

Universidad ITESO
Departamento de Estudios Socioculturales
Quid: Análisis Crítico de Medios de Comunicación

Reporte de investigación I (27 de febrero de 2012)

Observación a nuevos espacios (prensa, radio y televisión) durante el proceso de electoral local de 2012

Coordinadores del proyecto de investigación:

Dra. María Magdalena Sofía Paláu Cardona

Lic. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Investigadores:

Luis Bernardo Álvarez González

Blanca C. Luna Lomelí

Resumen Ejecutivo

El sistema de medios de comunicación local de la ZMG ha sufrido algunos cambios en su estructura y en sus contenidos. Algunas de estas modificaciones se dan en torno al tema coyuntural de las elecciones a la gubernatura 2012 en Jalisco. Se realizó una investigación empírica, hemerográfica y bibliográfica para analizar e identificar el surgimiento de nuevos espacios y/o medios de comunicación, con el objetivo de informar y discutir a cerca de este fenómeno durante el periodo de precampaña electoral.

Los resultados arrojados por la investigación apuntan que el sistema de medios local sufrió algunos cambios. En este informe se realiza un mapeo general de radio, televisión y prensa, haciendo, sobre esta última, una investigación a profundidad donde se recupera qué espacio ocupó el tema electoral, qué partidos políticos aparecen y qué distribución tiene éste en las notas informativas, cartones y columnas de opinión.

Dentro del universo de medios de comunicación de la ZMG, para la realización de esta investigación, analizamos una muestra intencionada de medios para detectar nuevos programas de radio y televisión o secciones especializadas en los diarios locales. Para prensa se analizaron los 5 periódicos con mayor circulación (*Mural*, *Milenio*, *El Informador*, *El Occidental* y *La Jornada*). En el caso de la radio se realizó un análisis general de las parrillas de programación de las estaciones: *Radio Universidad de Guadalajara* (104.3 FM), *XEJB* del Sistema Jalisciense de radio y televisión, *Radio Metrópoli* (1150 AM), *Radionoticias* (1070 AM), *DK-1250* (1250 AM), *Milenio Radio* (89.1 FM) y *Zona 3* (91.5 FM). Para Televisión fueron estudiados los canales: *GDL Tu estación*, *Azteca 13*, *Azteca 7*, *C7*, *Canal 44*, *Ocho TV* y *Megacanal*.

En cuanto a la prensa en el último año desapareció *Ocho Columnas*, diario que circulaba en la ciudad desde 1977. Adicionalmente *Público Milenio* se transformó en *Milenio Jalisco*. Además de estas modificaciones recientes en el sistema de prensa de la ciudad, aparecieron tres diarios gratuitos *24 horas*, *Publimetro* y *El Gratuito*.

En radio, encontramos que por lo menos dos de las estaciones analizadas cambiaron de perfil: la frecuencia 89.1 de FM en la que era transmitida *Máxima* ahora se transmite *Milenio Radio*, perteneciente al grupo Multimedios Estrellas de Oro. La segunda estación de radio que se vio modificada fue la que ocupaba el nombre de *Ultra* y actualmente es conocida como *Zona Tres* ubicada en el 91.5 de FM. En la revisión general de parrillas de programación de la muestra de estaciones analizadas encontramos que no se han registrado nuevos programas de radio que tengan como objetivo tratar temas relacionados con las elecciones locales, pero si han dedicado momentos, en los programas ya existentes, para abordar y discutir a cerca de lo que sucede en este contexto electoral.

Para el caso en particular de la televisión no se ha detectado cambio alguno en el perfil de sus programas, ni la creación de nuevos espacios con la intención antes planteada.

