



ITESO
Departamento de Estudios Socioculturales
Q ITESO: Análisis Crítico de Medios de Comunicación

Informe de investigación X. (22 de mayo de 2015)

Publicación de encuestas en la prensa local dentro de la coyuntura electoral 2015

Coordinadoras del proyecto:

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona

Mtra. Graciela Bernal Loaiza

Coordinadora de la línea de investigación:

Ana Vicencio Huerta

Investigadoras:

Karen Y. Brito Delgado

Nayeli Martínez Cuarenta

Yoana Noemí Rodríguez García

Tlaquepaque, Jalisco, México

Enero – Mayo 2015

1. Resumen Ejecutivo

Esta investigación recupera la observación realizada a siete diarios generalistas (seis de ellos tapatíos y uno editado en el Distrito Federal) sobre la publicación de encuestas relativas al proceso de elección de alcaldes a municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Sólo cuatro diarios analizados: *Mural*, *Milenio Jalisco*, *Crónica Jalisco* y *El Universal* publicaron información sobre preferencias electorales. De las 16 encuestas observadas 11 fueron publicadas por el periódico *Mural*, dos en *Milenio Jalisco* y *El Universal* respectivamente y una en *La Crónica de Hoy Jalisco*.

El elemento más revelador de esta investigación es la inequidad de la atención prestada a cada municipio y candidato. Guadalajara fue la demarcación con más encuestas realizadas (cinco). En las notas los diarios centraron su atención en sólo dos o tres candidatos punteros, pero en Guadalajara resalta de manera particular el caso de Enrique Alfaro, quien resultó ser, por mucho, quien más menciones obtuvo y con mayor número de encuadres positivos.

2. Ficha técnica

2.1 Nombre de la investigación:

Publicación de encuestas en la prensa local dentro de la coyuntura electoral 2015

2.2 Integrantes

Coordinadora: Ana Vicencio Huerta

Karen Y. Brito Delgado

Nayeli Martínez Cuarenta

Yoana Noemí Rodríguez

2.3 Periodo de observación

30 de septiembre de 2014 a 6 de mayo de 2015

3. Contexto

3.1. Justificación

La publicación de encuestas electorales se ha convertido desde 1988 en una herramienta importante para el análisis y la toma de decisiones en un contexto de incertidumbre. Una vez que

el resultado de las elecciones dejó de ser predecible, el sondeo de las preferencias electorales se fue tornando cada vez más importante tanto para los equipos de campaña como para los votantes.

Las pasadas elecciones generaron un crisis en torno a la credibilidad de este tipo de investigaciones y una gran reflexión sobre su uso como herramientas para modificar la intención de voto. Las críticas entonces giraron en torno a la parcialidad de los medios de comunicación y la falta de rigor metodológico de las casas encuestadoras, por lo que en este nuevo periodo resulta más que oportuna una evaluación del tipo de datos y análisis publicado por distintos medios en pos de defender el derecho a la información de los votantes.

3.2. Pregunta de investigación

¿Qué información ofrecen las encuestas y los sondeos de opinión sobre los candidatos a cinco alcaldías de la Zona Metropolitana de Guadalajara publicadas por el sistema de prensa de Guadalajara durante el periodo de precampañas para las elecciones intermedias del 2015?

3.2.1. Preguntas particulares

1. ¿Qué diarios del sistema de prensa de Guadalajara publican encuestas o sondeos de opinión en el marco del proceso electoral intermedio y a qué empresas contrataron para ello?
2. ¿Qué metodología aplica cada uno de ellas para el levantamiento y con qué validez sostiene sus datos?
3. ¿Cuáles son las características de la publicación de encuestas en cada uno de los diarios del sistema de prensa en Guadalajara (frecuencia de publicación, ubicación dentro de la edición, espacio asignado)?
4. ¿Qué tipo de contenido acompaña la publicación de los resultados de las encuestas y en qué medida resulta orientador para el análisis y comprensión de los datos numéricos?
5. ¿Qué tipo de preguntas adicionales a las preferencias electorales integran las encuestas y los sondeos de opinión?

3.3. Objetivo

Analizar la información generada por encuestas y sondeos de opinión sobre los candidatos a cinco alcaldías de la Zona Metropolitana de Guadalajara (Guadalajara, Tlaquepaque, Tlajomulco, Tonalá y Zapopan) y publicada por el sistema de prensa de Guadalajara y un diario nacional durante el periodo de campañas para las elecciones intermedias de 2015.

3.3.1. Objetivos particulares

- Documentar qué diarios de la ciudad de Guadalajara publican encuestas o sondeos de opinión en el marco del proceso electoral intermedio.
- Conocer y evaluar la metodología utilizada cada una de ellas para el levantamiento.
- Describir cuáles son las características de la publicación de encuestas (frecuencia de publicación, ubicación dentro de la edición, espacio asignado).
- Documentar si se favorece de manera sistemática a un candidato en las encuestas contratadas por cada uno de los diarios del sistema de prensa de Guadalajara.
- Describir el contenido de análisis que acompaña la publicación de los resultados de las encuestas y sondeos.
- Documentar el tipo de información adicional a la preferencia electoral que ofrecen las encuestas y sondeos publicados en cada uno de los diarios del sistema de prensa en Guadalajara.

