



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

Reporte de investigación XI (14 de mayo del 2012)

**Proyecto Agenda:
Monitoreo de Prensa en el periodo de campaña**

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

**Investigadores:
Abril Rayas Paredes
Ximena Rivera Guillén
Cristina Romo Gil**

**Tlaquepaque, Jalisco, México
Mayo 2012**

© **Quid: observatorio de medios**

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)
Departamento de Estudios Socioculturales, 2012

Primera edición: abril 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 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: 14 de mayo de 2012.

Periodo de observación: Campaña electoral (del 30 de marzo al 27 de abril 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*, *Milenio Jalisco* y *La Jornada Jalisco*, durante el periodo comprendido entre el 30 de marzo y el 27 de abril de 2012. Contiene además un registro de la publicidad electoral encontrada durante el análisis. El informe comprende el periodo de 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 propia publicidad.

Datos importantes:

- Los cuatro periódicos monitoreados dedican en conjunto 38% del total de notas en portada a temas de política.
- De esas de notas políticas, 44% fueron dedicadas a cubrir a los candidatos a gobernador.
- En sus primeras planas *La Jornada Jalisco* fue el periódico que más cubrió la actividad de los candidatos, con cinco veces más notas que *Mural* y *El Informador*. *Milenio Jalisco* fue el periódico que menos relevancia dio al tema de candidatos a gobernador pues sólo cinco notas aparecieron en primera plana.
- Los resultados del monitoreo de los anuncios publicitarios de partidos dentro de los periódicos estudiados muestran escasa presencia de anuncios y apuntan a que ésta no es la estrategia de promoción que los partidos están utilizando en sus campañas.
- *La Jornada* mostró un claro tratamiento favorable hacia el candidato priísta en el manejo de imágenes o fotografías, presentando el doble de notas acompañadas con imágenes a comparación de los otros candidatos.
- Los candidatos con mayor presencia en los cuatro periódicos fueron Aristóteles Sandoval, Enrique Alfaro y Fernando Guzmán (en ese orden).
- *La Jornada Jalisco* y *Milenio Jalisco* no presentaron, en sus notas de portada, información sobre María de los Ángeles Martínez, candidata del partido Nueva Alianza.

Contexto

El presente documento forma parte del trabajo hecho por el observatorio “Quid: análisis crítico de medios” que en este año centra su atención en el proceso electoral 2012 del estado de Jalisco y la operación del sistema de comunicación política en dicho proceso. 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. 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 27 de abril 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 a la gubernatura del estado de Jalisco. El PRI designó a Jorge Aristóteles Sandoval, mientras que Enrique Alfaro va por el Movimiento Ciudadano. El PAN tiene como candidato a Fernando Guzmán Pérez Peláez y el PRD optó por Fernando Garza. Por último se encuentra María de los Ángeles Martínez Valdivia candidata del PANAL. Cabe mencionar que 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 acompañando 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:

Pregunta 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?
- ¿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 de los candidatos a gobernador del estado de Jalisco durante un lapso del periodo de campaña electoral (30 de marzo al 27 de abril de 2012).

a) Evaluar la relevancia en espacio que le otorga la prensa local al tema de las elecciones estatales.

- b) Detectar tendencias favorables o desfavorables de parte de los periódicos hacia los candidatos.
- c) Detectar 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

Fue realizado 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 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 27 de abril 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*, *La Jornada Jalisco*, *Milenio Jalisco* y *Mural*.

Resultados

1. Cobertura general de los medios impresos

Durante el periodo estudiado se registraron un total de 667 notas en los cuatro periódicos analizados, de las cuales 38% (251 notas) refieren al tema de política. Algunas de las políticas editoriales de los periódicos analizados se ven reflejadas en la distribución de espacio y cantidad de temas que muestran en primera plana con lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 1. Número de notas por periódico