Dentro de los 5 diarios de mayor circulación el análisis reveló que por lo menos dos de estos (*Mural* y *Milenio*), han ofrecido espacios específicos para informar sobre el acontecer electoral. Estos espacios forman parte de diferentes secciones dentro del diario y han tomado nombres como: “Voto 2012” para el caso de *Mural* que se ubicó en la sección de “Comunidad” y para *Milenio Jalisco* los espacios han tomado diversos nombres: “Rumbo al 1 de julio”, “Elecciones 2012”, “Elección interna del PAN”, “Interna del blanquiazul” y “Comicios de julio” que se encontraron ubicados en la sección de “Política”, “Ciudad y Región” y “El Tema”. Cabe rescatar que dentro de estos dos diarios, en algunas de sus publicaciones, ha aparecido resultados de encuestas y para el caso particular de *Mural* se han incluido otro tipo de géneros periodísticos como cartones políticos y notas de opinión.

Observación a nuevos espacios (prensa, radio y televisión) durante el proceso electoral local de 2012

Ficha Técnica

Equipo de investigación: Nuevos Espacios

Coordinación de la investigación: Magdalena Sofía Paláu Cardona

Investigadores: Luis Bernardo Álvarez González y Blanca C. Luna Lomelí

Fecha en que se publica el reporte de investigación: Lunes 27 de febrero de 2012

Periodo de observación: Precampañas (del 15 de enero al 15 de febrero de 2012)

Contexto

Tras los incontables acontecimientos que cada cambio de gobierno ha traído consigo a lo largo de la historia en la ZMG, surge la necesidad de poner atención al tema de las elecciones 2012 desde la perspectiva analítica de la operación del sistema de comunicación política y especialmente del funcionamiento de los medios de comunicación. Los medios de comunicación han jugado un papel crucial en el desarrollo de los temas políticos de un país, han sido una gran influencia en la toma de decisiones de la ciudadanía y además son sin duda la principal plataforma sobre la que los candidatos depositan sus mayores expectativas y presupuestos.

Es por esta razón por la que surge el interés de reconocer qué cambios o modificaciones se originan dentro de los medios de comunicación para poner a discusión temas relacionados con el marco del proceso electoral. Uno de estos cambios es sin duda la creación y apertura de nuevos espacios o medios en prensa, radio y televisión, en los cuales existe la posibilidad de poner en tela de juicio y a discusión, el acontecer que se genera a diario, antes, durante y después del período electoral.

Pregunta de Investigación

La pregunta de investigación que nos da la pauta para indagar más a fondo sobre los temas electorales y su relación con los nuevos espacios en los medios de comunicación es la siguiente:

¿Cuáles nuevos espacios informativos y de opinión surgen en el sistema de comunicación masiva (prensa, radio, televisión) de Guadalajara, en el marco del proceso electoral por la gubernatura del estado de Jalisco en 2012? ¿Cuál es la tendencia del tratamiento que estos nuevos espacios le dan a los actores en la contienda electoral?

Para dar respuesta a la pregunta antes planteada fue necesario realizar un diseño metodológico, con el cual pudiéramos acotar nuestra primera fase de investigación, que tiene que ver con la localización y reconocimiento de aquellos espacios o medios informativos y de opinión que fueron creados específicamente para abordar el acontecer de las elecciones 2012 en el estado de Jalisco.

Objetivo de investigación

El objetivo que ocupa a esta primera fase de la investigación es ofrecer un mapa general del comportamiento de los medios de comunicación, en cuanto a la generación de espacios, frente al tema de las elecciones para la gubernatura del estado de Jalisco 2012. Además se pretende identificar los programas de radio y televisión, así como las publicaciones impresas, que surgieron con el propósito de participar en el proceso electoral e identificar los espacios que se abrieron para generar información y debate sobre el acontecer del marco del proceso electoral.

Diseño Metodológico de la investigación

La metodología que se siguió para esta primera fase, fue la investigación tanto bibliográfica, hemerográfica y empírica para dar cuenta de cuáles nuevos espacios se crearon en la radio, prensa y televisión. Para esto consideramos necesario antes de continuar, hacer una definición de cada uno de los términos que serán utilizados a lo largo del documento.

Cuando hablamos de *nuevos medios* nos referimos al cambio de perfil de estaciones radiofónicas o canales televisivos. En el caso de prensa nos referimos a la aparición de nuevas publicaciones periódicas. Estaciones con nuevos perfiles o nuevas publicaciones periódicas que pudieran tener la intención de informar o generar debate electoral.

