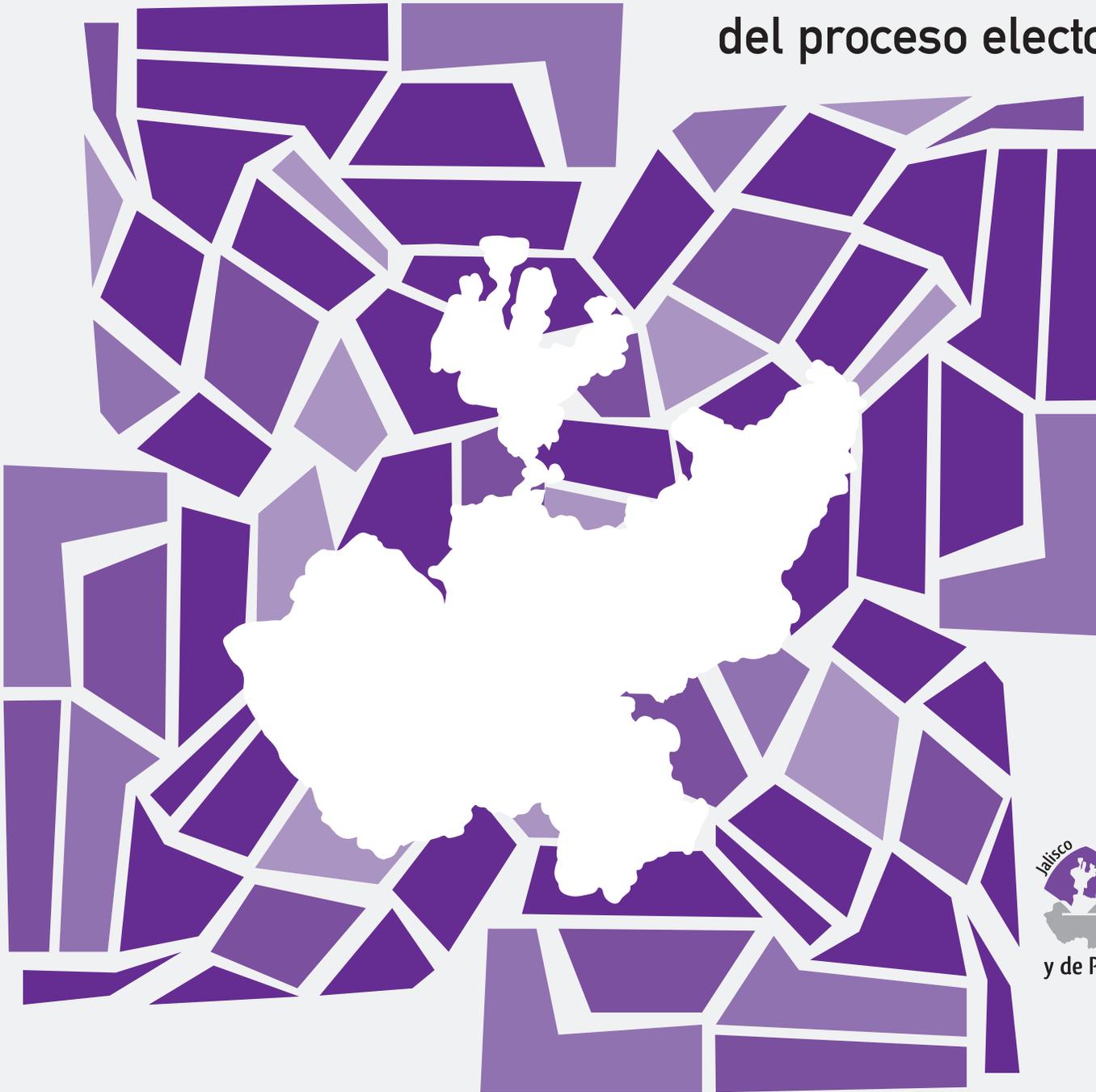


# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas  
del proceso electoral en Jalisco 2021



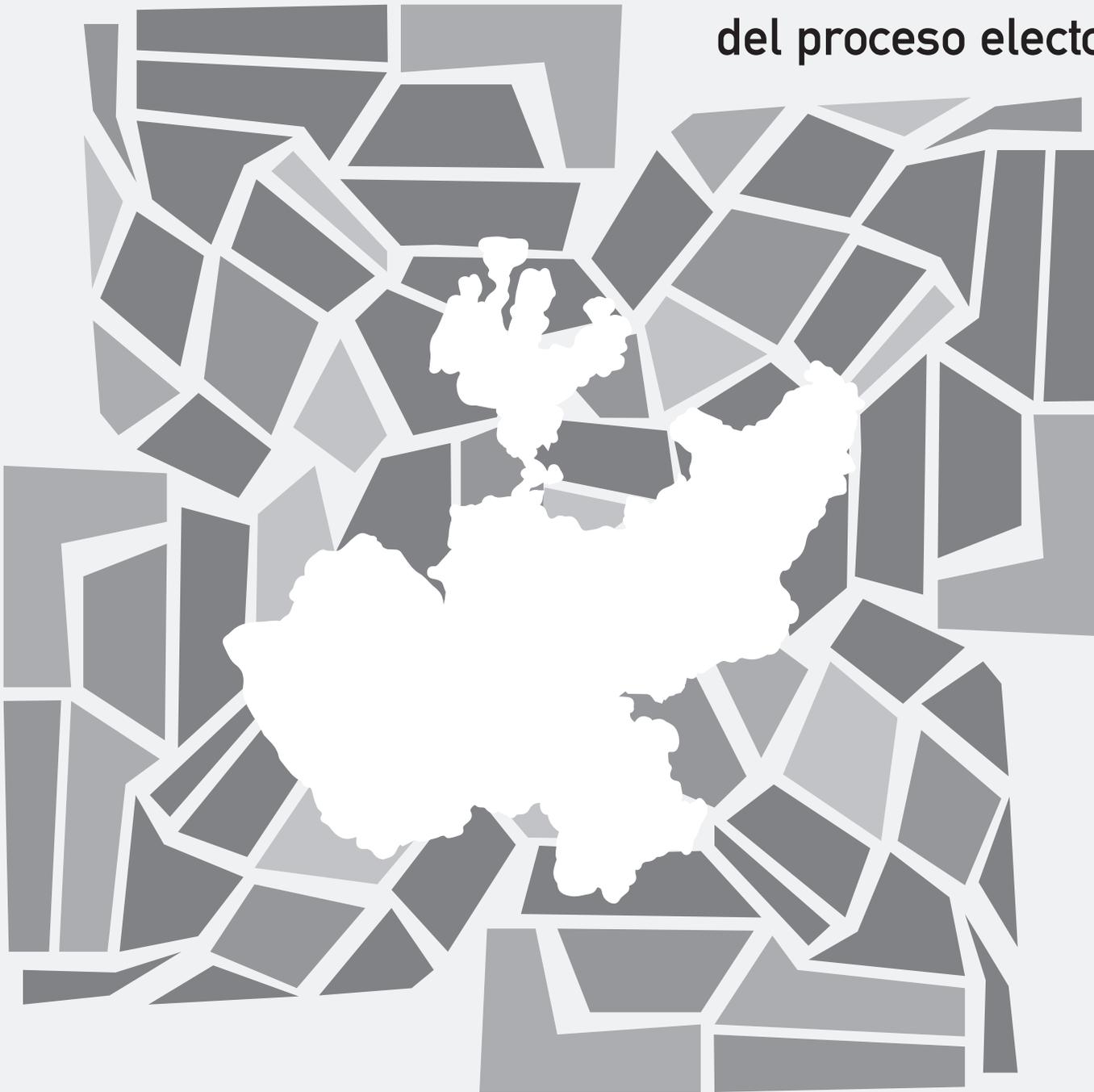
Informe parcial 2  
18 abril - 1 mayo

 **Instituto  
Electoral**  
y de Participación Ciudadana

  
ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara  
**ETIUS**

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas  
del proceso electoral en Jalisco 2021



Informe parcial 2  
18 abril - 1 mayo

# Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Rector

Dr. Luis Arriaga Valenzuela SJ

Dirección General Académica

Dra. Catalina Morfín López

Jefe del Departamento de Estudios Socioculturales

Mtro. Enrique Páez Agraz

Coordinador general del proyecto

Dr. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Coordinadora ejecutiva

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Diseño de la investigación

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Gestora del proyecto

Lic. Delta Cecilia Ponce González

Gestión interinstitucional

Ing. Alejandro Vigna Pérez

Lic. Maricela Huerta Hurtado

Equipo de monitoristas:

Lic. Katia Diéguez Martínez

Lic. Vanessa Ortiz González

Natalia Guadalupe Ayala España

Lic. Lesly Daniela Avilés Padilla

Lic. Fabiola Beatriz Gómez Cordero

Lic. Luis Daniel Vázquez Salcedo

Lic. Balila Fernanda Schmal Camarena

Lic. Luis Enrique Morales Ruiz

Lic. Pedro Raúl Encinas Aguilar

Supervisores:

Lic. José Ramón Becerra Zendejas

Mtra. Perla Araceli Blas Alvarado

Analista de información

Lic. Luis Eduardo Luna Bernal

Redacción

Mtro. Jaime Iván González Vega

Cuidado de edición

Dr. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Diseño

Mtra. Laura Zerón Medina Rizo

# Índice

Introducción	6
<b>I. Antecedentes</b>	<b>9</b>
Acerca de ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura	
Acerca de la realización de comicios en el contexto de la pandemia por covid 19	
Acerca de los medios de comunicación impresos en Jalisco	
<b>II. Diseño y criterios metodológicos</b>	<b>13</b>
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Universo	
Criterios metodológicos	
<b>III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos del Proceso Electoral Local 2021 en el Estado de Jalisco durante el periodo del 18 de abril al 1 de mayo de 2021</b>	<b>15</b>
Datos generales del monitoreo	
Espacio periodístico dedicado a las elecciones	
Encuadres y su distribución en las piezas informativas	
Menciones a “guerra sucia”	
<b>IV. Partidos políticos</b>	<b>26</b>
Tratamiento a los partidos políticos	

<b>V. Género y uso de lenguaje incluyente</b>	<b>29</b>
Candidatas y candidatos en las piezas informativas	
Posibilidades de ganar y propuestas de campaña	
Presencia de estereotipos de género	
<b>VI. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos indígenas</b>	<b>39</b>
<b>VII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipales</b>	<b>40</b>
Tratamiento a candidatas y candidatos	
Propuestas y temas	
Guadalajara	
Zapopan	
Puerto Vallarta	
<b>VIII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a diputaciones locales</b>	<b>50</b>
Distrito 5	
Distrito 19	
Distrito 9	
<b>IX. Encuestas</b>	<b>58</b>
<b>X. Conclusiones</b>	<b>61</b>

## Introducción

Como resultado de la convocatoria publicada por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPCJ), el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) fue designado por dicha autoridad electoral para ofrecer el servicio profesional y académico de monitoreo de medios informativos impresos. El periodo de campañas comprende del 4 de abril al 2 de junio de 2021, y durante ese lapso se elaborarán y entregarán seis informes parciales; además, una vez concluido el proceso electoral, se publicará un informe final de los resultados del periodo completo de monitoreo comprendido del 4 de abril al 7 de junio de 2021. Estos informes son de carácter público, por lo que el IEPCJ los dará a conocer en su sitio web oficial.

Este monitoreo responde a los lineamientos técnicos aprobados por el Consejo General de la autoridad electoral local en el Acuerdo IEPC-ACG-025/2021 y precisados luego con modificaciones que fueron aprobadas según el Acuerdo IEPC-ACG-044/2021. Los aspectos más sobresalientes del proceso de observación y codificación de la información en medios impresos son los siguientes: el proceso electoral local; partidos políticos en Jalisco; candidatas y candidatos a munícipes de cada uno de los 125 de municipios de Jalisco; candidatas y

candidatos a cada una de las 20 diputaciones de mayoría relativa en el Congreso local; candidatas y candidatos a cada una de las 18 diputaciones de representación proporcional del Congreso local. Cada candidata y candidato debe pertenecer a algún partido político, coalición y/o tener su registro oficial como candidato o candidata independiente.

Al mismo tiempo, y con arreglo a los lineamientos técnicos aprobados por el IEPCJ en el Acuerdo IEPC-ACG-025/2021 y las modificaciones aprobadas en el Acuerdo IEPC-ACG-044/2021, se incorporó al monitoreo la perspectiva de género en materia de violencia política contra las mujeres, de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 41 Bis de la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, que establece que corresponde al IEPCJ:

- Promover la cultura de la no violencia en el marco del ejercicio de los derechos políticos y electorales de las mujeres.

- Incorporar la perspectiva de género al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias, durante los procesos electorales, y
- Sancionar, de acuerdo con la normatividad aplicable, las conductas que constituyan violencia política contra las mujeres en razón de género.

El monitoreo supone una labor sistemática y rigurosa de codificación de información, sustentada en los lineamientos técnicos establecidos por el IEPCJ en los Acuerdos IEPC-ACG-025/2021 e IEPC-ACG-044/2021, y en el diseño de investigación presentado por la instancia académica responsable de su realización, ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura de la universidad ITESO, aprobado por el IEPCJ.

El objeto de estudio de este monitoreo son las piezas informativas publicadas en medios impresos jaliscienses que refieran a la contienda electoral por cargos públicos en el estado.

Este informe parcial corresponde a la segunda quincena del periodo formal de campañas, del 18 de abril al 1 de mayo de 2021. Refiere datos generales sobre la cantidad de piezas informativas destinadas al proceso electoral en Jalisco, y al espacio dedicado a ellas. Se detallan el encuadre, las propuestas de candidatos y sus tópicos, al igual que la información sobre “guerra sucia” entre actores políticos. También ofrece resultados acerca de la cobertura y el tratamiento de que fueron objeto candidatas y candidatos a municipales y diputados en la entidad.

Igualmente, observa variables de género y condición indígena, y el tratamiento de que son objeto en las piezas informativas. Para el primer caso se presentan los resultados sobre la cantidad y distribución de piezas en las que se mencionó a candidatas y candidatos; en el segundo, las que hacen referencia explícita de la condición indígena, con especial atención a candidatas y candidatos de los municipios de Mezquitic, San Martín de Bolaños y/o Cuautitlán.

Si bien el presente monitoreo se centra en los comicios a escala local en Jalisco, el proceso electoral se realiza de manera coincidente con el federal (Proceso Electoral Federal y Locales Concurrentes 2020-2021), de manera que en la misma jornada comicial del 6 de junio se elegirá a 500 diputados federales, gobernadores de 14 entidades, municipales en 1,923 ayuntamientos de 30 entidades (todas las del país excepto Durango e Hidalgo), y diputados locales para 30 Congresos locales (todas las entidades federativas excepto Coahuila y Quintana Roo).

La presente información permite a los actores interesados, partidos políticos, medios de comunicación, el IEPCJ y la sociedad en general evaluar el desempeño de los medios impresos como instituciones sociales obligadas a validar el derecho a la información de los jaliscienses, así como conocer y valorar el espacio y tratamiento que los medios periodísticos otorgaron a los actores que participan en la lucha por el poder político en Jalisco.

## I.- Antecedentes

### Acerca de ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura

En cumplimiento de las obligaciones que marca la normatividad electoral, el IEPCJ dispuso llevar a cabo actividades de monitoreo de la información que publican medios de comunicación durante las campañas electorales, y el 17 de marzo de 2021 abrió la convocatoria para el “Servicio de análisis y realización del monitoreo de programas de radio y televisión, y prensa escrita que difundan noticias durante el período de campaña electoral en el proceso electoral concurrente 2020-2021”.

En dicha convocatoria participó ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura, instancia académica de la universidad ITESO y, mediante acuerdo aprobado el 29 de marzo de 2021, se decidió que esa institución universitaria realizara el “monitoreo sobre la cobertura noticiosa que se difunda en los medios impresos en el estado, durante las campañas electorales del Proceso Electoral Concurrente 2020-2021”.

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura opera en el Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO. Este observatorio es una entidad de formación profesional, investigación y vinculación orientada a la producción de conocimiento acerca de temas y problemas de procesos socioculturales y políticos de la región,

el país y el mundo. Recupera y articula la experiencia del servicio que brindó el Observatorio Q: ITESO Análisis Crítico de Medios, en el monitoreo de medios informativos impresos de las Elecciones Locales de Jalisco 2014-2015, para el IEPCJ, y la del servicio equivalente que ofreció ya con el nombre de ETIUS en el Proceso Electoral Concurrente 2017-2018.

Parte de su trabajo, como lo menciona en su sitio web [etius.iteso.mx](http://etius.iteso.mx), ha consistido en producir “investigación sobre la comunicación pública y política, el sistema de medios informativos local y sus prácticas informativas, así como de conflictos socioambientales desde una perspectiva comunicativa”. Su misión lo señala como “un observatorio de comunicación y cultura que ofrece investigación académica de alta calidad e intervenciones sociales relevantes y pertinentes, que le permiten un posicionamiento y reconocimiento institucional, nacional e internacional. En su trabajo cotidiano, ETIUS es un espacio con visión a futuro y con una planeación, operativa y financiera, que

favorece sus labores cotidianas de investigación, docencia, vinculación e intervención social, que permite el mantenimiento de este proyecto en el mediano y largo plazo. Finalmente, a partir de estrategias de comunicación y vinculación, ETIUS es un observatorio en constante comunicación con comunidades académicas y ciudadanas, lo cual le permite posicionarse como un actor relevante en la conversación pública”.

A través de este observatorio, el ITESO refrenda su compromiso e interés en la investigación sobre temas electorales. En el proceso electoral de 2006 llevó a cabo un análisis de contenido de prensa, radio y televisión en el que se dio seguimiento a las campañas electorales de los candidatos a presidentes municipales de la Zona Metropolitana de Guadalajara y de los candidatos a gobernador del estado de Jalisco. En las elecciones de 2012, 2015 y 2018 desarrolló proyectos de mayor envergadura, con diferentes líneas de investigación sobre el sistema de comunicación política en el contexto de cada uno de los procesos electorales en Jalisco.

Con estos antecedentes, sumados los aprendizajes de las experiencias teóricas, metodológicas, formativas y de incidencia sociopolítica, ETIUS desarrolla proyectos de investigación y difusión de las campañas electorales locales en curso.

### **Acerca de la realización de comicios en el contexto de la pandemia por covid 19**

El proceso electoral 2020-2021 ha merecido una constante publicidad como el más grande de la historia, dada su cualidad concurrente que involucra a todas las entidades federativas del país y el número de cargos públicos en juego: 21,368 en total. Se trata, también, de uno de los procesos electorales con mayor número de participantes en la historia de México, pues participarán 93 millones 991,896 personas en los comicios federales, que significan una cobertura de 99% del padrón electoral de 94.8 millones de personas, casi cinco millones más que en 2018.

Además, más de 26 millones de los electores convocados son jóvenes, es decir, personas de entre 18 y 29 años de edad, y representan 27% del total de la lista nominal. Esta convocatoria masiva implicará la instalación de 164,550 casillas electorales en el país, casi ocho mil más que en los comicios federales más recientes, y el llamado a 1.5 millones de ciudadanos para que participen como funcionarios de casilla.

Pero se trata de un proceso electoral que se llevará a cabo en el contexto de las medidas de contingencia y seguridad sanitaria establecidas por el impacto de la pandemia por la enfermedad de covid 19 que causa el virus SARS-CoV-2, y que desde marzo de 2020 ha obligado a ordenar diversos momentos de confinamiento social con la intención de prevenir los contagios. En concreto, una de las medidas más importantes es la de mantener una distancia mínima entre personas y evitar, por lo tanto, aglomeraciones y convivencia durante largos periodos en espacios cerrados, una condición que modifica

las posibilidades de que los partidos efectúen actividades proselitistas de forma tradicional.

Tal coyuntura exigió que las autoridades electorales del país diseñaran una estrategia de prevención e información que propicie que los ciudadanos cumplan con su responsabilidad de votar el 6 de junio de 2021, pero también que los participantes en el proceso electoral puedan cumplir con sus responsabilidades, incluyendo las precampañas y campañas, sin riesgo para su salud.

## Acerca de los medios de comunicación impresos en Jalisco

El ejercicio de sistematización de información que implica este monitoreo permitió observar, por otra parte, cambios de relevancia en la estructura y organización de los medios de comunicación que circulan con ediciones impresas en Jalisco. En principio, es evidente que varios de los medios han debido limitar la periodicidad e incluso reducir el tamaño de sus

ediciones, en lo que al parecer es una respuesta a un mercado de lectores constreñido por causa de la pandemia por covid 19. Algunos de los periódicos diarios dejaron de circular los siete días de la semana y producen ediciones únicas para sábado y domingo, o se limitan a publicar solo de lunes a viernes. En contraste, algunas ediciones anunciadas como semanales circularon en días adicionales durante este primer periodo de observación.

Otro dato de relevancia es que se redujo el número de publicaciones impresas en circulación. Aunque el cambio en la cantidad de medios impresos obedece a diferentes factores, es interesante advertir que para el monitoreo del proceso electoral de 2018 fueron seleccionadas 44 publicaciones impresas en Jalisco: 16 de ellas editadas desde el ÁMG y 28, desde otros municipios del estado. En contraste, en 2021 fueron seleccionadas 28 publicaciones: 13 del ÁMG y 15 de otros municipios.

## II.- Diseño y criterios metodológicos

### Objetivo general

Proporcionar a la sociedad jalisciense información que permita conocer la cobertura y el tratamiento que los medios informativos impresos del Área Metropolitana de Guadalajara y del interior del estado otorgan durante el periodo de campañas electorales, a candidatas, candidatos independientes, partidos políticos y coaliciones, del Proceso Electoral Local 2021 en Jalisco.

### Objetivos específicos

- Monitorear los 13 medios impresos del Área Metropolitana de Guadalajara y 15 regionales establecidos en el “Anexo técnico que contiene las especificaciones de los servicios de monitoreo de las transmisiones que, sobre las campañas electorales en el proceso electoral concurrente 2020-2021, se realice en los programas que difundan noticias en radio, televisión y prensa escrita” del IEPCJ.
- Publicar seis informes quincenales y un informe final sobre la cobertura y tratamiento que estos medios impresos otorgan a candidatas y candidatos a diputados locales, candidatas y candidatos a municipales, y partidos políticos y coaliciones.