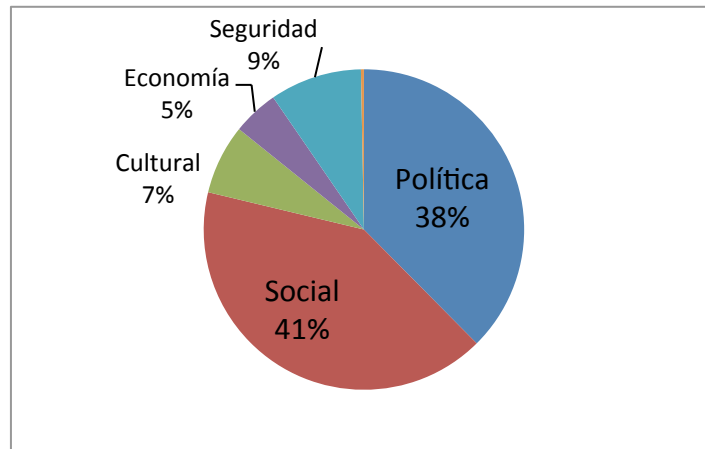
Periódico	Número de notas en portada
Mural	179
El Informador	231
Milenio	119
La Jornada	138
Total	667

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, mientras que *La Jornada* utiliza imágenes para acompañar un número más limitado de notas, presentando en interiores más información referente a cada tema.

El siguiente gráfico expone los porcentajes generales de la agenda dedicada por los cuatro periódicos de:

Gráfica 1. Temática en portada de los cuatro periódicos

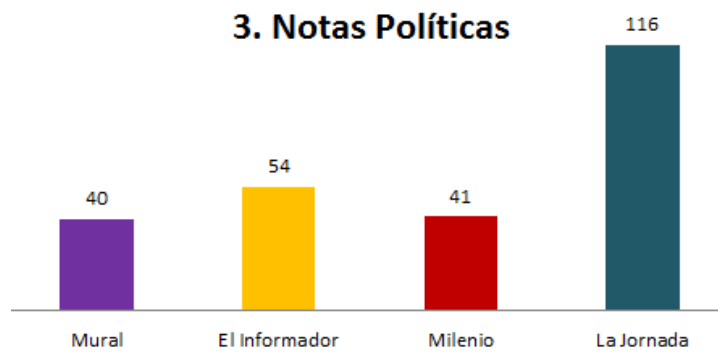


Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

La tendencia general sugiere una priorización de la esfera social en notas publicadas en las portadas de los diarios analizados con 41% del total de notas. La temática política se sitúa en segundo lugar con 38% de las notas. El tema menos mencionado en portada durante este periodo fue la economía con 5%.

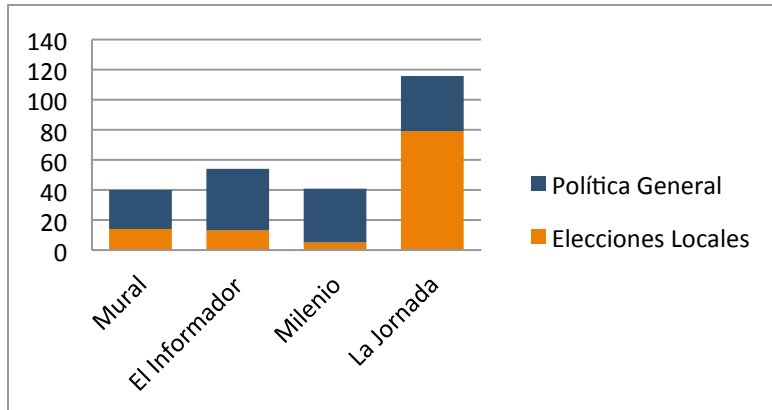
Sin embargo, la presencia de la política en portada no necesariamente indica una amplia cobertura de candidaturas locales. Del total de 251 notas políticas, sólo 44% (111 notas) fueron dedicadas a cubrir a los candidatos a gobernador. Se detectó una discrepancia relevante en cuanto al número de notas que le dedica cada periódico a la coyuntura de “elecciones 2012” en Jalisco.

Gráfica 2. Notas políticas por periódico



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

Gráfica 3. Cobertura de elecciones locales dentro de notas políticas.