Entendamos por *nuevos espacios* a la aparición de secciones o suplementos especiales en el caso de la prensa, o programas en radio o televisión que tienen el propósito de abordar el tema de las elecciones 2012.

Como ya se ha mencionado, en esta primera fase de la investigación, se analiza de manera general la aparición de los nuevos espacios o medios, con el objetivo principal de ofrecer un mapa general de la situación actual y el comportamiento de los medios en tiempos de precampaña.

Para el caso de *nuevos medios* se analizaron los perfiles generales de las estaciones de radio y televisión de la ciudad. Para el caso de la prensa se realizó la visita a algunos de los establecimientos o puntos de venta y distribución de periódicos y revistas para localizar estas nuevas publicaciones. Se seleccionaron establecimientos específicos para la búsqueda ubicados en: Av. Américas esq. Morelos, Liceo entre San Felipe y Juan Manuel Col. Centro y Plaza Patria.

Para poder reconocer aquellos *nuevos espacios* fue necesario realizar el análisis de las parrillas de programación de cada una de las estaciones de radio y televisión seleccionados. Posteriormente se realizó una comparación entre lo encontrado y una base de datos con la que Quid, análisis crítico de medios (Observatorio de medios del ITESO) cuenta; esta base de datos contiene información de las parrillas de radio y televisión del año 2009 y 2011; la comparación nos permite dar cuenta de las modificaciones que ha habido en el sistema de medios local. Para prensa se analizaron los diarios con mayor circulación dentro de la ZMG a los que se tiene suscripción en el mismo Observatorio.

Universo/Muestra

El universo de este estudio son los diez diarios que se editan localmente, los diez canales de televisión que se pueden ver de manera abierta en la ciudad y las 52 estaciones radiofónicas que se escuchan en Guadalajara.

Para el caso de nuevos espacios se ha decidido realizar el análisis sobre una muestra intencionada que es:

Radio (hablada/local)

Radio Universidad de Guadalajara (104.3 F), *XEJB* del Sistema Jalisciense de radio y televisión, *Radio Metrópoli* (1150 AM), *Radionoticias* (1070 AM), *DK-1250* (1250 AM), *Milenio Radio* (89.1 FM) y *Zona 3* (91.5 FM).

Televisión (local)

GDL Tu estación, *Azteca 13*, *Azteca 7*, *C7*, *Canal 44*, *Ocho TV* y *Megacanal*.

Prensa (local / de información general/ de mayor circulación)

El Informador, *El Occidental*, *Mural*, *La Jornada Jalisco* y *Milenio Jalisco*.

Resultados obtenidos del análisis

Nuevos medios

Televisión

En el último año la televisión local no ha tenido cambio alguno. Los perfiles de los canales de televisión local se han mantenido estables.

Radio

En la radio hemos encontrado que al menos dos estaciones cambiaron completamente su perfil: en la frecuencia en la que regularmente se transmitía *Máxima*, desde el jueves 10 de noviembre de 2011 se transmite *Milenio Radio* (89.1 de FM). La aparición de *Milenio Radio* en Guadalajara parece responder a la estrategia de expansión del grupo Multimedios Estrellas de Oro que es propiedad de la Familia González, radicada en Monterrey, Nuevo León. Esta empresa, con presencia en radio, prensa y televisión en el noreste del país, comenzó desde finales de los 90 su expansión a través de la fundación de diarios en diversas ciudades del México. En la década pasada se fundó el canal *Milenio Televisión* que transmite noticias las 24 hrs. del día y que puede ser sintonizado en los sistemas de televisión de paga del país. Desde noviembre pasado ha establecido estaciones de radio, en frecuencias abiertas, en las ciudades de Guadalajara, León y Chihuahua entre otras.