- Proporcionar información clara, precisa, visual y comparativa del tratamiento periodístico del periodo de campañas del proceso electoral, sobre los sujetos de interés arriba mencionados, respaldada mediante un trabajo académico riguroso y profesional.

## Universo

Las piezas informativas y de opinión que refieran a las campañas del Proceso Electoral 2020-2021 en Jalisco publicadas en los medios informativos impresos establecidos por el IEPCJ.

## Criterios metodológicos

La metodología del monitoreo para medios impresos establece como unidad de análisis la pieza informativa. Esta categoría comprende las piezas informativas, fotonotas, entrevistas, reportajes, crónicas, columnas de opinión, artículos de opinión, editoriales y cartón político. Quedan excluidos los índices de notas, tiras cómicas y publicidad.

La codificación de unidades de análisis permite obtener datos sobre el conjunto de piezas informativas publicadas. La codificación de variables sobre los sujetos de interés — candidatos, partidos y coaliciones— posibilita conocer el dato del número de notas en las que los sujetos individuales e institucionales son mencionados

Con base en estas categorías, el número total de piezas informativas no necesariamente coincidirá con el número de piezas informativas que mencionen a los actores analizados, dado que una pieza informativa puede mencionar a más de un candidato o partido. Esta distinción es fundamental para entender la recurrencia informativa comprendida en las piezas informativas acerca de los candidatos, partidos y coaliciones contendientes en el proceso electoral en Jalisco.

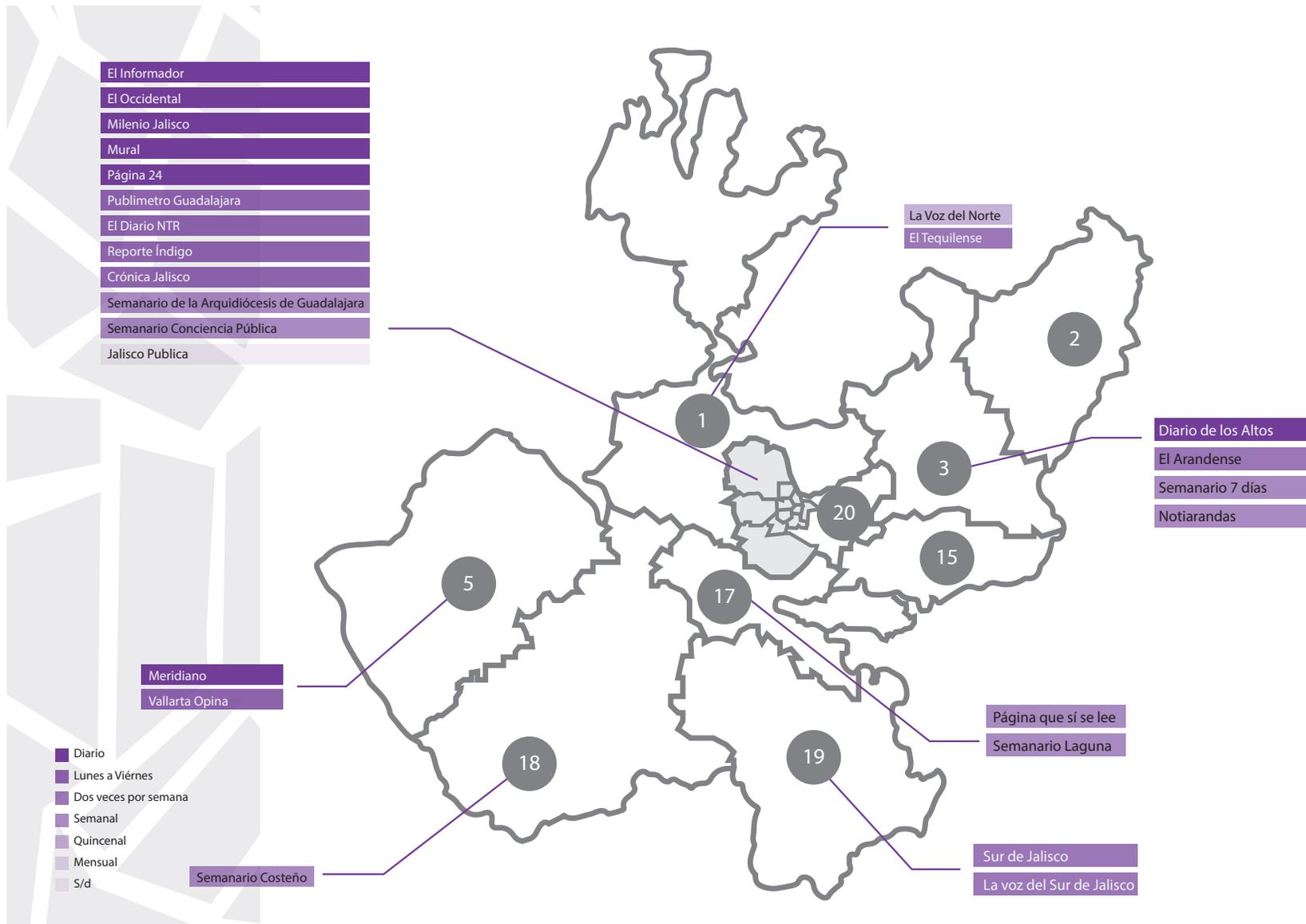
### III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos de las campañas del Proceso Electoral 2021 en Jalisco durante el periodo del 18 de abril al 1 de mayo de 2021

Este segundo informe parcial de monitoreo comprende el periodo de campañas del 18 de abril al 1 de mayo de 2021 y se refiere a piezas informativas publicadas en 25 medios impresos del estado de Jalisco, de un total de 28 medios de la lista seleccionada por el IEPCJ. La diferencia entre los monitoreados y la lista original obedece a que los medios excluidos no tienen versiones impresas, ya no circulan, o no estuvieron disponibles los ejemplares necesarios para el monitoreo en este periodo.

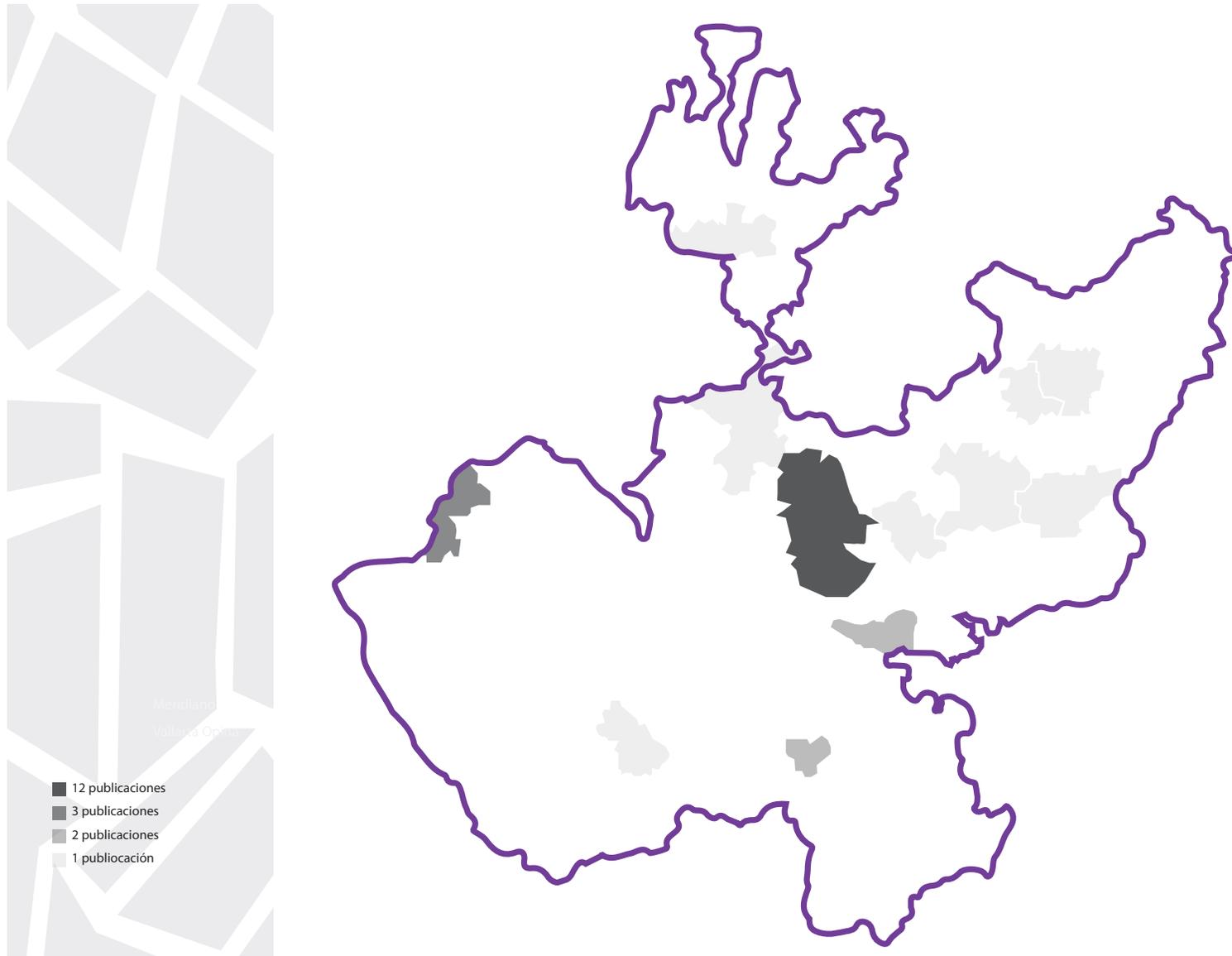
De los 25 medios monitoreados, 12 son editados en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) y los restantes 13, en nueve municipios de Jalisco. Se trata del mismo número de medios que en el primer informe parcial, pero con una diferencia: en esta ocasión no se incluyó a la publicación Cuarto Poder, de Zapotlanejo, que circula en forma mensual, pero sí se incluyeron piezas publicadas por el medio quincenal Voz del Norte, con sede en Bolaños.

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



Mapa No. 1 Periódicos monitoreados por distritos electorales en Jalisco

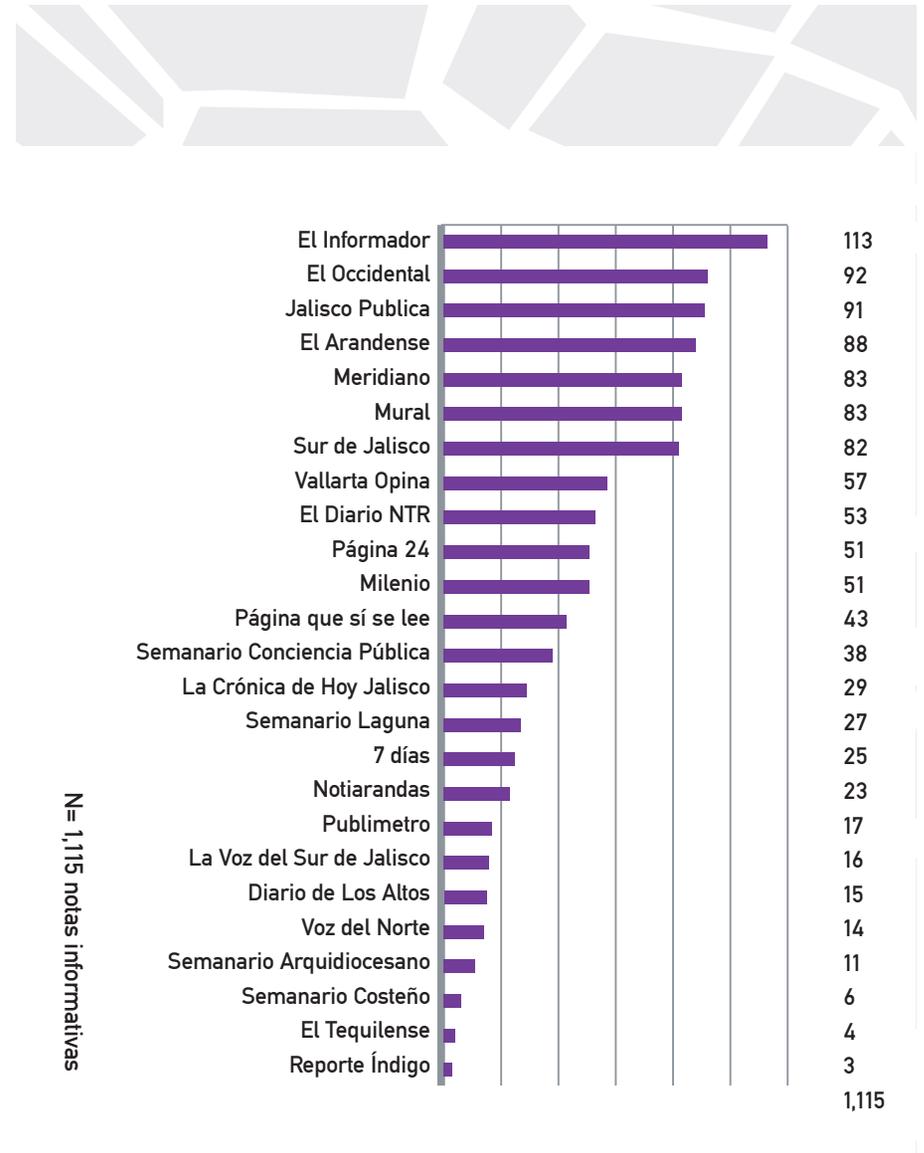


Mapa No. 2 Periódicos monitoreados por municipios en Jalisco

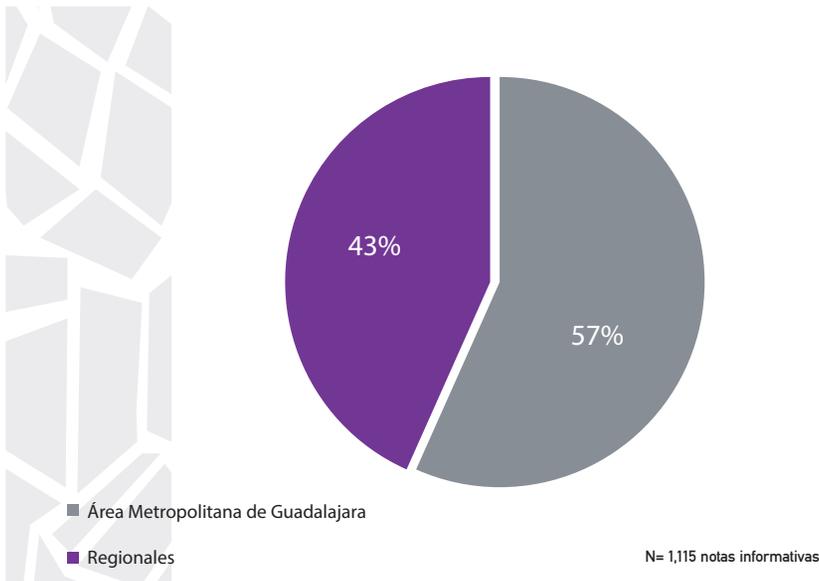
## Datos generales del monitoreo

En este segundo periodo de monitoreo fueron identificadas 1,115 piezas informativas destinadas al tema de las elecciones de Jalisco publicadas en los 25 medios de comunicación monitoreados. En comparación con el primer informe puede notarse una distribución menos centralizada: 57% de las piezas fueron publicadas por medios con sede en el ÁMG, cuando en el periodo anterior esa cifra llegó a 67.6% de las piezas. Además, en esta ocasión algunos de los medios con más publicaciones fueron originarios de municipios del interior de Jalisco: El Arandense (Arandas) y Meridiano (Puerto Vallarta) fueron el cuarto y el quinto con más piezas.

Destacó, sin embargo, la relevancia del periódico El Informador, decano de la prensa jalisciense: con 113 piezas, representó 10.1% de todo lo monitoreado.



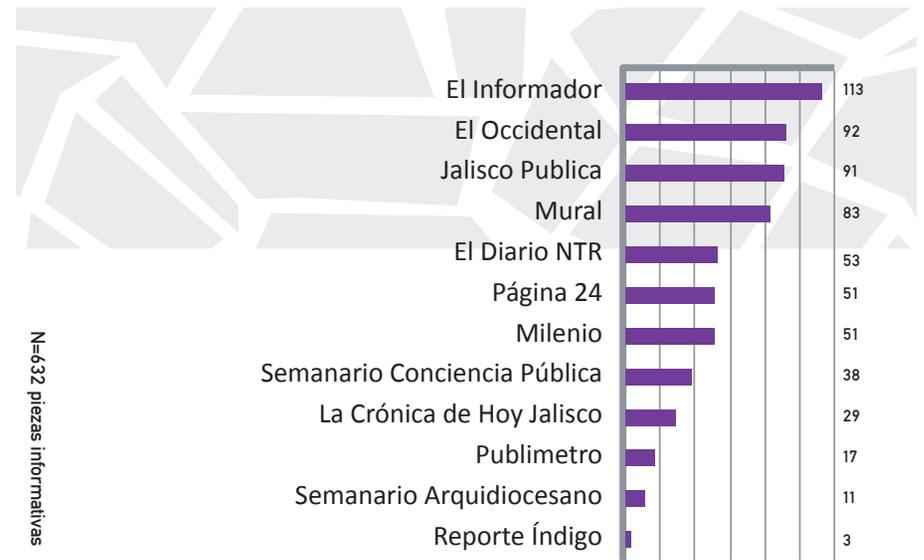
Gráfica No.1 Cobertura de medios impresos jaliscienses



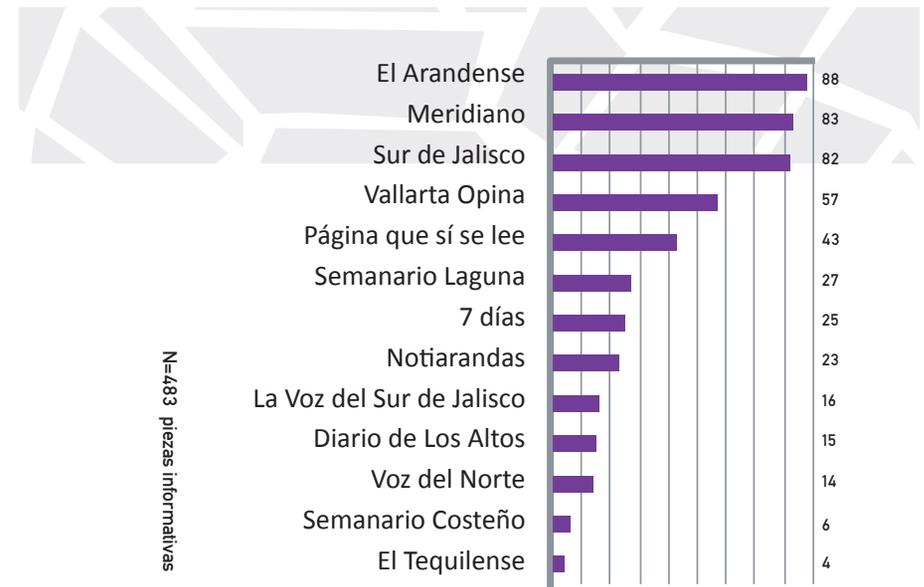
Gráfica No. 2 Distribución de piezas informativas por lugar de origen

Por otra parte, entre los 13 medios regionales hubo tres que sumaron la mitad de las piezas monitoreadas en ese grupo: los mencionados El Arandense y Meridiano más Sur de Jalisco (Zapotlán el Grande).

También se pudo observar que tres de cada cuatro piezas relativas a las elecciones emplearon recursos técnicos como fotografías o gráficos o como parte de la información presentada.



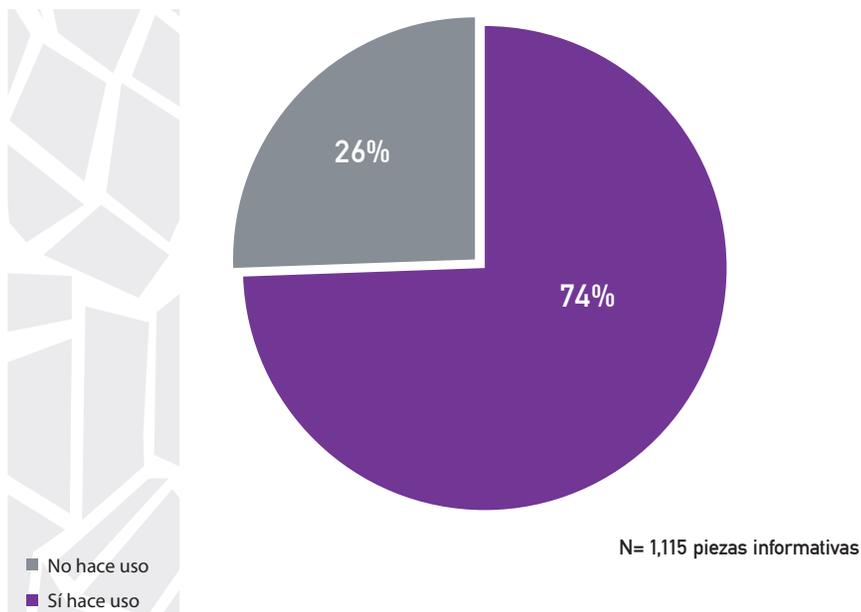
Gráfica No. 3 Número de piezas por medios impresos del AMG



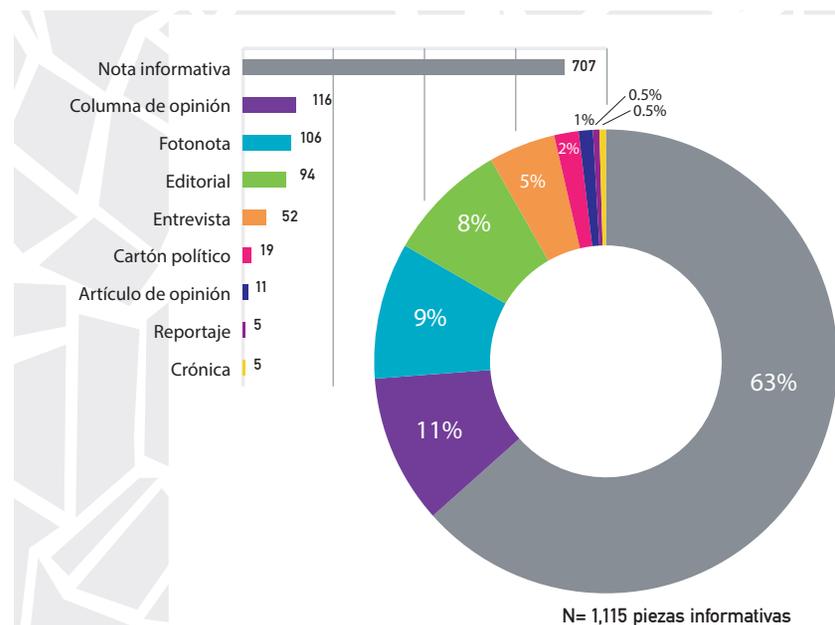
Gráfica No. 4 Número de piezas por medios impresos regionales

Este ejercicio de monitoreo observa los géneros periodísticos de las piezas publicadas. Como en el primer periodo, en esta segunda quincena de nuevo sobresalió la preeminencia de piezas informativas: 78% de la información fue presentada en géneros de este tipo, por solo 21% de piezas en géneros de opinión. Las notas informativas, por sí solas, representaron 63% del total de piezas.