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

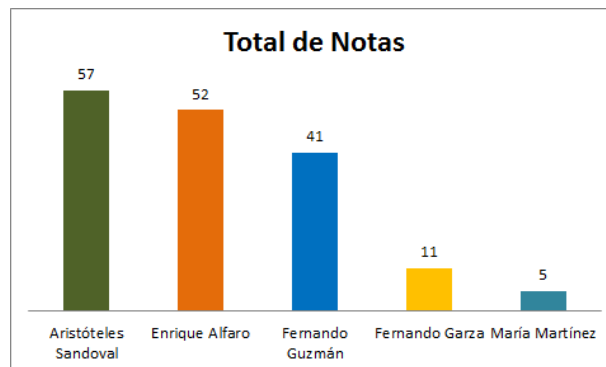
La Jornada Jalisco fue el periódico que más cubrió la actividad de los candidatos con un total de 78 notas. Cinco veces más notas que *Mural* (con 14 notas) y *El Informador* (con 13). *Milenio Jalisco* presentó un total de cinco notas en portada referentes a los candidatos durante el periodo estudiado.

La escasa cobertura de *Milenio Jalisco* en portada sobre la actividad de candidatos es un dato relevante, tomando en cuenta que la portada del periódico es el que mayor exposición tiene y que los candidatos se encontraban a plena campaña durante el periodo estudiado. Nos preguntamos si esta omisión de asuntos políticos en portada es parte de la línea editorial de *Milenio Jalisco* o si responde a otros intereses.

2. Candidatos

A pesar de que son cinco los contendientes a la gubernatura del estado, los candidatos con mayor presencia en los cuatro periódicos fueron Aristóteles Sandoval, Enrique Alfaro y Fernando Guzmán en ese orden, como se puede apreciar en la siguiente gráfica. Algunos periódicos, como *La Jornada Jalisco* y *Milenio Jalisco*, incluso omitieron el tratamiento en sus notas de portada de la candidata del PANAL, María Martínez.

Gráfica 4. Notas por candidato

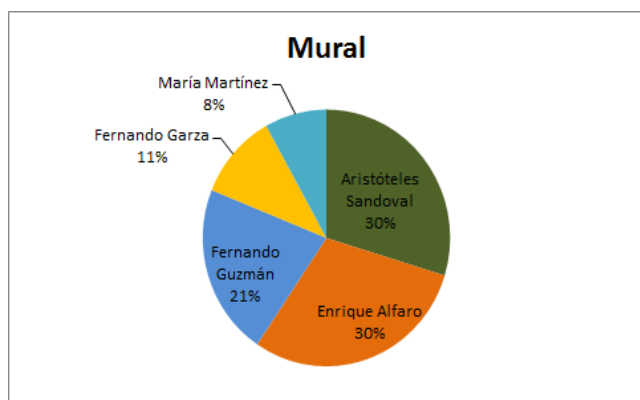


Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

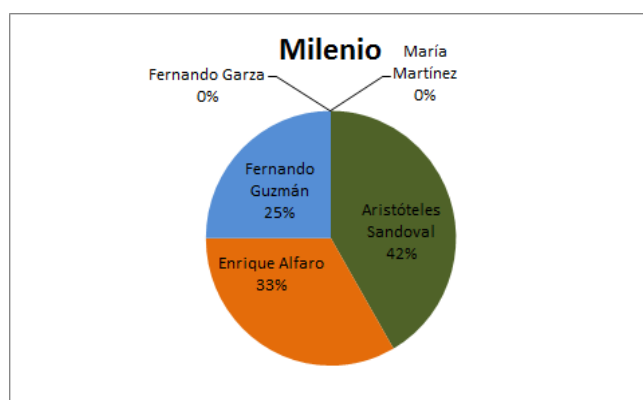
Existe una cobertura relativamente equitativa de los tres candidatos con mayor popularidad por cada periódico en proporción al número total de notas que dedican al tema de las elecciones.