La segunda estación que cambió completamente de perfil es *Zona Tres* que se transmite en la frecuencia que ocupaba la estación *Ultra*, misma que ahora es transmitida por 88.0 de FM. *Zona tres* pertenece al grupo Promomedios Radio (que esta en manos de la familia Pérez Ramírez) una de las empresas radiofónicas locales más importantes. Esta empresa tiene un servicio informativo llamado “Canal Continental de Noticias” que, junto con “Notisistema” (de grupo Unidifusión) y *El informador*, son de las pocas empresas mediáticas netamente locales que quedan en Guadalajara.

Prensa

En cuanto a la prensa en el último año desapareció *Ocho Columnas*, diario que circulaba en la ciudad desde 1977. Adicionalmente *Público Milenio* se transformó en *Milenio Jalisco*. Esta modificación es la señal más visible de la transformación editorial de este diario. El periódico *Público* nació por iniciativa de un grupo de periodistas locales, los cuales se vieron obligados a asociarse con Grupo Milenio (de multimedios Estrellas de Oro) para contar con el financiamiento suficiente para poder subsistir. La mayor parte de los periodistas jaliscienses que iniciaron este proyecto dejaron de participar en la redacción de *Público milenio* durante la década pasada.

Además de estas modificaciones recientes en el sistema de prensa de la ciudad, aparecieron tres diarios gratuitos *24 horas*, *Publimetro* y *El Gratuito*; y al menos dos publicaciones periódicas gratuitas: *Posdata política* (de publicación semanal) y *El Respetable* (de publicación quincenal).

Nuevos espacios

La primera revisión de parrillas de radio y televisión realizada, muestra que hasta la fecha no se han abierto espacios específicos para analizar, debatir o informar acerca del acontecer que se genera en torno al proceso electoral a la gubernatura local 2012. Esto no significa que dentro de los programas o noticiarios ya existentes no se hayan abordado, en algún momento, temáticas que tiene relación directa con las elecciones 2012. Un claro ejemplo se registró el día 23 de febrero de 2012 en *Milenio Radio*, en donde el programa matutino de noticias puso a discusión los resultados arrojados por una encuesta realizada y publicada por el diario *Milenio* el 21 de febrero de 2012. Esta encuesta siguió un método de recolección de datos vía telefónica y mostraba preferencias por los candidatos a la gubernatura de Jalisco. El programa otorgó un espacio considerable a este tema en el cual se realizaron llamadas telefónicas con representantes de los partidos para poner a discusión qué es lo que opinaban acerca de estos resultados.

Si bien no se han abierto nuevos espacios de debate político, ya existen en radio, programas con este objetivo, en los cuales han surgido momentos donde, claro está, no se desaprovecha la oportunidad de hablar acerca de contenido político/electoral local. Un ejemplo es “Forma y Fondo” de *Radio Metrópoli* 1150 de AM propiedad del grupo Unidifusión.

Por otro lado en la prensa se encontró que dos de los cinco diarios que más circulan en la ZMG (*Milenio*, *El Informador*, *Mural*, *La Jornada* y *El Occidental*) han abierto nuevos espacios dedicados específicamente al periodo electoral 2012.

Se realizó un análisis de contenido sobre estos dos nuevos espacios que a continuación se describen, a continuación, con mayor detalle. La intención de este análisis es mostrar qué espacio ocupó el tema de elecciones, cuál fue el número de notas que se publicaron, cuáles partidos merecieron menciones en estas notas y además cuántos cartones, resultados de encuestas o columnas se encontraron.

El análisis se realizó sobre un número determinado de publicaciones, elegido igualmente para fines propios de la investigación, que abarcó las publicaciones del 1 al 15 de febrero de 2012 en ambos diarios. A continuación se presenta, de manera independiente, el análisis de cada uno de ellos.

Milenio Jalisco

Como parte del análisis de los nuevos espacios dentro del periódico, se observó el diario *Milenio Jalisco* del día 1 de febrero del 2012 al 15 del mismo mes con excepción del día 11.

Se observó que 11 de los 14 periódicos analizados cuentan con notas acerca de las elecciones ubicadas en la portada.

De los 14 periódicos únicamente el del día 03 de febrero contiene una encuesta acerca de las elecciones 2012.