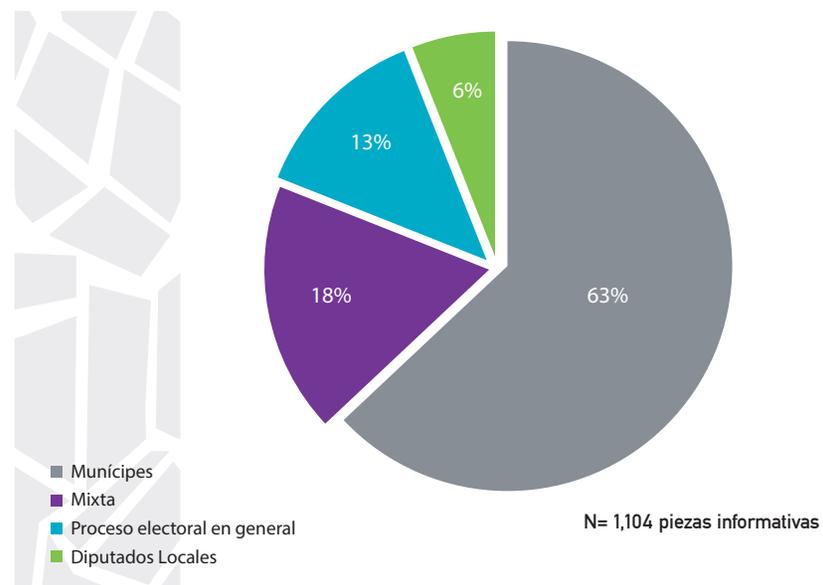
Y también fue similar la distribución de la cobertura a las distintas campañas del proceso electoral local: 66% de las piezas



Gráfica No.5 Uso de recursos técnicos



Gráfica No. 6 Distribución de notas por género periodístico



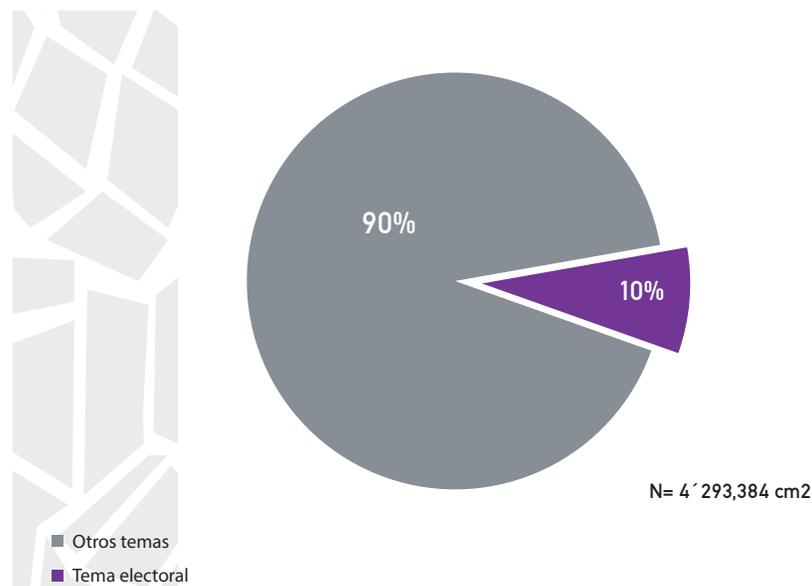
Gráfica No. 7 Número de piezas destinadas a aspirantes a municipios y diputaciones

fueron dedicadas exclusivamente a las contiendas por alcaldías de Jalisco, mientras que las campañas por diputaciones locales merecieron apenas 5% de menciones exclusivas.

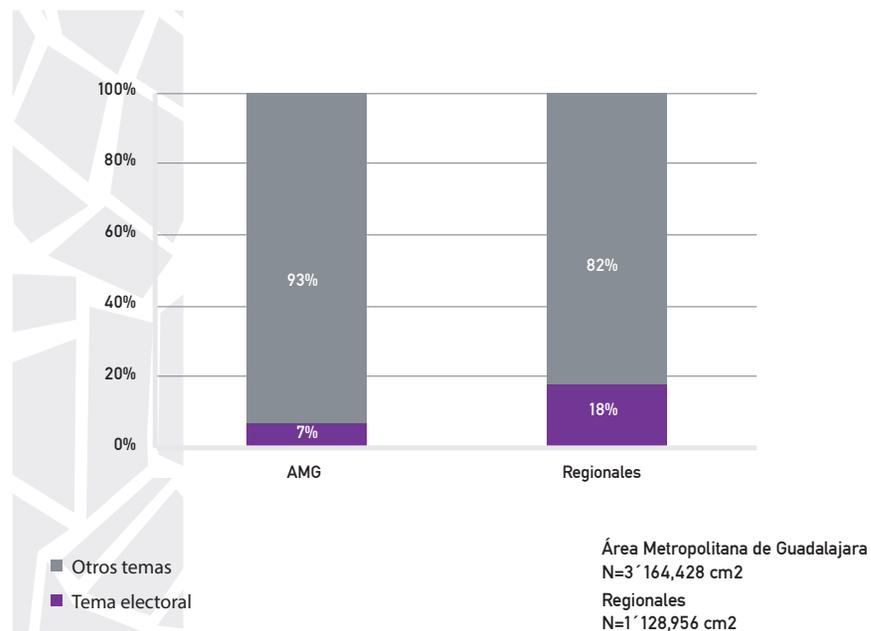
### Espacio periodístico dedicado a las elecciones

El monitoreo también comparó el espacio que las publicaciones sobre las elecciones en Jalisco cubrieron en cada medio impreso, y de esa medición se desprende que los medios del ÁMG dedicaron mucho menos, en proporción, que los del resto de Jalisco: 7% contra 18% respectivamente. En conjunto, los 25 medios monitoreados dedicaron 10% de su espacio a información sobre las elecciones.

Como en el primer periodo de monitoreo, el semanario Conciencia Pública, del ÁMG, y El Arandense, de Arandas, fueron los medios impresos que mayor espacio de sus ediciones dedicaron a las elecciones en Jalisco; Conciencia Pública dedicó dos terceras partes de su espacio total a asuntos de elecciones en Jalisco. En contraste, algunas de las publicaciones del ÁMG con mayor circulación fueron los que menos espacio emplearon



Gráfica No. 8 Espacio destinado al tema de las elecciones en Jalisco



Gráfica No. 9 Espacio destinado a las elecciones en Jalisco por lugar de publicación

para estos temas: Reporte Índigo apenas dedicó 1% de su espacio a las elecciones, y los periódicos Mural, Milenio, El Diario NTR y La Crónica de Hoy Jalisco no llegaron ni a 4% de su espacio.

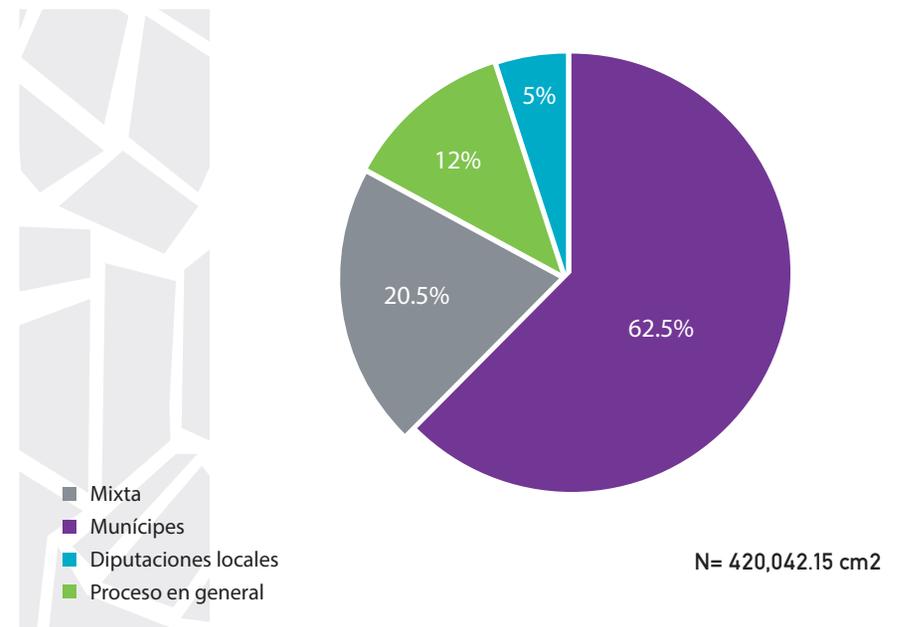
Las piezas dedicadas solo a campañas por alcaldías de Jalisco representaron 62.5% del espacio cubierto; si se observan solo los medios generados desde el ÁMG, las piezas que hablaron solo sobre estas campañas llegaron a 69% del espacio; en el caso de los medios regionales el espacio cubierto fue 56% y hubo más piezas que hablaron sobre campañas mixtas (28% del espacio).

Medio impreso	Total
Semanario Conciencia Pública	58.62%
Jalisco Publica	17.67%
El Occidental	13.70%
Semanario Arquidiocesano	8.76%
Página 24	7.12%
El Informador	4.33%
Publimetro	4.28%
La Crónica de Hoy Jalisco	3.74%
El Diario NTR	3.67%
Milenio	3.53%
Mural	3.50%
Reporte Índigo	1.02%

Tabla No. 1 Espacio destinado a elecciones locales en medios del AMG

Medio impreso	Total
El Arandense	42.02%
Semanario Laguna	38.47%
Sur de Jalisco	32.93%
Voz del Norte	26.39%
Página que sí se lee	25.25%
7 días	25.00%
Notiarandas	24.86%
La Voz del Sur de Jalisco	17.85%
Meridiano	14.62%
Semanario Costeño	12.11%
Diario de Los Altos	11.03%
Vallarta Opina	9.82%
El Tequilense	5.89%

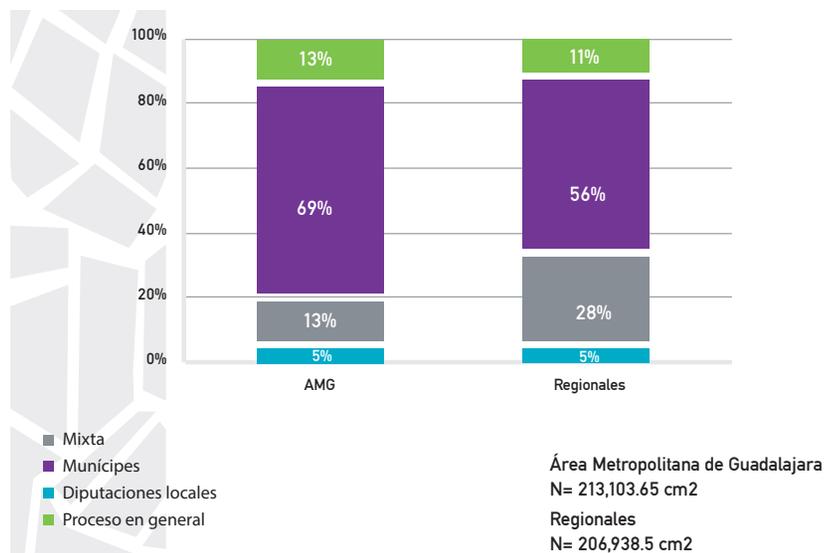
Tabla No. 2 Espacio destinado a elecciones locales en medios del interior del estado



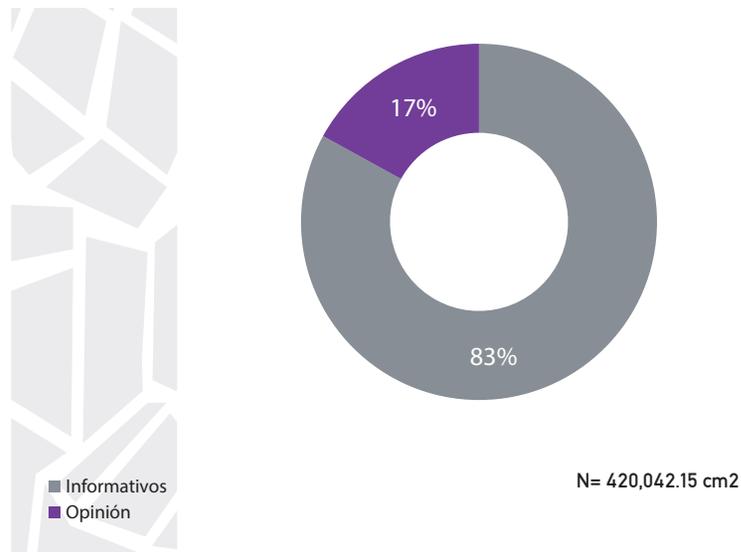
Gráfica No. 10 Espacio destinado a aspirantes a municipios y diputaciones

Haber monitoreado el espacio que cubrieron las piezas confirma que la información dedicada solamente a las campañas por diputaciones locales ronda 5% en todos los indicadores.

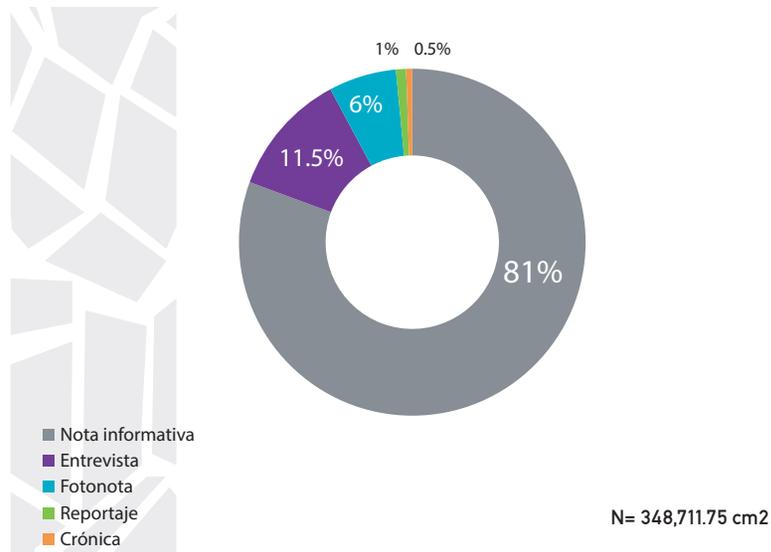
Además, la medición del espacio cubierto por las piezas subraya la preeminencia de los géneros informativos (83%) sobre los de opinión (17 por ciento).



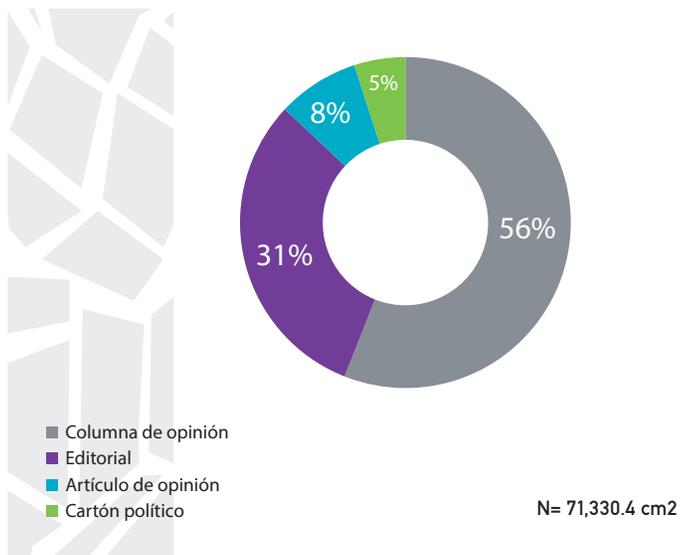
Gráfica No. 11 Distribución de espacio por contienda en AMG y regionales



Gráfica No. 12 Distribución de espacio por género periodístico



Gráfica No. 13 Distribución de notas por género informativo

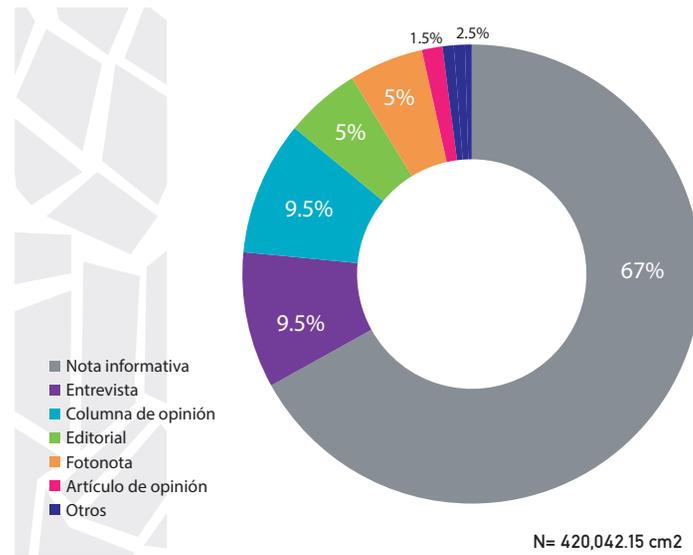


Gráfica No. 14 Distribución de notas por género de opinión

Esta forma de medir la cobertura también confirma que los medios apuestan principalmente por notas informativas, pues las piezas de este género, por sí solas, abarcaron 67% del espacio total dedicado a las elecciones.

## Encuadres y su distribución en las piezas informativas

El monitoreo también observó los encuadres que cada medio usa en la producción de la pieza informativa, es decir, un enfoque específico que implicara caracterizaciones o un tipo de lenguaje en particular. Se previó identificar dos encuadres específicos relativos a las contiendas electorales:



Gráfica No. 15 Distribución de piezas por género periodístico

- el “deportivo o bélico”, en el caso de que se emplearan lenguaje o metáforas sobre estos campos, como “competencia”, “oponente”, “guerra”, “golpe”, “choque” o “armas”, entre otros;
- y el encuadre de “estrategia”, cuando la pieza mencionara o describiera recursos o estrategias de campaña de la candidatura, como spots, publicidad, uso de gastos de campaña, actividades de simpatizantes, apoyo simbólico, etcétera.

Si una pieza monitoreada no podía ser identificada con cualquiera de esos encuadres, quedó registrada como “Otro”.

En este caso, 62% de las piezas mostraron elementos del encuadre de estrategia y 19%, del deportivo o bélico.

## Menciones a “guerra sucia”

Otro indicador sobre las piezas publicadas fue la observación de menciones a “guerra sucia” durante las campañas electorales: 9% de las piezas (98 de 1,115 piezas) incluyeron esa mención y, de ese total, 66 piezas, que representan 67%, fueron relativas a campañas entre candidatas y candidatos a municipales y 24 (24.5%), a cualquier tipo de campaña.