4. Diseño de la investigación

4.1. Medios analizados:

Seis diarios generalistas editados y distribuidos en la ciudad de Guadalajara: *El Informador*, *El Occidental*, *Mural*, *La Jornada Jalisco*, *Milenio Jalisco*, *La Crónica de Hoy Jalisco*, y uno nacional: *El Universal*.

4.2. Unidad de análisis

Todas las unidades informativas cuyo contenido principal sea la presentación de nueva información generada por encuestas y sondeos de opinión (recuadros, cintillos y notas). Se excluyen en este informe las columnas de opinión.

4.3. Universo y muestra

Versión impresa de los siete diarios analizados en el periodo del 30 de septiembre de 2014 al 6 de mayo de 2015. Se aplicó un censo.

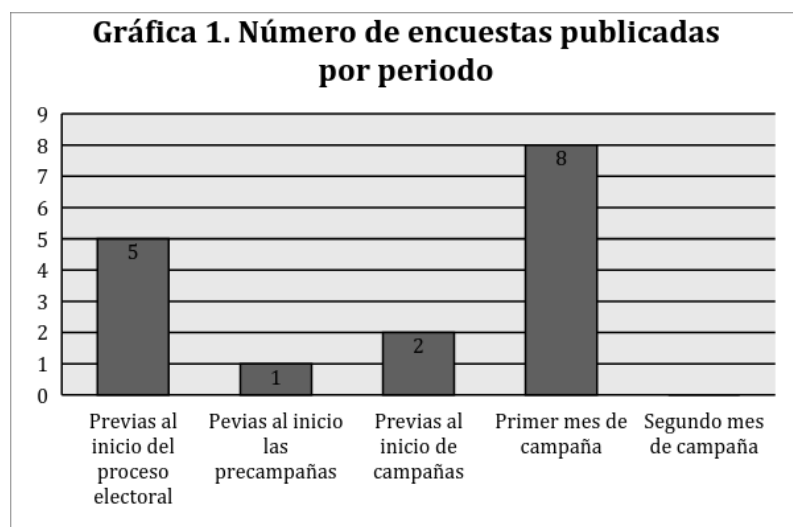
Dentro de este informe de publicación de encuestas, no se incluye la observación de la encuesta publicada el día 29 de marzo de 2015 por el periódico *El Occidental* y realizada por la Consultoría y Análisis de Mercados SC "Soluciones para el Desarrollo Institucional", los días 26 y 27 de marzo, después del registro de los candidatos a presidentes municipales por Guadalajara ante el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana (IEPC), debido a que no se tuvo acceso a la edición impresa.

6. Resultados

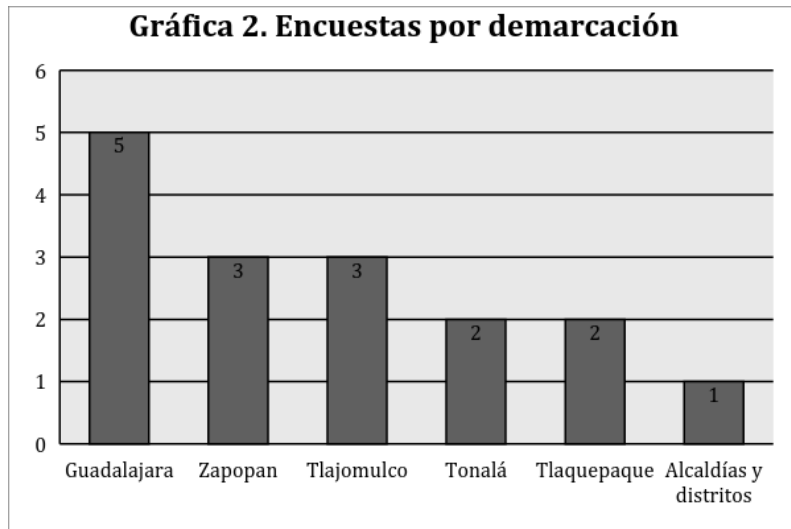
6.1 Frecuencia de publicación

En el periodo de observación se publicaron 17 encuestas de preferencias electorales, 11 de ellas en *Mural*, dos en *Milenio Jalisco*, dos en *El Universal*, una en *El Occidental* y una en *La Crónica de Hoy Jalisco*. Como se mencionó en la nota metodológica, en los resultados presentados en este informe parcial se omite la encuesta de *El Occidental* publicada el 29 de marzo de 2015.

La mitad de las encuestas se publicaron durante el primer mes de campaña como se observa en la Gráfica 1.



De las encuestas publicadas sólo una de ellas publicada por el diario *Mural* se refirió en conjunto a las alcaldías y diputaciones locales, el resto se concentró en cada uno de los municipios. Como se observa en la Gráfica 2 la contienda en Guadalajara fue la que más atención recibió con la publicación de cinco encuestas, le siguieron Zapopan y Tlajomulco con tres encuestas cada una y Tonalá y Tlaquepaque con dos.



Todas las encuestas (a excepción de la publicada por *La Crónica de Hoy Jalisco* cuya edición impresa del 18 de diciembre no tuvimos acceso) se presentaron en el impreso tanto en portada con un llamado de página, como en interiores con una nota; es decir, en la primera plana del diario como información base sobre lo que se encontraría dentro y las notas con la descripción completa de los resultados de las encuestas.

