

V. Televisión

El monitoreo de los nueve canales incluidos en el estudio también refleja una cobertura contrastada de los actores políticos, como se puede observar en la Gráfica 5. El canal que mayor cobertura dio al tema fue *GDL tu estación* con un total de 437 notas y el canal *TV Guadalajara* que presentó 110 notas, ambos pertenecen al grupo Televisa. En conjunto presentaron un total de 547 notas sobre el proceso electoral. El canal del Gobierno del Estado *C7* solo difunde 30 notas, su cobertura es menor en comparación con las estaciones de Televisa, aunque está por encima de los canales que transmiten directo desde la Ciudad de México (*Azteca 13* y *Once TV*). Por su carácter nacional el canal del IPN, *Once TV*, presentó solo 1 nota en todo el periodo, destinada al tema del proceso electoral en Jalisco.

Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

Gráfica 5



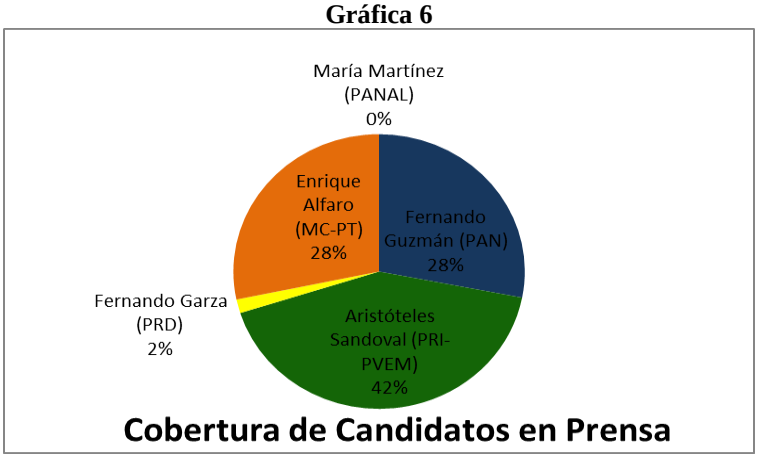
Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

III. Cobertura por candidato

En prensa

Durante el periodo de precampañas se otorgó un espacio relativamente equitativo a Fernando Guzmán Pérez Peláez, candidato del PAN, y a Enrique Alfaro, de MC-PT, como se puede ver en la Gráfica 6. Cada uno tuvo 28% de las notas, respectivamente. Sin embargo, los medios escritos dedicaron un índice mayor de notas a Aristóteles Sandoval, quien obtuvo 42% de notas en prensa con menciones de candidatos. Fernando Garza, en contraste, obtuvo únicamente 2% de las menciones, mientras que la candidata del PANAL, María Martínez, ni siquiera fue mencionada en prensa durante este periodo.

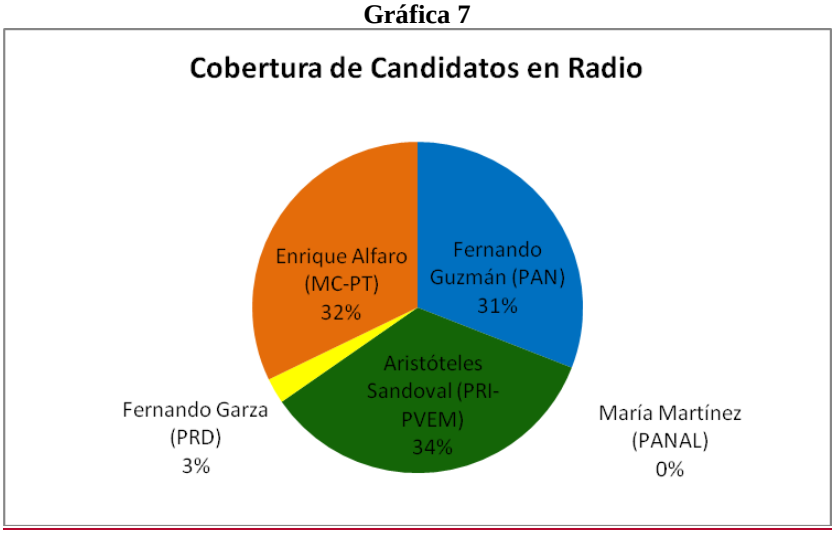
Gráfica 6



En radio

En Radio el mayor número de notas fue de Aristóteles Sandoval aunque Enrique Alfaro tuvo mayor tiempo en las notas que lo mencionaron como se demuestra en la Gráfica 7. En este medio se ve una distribución más equitativa de las menciones de candidatos que en prensa, aunque los ahora candidatos del PRD y PANAL no tuvieron presencia durante ese periodo.