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

Gráfica 5. Notas por candidato en *Mural*

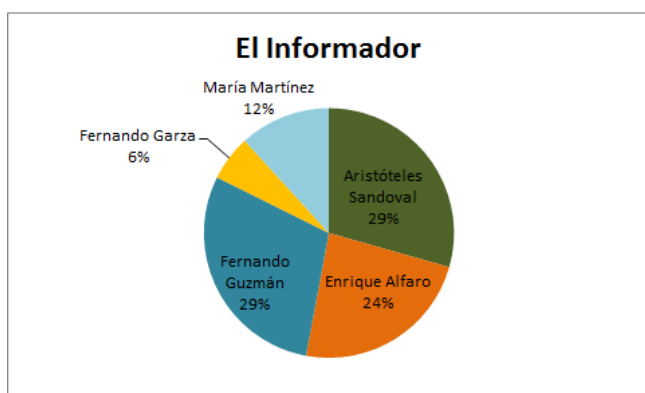


Gráfica 6. Notas por candidato en *Milenio Jalisco*

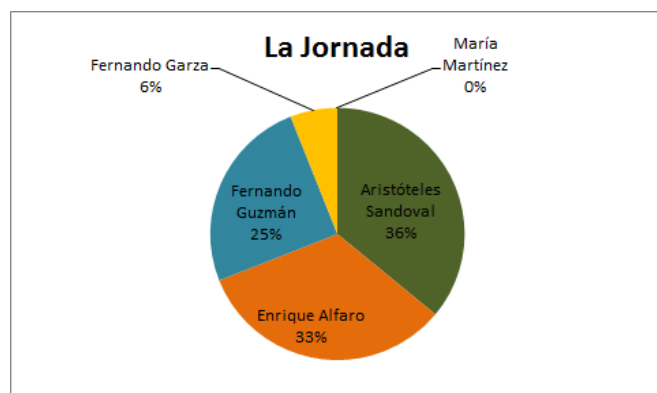


Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

Gráfica 7. Notas por candidato en *El Informador*



Gráfica 8. Notas por candidato en *La Jornada*



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

Como se puede apreciar en la gráfica número 5, *Mural* dedicó igual porcentaje de notas a Aristóteles Sandoval y a Enrique Alfaro, juntos sumaron 60% de las notas. Fernando Guzmán quedó en tercer lugar de relevancia en portadas, con 21% de notas. María 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 y Alfaro durante el periodo estudiado.

En seguida está *Milenio Jalisco*, el cual dedicó menos de 1% de sus notas a la cobertura de la actividad de los candidatos de PANAL y el PRD. Su atención se centró en los candidatos del PRI y MC. Aristóteles Sandoval fue el que más sobresalió, seguido por Enrique Alfaro con una diferencia entre ellos de tres puntos. Se repite la acción de colocarlos en tono competitivo, rezagando a Fernando Guzmán al otorgarle menos visibilidad en portada.

El Informador es el único que empareja la competencia entre el PAN y el PRI. Tanto Aristóteles Sandoval como Fernando Guzmán aparecen con 29% de cobertura en la primera plana. Alfaro mantiene 24% de las notas. Además, María Martínez por el PANAL muestra por primera vez una mayor aparición con 12% siendo el porcentaje más alto de los cuatro periódicos analizados. Por último Fernando Garza por el PRD comparte el mismo 6% aquí y en *La Jornada Jalisco*.

La Jornada Jalisco, que se caracterizó por conceder la mayor cobertura a las candidaturas. Nuevamente refleja una competencia directa entre Sandoval y Alfaro, que cubren 36% y 33% de las notas respectivamente. La diferencia de tres puntos porcentuales sigue la tendencia que ha caracterizado la relación entre estos dos contrincantes a la gubernatura 2012 según los resultados de nuestro monitoreo. A pesar de que la mayoría de las encuestas posicionan a Aristóteles Sandoval en primer lugar de popularidad, este medio impreso en particular mantiene una cobertura casi equitativa tanto del candidato priísta como el de MC.

Milenio Jalisco es el medio que más diferencia las cifras entre Aristóteles Sandoval y Enrique Alfaro, *El Informador* es el único que casi las unifica. Sin embargo en todos los casos Fernando Guzmán gira entre los “veintes”; su mayor porcentaje es de 29%. Por otro lado la candidata por el PANAL solo tiene presencia en las publicaciones de *Mural* y *El Informador*, su cifra más alta fue de 12% en este último. *Milenio Jalisco* no ha mencionado nada sobre Fernando Garza candidato del PRD, su porcentaje más distintivo es de 11% en *Mural*.