Por lo anterior, los registros que obtuvimos de piezas informativas (de cualquier género) fueron 31, de los cuales sólo cuatro no incluyeron información metodológica: aquellos llamados de página en las portadas de los diarios *El Universal* y *Milenio Jalisco*.

Lo anterior muestra cuáles pueden ser los diarios más confiables al momento de presentar resultados de encuestas, pues una característica básica es mostrar la información metodológica. *Mural*, además de dar mayor seguimiento a la contienda local con encuestas, fue un diario que puso atención en presentar siempre su metodología, incluso en portadas.

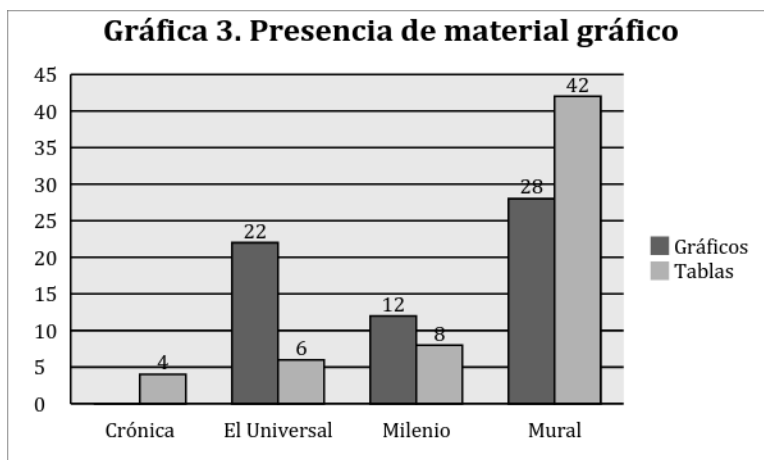
6.2 Contenido

Como se mencionó anteriormente, de los medios monitoreados que publicaron encuestas sobre las elecciones locales, únicamente cuatro publicaron encuestas durante el periodo de monitoreo. Los cuatro medios (*La Crónica de Hoy Jalisco*, *El Universal*, *Milenio*, *Mural*) presentan diseños y formas diferentes al momento de presentar sus resultados. Uno de esos tantos es el formato en el que presentan los porcentajes, por lo que esta investigación capturó el número de gráficos y tablas que cada medio presentó.

En promedio el diario que publicó más gráficas fue *Milenio Jalisco*, sin embargo el que más importancia le dio a la información presentada en tablas fue *El Universal*.

Tabla 1. Presencia de material gráfico por pieza informativa (promedio por diario)		
Medio	Gráficas	Tablas
Milenio Jalisco	2	3
Mural	1.9	1.2
El Universal	1.5	5.5
La Crónica Jalisco	0	4

Como se puede observar en la Gráfica 3, *Mural*, al ser el medio con mayor número de encuestas publicadas es también el medio que más información visual publicó; mientras que *La Crónica Jalisco* fue el medio que menor atención le dio a estos aspectos, pues no publicó gráficos, únicamente cuatro tablas.



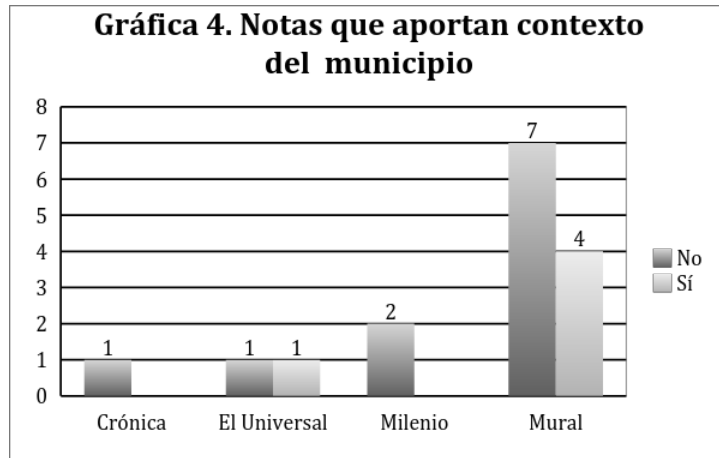
Para analizar el contenido de contexto en las notas como información adicional a la presentación de los resultados de la encuesta (en este caso no se tomaron en cuenta los llamados de página), tomamos en cuenta la aparición de los siguientes elementos:

- Contexto del municipio.
- Contexto de los candidatos.
- Contexto de los partidos.
- Contexto del histórico electoral.
- Contexto de la situación sociopolítica del país.