Gráfica 7

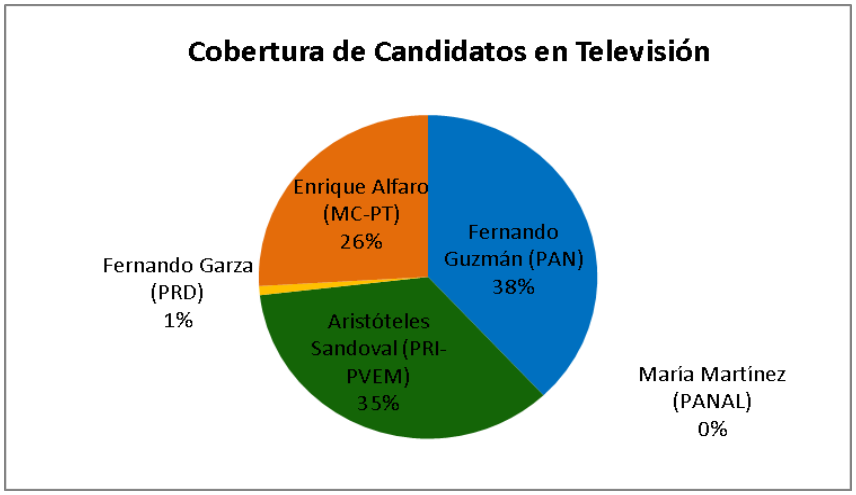


Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

En televisión

Continuó la tendencia a nombrar de manera más equitativa a los tres candidatos que fueron definidos con anterioridad: Fernando Guzmán, Enrique Alfaro y Aristóteles Sandoval, a diferencia de Fernando Garza recién nombrado candidato por el PRD. La Gráfica 8 lo explica:

Gráfica 8

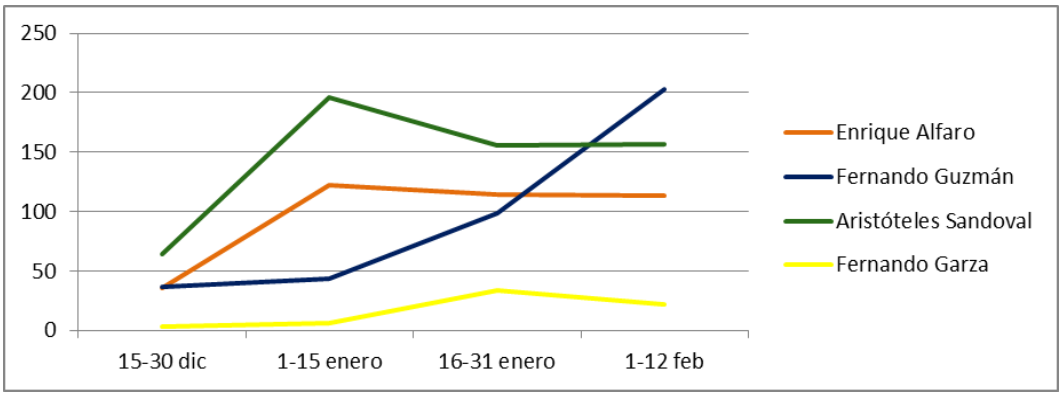


Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

Cobertura por candidato durante el periodo de precampañas

La presencia de los candidatos en los medios durante el periodo de precampañas aumentó a partir de la primera quincena de enero como se aprecia a continuación en la Gráfica 9.

Gráfica 9



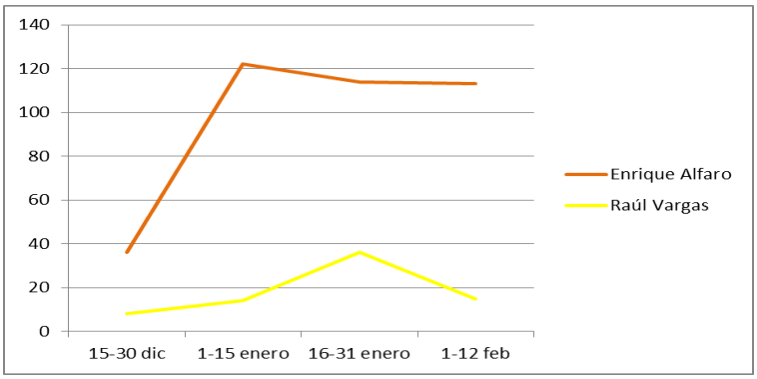
Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

Enrique Alfaro fue nombrado candidato del PRD la primera semana de febrero, al igual que Fernando Guzmán durante las elecciones internas del PAN. Cabe mencionar que únicamente el PAN tuvo una elección interna entre sus aspirantes. Las menciones de Fernando Garza en los medios aumentaron a partir de la segunda quincena de enero, pero se mantuvieron por debajo en comparación con los demás candidatos durante el periodo de precampañas.

Elecciones Internas

Las menciones de Raúl Vargas, competencia de Enrique Alfaro como precandidato del PRD, disminuyeron considerablemente a partir de la primera semana de febrero, fecha en la cual fue designado oficialmente Alfaro como candidato. Esto se puede observar en la Gráfica 10. Alfaro, a su vez, experimentó un aumento significativo en el número de menciones en los medios a partir del 15 de enero.