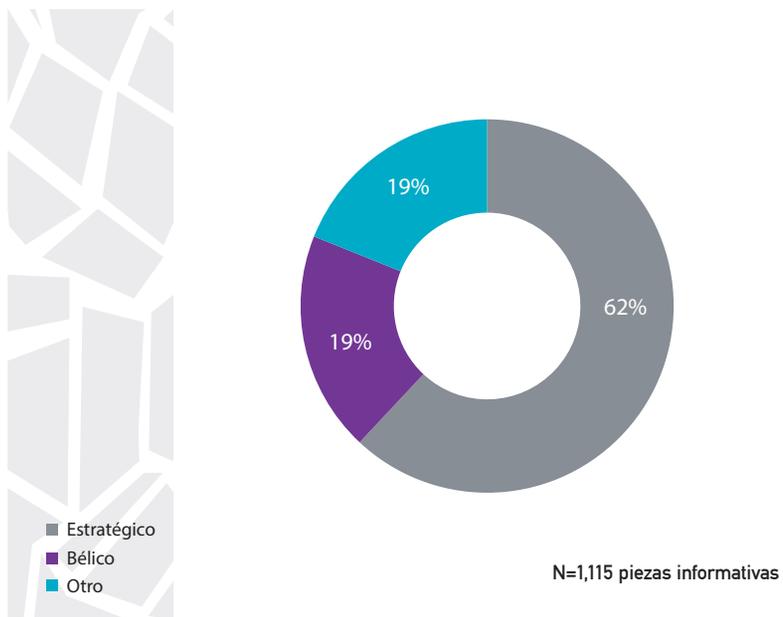


Gráfico No. 16 Distribución de piezas según encuadre

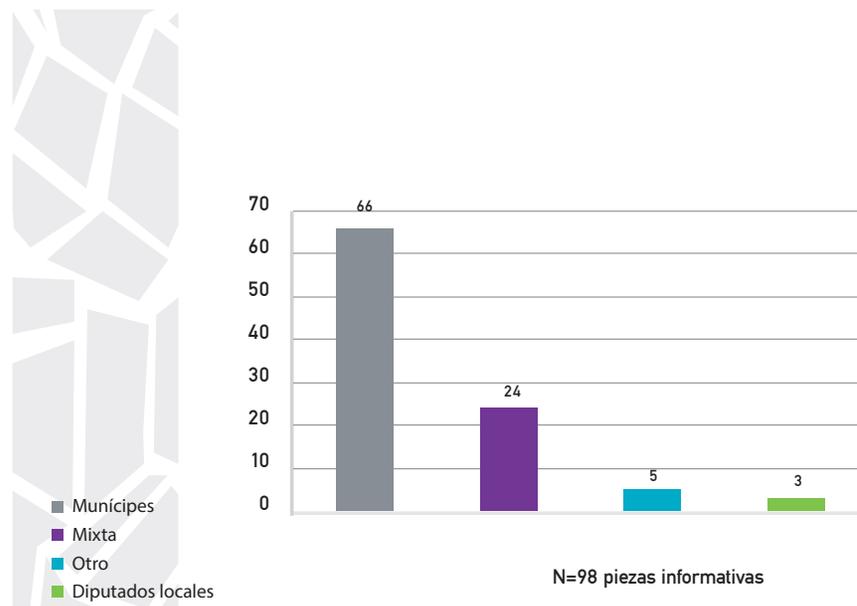


Gráfico No. 17 Piezas informativas que mencionan “guerra sucia” (por tipo de elección)

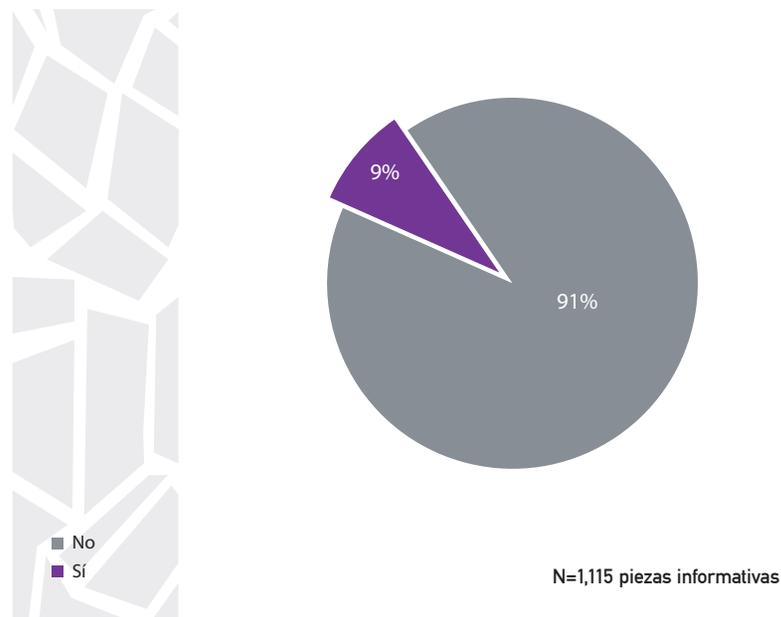
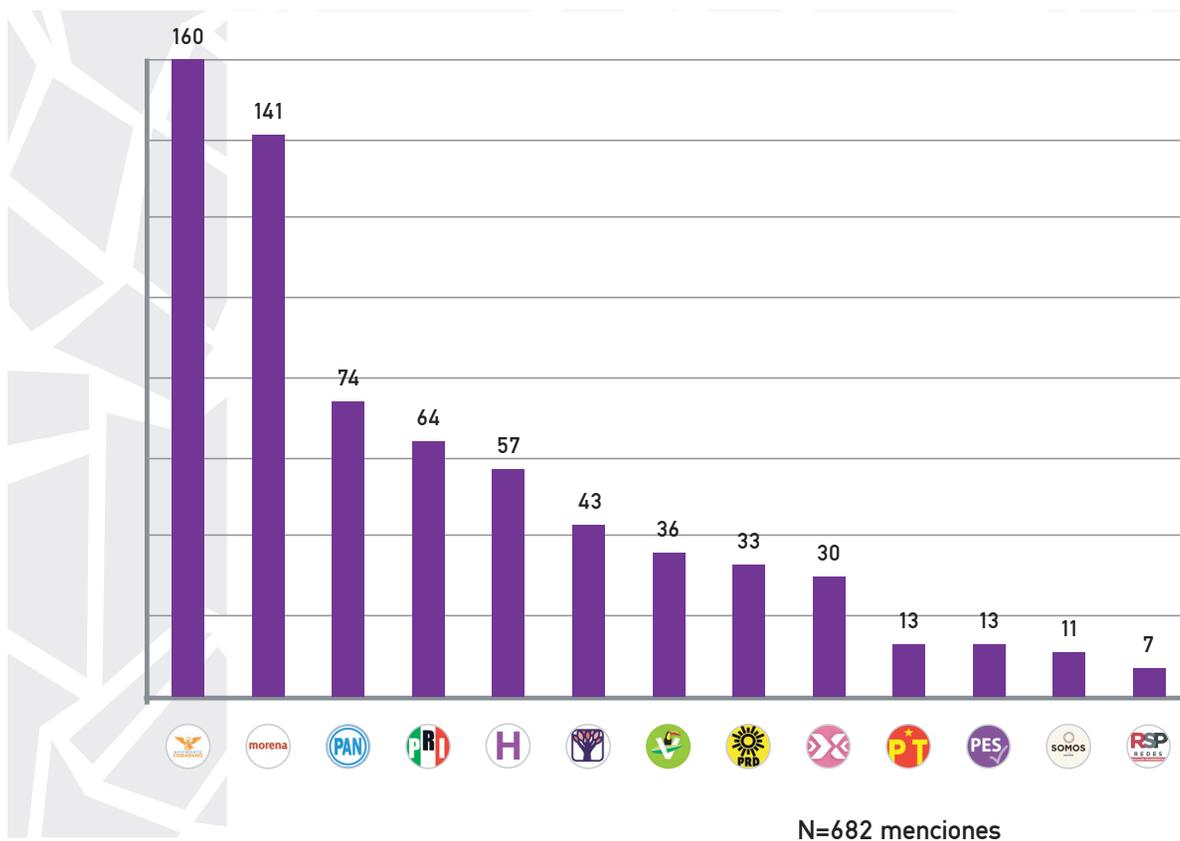


Gráfico No. 18 Piezas informativas que mencionan “guerra sucia”

## IV.- Cobertura y tratamiento a partidos políticos

El monitoreo permitió detectar 682 piezas informativas que incluyeron menciones a alguno o varios de los partidos políticos que participan en el proceso electoral en Jalisco. Los dos partidos más mencionados fueron los mismos que en el primer periodo de monitoreo, aunque en esta ocasión cambiaron su posición y hubo mayor distancia entre ellos: Movimiento Ciudadano apareció en 160 piezas y Morena, en 141. El tercer lugar llegó apenas a la mitad que Morena: el PAN con 74 menciones.

En contraste, Redes Sociales Progresistas, Somos, Encuentro Solidario y el Partido del Trabajo fueron, en ese orden, los menos mencionados, con menos de 15 piezas en cada caso.



Gráfica No. 19 Cobertura a partidos políticos

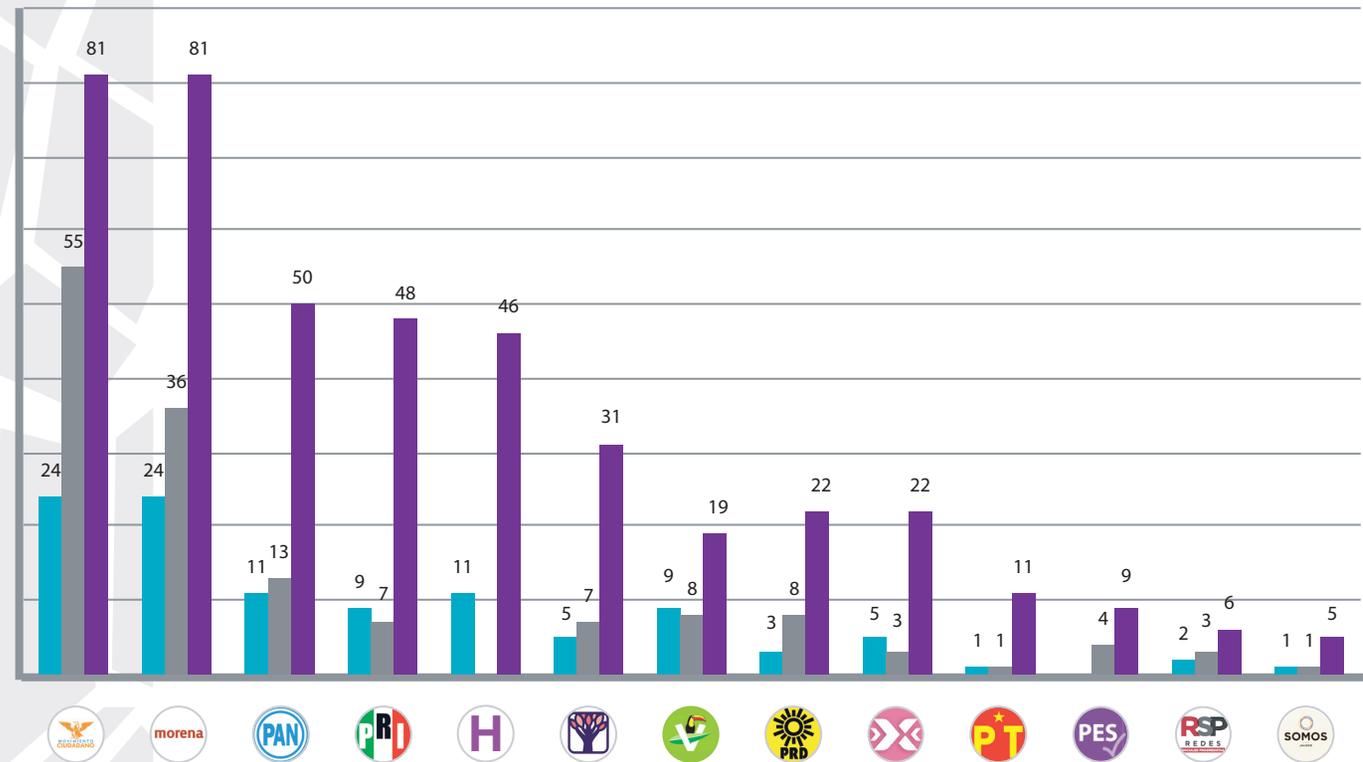
## Tratamiento a los partidos políticos

El monitoreo también sirvió para observar el tipo de tratamiento que se le dio en cada pieza a los partidos políticos, distinguidos en las categorías Positivo, Negativo y Neutral. La intención de este ejercicio es identificar qué valoración se da al sujeto institucional analizado en cada pieza, a partir de criterios como los siguientes:

- Positivo: la publicación califica positivamente y de manera explícita al sujeto analizado, por el uso de adjetivos calificativos positivos, enunciados en la redacción del medio o recogidos en la voz o cita de algún actor político.
- Negativo: la publicación califica negativamente y de manera explícita al sujeto de análisis, por el uso de adjetivos calificativos negativos, enunciados por el reportero o recogidos en la voz o cita de algún actor político.
- Neutral: no hay adjetivos calificativos sobre el sujeto; o bien, aun habiendo adjetivos positivos y negativos, el tratamiento es balanceado.

Del total de 682 piezas, 63.2% fueron neutrales, 21.4% negativas y 15.4%, positivas, pero, al observar el tratamiento a cada partido político, aparecen contrastes en algunos casos. Por ejemplo: Movimiento Ciudadano (que, como ya se dijo, fue el más mencionado en este monitoreo) solo mereció la mitad de menciones de tipo neutral y fue el que tuvo mayor proporción de menciones negativas (34.3%), algo similar al caso de Morena (segundo más mencionado), con 57.4% de menciones neutrales por 25.5% de tipo negativo.

Los partidos con mayor proporción de tratamiento neutral fueron el Partido del Trabajo (84.6%) y Hagamos (80.7%, sin menciones negativas y con casi 20% de positivas). En cambio, Encuentro Solidario fue el que recibió mayor proporción de tratamiento negativo (30.7% de sus 13 apariciones) y el Partido Verde Ecologista de México, el que tuvo mayor porcentaje de tratamiento positivo (25% de las 36 piezas en que se habló de él).



■ Positivo  
 ■ Negativo  
 ■ Neutral

N= 682 menciones

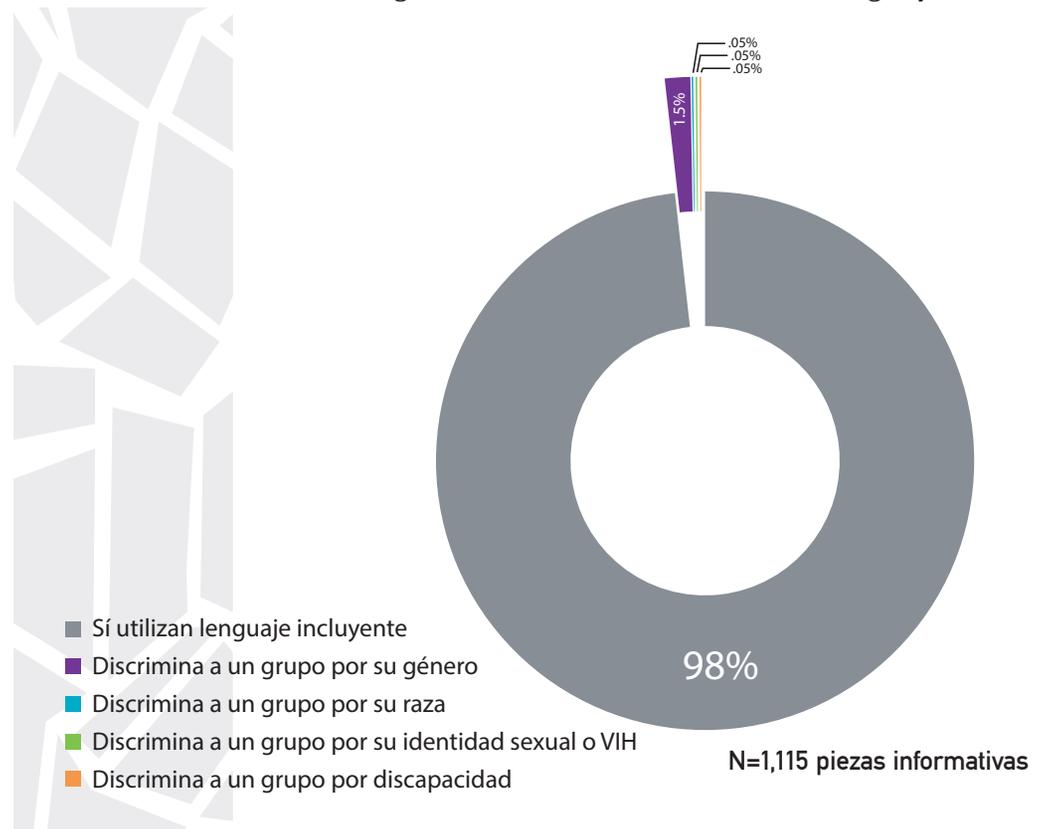
Gráfica No. 20 Tratamiento a los partidos.

## V.- Género y uso de lenguaje incluyente

El monitoreo procuró observar el modo en que las publicaciones de los medios atienden la dimensión de género al mencionar a personas involucradas en el proceso electoral. Uno de los rasgos observados fue el uso de lenguaje incluyente o no sexista, con la intención de identificar si se promueve la discriminación hacia grupos vulnerables.

El monitoreo permitió identificar que en solo 20 de las 1,115 piezas monitoreadas se usó un lenguaje que resultara discriminatorio por alguna razón, la principal de las cuales (17 piezas, 11 de ellas en medios regionales) fue precisamente el género.

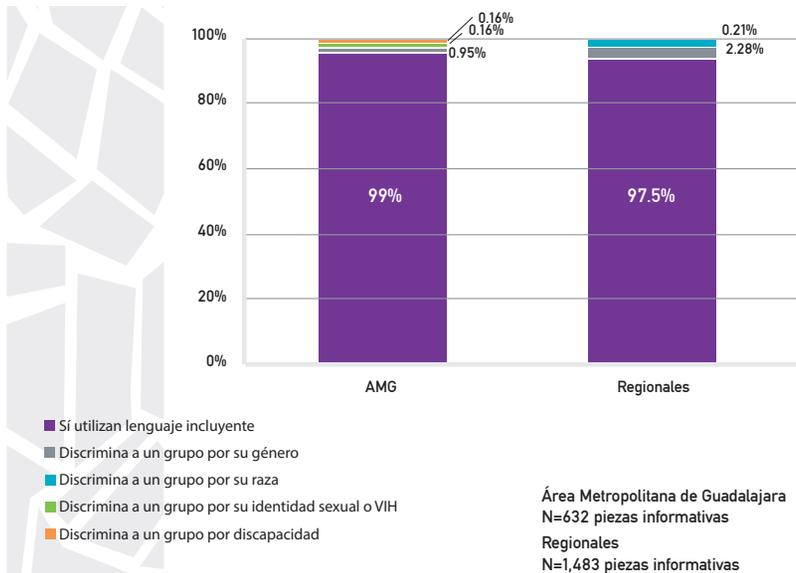
Sin embargo, en esta ocasión también se observó en específico si la redacción



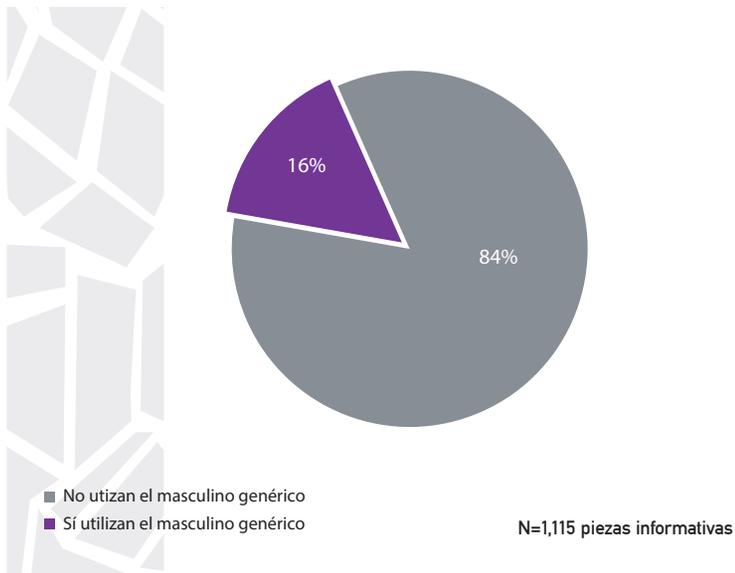
Gráfica No. 21 Piezas informativas que utilizan lenguaje incluyente

## MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



Gráfica No. 22 Piezas informativas que utilizan lenguaje incluyente en AMG y regionales



Gráfica No. 23 Piezas informativas que hacen uso del masculino genérico

de la pieza informativa usaba el lenguaje masculino genérico para describir a las personas; por ejemplo, si hablaba de “los candidatos” aunque fuera evidente la presencia de una o más candidatas; en este ejercicio se identificaron 174 de las 1,115 piezas monitoreadas, o 16% del total.

Entre los casos en que se hizo uso de lenguaje discriminatorio por razones de género, se observó el comentario de la columna de opinión Perfil Político en Meridiano, de Puerto Vallarta, el 21 de abril:

“MUJER CONTRA MUJER: Aunque el discurso moral habla del empoderamiento de las mujeres, la realidad es que el principal enemigo de una mujer en campaña es otra mujer. Las doñitas de las colonias andan vueltas locas por un charrito llamado Juan Calderón, a quien se disputan en clases de zumba”.

De las 20 piezas en que se detectó el empleo de lenguaje discriminatorio, una fue identificada por una alusión discriminatoria en relación con la etnicidad de las personas; se trató del comentario publicado en Página que sí se lee, de Chapala, el 10 de abril, en un editorial titulado “Chapulines”:

“Se venden a los partidos de cualquier color que sea, blancos, morenos y prietos, siempre que llenen la cartera”.

Otra de estas piezas fue identificada por el uso de lenguaje discriminatorio en relación con personas con discapacidades: el comentario del candidato Alberto Uribe, de Morena, replicado en una nota informativa de La Crónica de Hoy Jalisco del 19 de abril, que habló de esta forma de personas con discapacidad visual:

“Para prácticamente todos aquellos que traen el bastón de ciego”.

Finalmente, una pieza más fue identificada como discriminatoria por el tipo de alusión que hizo a integrantes de comunidades de la diversidad sexual o que viven con VIH Sida: el comentario publicado en la columna La Tremenda Corte, de Milenio, el 23 de abril, y que citó al candidato del PAN a alcalde de Guadalajara:

“La cosa es que Fernando Garza se la tomó con humor y ayer, en redes sociales, el panista retó a los conductores a que visiten Guadalajara para sumarse al Torta Ahogada Challenge, pues sabe que a los interlocutores ‘les gusta mucho el chile, y además de maciza’. ¡Reto lanzado!”.

### **Candidatas y candidatos en las piezas informativas**

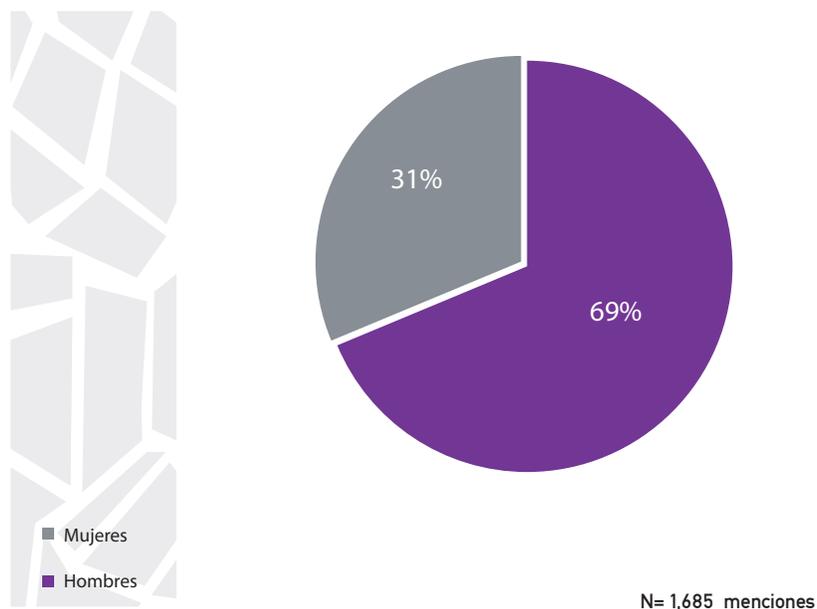
Al observar las piezas en que se habló de actores individuales, el monitoreo permitió identificar 1,685 menciones a candidatas y candidatos; en esta ocasión, sin embargo, las menciones a aspirantes mujeres fueron solo 527 o 31% de ese total.