De las 16 encuestas analizadas *Mural* es el medio en el que las notas contienen más datos del contexto sociopolítico del municipio con siete ocasiones, mientras que *La Crónica de Hoy*

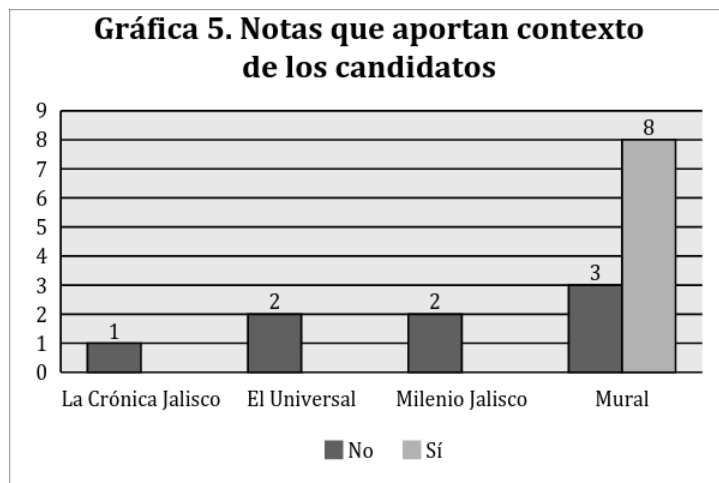
Jalisco y *Milenio* son los medios que no publicaron en ninguna ocasión dichos datos. Un dato interesante es que *El Universal* publicó una encuesta con datos de contexto del municipio aun siendo un diario nacional.

Medio	No	Sí
Crónica Jalisco	1	
El Universal	1	1
Milenio Jalisco	2	
Mural	7	4
Total general	11	5



En la Tabla 3 se da cuenta que de las 16 encuestas revisadas once fueron publicadas por *Mural* y entre éstas ocho iban acompañadas de datos de contexto sobre los candidatos electorales. Con esto damos cuenta que *Mural*, además de ser el diario impreso que publicó más encuestas respecto a las próximas elecciones locales, también fue el único medio que integró en la redacción de sus notas información relevante sobre el perfil y trayectoria de los candidatos.

Medio	No	Sí
Crónica Jalisco	1	
El Universal	2	
Milenio Jalisco	2	
Mural	3	8
Total general	8	8



Así como *Mural* resultó ser el único diario que publicó información de contexto de los candidatos es también el único que publica información de contexto de los partidos contendientes (en tres de sus 11 notas) y también el único con información del histórico electoral (en dos de sus notas).

Con esto podemos observar que la encuesta publicada en *La Crónica de Hoy Jalisco* y las encuestas de *El Universal* y *Milenio Jalisco* no consideraron relevante integrar en sus redacciones datos de contexto sobre los partidos y candidatos, y que, en su mayoría, las notas replicaron la información numérica y no aportaron información que contextualizara al lector de la encuesta respecto a elecciones pasadas.

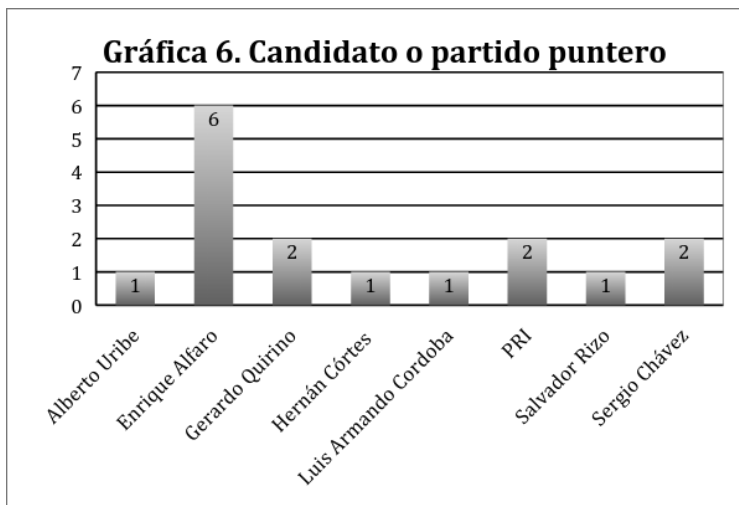
Ninguna de las 16 encuestas sobre la elección local revisadas en los cuatro medios impresos integró datos de contexto de la situación sociopolítica del país. Es interesante que ningún medio haya considerado como un factor relevante para interpretar los resultados de la encuesta las condiciones y los acontecimientos recientes en México, que indudablemente inciden en la percepción de los ciudadanos sobre la política.

6.4 Candidatos

En los cuatro medios que publicaron encuestas se registró que de todos los candidatos de la contienda electoral de la ZMG, siete aparecieron como punteros en las encuestas, de los cuales el que más destaca es Enrique Alfaro quien aparece en seis ocasiones.

Sólo en una encuesta, la de *Mural* que evaluó municipios y distritos en conjunto, cuestionó por nombres de partidos y no candidatos. En esta encuesta el PRI aparece como puntero.

Candidato puntero	Número de menciones
Alberto Uribe	1
Enrique Alfaro	6
Gerardo Quirino	2
Hernán Córtes	1