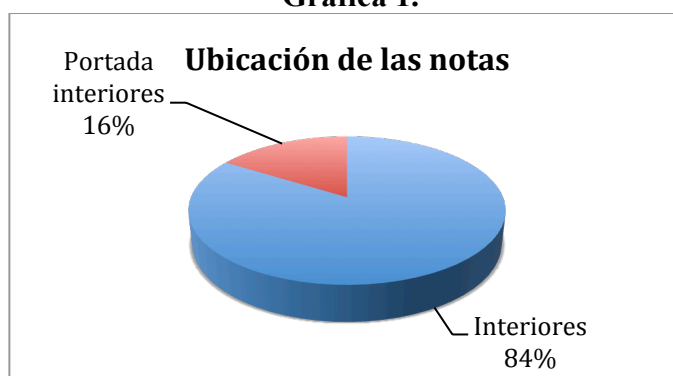
Las noticias referentes a las elecciones se encuentran dentro de diferentes secciones del mismo periódico: “Política”, “Ciudad y Región” y “El Tema”. Dentro de estas secciones, el apartado dedicado al proceso electoral local 2012 se presentó con diferentes nombres: “Rumbo al 1 de julio”, “Elecciones 2012” y “Comicios de julio”.

Tabla 1. Ubicación de las notas informativas

Ubicación de las notas	Número de notas
Interiores	57
Portada interiores	11
Total de notas	68

*Elaboración propia

Gráfica 1.



*Elaboración propia

De los catorce días analizados, cuya superficie es 496,400 cm², el tema de las elecciones locales ocupó un espacio total de 23,875.46 cm², con la presentación de 68 notas informativas que representan 4.8% del espacio total del periódico. (Cfr. Gráfica 1)

De las 68 nota analizadas 53 hacen mención a algún partido político y el resto hablan del proceso electoral en general y en particular del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana.

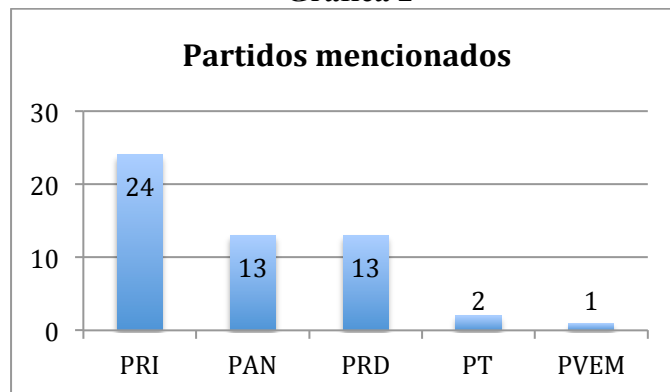
Como podemos observar en la tabla 2., el PAN es el partido más mencionado, pues 24 notas hacen referencia a este partido. El PRI y el PRD tienen el mismo número de menciones (13), y el PT y el PVEM tiene una presencia marginal en la cobertura de este diario.

Tabla 2. Partidos políticos mencionados

Partido político mencionado	Número de notas donde apareció
PAN	24
PRI	13
PRD	13
PT	2
PVEM	1
Total	53

*Elaboración propia

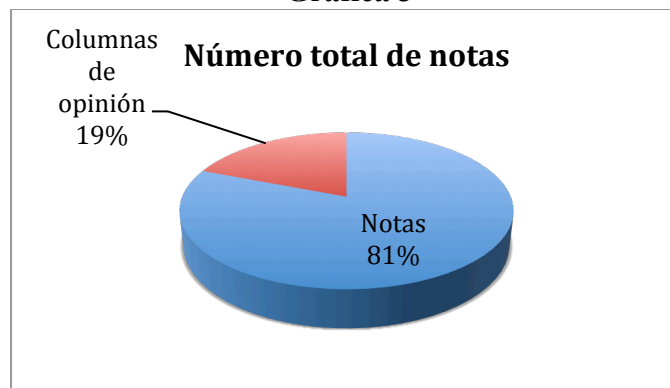
Gráfica 2



*Elaboración propia

Analizando el género periodístico al que corresponden las notas publicadas por *Milenio Jalisco* encontramos que 81% corresponden a notas informativas, mientras que 19% son columnas de opinión. (Cfr. Gráfica 3)