2.1 Publicidad

Los resultados del monitoreo de los anuncios publicitarios de partidos dentro de los periódicos estudiados apuntan a que ésta no es la estrategia de promoción que los partidos están utilizando en sus campañas. La Ley Federal de Radio y Televisión prohíbe a los partidos políticos contratar tiempo en radio y televisión, y su presencia en anuncios de prensa es casi nula. ¿A dónde están dirigiendo entonces la inversión publicitaria los partidos durante este periodo de campaña electoral?

La Jornada únicamente publicó 11 espacios publicitarios, de los cuales seis fueron comprados por el PRI y cinco por el PRD. Nos preguntamos si existe una relación entre este factor y el tratamiento más extenso que se le dio a los candidatos a gobernador de estos partidos ya que por ejemplo las notas del candidato por el PRD, Fernando Garza, no sobresalen pero en cambio sí resalta en propaganda publicitaria.

El Informador sólo contó con cuatro piezas publicitarias, todas pagadas por el PRI-PVEM, tres de ellas son planas completas y tan sólo una es media plana. Todas eran específicas de la

campana de Aristóteles Sandoval, unas con su fotografia y otras solo con slogans característicos de su estrategia de campana.

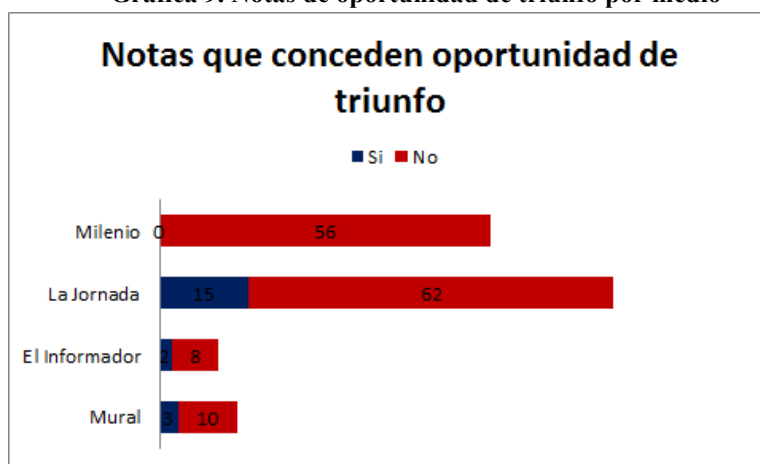
Los tres anuncios registrados en publicaciones de *Mural* pertenecían al PRI-PVEM también referentes a su candidato, Aristóteles Sandoval, todas ellas fueron plana completa. Por último se encuentra *Milenio* quien únicamente contó con dos publicaciones publicitarias, ambas pagadas por el PRI-PVEM.

Estos resultados permiten ver que dentro del presupuesto (bastante limitado) que los partidos dedican a los anuncios publicitarios en prensa, el PRI es el que cuenta con mayor presupuesto o es el que considera de mayor importancia dedicar recursos a la publicidad en prensa escrita. En tres de los cuatro periódicos estudiados se registró un número mayor de notas mencionando a Aristóteles Sandoval abanderado del PRI.

3. Tratamiento

El tratamiento que concedieron los periódicos a las campañas en su mayoría no favoreció explícitamente a los candidatos. Se puede concluir que a mayor cantidad de notas, mayor probabilidad de otorgar oportunidad de triunfo a algún contendiente. La aparente neutralidad de *Milenio* debe ser considerada ya que se debe recordar que únicamente presentaron cinco notas en primera plana para cubrir el tema de las elecciones a gobernador.

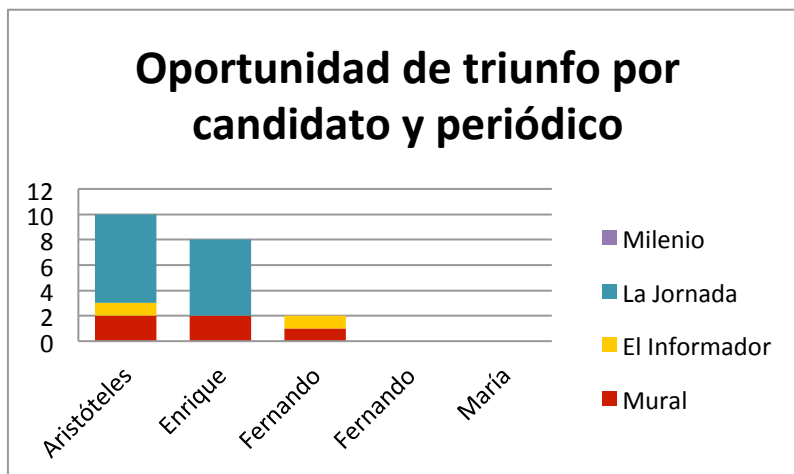
Gráfica 9. Notas de oportunidad de triunfo por medio