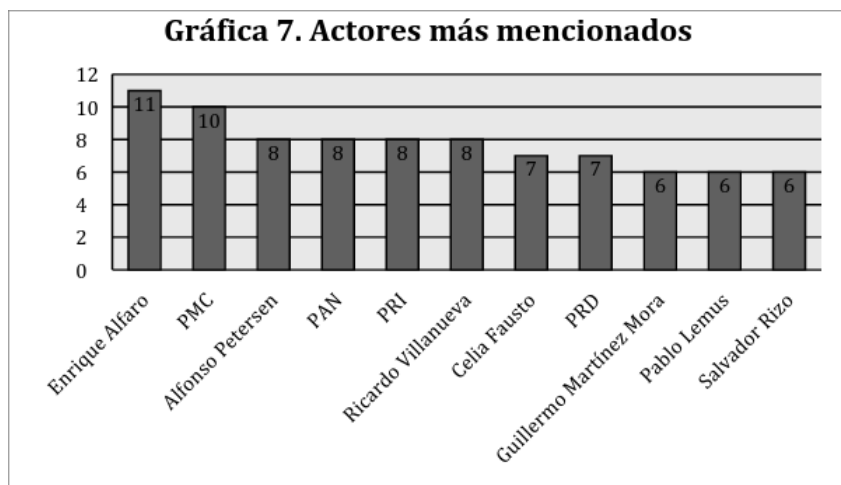


Luis Armando Córdoba	1
PRI	2
Salvador Rizo	1
Sergio Chávez	2
Total general	16

El hecho de que Enrique Alfaro (PMC) sea el candidato que en mayor número de ocasiones aparece como puntero, indica que es uno de los candidatos más importantes de la contienda electoral. De la misma manera, Enrique Alfaro resultó en la observación ser el actor más mencionado en el total de las piezas informativas publicadas (incluidas notas y llamados de página).

Resulta interesante, como lo muestra la Gráfica 7, que las menciones de los partidos aparecen en la misma medida que las menciones a los cuatro candidatos más populares a Guadalajara (la demarcación donde más encuestas se publicaron).

Después de los partidos y candidatos de Guadalajara aparecen los tres candidatos más populares de Zapopan con el mismo número de menciones cada uno. En este caso el candidato del PRD, Enrique Velázquez, se encuentra ligeramente abajo del resto con sólo 4 menciones.



Debido a la gran cantidad de encuestas publicadas en *Mural*, es en este diario donde todos los candidatos tienen más menciones; sin embargo es también donde hay mayor diferencia entre las apariciones de los candidatos a Guadalajara (Tabla 5).

Mientras que los tres principales candidatos a Zapopan tienen exactamente el mismo número de menciones en *Mural*, observamos que Enrique Alfaro se menciona el doble de veces que Ricardo Villanueva (PRI) o Celia Fausto (PRD).

Tabla 5. Número de apariciones por diario					
Candidato o partido	Crónica Jalisco	El Universal	Milenio Jalisco	Mural	Total
Enrique Alfaro	-	3	2	6	11
PMC	1	3	1	5	10
Alfonso Petersen	-	2	2	4	8
PAN	1	1	1	5	8
PRI	-	2	1	5	8
Ricardo Villanueva	-	3	2	3	8
Celia Fausto	-	3	1	3	7
PRD	1	1		5	7
Guillermo Martínez Mora	-	-	2	4	6
Pablo Lemus	-	-	2	4	6
Salvador Rizo	-	-	2	4	6

Para valorar la importancia de la mención de cada candidato dentro de la nota, hicimos el ejercicio de evaluar la ubicación de las menciones: en el titular o el sumario, integrada al material visual o en el texto de la nota (y de ser así la cercanía con el inicio de la nota tomando en cuenta la jerarquía del periodismo escrito).

Enrique Alfaro y Partido Movimiento Ciudadano aparecieron, en dos ocasiones cada uno, como parte de los titulares o sumarios, el candidato una vez en *Mural* y una en *El Universal*, y el partido en ambas ocasiones en *El Universal*. El resto de los candidatos que aparecieron una sola vez en titulares o sumarios fueron Salvador Rizo (PRI), Alberto Uribe (PMC), Gerardo Quirino (PRD en coalición con PAN), Jorge Vizcarra (PAN), Salvador Zamora (PMC) y Celia Gauna (PRI) -todos en notas publicadas en *Mural*- y el PRI en una ocasión en *El Universal*.

Enrique Alfaro junto con PMC y Ricardo Villanueva junto con el PRI fueron los actores que abrieron las notas (se mencionaron en el primer párrafo) en las mismas ocasiones: tres (Tabla 6).

Tabla 6. Menciones en el primer párrafo	
Enrique Alfaro	3
PMC	3
PRI	3
Ricardo Villanueva	3
PAN	2
Sergio Chávez	1
Gerardo Quirino	1
PRD	1
Guillermo Martínez Mora	1
Pablo Lemus	1
Salvador Rizo	1
Alfonso Petersen	1
Hernán Cortés	1

En el caso de Guadalajara quienes aparecieron en mayor medida en los gráficos y el texto (ambas menciones en la misma nota pero contabilizadas como una sola) fueron Enrique Alfaro y Alfonso Petersen. Ricardo Villanueva estuvo en la misma cantidad de notas, presente sólo en los gráficos y en menciones simultáneas en texto y gráficos y Celia Fausto, por su parte, obtuvo más apariciones en los gráficos que en el texto.

Tabla 7. Ubicación de las menciones			
Actor	Ambos	Gráficos	Texto
Enrique Alfaro	8	3	
PMC	5	3	2
Alfonso Petersen	5	3	
PAN	3	3	2
PRI	5	2	1
Ricardo Villanueva	4	4	
Celia Fausto	2	4	1
PRD	1	4	2
Guillermo Martínez Mora	3	3	
Pablo Lemus	3	3	
Salvador Rizo	3	3	

La prominencia de la figura de Alfaro se repite en la siguiente tabla. Sin tomar en cuenta el logo de los partidos, en la Tabla 8 se muestra la cantidad de fotografías publicadas por candidato, la mayoría de ellas en el diario *Mural*. De nuevo observamos relativa equidad entre todos los candidatos excepto en el caso del candidato de Guadalajara por PMC, quien tiene el doble de fotografías que sus contrincantes y al resto de los contendientes de otros municipios.