Gráfica 3



*Elaboración propia

Mural

De la misma manera que se estudió el periódico Milenio, se realizó la búsqueda en el diario *Mural*, donde se analizaron las publicaciones de 15 días, abarcando del 1 al 15 de febrero de 2012. En este análisis se pudo identificar que fue dentro de la sección de “Comunidad” donde se abrieron espacios específicos con el título de “Voto 2012”. En estos espacios se abordaron temas informativos de origen político encausados principalmente a las elecciones para la gubernatura de Jalisco en el presente año.

Se identificaron cinco diferentes tipos de unidades o piezas publicadas en estos espacios: notas informativas, cartones políticos, columnas de opinión, redes sociales (en este caso fue particularmente Twitter con el nombre de *Grillando*) y finalmente la publicación de resultados de encuestas (Cfr. Tabla 3), las cuales únicamente se ofrecieron en dos de las publicaciones analizadas (1 y 2 de febrero de 2012).

Tabla 3. Género periodístico

Tipo de publicación	No. De publicaciones
Nota Informativas	40
Columnas	11

Cartones	10
Redes Sociales	9
Total	70

*Elaboración propia

Gráfica 4



*Elaboración propia

Se identificaron 40 notas informativas, de las cuales habría que mencionar, que en su mayoría hacen mención de dos partidos políticos (PAN y PRI junto con su alianza con el PVEM), aunque también hubo menciones del resto de los partidos políticos con representantes contendientes a la gubernatura.

Los cartones políticos y las columnas también ocuparon un espacio prácticamente equitativo entre ellas, ya que se publicaron 10 cartones políticos y 11 columnas de opinión. En estos dos casos en particular, se habló también de todos los partidos políticos de una manera plural aunque estuvieron más presentes algunos de ellos, como por ejemplo en los cartones estuvo más presente el PRI y en las columnas de opinión se mencionaron tanto al PRI como al PAN.

Para el apartado de Grillando (twitter) se registraron 9 publicaciones en las que se observaban opiniones de figuras públicas involucradas con la política y la opinión del público en general.

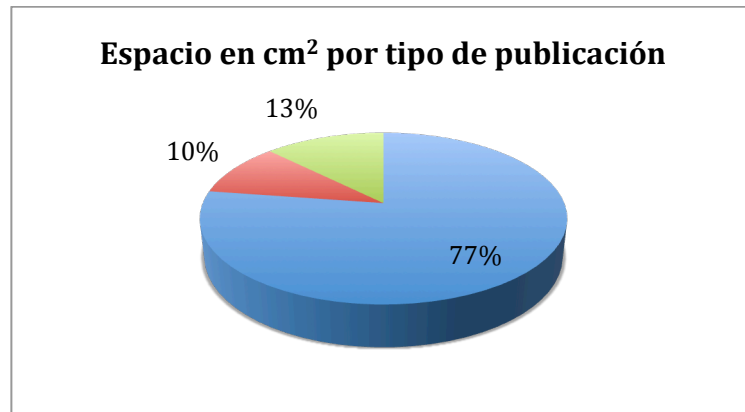
El tema de las elecciones locales para el 2012 aparece en la sección de “Comunidad”. A esta sección se le asigna diferente número de páginas cada día, es decir ocupan áreas distintas que van desde la más pequeña (9,335.68cm²) hasta la de mayor área (15,592.8cm²). La superficie total destinada a esta sección en los 15 días equivale a 165,123.68cm². El segmento “Voto 2012” ocupa un espacio total de 23,978.26 cm² equivalentes a 14.5% del espacio de la sección y fueron distribuidos de la siguiente manera (Cfr. Tabla 4.):

Tabla 4. Espacio Ocupado por tipo de publicación

Tipo de Publicación	Área total ocupada
Notas Informativas/Grillando	18541.52
Cartones	2423.7
Columnas	3013.04
Total	23,978.26