El partido político con más menciones por esta vía fue Movimiento Ciudadano (556 o 33% del total) y le siguió, con menos de la mitad, Movimiento Regeneración Nacional (Morena, 264 veces, 15.6% del total). Pero estos dos partidos estuvieron, además, entre los que merecieron menos menciones a candidatas mujeres, en forma proporcional: al hablar de aspirantes de Morena, solo una quinta parte fueron mujeres.

Sin embargo, esa información se refiere solo a personas registradas por partidos políticos; en realidad, las candidaturas independientes resultaron las menos equilibradas de todas en este rubro: solo cinco de 47 menciones a aspirantes independientes se refirieron a mujeres.

En contraste, los partidos Encuentro Solidario y Somos lideraron la mayor proporción de menciones a aspirantes mujeres (65% en el caso del primero), pero también fueron los partidos con menos presencia (20 y 12 piezas respectivamente). El tercer lugar con más apariciones de mujeres fue el PRI, con 44% de alusiones a candidatas entre sus 129 militantes mencionados.

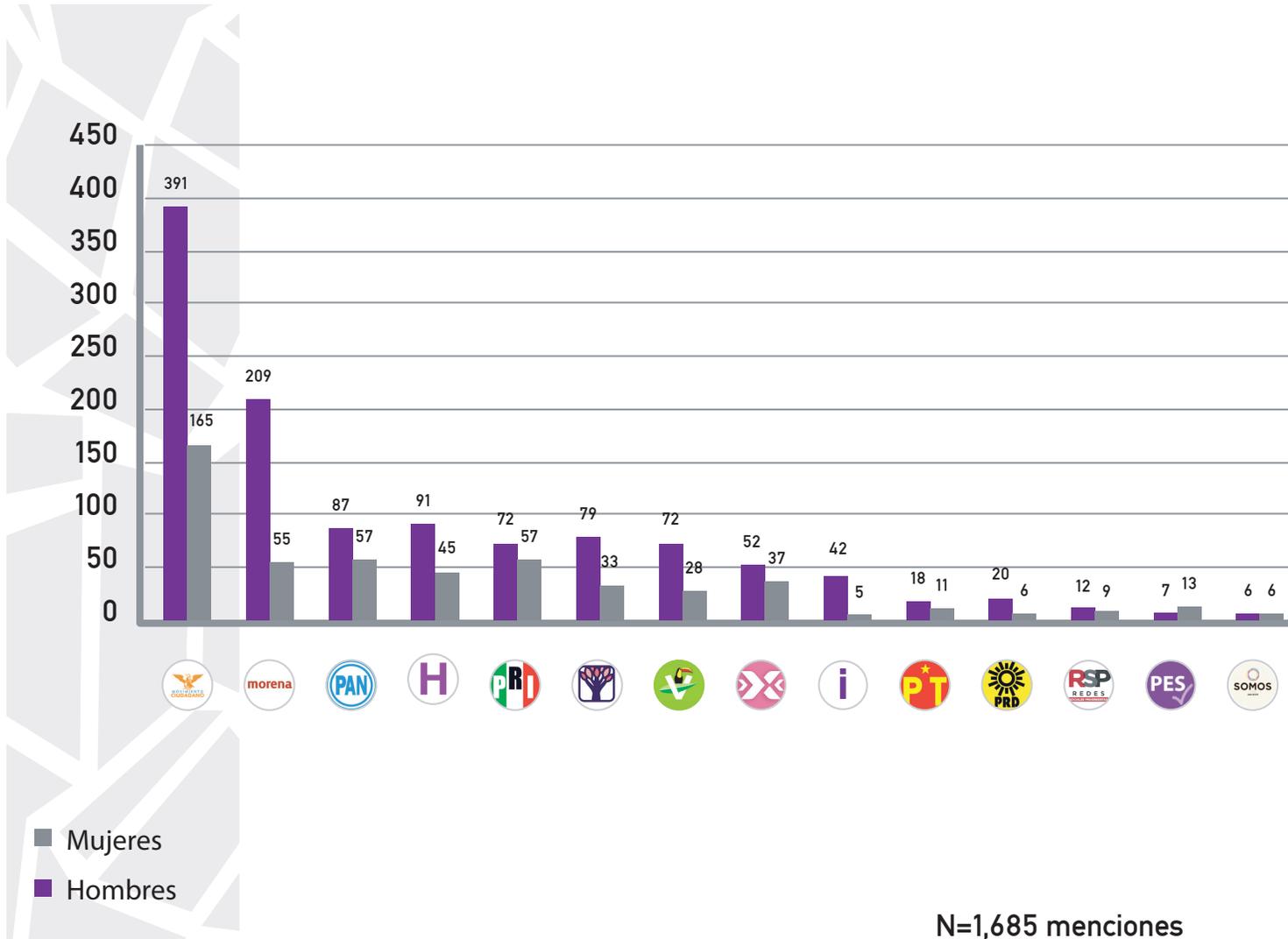
Estas tendencias se repiten al observar estos datos solo en relación con las campañas por alcaldías de Jalisco (1,453 menciones, 30% de ellas para mujeres): Encuentro Solidario, Somos y el PRI son los partidos con más menciones a candidatas, y Morena aparece como el partido político con menos candidatas mencionadas en forma proporcional. Con mayor desproporción, de nuevo, aparecen las candidaturas



Gráfica No. 24 Distribución de candidatas y candidatos en las piezas informativas

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

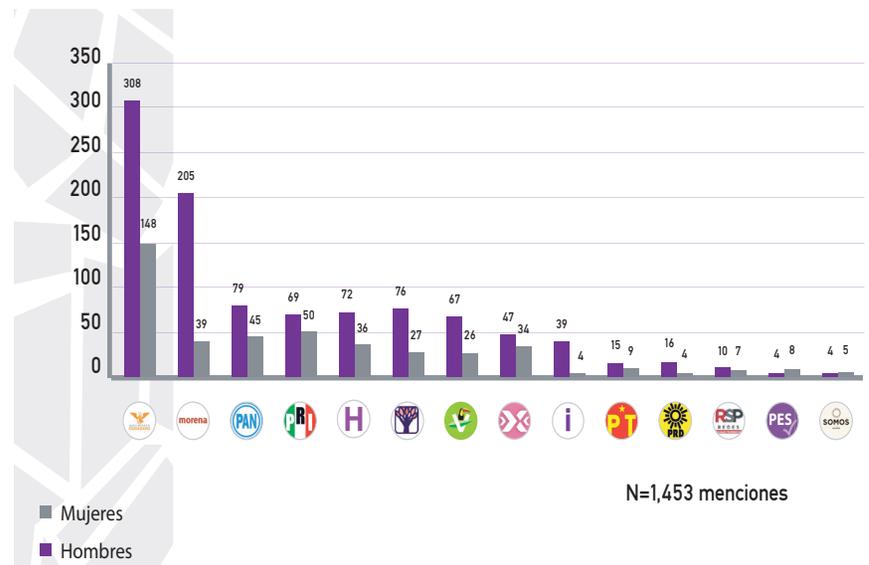


Gráfica No. 25 Distribución de candidatas y candidatos por partido político

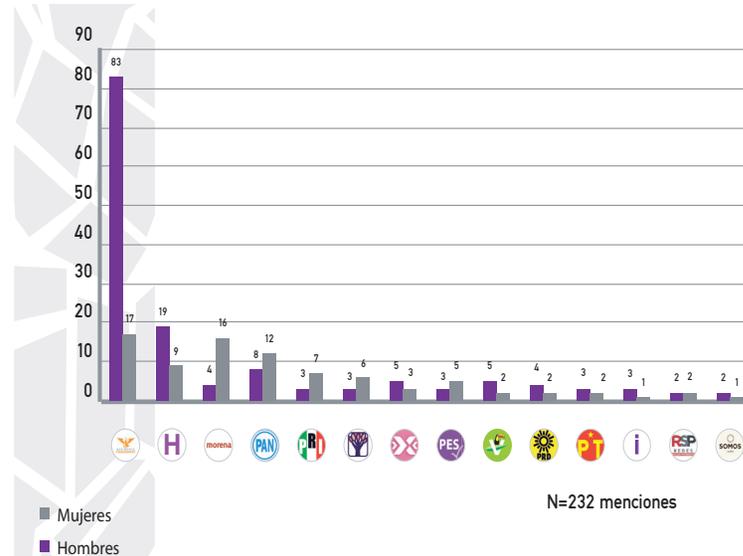
independientes: solo cuatro de 43 menciones a este tipo de aspirantes fueron para mujeres.

En cambio, cuando se trata de candidatas y candidatos a diputaciones en el Congreso de Jalisco (232 menciones, 36% para mujeres) Morena aparece con 80% de menciones a mujeres (16 de 20), mientras que Movimiento Ciudadano, con 100 de todas las piezas informativas en este rubro, es el que presenta menor presencia de candidatas, con solo 17 menciones.

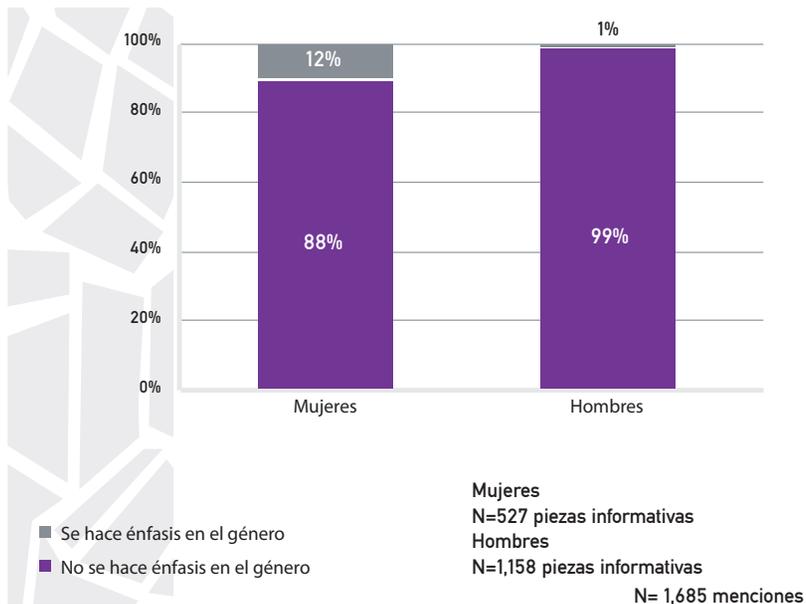
Al revisar rasgos específicos, se observa que hay pocos casos en donde se haga énfasis o se subraye de forma explícita el género del aspirante, y que ocurre sobre todo cuando se habla de una candidata (12% de los casos). Algo similar ocurre al observar si la pieza menciona la apariencia física, la vestimenta o la edad de la persona, pues esto solo se presentó en menos de 2% de los casos tanto al hablar de candidatos varones como de candidatas.



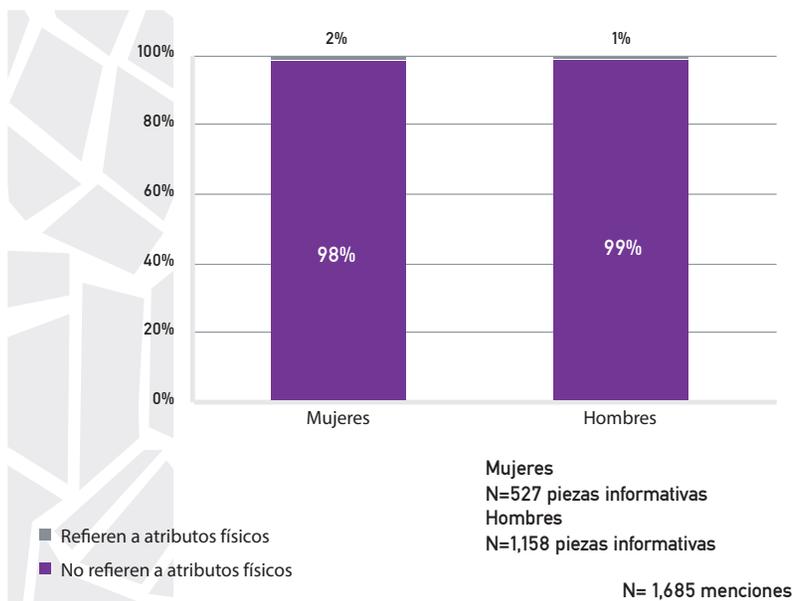
Gráfica No. 26 Distribución de candidatas y candidatos a municipio por partido político



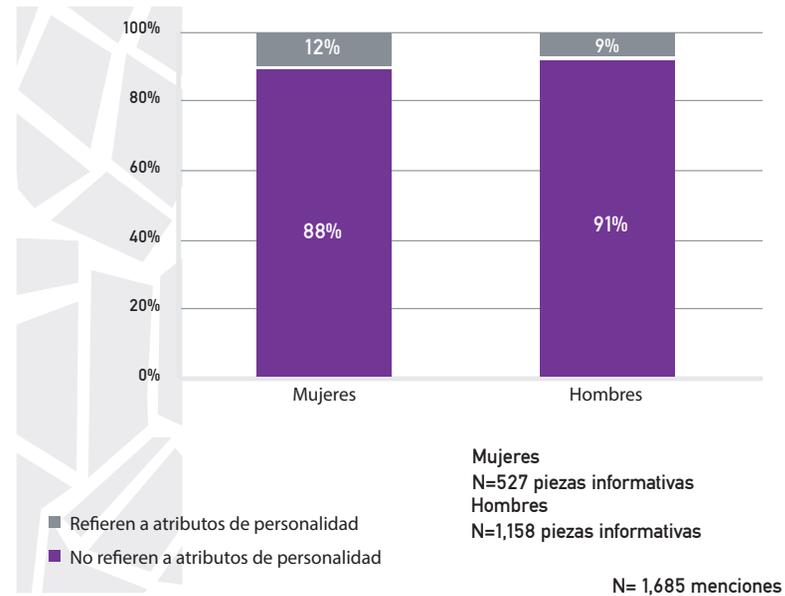
Gráfica No. 27 Distribución de candidatas y candidatos a diputaciones por partido político



Gráfica No. 28 Énfasis en condición de género en candidatas y candidatos



Gráfica No. 29 Condición de género y atributos físicos en candidatas y candidatos

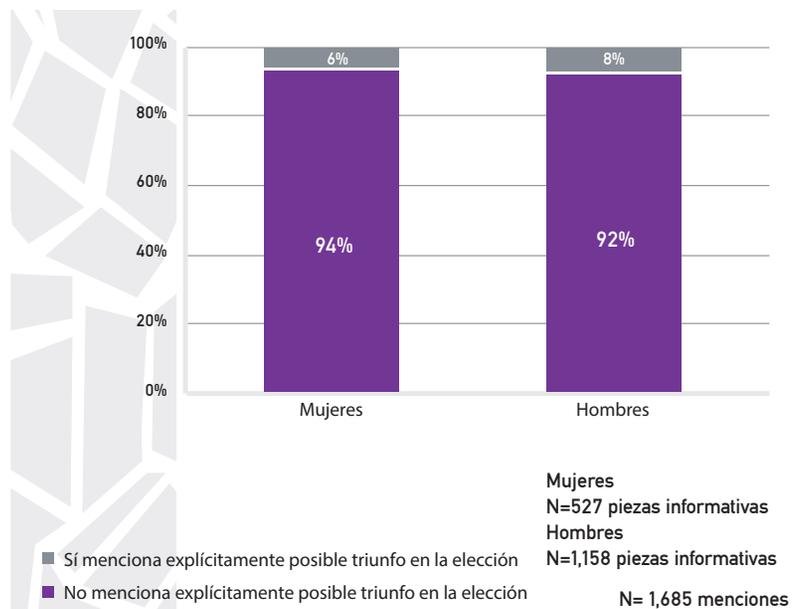


Gráfica No. 30 Énfasis en condición de género y atributos de personalidad en candidatas y candidatos

Un poco más frecuentes fueron las menciones a rasgos de personalidad o de carácter de los aspirantes: las piezas informativas hicieron este énfasis en 9% de los casos de candidatos varones y 12% de las candidatas.

### Posibilidades de ganar y propuestas de campaña

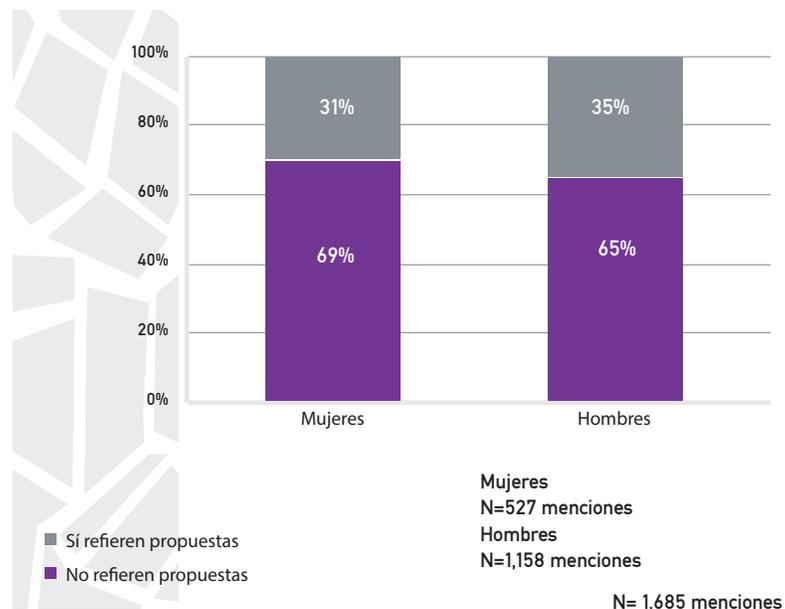
También se pretendió distinguir aquellas piezas en que se mencionaran de forma explícita las posibilidades de ganar de los y las aspirantes: en los casos de candidatos varones estas referencias aparecieron en 8% de las piezas y en 6% de los casos de candidatas.



Gráfica No. 31 Condición de género y posibilidad de triunfo en candidatos y candidatas

Por otro lado, en esta ocasión las piezas informativas dieron un tratamiento similar a candidatas y candidatos al mencionar sus propuestas de campaña: las incluyeron en 35% de las notas sobre varones y en 31% de las piezas relativas a mujeres.

Se identificaron 572 menciones (34% del total) a candidatas y candidatos en que se presentó alguna de sus propuestas, y



Gráfica No. 32 Énfasis en la condición de género y mención de propuestas en candidatas y candidatos

71% de ellas (407) fueron para candidatos varones. Seguridad, Obras públicas, Servicios públicos, Economía y Género fueron los temas más frecuentes (entre ellas sumaron 52% de las piezas informativas con propuestas).

Sin embargo, al observar las piezas relativas a esos cinco temas por el género de la persona mencionada, destaca

	H	M	Total
Seguridad	60	18	78
Obras públicas	55	11	66
Servicios públicos	49	11	60
Economía	39	19	58
Género	12	27	39
Educación	28	9	37
Medio ambiente	29	8	37
Salud / manejo de la pandemia	22	9	31
Actividades productivas	16	10	26
Movilidad urbana	14	11	25
Subsidios	18	6	24
Participación ciudadana	14	5	19
Corrupción	13	1	14
Empleo	5	5	10
Política interna	6	3	9
Transparencia	8	0	8
Impuestos	8	0	8
Cultura	3	4	7
Violencia	1	5	6
Reforma política	3	2	5
Empresas	4	0	4
Tecnología	0	1	1
Total	407	165	572

Tabla No. 3 Propuestas en piezas informativas por género

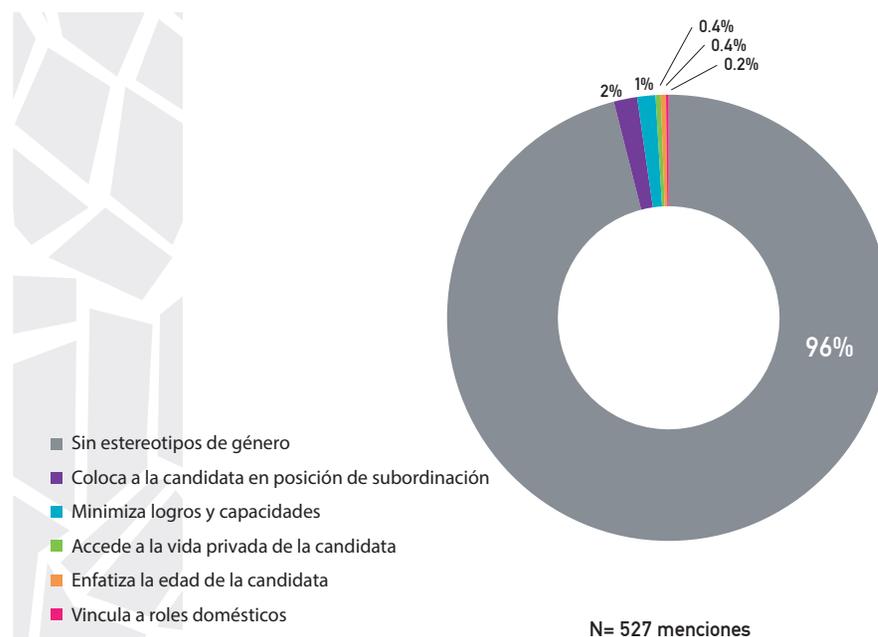
que solo en uno de ellos, Género, las menciones se refirieron principalmente a candidatas.