Tabla 8. Número de fotografías por actor

Contienda	Candidato	Mural	Milenio	El Universal	Total
Guadalajara	Enrique Alfaro	6	-	2	8
Guadalajara	Alfonso Petersen	4	-	-	4
Guadalajara	Ricardo Villanueva	3	-	-	3
Guadalajara	Celia Fausto	3	-	-	3
Zapopan	Guillermo Martínez Mora	3	1	-	4
Zapopan	Pablo Lemus	3	1	-	4
Zapopan	Salvador Rizo	3	1	-	4
Tlajomulco	Alberto Uribe	4	-	-	4
Tlajomulco	Gerardo Quirino	4	-	-	4
Tlajomulco	Luis Gómez	3	-	-	3
Tonalá	Jorge Vizcarra	4	-	-	4
Tonalá	Sergio Chávez	4	-	-	4
Tlaquepaque	Luis Armando Córdova	3	-	-	3

Con cada mención de los candidatos, el equipo de investigación hizo la recuperación del primer atributo con el que se le relacionaba (aquellos elementos descriptivos con los que se define a la persona). A continuación se recupera la descripción de los siete candidatos más mencionados:

Del candidato más mencionado en las notas, Enrique Alfaro, se dice que “arranca con empate técnico” (*Milenio*), pero otros afirman que “encabeza la intención de voto” (*El Universal*), “es el más conocido y mejor evaluado” (*El Universal*) “encabeza las preferencias electorales” (*Mural*), “es el preferido por los zapopanos” (*Mural*), es “popular” (*Mural*) y “lidera preferencia” (*Mural*). Este candidato, por tanto, aparece con encuadre positivo en siete notas mientras que en cuatro se mantiene con un encuadre neutro.

De Alfonso Petersen se afirma que se encuentra “en una lejana posición” (*El Universal*) ya que “logra 10 puntos de las preferencias” (*Milenio*) pero que es el “panista más aventajado” (*Mural*). Del total de las notas donde se menciona en seis aparece con encuadre neutro, una con positivo y otra con negativo.

Sobre Ricardo Villanueva leemos que se encuentra “más abajo en opiniones favorables” (*El Universal*) pero “a corta distancia” (*El Universal*). *Milenio* recupera que se encuentra “en empate técnico” con Alfaro y *Mural* simplemente lo presenta como el “abanderado del PRI y PVEM”. De las notas publicadas cinco lo presentan con encuadre neutro, dos con positivo y una con negativo.

De Celia Fausto sólo se menciona que se encuentra “con porcentajes muy inferiores” que el resto. Esta candidata, por tanto, es la única de los candidatos a Guadalajara que no obtiene un encuadre positivo sino seis neutros y uno negativo.

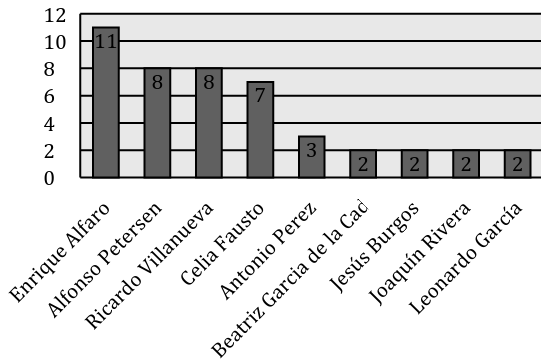
De Salvador Rizo, el priísta que “atrae antivoto” (*Mural*) se habla en tres ocasiones con encuadre neutro, dos negativo y una positivo; Guillermo Martínez Mora “el principal competidor del PRI” según *El Universal* obtiene cinco encuadres neutros y uno balanceado; y Pablo Lemus también llamado “el principal competidor del PRI” pero por *Milenio* obtiene cinco encuadres neutros y uno positivo.

Tabla 9. Encuadre por actor				
Actor	Positivo	Negativo	Neutro	Balanceado
Enrique Alfaro	7		4	
PMC	3	2	5	
Alfonso Petersen	1	1	6	
PAN		2	6	
PRI	5	1	2	
Ricardo Villanueva	2	1	5	
Celia Fausto		1	6	
PRD		2	5	
Guillermo Martínez Mora			5	1
Pablo Lemus	1		5	
Salvador Rizo	1	2	3	

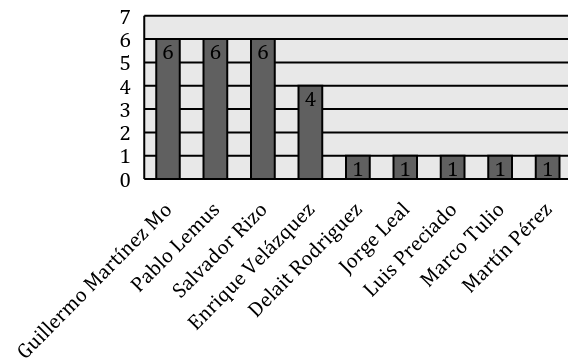
Tal como todas las tablas y gráficas anteriores lo demuestran, la atención de las encuestas de los medios se centra en el municipio de Guadalajara y principalmente en la figura de Enrique Alfaro. Podemos observar que en cada municipio destacan sólo algunas figuras, mientras que los candidatos de los “partidos pequeños”, se mencionan en una proporción mucho menor.