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

De las notas que sí concedieron oportunidad de triunfo a ciertos candidatos, se obtuvo la siguiente gráfica. En ésta se puede apreciar que el candidato cuyo tratamiento fue más favorable por los cuatro periódicos estudiados fue Aristóteles Sandoval, seguido por Enrique Alfaro y Fernando Guzmán en tercer lugar. Aunque la cantidad de notas a favor de los candidatos varía entre periódicos, se sigue una misma tendencia de favorecer a los tres candidatos más populares, con excepción de *Milenio Jalisco*, que no mostró postura alguna en sus cinco notas publicadas en torno al tema. Consideramos que en la alta incidencia de notas de la Jornada en comparación con los demás periódicos se ve influenciada por la superior cantidad de notas que cubrieron a los candidatos en sus portadas.

Gráfica 10. Notas de oportunidad de triunfo por candidato y periódico



Fuente: Elaboración propia, Quid 2012

3.1 Imágenes

La *Jornada* mostró un claro tratamiento favorable hacia el candidato priísta en el manejo de imágenes o fotografías, presentando el doble de notas acompañadas con imágenes a comparación de los otros candidatos. De un total de 21 notas con imágenes, Aristóteles Sandoval estuvo presente en 13 de ellas. Enrique Alfaro y Fernando Guzmán fueron cubiertos de manera equitativa, contando únicamente con 6 notas acompañadas de imágenes en portada. La imagen de Fernando Garza únicamente estuvo presente en una portada, y la de María Martínez no apareció en ninguna publicación de portada durante el periodo estudiado.

De *Milenio* se registró únicamente una publicación en portada referente a los candidatos a gobernador acompañada de imagen: el 30 de marzo apareció en portada una publicación con la imagen de Fernando Guzmán, Aristóteles Sandoval y Enrique Alfaro, día en que inició el periodo de campaña electoral.

Entre estos dos extremos se encuentran *El Informador* y *Mural*. El Informador presentó 3 portadas acompañadas de imágenes de candidatos en una de ellas mostraba a Enrique Alfaro y a Fernando Guzmán. Aristóteles Sandoval y Enrique Alfaro contaron cada uno con imágenes individuales.

Por otro lado está *Mural* siguiendo una cobertura relativamente equitativa ya que publicó un total de 8 notas acompañadas de imágenes en portada. En éstas, Aristóteles Sandoval estuvo presente en 6 y Enrique Alfaro en 5, al igual que Fernando Guzmán. De los otros dos candidatos no se encontró nada.

Conclusiones

La competencia dentro de la cual se encontraron los candidatos durante el periodo de campañas se vio reflejada en la cantidad de espacio que los periódicos dedicaron a su cobertura. Los candidatos más presentes en las portadas de los diarios analizados son tres Aristóteles Sandoval

por el PRI, Enrique Alfaro encabezando al MC y Fernando Guzmán por el PAN, mientras que los candidatos del PANAL y el PRD fueron incluso omitidos por algunos medios impresos durante este periodo quizás por el poco presupuesto y por los cambios recientes del PRD.

Milenio no tiene cobertura de política local en portada, aunque sí en el interior del periódico. Es el único medio estudiado que cuenta con esta característica de colocar el tema de elecciones en secciones menos relevantes. Desconocemos los motivos que tendrá para tomar esta estrategia en su agenda a diferencia de las otras publicaciones.

La publicidad no parece ser el factor que determina la publicación de notas o tratamiento de candidatos; sin embargo puede existir una relación entre la sobresaliente publicidad del PRI y el tratamiento de su candidato. No descartamos el trato preferencial de unos candidatos por ciertos periódicos. No sabemos si es por acuerdos económicos o línea editorial.