### Presencia de estereotipos de género

Finalmente se procuró observar la presencia de estereotipos de género en relación con la participación de mujeres candidatas; la intención fue detectar menciones que produjeran efectos como los siguientes: que se identificara a las mujeres como personas vinculadas a roles de trabajo doméstico; que se diera

más peso a su vestimenta o a rasgos físicos que a sus acciones, trayectoria o propuestas, y que se les colocara en situación de subordinación ante varones, entre otras.

De un total de 527 piezas con menciones a candidatas, 21 (es decir, 4%) incurrieron en rasgos vinculados a estereotipos de género, sobre todo por presentar a las candidatas como personas en posición de subordinación respecto de un varón, o por minimizar sus logros o capacidades.



Gráfica No. 33 Estereotipos de género en la participación de mujeres en su calidad de candidatas

De esas 21 menciones, 15 son alusivas a candidatas a presidenta municipal de Puerto Vallarta, una contienda que ya había aparecido con estos rasgos en el primer periodo de monitoreo. En esta ocasión, las menciones discuten los méritos de las mujeres designadas por los partidos políticos e incluso abundan en que algunas llegaron a la candidatura porque su partido no pudo registrar a un aspirante varón. Hay alusiones como las siguientes:

“[...] tendremos que resignarnos a una contienda de bostezo entre dos damas que están ahí no por méritos propios, sino porque un dedazo superior las designó”.

“[...] su abanderada, es candidata solo porque su marido no pudo serlo”.

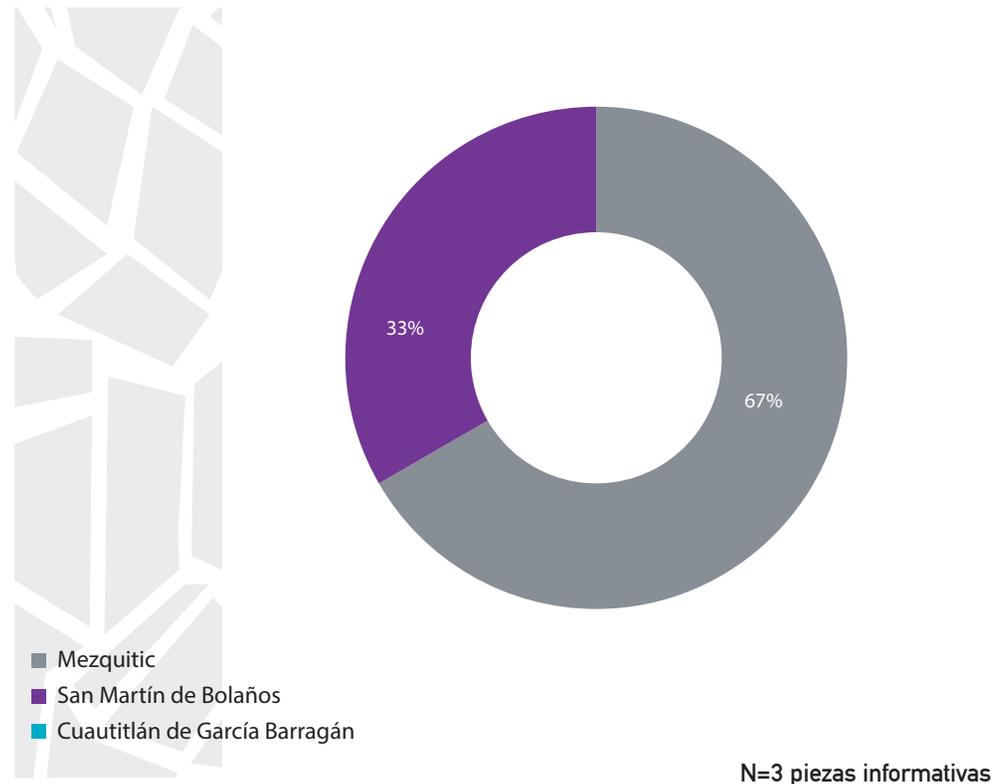
“[...] Arturo Dávalos [...] impuso de candidata a Lupita Guerrero y de regidora a su esposa, Candelaria Tovar”.

## VI.- Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos indígenas

El presente monitoreo también pretendió observar si las piezas informativas hicieron alusión directa a la condición indígena de candidatas o candidatos participantes en el proceso electoral.

En general, ninguna de las 1,685 menciones a aspirantes en el proceso electoral de Jalisco hizo referencia explícita a la condición indígena de las personas.

Sin embargo, sí fueron detectadas tres piezas con menciones a aspirantes de municipios con importante proporción de población de origen indígena: dos fueron para candidatos a la alcaldía de Mezquitic (César Rolando de la Torre Martínez, del PAN y Hugo Madera López, del PRI) y una más, para una candidata a presidenta de San Martín de Bolaños (Evangalina Pérez Villarreal, de Movimiento Ciudadano). En los tres casos, se trató de menciones que ofrecieron tratamiento positivo.



Gráfica No. 34 Candidatas y candidatos mencionados en municipios indígenas

## VII.- Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipales

El monitoreo permitió identificar 1,453 ocasiones en que se mencionó a candidatas y candidatos a municipio que

participan en el proceso electoral estatal.

Entre las 10 personas más mencionadas solo aparecieron aspirantes a tres

alcaldías: cuatro por Guadalajara, tres por Zapopan y tres por Puerto Vallarta;

y en ese mismo grupo solo se habló de una candidata: María Guadalupe

Guerrero Carvajal, candidata a

presidenta municipal de Puerto Vallarta por Movimiento Ciudadano.

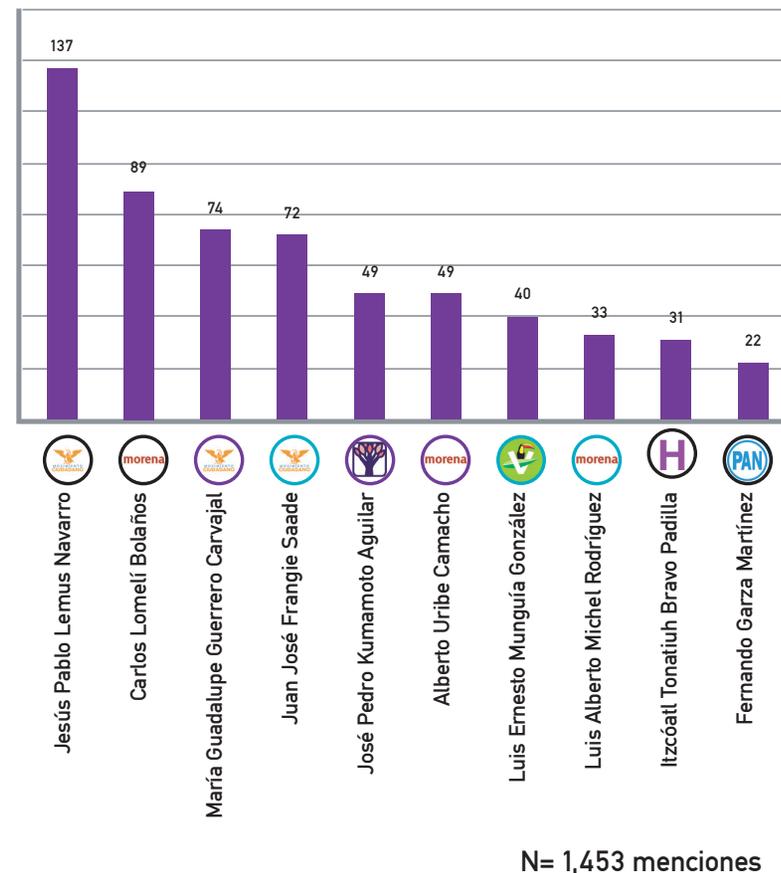
Por otro lado, el candidato con

más menciones apareció en 137 o

9.4% de todas las piezas: Jesús Pablo

Lemus Navarro, aspirante a alcalde de

Guadalajara por Movimiento Ciudadano.

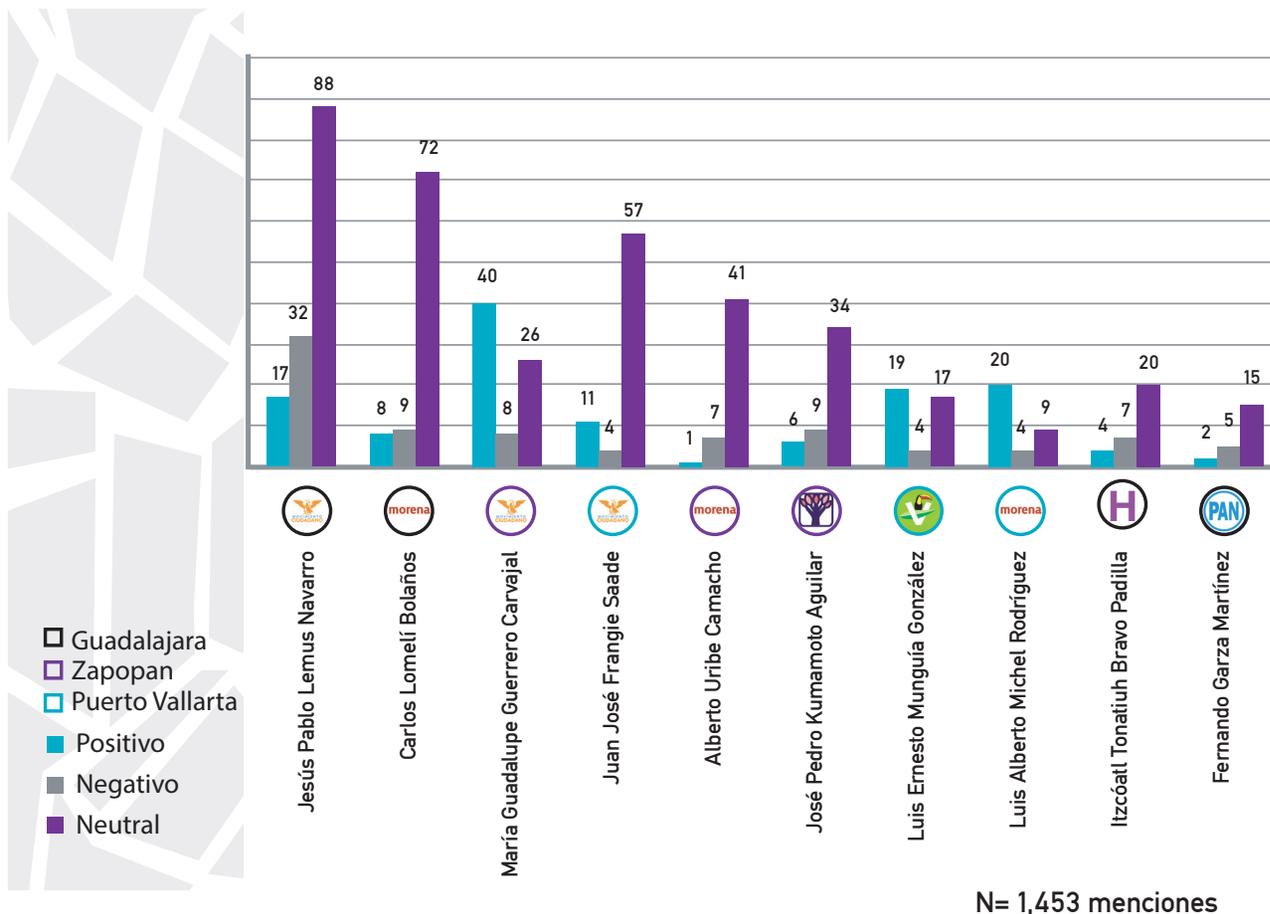


Gráfica No. 35 Cobertura de aspirantes a municipales con mas menciones

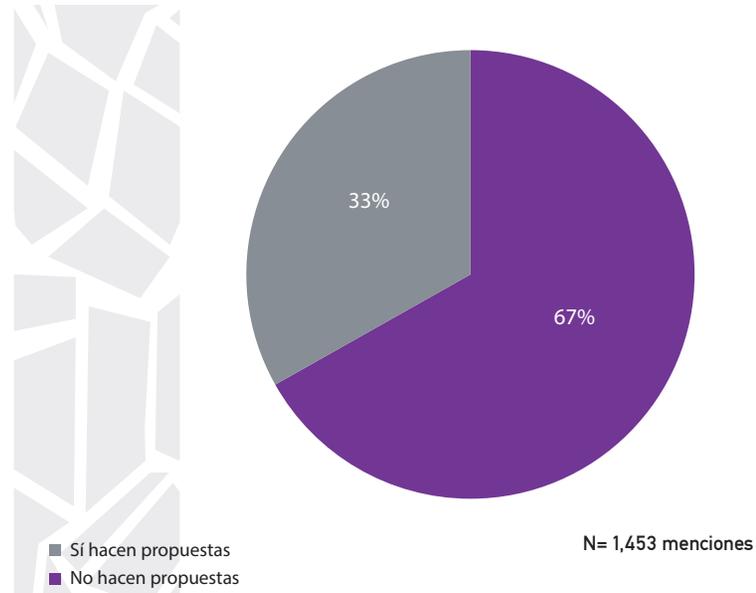
## Tratamiento a candidatas y candidatos

En relación con el mismo grupo de 10 candidatas y candidatos a municipales con más menciones, el tratamiento identificado en las piezas informativas fue de tipo Neutral en 64% de los casos, por 21% negativo y 15% positivo.

En este grupo destacan los casos de dos candidatos de Morena: Luis Alberto Michel Rodríguez, aspirante a la alcaldía de Puerto Vallarta, recibió el menor porcentaje de menciones con tratamiento neutral (27%) y el mayor porcentaje de menciones positivas (60.6%); y Alberto Uribe Camacho, candidato a alcalde de Zapopan, tuvo el máximo de menciones neutrales (83.6%) y el mínimo de positivas (solo una, entre las 49 que lo incluyeron).



Gráfica No. 36 Tratamiento a los 10 candidatos más mencionados a municipio



Gráfica No. 37 Piezas que mencionan propuestas de aspirantes a municipios

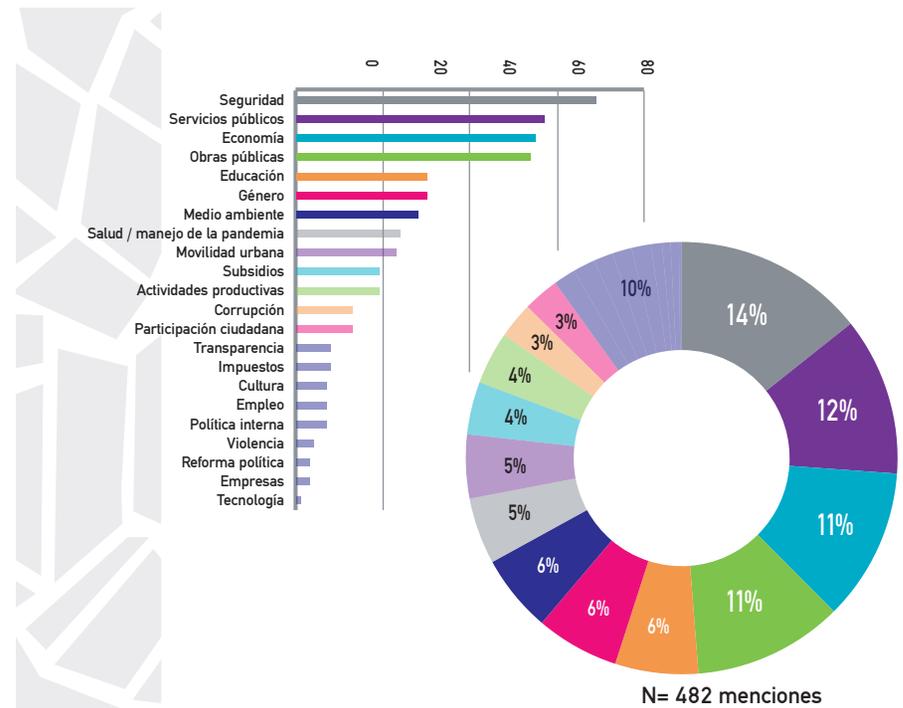
En cambio, Jesús Pablo Lemus Navarro, quien como se dijo antes fue la persona más mencionada en este grupo, tuvo el máximo de menciones negativas: 23.3% de las 137 veces en que apareció.

### Propuestas y temas

Del total de piezas informativas con menciones a aspirantes a munícipe, solo una tercera parte incluyeron propuestas de

campaña. Entre esas 482 piezas pueden identificarse 22 temas diferentes, pero las relativas a cuatro de ellos sumaron 48% del total: Seguridad, Servicios públicos, Economía y Obras públicas.

Si se revisan las piezas según el municipio involucrado, se desprende que los medios de comunicación publicaron información solo sobre 61 de los 125 municipios de Jalisco (18



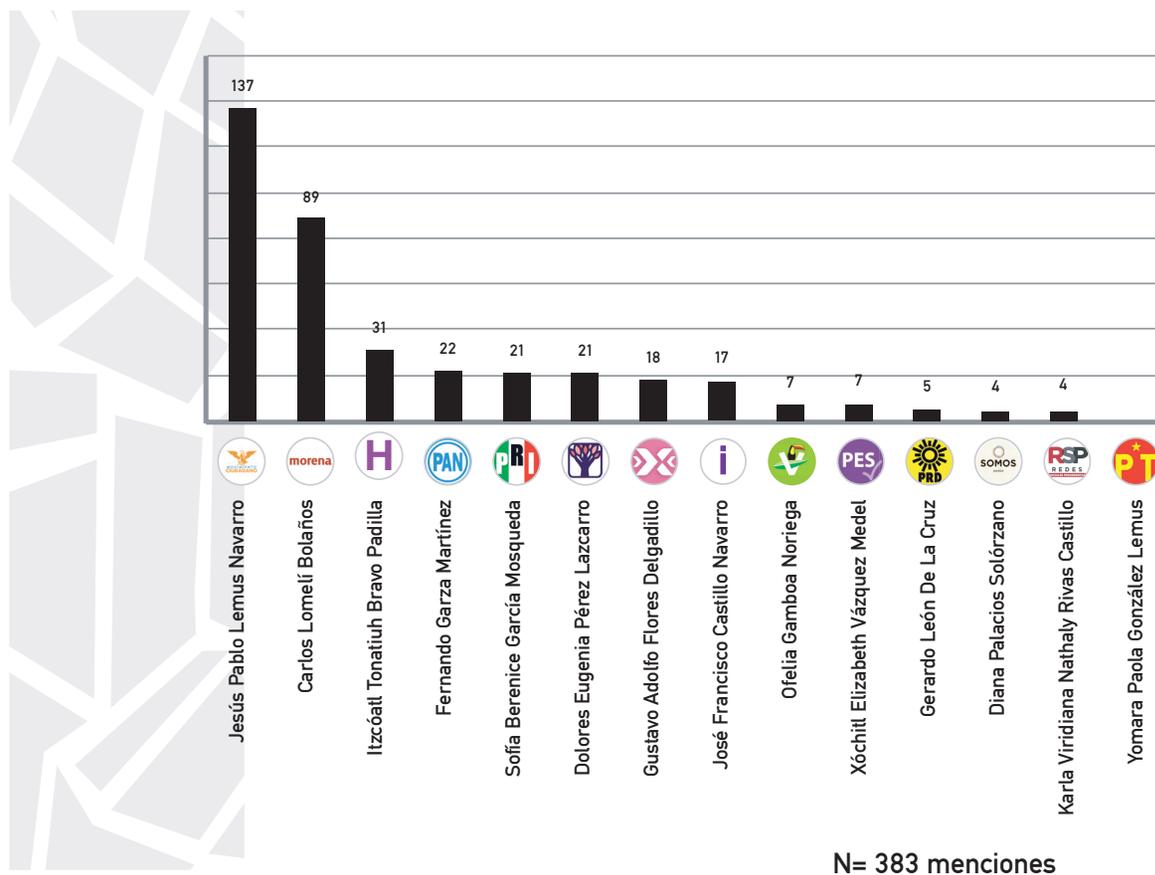
Gráfica No. 38 Distribución de temas de propuestas mencionadas por municipios

de ellos merecieron solo una mención cada uno). En este caso la información también pareció concentrada en tres municipios: las piezas relativas a Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta acumularon 55.7% de las menciones.