En el caso de Guadalajara, como ya se mencionó, destacan los candidatos del PRI, PAN, PMC y PRD; en Zapopan sólo los tres primeros, aunque el candidato del PRD obtiene más atención que los otros cinco candidatos restantes; en Tlajomulco y Tonalá observamos duplas: Alberto Uribe (PMC) y Gerardo Quirino (PRD/ PAN) para el primero y Jorge Vizcarra (PAN) y Sergio Chávez (PRI) para el segundo; por último, en Tlaquepaque la figura que destaca por el doble de menciones la de Luis Armando Córdova (PRI).

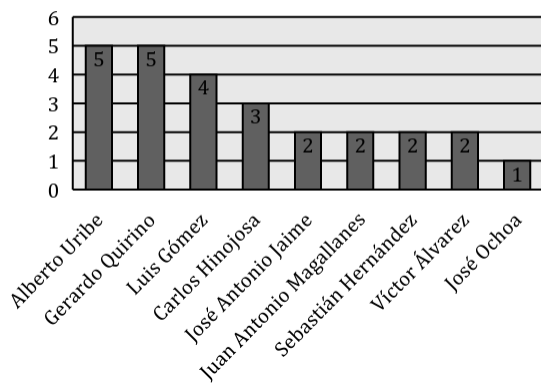
Gráfica 8. Menciones de candidatos a Guadalajara



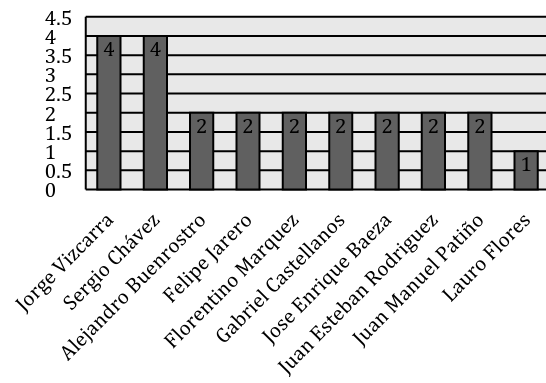
Gráfica 9. Menciones de candidatos a Zapopan



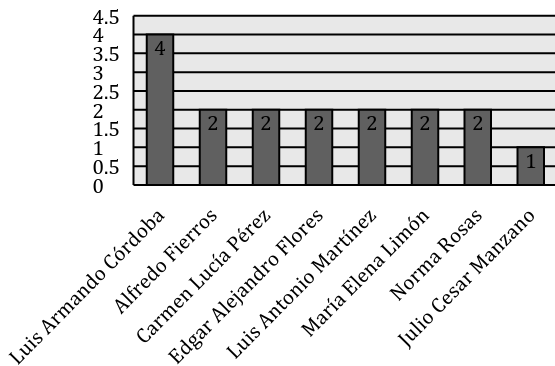
Gráfica 10. Menciones de candidatos a Tlajomulco



Gráfica 11. Menciones de candidatos a Tonalá



Gráfica 12. Menciones de candidatos a Tlaquepaque



6.5 Diseño y contenido metodológico

Como parte de esta investigación realizamos una observación sobre el contenido de las notas metodológicas de las encuestas encontradas en los diferentes periódicos.

Dentro de los diarios impresos monitoreados que publicaron encuestas, el que presentó más información sobre la metodología de la encuesta fue *El Universal*. Con base en las categorías utilizadas por dicho periódico (población de estudio, lugar, fecha, tasa de rechazo, tamaño de muestra, nivel de confianza, margen de error estadístico, advertencia sobre posibles errores, método de muestreo, tipo de selección, personas entrevistadas, muestra ponderada, patrocinada/elaborada por, coordinación, sub coordinación, supervisión de campo y otra) *Mural* contiene 11 de las 17 categorías, seguido por *Milenio* cumpliendo con 8 y dejando a *La Crónica de Hoy Jalisco* como el periódico con menos información metodológica publicada.

Tabla 10. Contenido de las notas metodológicas				
	El Universal	Mural	Milenio Jalisco	Crónica Jalisco
Población de estudio	x	x	x	x
Lugar	x	x	x	x
Fecha	x	x	x	x
Tasa de rechazo	x	x		
Tamaño de muestra	x	x	x	x
Nivel de confianza	x	x	x	x
Margen de error estadístico	x	x	x	x
Advertencia sobre errores	x			
Método de muestreo	x	x	x	x
Tipo de selección	x	x	x	
A quien se entrevistó	x			
Muestra ponderada	x			
Patrocinada/Elaborada por	x	x		
Coordinación	x			
Subcoordinación	x			
Supervisión de campo	x			
Otra		Herramientas utilizadas (boleta y urna)		

La metodología de las encuestas es parte fundamental para poder entender la encuesta, sin embargo, no existe una norma de la información que se tiene que poner como base en la metodología de las encuestas, lo que genera que haya una variación de los datos publicados y que en otras sean escasos. Existen lineamientos generales para la publicación de encuestas en un acuerdo del INE identificado con el numeral INE/CG220/2014. El IEPCJ ha publicado en su página de internet dicho acuerdo y los lineamientos, sin embargo no están establecidas, en alguna ley, sanciones a quienes incumplan con lo dispuesto en dichos lineamientos.