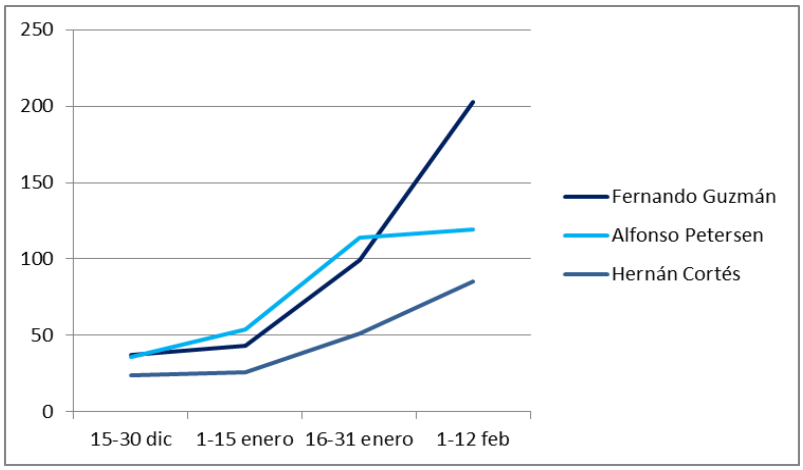
Gráfica 10



La mención de precampañas refleja claramente la ter culminó en la elección de Fernando Guzmán como candidato del partido a gobernador del Estado, dejando a sus competidores Alfonso Petersen y Hernán Cortés.

Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

Gráfica 11



Fuente: elaboración propia con datos del monitoreo del IEPCJ.

.

Conclusiones

En un primer acercamiento al proceso electoral y al monitoreo que el IEPC ha mostrado a partir del estudio encargado a la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., hemos recopilado información destacada bajo cada uno de los conceptos que trabajamos. Se debe decir que no están explícitos los criterios de clasificación de notas ni el criterio de elección de sujetos.

Fueron monitoreados 26 estaciones de radio, 25 publicaciones periódicas y ocho canales de televisión. La radio presenta costos más bajos de producción, probablemente es por esto que más de la mitad de las notas informativas sobre el proceso de precampaña electoral se difunden a través de este medio. A pesar de que se monitoreó casi el mismo número de medios en prensa y radio, al final el segundo presentó el mayor número de notas informativas con respecto a los actores políticos.

En prensa sobresale *La Jornada* como uno de los periódicos que dedicó más espacio a la presentación de los actores políticos en el proceso estudiado. En relación contraria con *El informador* el cual publicó el menor número de notas del tema en su agenda. Sin embargo, es bastante uniforme la cobertura en prensa en el contexto de precampañas.

En Televisión, Televisa tiene el total de 547 notas transmitidas a través de sus dos canales *GDL tu estación* y *TV Guadalajara*. Seguido del *Canal 44* perteneciente a la UDG con 321 notas informativas. Llama la atención la cobertura del *Canal* 8 (Telecable) y *Megacana*l (Megacable), ambos de televisión de paga, quienes conceden espacio significativo al tema electoral. El Gobierno del Estado otorga un tiempo muy reducido a los sucesos electorales, a través de su canal *C7*.

En radio, *La Mejor* tuvo tan solo 2 apariciones de notas electorales, lo que demuestra que su cobertura fue muy marginal dado que existen otras estaciones con cifras elevadas como la *DK 1250* con 1,415. En general se percibe una cobertura muy dispareja y contrastada. La radio tiene el triple de espacios para transmitir, lo cual puede ser un factor que explique que a pesar de que se monitorearon más o menos el mismo número de estaciones de radio y diarios locales, la primera tiene el doble de las notas.

Hablando del caso de los partidos políticos sobresale la extensa cobertura que tienen el PAN y el PRI en contraste con la cobertura hacia el PANAL, PT y MC, que en general no tienen una presencia distinguida en cifras. Es repetitiva la tendencia de cobertura desigual en relación a los números dispares que se muestran en los datos obtenidos. Por lo regular y en orden de número de menciones los grupos se forman así: PAN y PRI a la cabeza, a continuación aparece PRD y el No Definido en donde se registra a Enrique Alfaro y muy abajo en la frecuencia están el resto de los partidos.

En prensa el PAN tiene más del doble de notas que el PRI. Mientras que el PANAL, PVEM, MC, AC y PT tienen una cobertura marginal. La cobertura del PAN es 13 veces la del PRD. Sin embargo, se debe reconocer que se trata del partido en el gobierno y el único partido que tuvo elecciones internas. Ambos pueden ser factores que provocan esta cobertura desigual. Será necesario revisar si la tendencia se sostiene en una etapa posterior.

En radio los partidos del PAN y el PRI están casi igual en cuanto al número de notas transmitidas. Se repite la poca aparición de partidos como el PANAL, el PT y MC. En la cabeza siguen estando el PAN y el PRI por tener más notas publicadas. El PRD y No Definido (Alfaro) siempre muestran un estado parecido, con diferencias menores, lo que se puede deber a que en ese periodo analizado hablar de Alfaro implicaba una relación con los partidos de izquierda y con el PRD.

En televisión es relativamente igual el tratamiento del PAN y el PRI. En este medio es repetitiva la tendencia en las que queda marcada la aparición casi nula del PANAL, PT y MC. En este sentido se puede observar, como ejemplo, una cobertura informativa de 20 horas al PAN y 24 minutos de cobertura al PANAL.