## Guadalajara

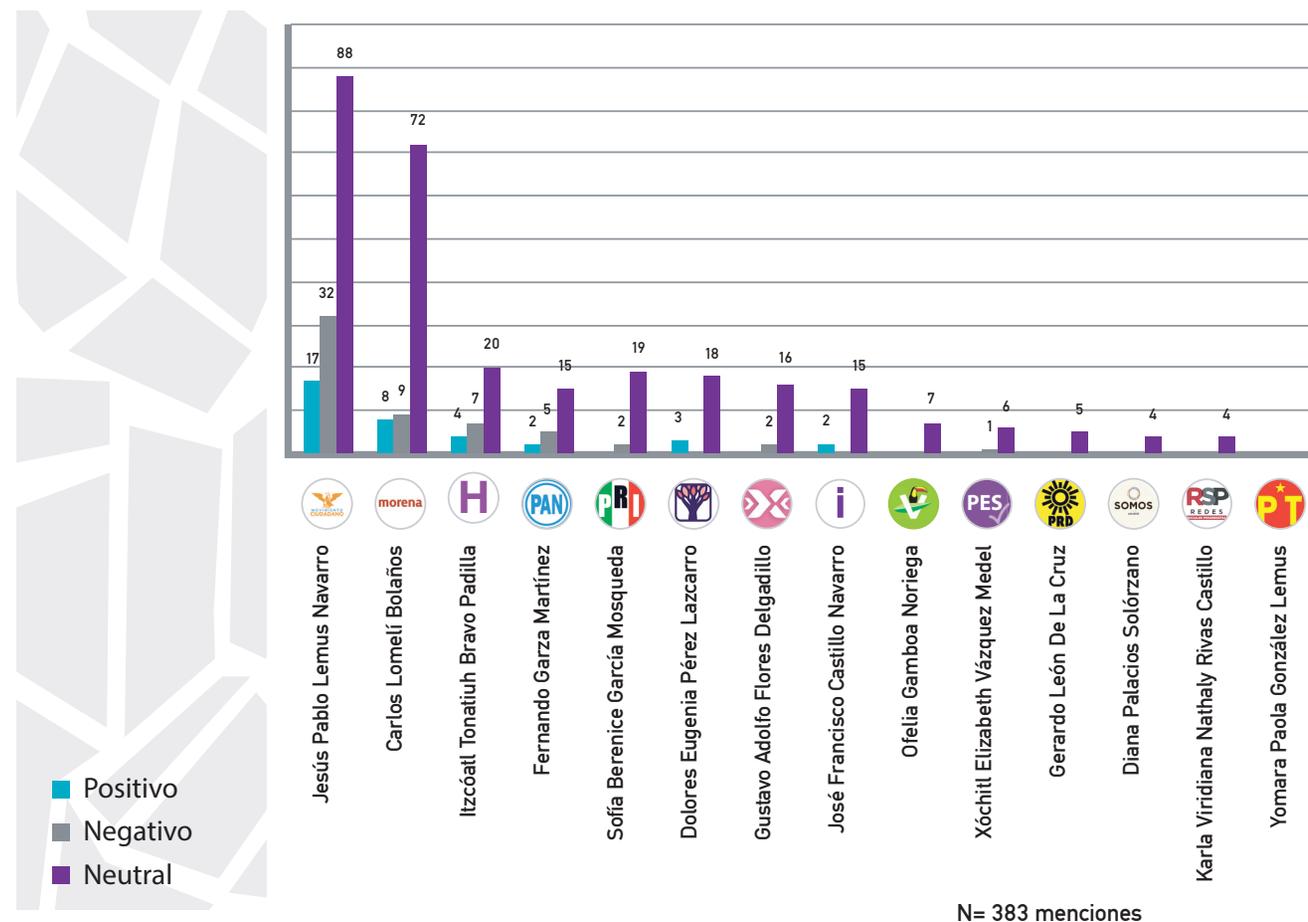
El monitoreo permitió detectar 383 piezas que se refirieron específicamente a aspirantes a munícipes de Guadalajara. Aunque hay 14 candidatas y candidatos para esta contienda, 59% de las menciones se refirieron solo a dos personas: el ya mencionado Lemus Navarro y Carlos Lomelí Bolaños, candidato por Morena (89 menciones o 23.2% del total).

La distancia respecto del resto de aspirantes es notoria: el tercer candidato más mencionado fue el representante del partido Hagamos, Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla, con solo 31 menciones, apenas 8% del total. Además, una candidata no apareció en ninguna de las piezas detectadas: Yomara Paola González Lemus, del Partido del Trabajo.



Gráfica No. 39 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Zapopan

Tres cuartas partes de las menciones a aspirantes a la presidencia municipal de Guadalajara fueron de tipo neutral; de hecho, cuatro personas solo merecieron menciones de este tipo, aunque ninguna llegó a 10 menciones entre las piezas monitoreadas: Ofelia Gamboa Noriega (Partido Verde Ecologista de México, PVEM), Gerardo León de la Cruz (Partido de la Revolución Democrática, PRD), Diana Palacios Solórzano (Somos) y Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo (Redes Sociales Progresistas, RSP).



Gráfica No. 40 Tratamiento a aspirantes a la alcaldía de Guadalajara

De las 383 menciones a aspirantes por Guadalajara, 184 (48%) incluyeron propuestas, y las 13 personas incluidas en esta cobertura tuvieron espacio para iniciativas propias. Los cinco temas más mencionados fueron

	Seguridad	Movilidad urbana	Servicios públicos	Economía	Obras públicas	Otros temas	TOTAL
Jesús Pablo Lemus Navarro	17	3	0	4	2	29	55
Carlos Lomelí Bolaños	6	2	7	3	3	25	46
Itzcóatl Tonatíuh Bravo Padilla	2	2	5	1	1	6	17
Sofía Berenice García Mosqueda	0	3	0	2	1	2	8
José Francisco Castillo Navarro	2	3	0	0	2	4	11
Fernando Garza Martínez	2	3	2	2	1	4	14
Dolores Eugenia Pérez Lazcarro	0	1	1	1	2	1	6
Gustavo Adolfo Flores Delgadillo	3	1	2	1	2	4	13
Xóchitl Elizabeth Vázquez Medel	0	2	0	0	1	1	4
Diana Palacios Solórzano	0	1	0	1	0	0	2
Ofelia Gamboa Noriega	0	1	0	0	0	1	2
Gerardo León De La Cruz	0	0	1	0	0	3	4
Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo	0	1	0	0	0	1	2
Yomara Paola González Lemus	0	0	0	0	0	0	0

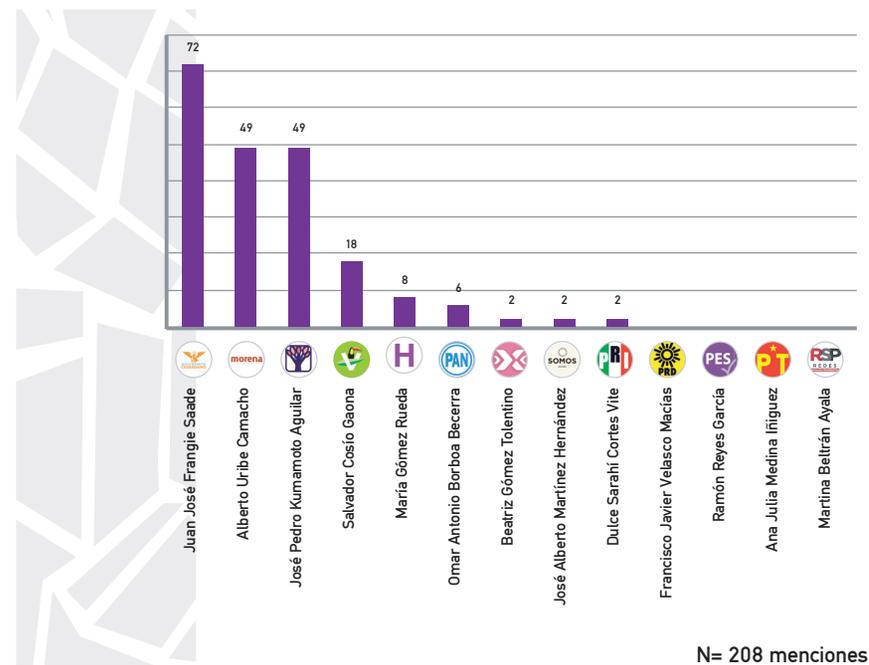
N= 383 menciones

Tabla No. 4 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes pos aspirante a la alcaldía de Guadalajara

Seguridad, Movilidad urbana, Servicios Públicos, Economía y Obras públicas, y aun en este grupo de temas apareció al menos una propuesta por cada una de las 13 personas.

## Zapopan

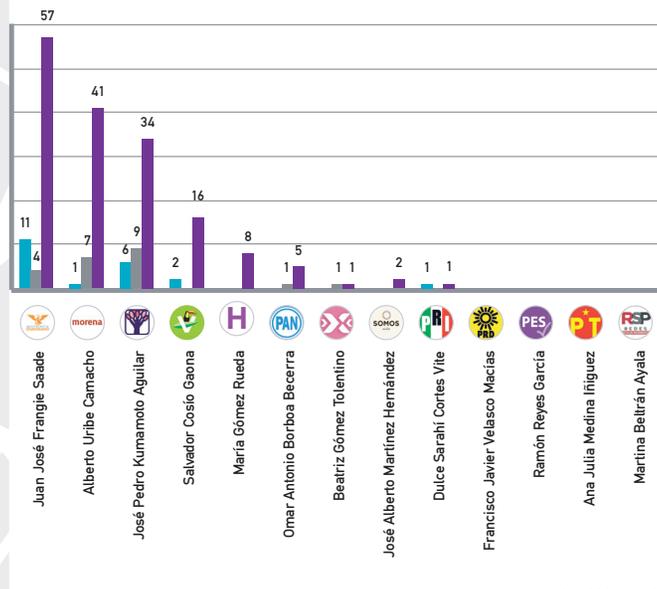
En el caso de este municipio la cobertura de los medios de comunicación resultó todavía más concentrada que en el de Guadalajara: solo fueron mencionados nueve de 13 aspirantes a



Gráfica No. 41 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Zapopan

la presidencia municipal, y tres de ellos concentraron 81.7% de las publicaciones, es decir, 170 de 208 piezas informativas.

También en el caso de este municipio el tratamiento a las candidatas y los candidatos pareció equilibrado, con 80% de menciones de tipo Neutral. Sin embargo, destacan el caso del tercer candidato más mencionado, José Pedro Kumamoto Aguilar (Futuro, 49 menciones), quien mereció 70% de menciones neutrales por 18% negativas y 12% positivas.



N= 208 menciones

Gráfica No. 42 Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Zapopan

Aspirante	Economía	Seguridad	Obras públicas	Medio ambiente	Servicios	Otros temas	TOTAL
Juan José Frangie Saade	9	4	11	0	2	14	40
José Pedro Kumamoto Aguilar	3	5	0	2	2	5	17
Alberto Uribe Camacho	5	5	2	3	3	7	25
Salvador Cosío Gaona	1	1	1	3	1	3	10
María Gómez Rueda	1	1	0	0	0	2	4
Omar Antonio Borboa Becerra	1	2	0	0	0	0	3
Dulce Sarahí Cortes Vite	0	0	0	0	0	0	0
Beatriz Gómez Tolentino	0	0	0	0	0	0	0
José Alberto Martínez Hernández	0	0	1	0	0	1	2
Francisco Javier Velasco Macías	0	0	0	0	0	0	0
Ramón Reyes García	0	0	0	0	0	0	0
Ana Julia Medina Iñiguez	0	0	0	0	0	0	0
Martina Beltrán Ayala	0	0	0	0	0	0	0

N= 208 menciones

Tabla No. 5 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Zapopan

Entre las 208 menciones, 101 (48%) aludieron a propuestas del o de la aspirante, la mitad de ellas concentradas en tres temas: Economía, Seguridad y Obras públicas. En este caso destaca que, de nueve aspirantes que sí merecieron menciones, dos candidatas aparecieron solo en dos piezas cada una, y en ninguna se incluyeron sus propuestas de campaña: Beatriz Gómez Tolentino (Fuerza por México) y Dulce Sarahí Gómez Vite (Partido Revolucionario Institucional, PRI).

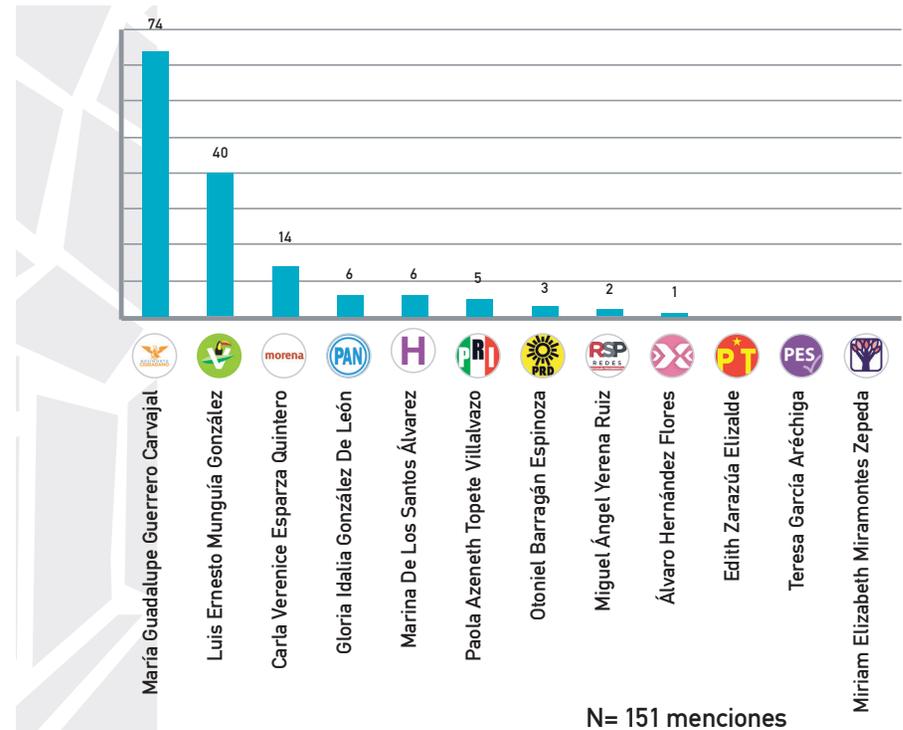
## Puerto Vallarta

Puerto Vallarta fue el tercer municipio más mencionado en las contiendas por alcaldías durante este periodo de monitoreo, con 151 piezas que hablaron de sus candidatas y candidatos. Sin embargo, también destacó en este caso la concentración de la cobertura periodística: la persona más mencionada fue una mujer (María Guadalupe Guerrero Carvajal, de Movimiento Ciudadano) y apareció en 74 ocasiones, 49% del total. Luis Ernesto Munguía González, candidato del PVEM, le siguió con 40 menciones, 26.5% del total. Mientras que esas dos personas acumulan tres cuartas partes de todas las menciones, otras tres

candidatas registradas para este municipio no aparecieron ni una sola vez.

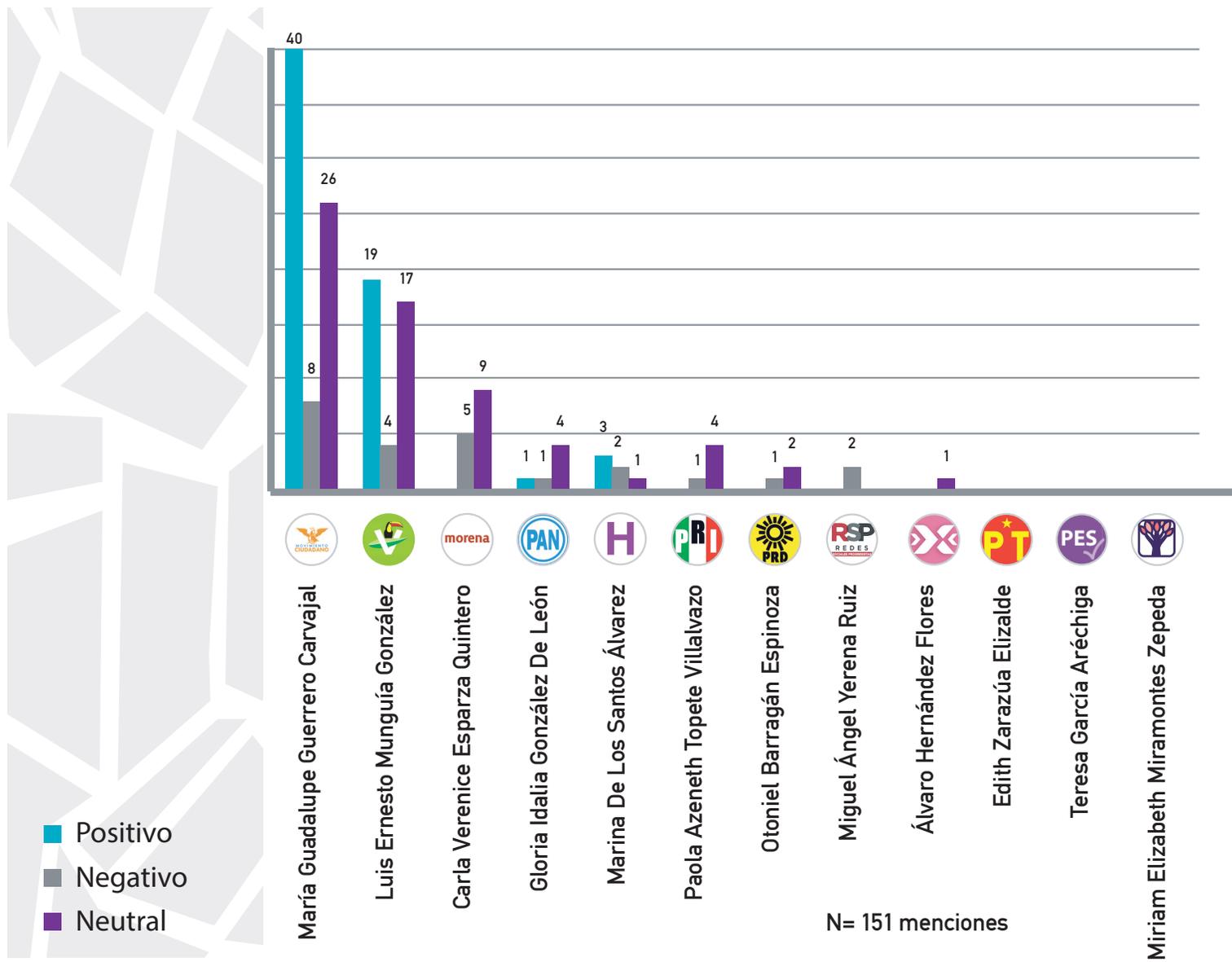
En el caso de Puerto Vallarta, la cobertura a las y los aspirantes a la alcaldía arroja un tratamiento más desequilibrado: las menciones de tipo neutral alcanzaron 42.3% y las positivas, 41.7%, con 15.9% de menciones negativas. Esto se explica por casos como el de los mencionados Guerrero Carvajal, con 40 menciones positivas (54%) por 35.1% neutrales, y Munguía González (42.5% neutrales y 47.5% positivas)

Otro contraste se hace evidente al revisar las piezas informativas en las que se incluyeron propuestas de los y las aspirantes. En el caso de Guerrero Carvajal, 46 de 74 menciones aludieron a las ofertas que ha hecho durante la campaña; en contraste, solo hubo propuestas en siete de las 40 piezas que mencionaron a Munguía González. De hecho, de nueve aspirantes que aparecieron en la cobertura, solo se registraron propuestas de campaña de cuatro.



Gráfica No. 43 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

Destaca, sin embargo, que en este municipio la mayoría de las propuestas identificadas fueron relativas a asuntos de Género (13, 11 de ellas presentadas por la candidata más mencionada), seguidas por las alusivas a Obras públicas (11, alusivas solo a los dos candidatos con más apariciones).



Gráfica No. 44. Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

		Género	Obras públicas	Actividades productivas	Subsidios	Servicios	Otros temas	TOTAL
María Guadalupe Guerrero Carvajal		11	7	7	6	4	11	46
Luis Ernesto Munguía González		1	4	0	0	1	1	7
Carla Verence Esparza Quintero		0	0	0	0	0	0	0
Gloria Idalia González De León		0	0	0	0	0	0	0
Marina De Los Santos Álvarez		0	0	0	0	0	3	3
Paola Azeneth Topete Villalvazo		0	0	0	0	0	0	0
Otoniel Barragán Espinoza		0	0	0	0	0	0	0
Miguel Ángel Yerena Ruiz		0	0	0	0	0	0	0
Álvaro Hernández Flores		1	0	0	0	0	0	1
Edith Zarazúa Elizalde		0	0	0	0	0	0	0
Teresa García Aréchiga		0	0	0	0	0	0	0
Miriam Elizabeth Miramontes Zepeda		0	0	0	0	0	0	0

N= 151 menciones

Tabla No. 6 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Puerto Vallarta

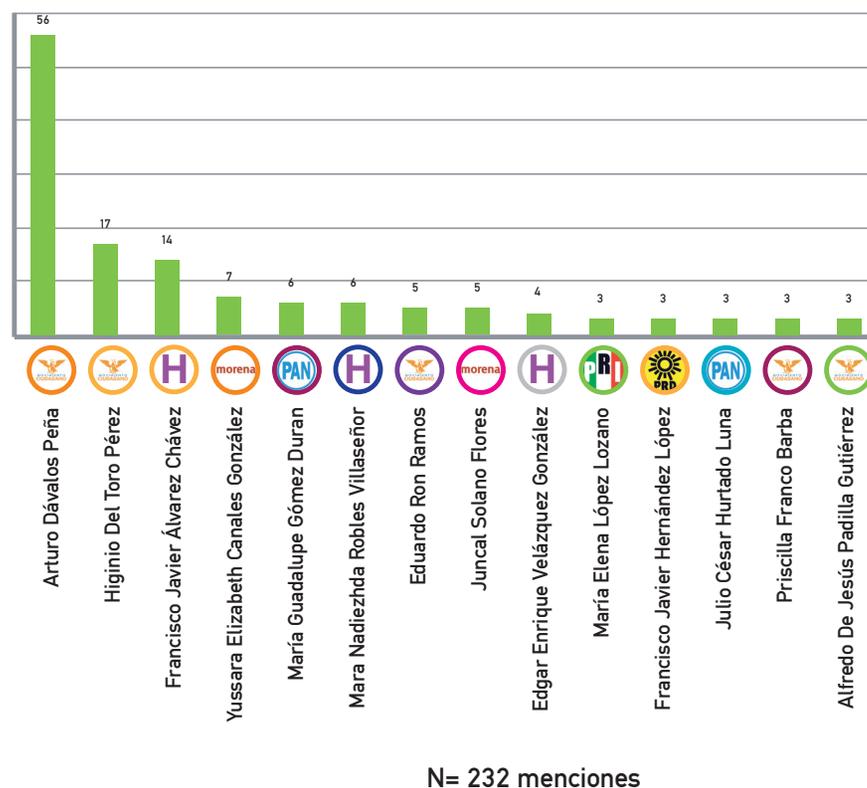
## VIII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a diputaciones locales

El monitoreo permitió identificar 232 piezas en que se hicieron menciones de forma exclusiva a candidatas y/o candidatos a diputaciones locales. No solo es un número mucho menor que el detectado en relación con las campañas a presidencias municipales, sino que también implica otro desbalance: un solo candidato (Arturo Dávalos Peña, aspirante en el Distrito 5 por Movimiento Ciudadano) mereció 56 de las menciones, 24% del total; cabe señalar que en el primer periodo de monitoreo también apareció en esta posición.