Los resultados que muestran las encuestas son una parte importante de su publicación, sin embargo las preguntas son la base de las encuestas. A pesar de que cada periódico pertenece a una editorial y casa encuestadora diferente, las preguntas realizadas para la elaboración de las encuestas son muy parecidas, lo que nos permitió dividir las en categorías (por candidato, por partido o tema).

La mayoría de las encuestas se preocupa por la intención de voto del ciudadano hacia los candidatos, más que por el partido, ya que entre las preguntas más repetidas que se encontró fue: “¿por cuál de ellos votaría?”, “¿cuál es su opinión hacia ellos?” o “¿los conoce, ha oído hablar de...?”. Se podría decir que más de la mitad de las preguntas se relacionan con la preferencia, valoración y conocimiento de los candidatos.

En segundo lugar aparecen las preguntas hacia los partidos: “¿se considera de algún partido?”, “¿por cuál partido votaría usted?”, “¿qué opinión tiene sobre los partidos?”, entre otras. Las demás preguntas realizadas son sobre las elecciones, principalmente sobre la fecha de las elecciones y la seguridad que tiene la persona de que vaya a votar.

Por último se encuentran las preguntas únicas que realiza cada una de las encuestas, entre ellas “¿que es lo que más les importa que mejoren en su municipio?”, “¿cree que hay dinero del narcotráfico en las campañas electorales?”, “de una selección de acciones, ¿cuál considera más prioritaria que se atienda?”

Se puede notar que lo que más les importa a los periódicos representar en sus encuestas son los futuros resultados de las elecciones, es decir, mostrar quién va a la cabeza.

7. Conclusiones

De todos los diarios monitoreados sólo cuatro publicaron encuestas en el periodo de observación. *El Informador* y *La Jornada Jalisco*, que son publicaciones diarias de corte generalista, no presentaron, entre sus contenidos, información sobre nuevas encuestas electorales.

Mural es el diario que mayor número de encuestas realizó y publicó. Este diario procuró integrar información metodológica, variedad de material gráfico, fotografías y datos de contexto de los candidatos, sus partidos, los municipios de la contienda y el histórico electoral.

Ninguna de las 16 encuestas revisadas integró información sobre el contexto sociopolítico del estado de Jalisco o de los municipios de Zona Metropolitana de Guadalajara. Nos pareció un dato interesante pues vemos que los medios de comunicación que integran esta investigación no consideran relevante integrar información sobre la realidad social del país como un factor influyente en la toma de decisión de voto; es decir, para los medios locales y uno nacional la situación de inseguridad y conflicto que se vive en Jalisco y en México no forma parte de los elementos que puedan contextualizar la intención del voto de los ciudadanos.

La atención de todos los diarios fue asimétrica hacia los municipios y candidatos. Se centró principalmente en la contienda por el municipio de Guadalajara, donde la diferencia entre las intenciones de voto no es tan grande entre los dos candidatos punteros, y de manera notoria en el candidato emeceísta Enrique Alfaro (a excepción de *La Crónica de Hoy Jalisco*, que únicamente publicó una encuesta sobre Tlajomulco).

Aunque es menester reconocer que absolutamente todos los candidatos a alcaldías en alguno de los cinco municipios fueron mencionados al menos una vez, en casi todas las notas la atención se centró en los candidatos punteros, por lo que existe una diferencia grande de menciones entre aquellos con posibilidades de ganar y los candidatos de los “partidos pequeños”.

Enrique Alfaro en Guadalajara fue quien obtuvo más menciones mientras que Petersen y Villanueva mantuvieron el mismo número; en Zapopan la cantidad de menciones que obtuvieron los tres punteros fue exactamente la misma; en Tlajomulco y Tonalá se menciona a dos candidatos por encima del resto y en Tlaquepaque Luis Armando Córdova es el único que despunta.

La metodología de las encuestas es una parte importante para poder entender los resultados de las mismas. De los cuatro periódicos que publicaron encuestas *El Universal* fue el que describió la metodología de forma más detallada y completa, a diferencia de *La Crónica de Hoy Jalisco* que en comparación completó 44% de los rubros publicados por *El Universal*.

Conforme ha avanzado el periodo electoral, estos resultados comparados con las primeras encuestas publicadas, presentan menor cantidad de actores políticos ya que sólo existe un candidato por partido o coalición y en el periodo de precampañas, las candidaturas no estaban definidas por lo que aparecía mayor número de actores políticos como aspirantes. Se publicaron más encuestas, sobre todo de diferentes periódicos y no solamente de *Mural*, como en el primer informe preliminar de esta investigación.

Identificamos como elemento positivo que las preguntas que se integraron al diseño de las encuestas fueron más amplias que en la muestra obtenida previo al inicio de campañas. Se cuestionó no solamente si los ciudadanos tenían conocimiento de los candidatos, su opinión sobre ellos (buena o mala) y su intención de voto, sino que se incluyeron preguntas sobre el conocimiento de la fecha de las elecciones, la intención de ir a votar, la cantidad de publicidad o los principales problemas a resolver dentro de su municipio, entre otras.