*Elaboración propia

Gráfica 5



*Elaboración propia

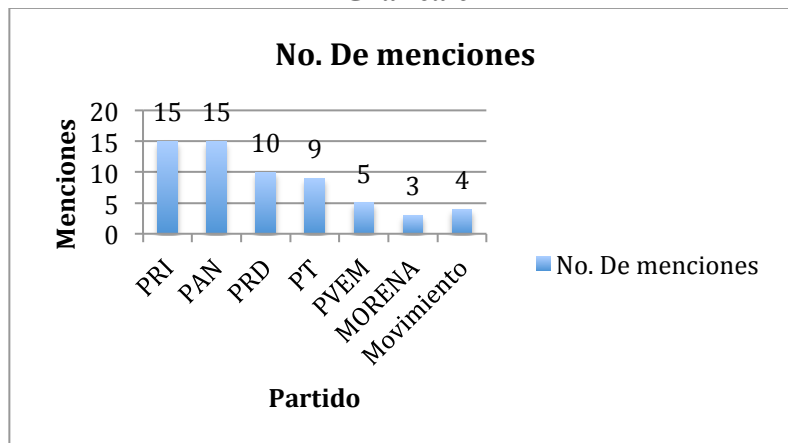
Respecto a los partidos políticos que fueron mencionados (*Cfr.* Tabla 5), el PRI y el PAN tuvieron menciones en los 15 días analizados, el PRD apareció en 10 de los 15 días. Por otro lado el PT apareció en 9 días, el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), a pesar de mantener alianza con el PRI, solo apareció en 5 días. El Movimiento Regeneración Nacional (MORENA) fue mencionado solo en 3 ocasiones y el Movimiento Ciudadano fue mencionado en 4 de los 15 días analizados.

Tabla 5. Partidos mencionados

Partido	No. de menciones
PRI	15
PAN	15
PRD	10
PT	9
PVEM	5
MORENA	3
Movimiento Ciudadano	4
Total	61

*Elaboración propia

Gráfica 6



*Elaboración propia

Estas menciones, hay que aclarar, se ubicaron entre los cuatro diferentes géneros periodísticos (notas, columnas, cartones y redes sociales).

Conclusión

Después de realizar la investigación y el análisis de las parrillas y los lugares de distribución de medios impresos en busca de los nuevos espacios y medios surgidos, confirmamos el cambio de perfil de dos estaciones de radio, la aparición de dos diarios y dos publicaciones periódicas gratuitas así como la inserción de secciones especiales en dos de los diarios más importantes de la ciudad.

Las parrillas de programación de televisión y de radio aún no se han modificado para abrir espacios al tema del proceso electoral. Algunos programas de radio y televisión han otorgado tiempo a la discusión de temas electorales.

En esta primera fase de la investigación realizamos un análisis más profundo de los nuevos espacios que abrieron dos diarios de la ciudad.

Como resultado de este análisis más detallado encontramos que el tema electoral no ha cobrado una relevancia mayor, dado que ocupa un porcentaje marginal del espacio total de los periódicos revisados.

Respecto a la aparición o menciones de los diferentes partidos políticos, los datos muestran que hay más notas relacionadas con el PAN y que el PRI y el PRD cuentan con una menor cobertura, el resto de los partidos aparecen marginalmente.

Para la segunda fase de esta investigación analizaremos el contenido de los diarios gratuitos que han surgido en el último año en la ciudad y las dos estaciones de radio que cambiaron sus perfiles. Adicionalmente haremos dos revisiones más (una en abril y una en mayo) de las parrillas de programación de radio y televisión para verificar si se abren nuevos espacios con el tema de elecciones locales.

Prepararemos la investigación de la segunda fase, misma que tiene que ver con los contenidos, tratamiento de la información y actores individuales e institucionales y la posición y balance que estos medios de comunicación masiva presentan a lo largo del periodo electoral. No nos queda más que mencionar que en próximos informes se hará un análisis más a fondo que incluirá lo antes mencionado.