Después de él, solo dos candidatos pasaron de las 10 menciones: el segundo lugar (Higinio del Toro Pérez, también de



- Distrito 1
- Distrito 2
- Distrito 3
- Distrito 4
- Distrito 5
- Distrito 6
- Distrito 9
- Distrito 14
- Distrito 19

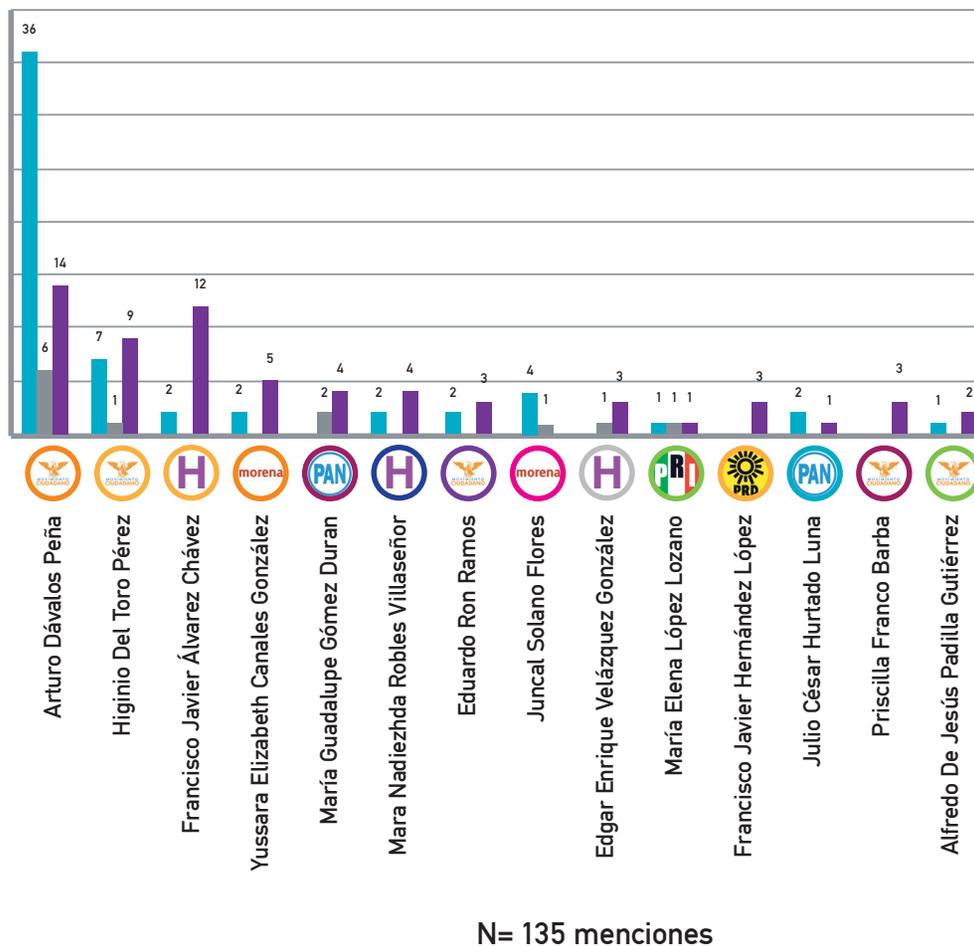


Gráfica No. 45 Cobertura de los 14 aspirantes a disputaciones locales con más menciones

Movimiento Ciudadano, candidato en el Distrito 19) tuvo 17 menciones y el tercero (Francisco Javier Álvarez Chávez, también candidato en el distrito 19 pero por el partido Hagamos), 14 menciones.

En este espacio del monitoreo, al desagregar a las personas con más menciones, resulta que en el décimo lugar hay cinco aspirantes en un empate con tres menciones; por lo tanto, en esta sección se optará por revisar los datos de estas 14 personas.

En este grupo hay cinco aspirantes de Movimiento Ciudadano (incluyendo, como ya se dijo, a los dos más mencionados del monitoreo)

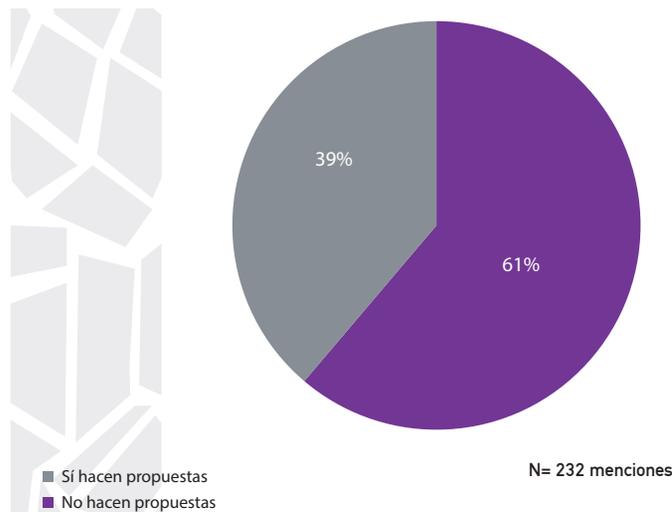


Gráfica No. 46 Tratamiento a los 14 aspirantes a diputaciones locales con más menciones

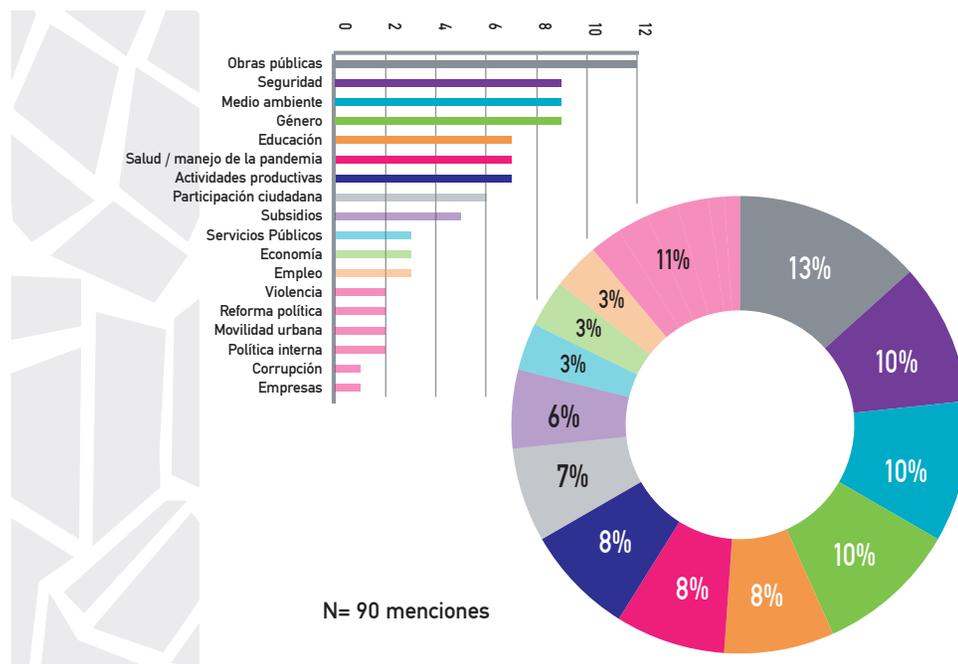
y tres de Hagamos; solo se menciona a aspirantes de seis partidos políticos. Además, se trata de personas registradas para las contiendas en nueve de los 20 distritos electorales en que está dividido Jalisco.

El tratamiento que los medios ofrecieron a estas 14 personas se repartió principalmente entre las menciones de tipo neutral (47.4%) y positivo (33.3%) pero destaca el tratamiento positivo que los medios ofrecieron al candidato con más apariciones: 64.3% de las menciones. En el caso del segundo candidato más mencionado también hubo una importante proporción de menciones positivas: 41% de las 17 veces en que apareció.

De las 232 menciones, en 90 (38.8%) se registraron propuestas de las y los aspirantes; Obras públicas, Seguridad, Medio ambiente y Género fueron los temas con más menciones.



Gráfica No. 47 Porcentaje de menciones en la que aspirantes a diputaciones locales hacen propuestas

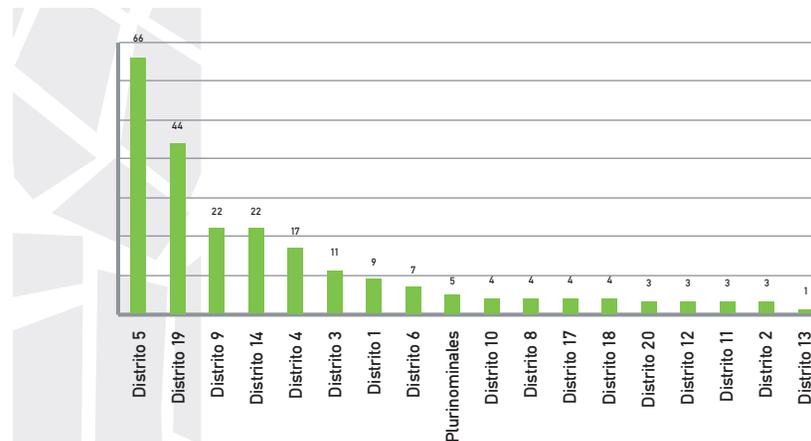


Gráfica No. 48 Distribución de temas de propuestas mencionadas por aspirante a diputaciones

La mayoría de las publicaciones se refirieron a aspirantes en campaña por los distritos 5 (con cabecera en Puerto Vallarta) y 19 (Zapotlán el Grande), que repitieron en estas posiciones respecto al primer periodo de monitoreo. Después apareció el distrito 9, con cabecera en Guadalajara y con 22 menciones. Las publicaciones acerca de aspirantes en estos tres distritos sumaron 57% de las menciones del monitoreo.

### Distrito 5

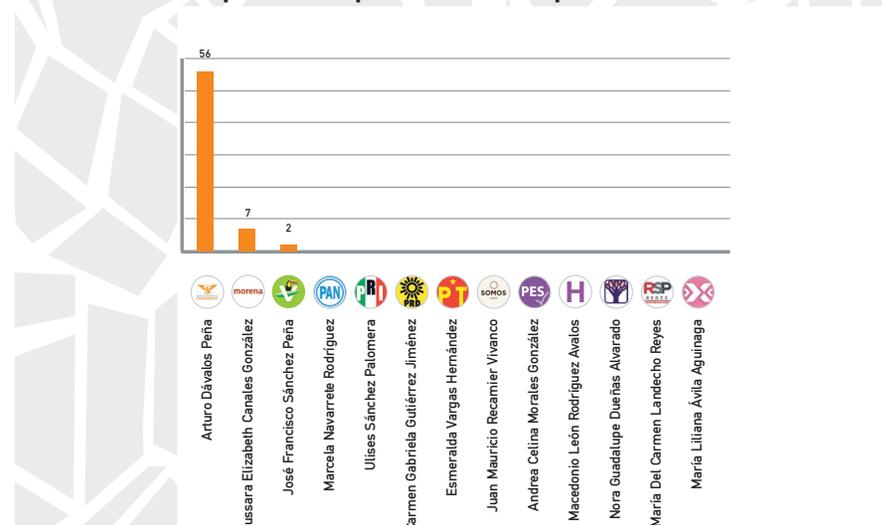
Hubo 65 menciones para aspirantes por el distrito 5, en donde compite el ya mencionado candidato Arturo Dávalos, que, con 56 registros, lideró las menciones en este periodo de monitoreo. Además de él solo se habló de dos aspirantes más, aunque en este distrito hay 13 candidatas y candidatos: Yussara Elizabeth Canales González, de Morena (siete menciones), y José Francisco Sánchez Peña, del PVEM (dos menciones).



N= 232 menciones

Gráfica No. 49 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por distrito

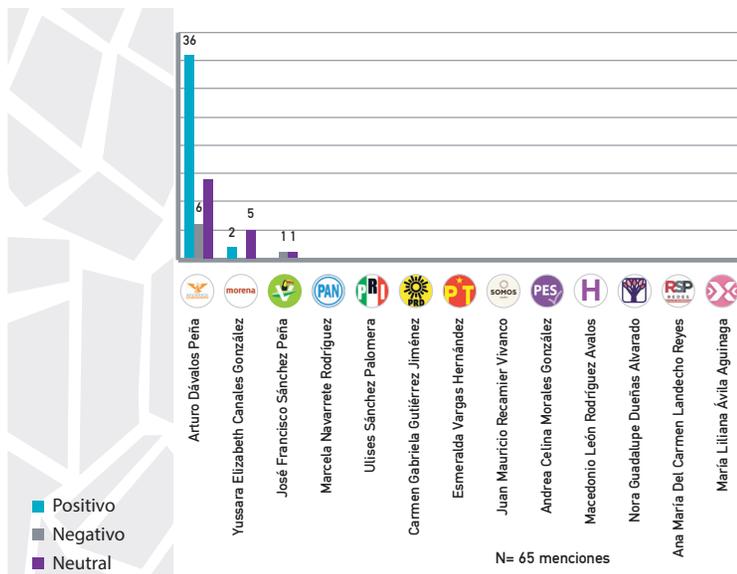
### Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el Distrito 5



Gráfica No. 50 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



Gráfica No. 51 Tratamiento de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5

Como ya se dijo, el primer candidato mereció un tratamiento principalmente positivo de parte de los medios de comunicación; Canales González tuvo cinco menciones neutras por dos positivas, y Sánchez Peña, una neutral y otra negativa.

Además, solo el primer candidato fue mencionado en piezas en donde se hablara de sus propuestas de campaña: 23 de las 56 veces en que se habló de él; principalmente, fueron citadas propuestas suyas sobre Obras públicas, Actividades productivas y Educación.

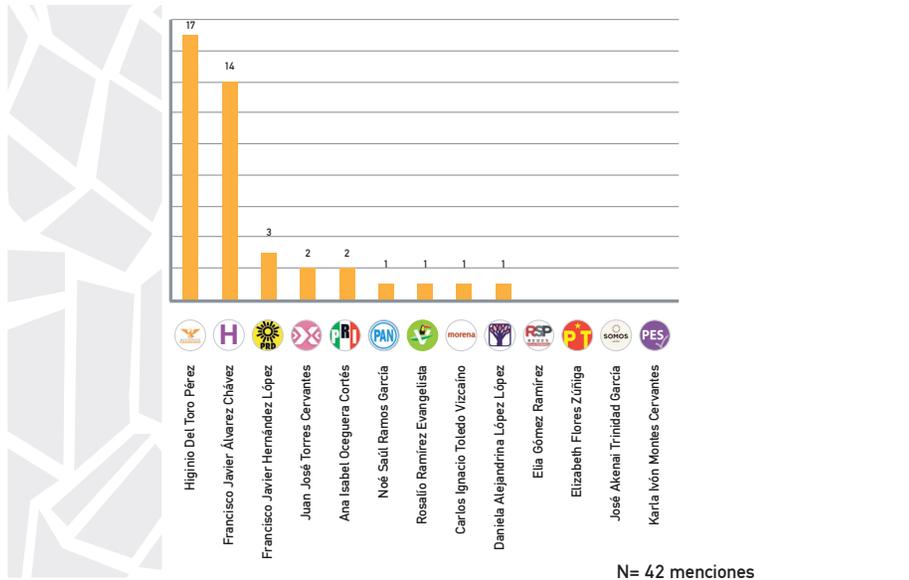
Candidato	Obras públicas	Actividades productivas	Educación	Política interna	Servicios	Subsidios	TOTAL
Arturo Dávalos Peña	10	7	2	2	1	1	23
Yussara Elizabeth Canales González	0	0	0	0	0	0	0
José Francisco Sánchez Peña	0	0	0	0	0	0	0
Marcela Navarrete Rodríguez	0	0	0	0	0	0	0
Ulises Sánchez Palomera	0	0	0	0	0	0	0
Milca Rodríguez Rodríguez	0	0	0	0	0	0	0
Carmina Palacios Ibarra	0	0	0	0	0	0	0
Juan Mauricio Recamier Vivanco	0	0	0	0	0	0	0
Andrea Celina Morales González	0	0	0	0	0	0	0
Macedonio León Rodríguez Avalos	0	0	0	0	0	0	0
Nora Guadalupe Dueñas Alvarado	0	0	0	0	0	0	0
Ana María Del Carmen Landecho Reyes	0	0	0	0	0	0	0
María Liliana Ávila Aguinaga	0	0	0	0	0	0	0

N = 65 menciones

Tabla No. 7 Distribución de 6 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 5

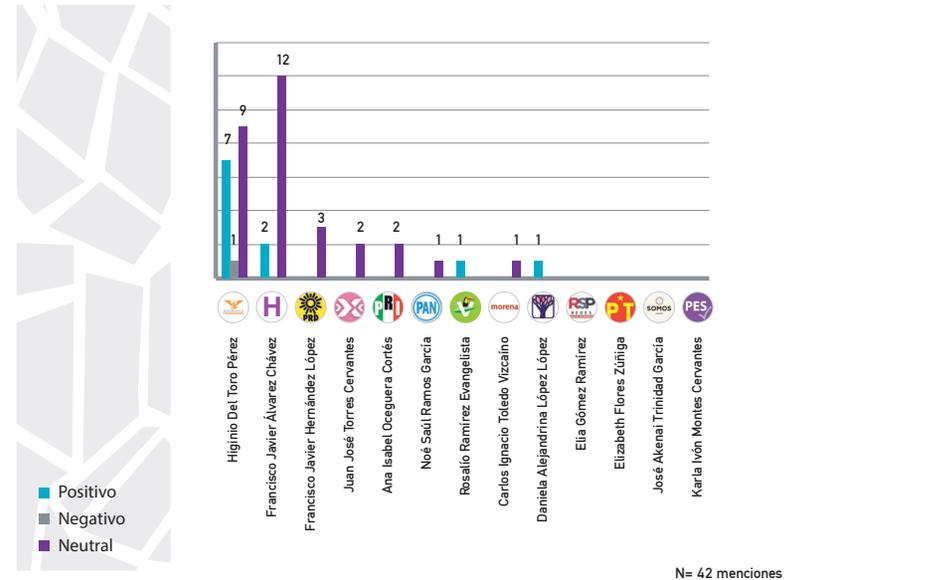
## Distrito 19

En el caso del distrito 19 hubo 42 menciones a candidatas y candidatos y, como en el primer periodo de monitoreo, los medios monitoreados solo hablaron de nueve de 13 aspirantes contendientes. De hecho, al terminar este primer par de quincenas de monitoreo no se ha hecho ni una sola mención a tres aspirantes a la diputación local por este territorio: José Akenai Trinidad García, de Somos; Karla Ivón Montes Cervantes,



Gráfica No. 52 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19 del Partido Encuentro Solidario (PES), ni la candidata por el Partido del Trabajo, Elizabeth Flores Zúñiga.

De las 42 menciones, 30 fueron positivas, 11 positivas y una, negativa. El candidato más mencionado, que de nuevo fue el aspirante de Movimiento Ciudadano Higinio del Toro Pérez, mereció 53% de menciones neutrales y 41.1% positivas; el segundo más mencionado, Francisco Javier Álvarez Chávez



Gráfica No. 53 Tratamiento a los aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19 (Hagamos), tuvo en cambio 12 menciones neutrales y dos positivas.

Solo en ocho de las 42 piezas informativas se registraron propuestas de campaña, y solo fueron relativas a tres contendientes: los dos ya señalados y, con una propuesta, la candidata de Futuro, Daniela Alejandrina López López. Los temas de Educación y Subsidios, con dos menciones en cada caso, fueron los más presentes en estas piezas.

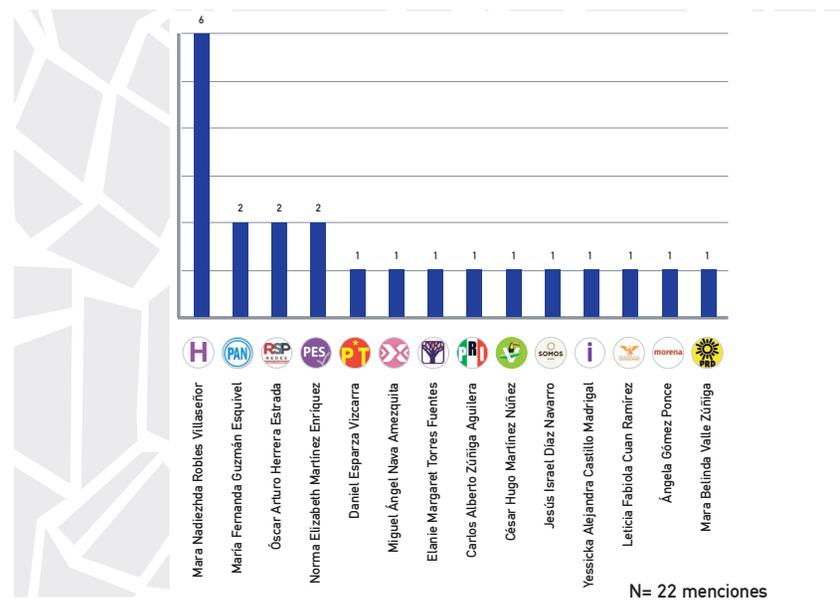
	Educación	Subsidios	Servicios	Economía	Empleo	Género	TOTAL
Higinio Del Toro Pérez	0	1	1	1	0	0	3
Francisco Javier Álvarez Chávez	2	1	0	0	1	0	4
Francisco Javier Hernández López	0	0	0	0	0	0	0
Juan José Torres Cervantes	0	0	0	0	0	0	0
Ana Isabel Ocegüera Cortés	0	0	0	0	0	0	0
Noé Saúl Ramos García	0	0	0	0	0	0	0
Rosalío Ramírez Evangelista	0	0	0	0	0	0	0
Carlos Ignacio Toledo Vizcaino	0	0	0	0	0	0	0
Daniela Alejandrina López López	0	0	0	0	0	1	1
Elia Gómez Ramírez	0	0	0	0	0	0	0
Elizabeth Flores Zúñiga	0	0	0	0	0	0	0
José Akenai Trinidad García	0	0	0	0	0	0	0
Karla Ivón Montes Cervantes	0	0	0	0	0	0	0

N= 18 menciones

Tabla No. 8 Distribución de 6 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 19

## Distrito 9

Los y las aspirantes a la diputación por el distrito 9 local merecieron 22 menciones durante este segundo periodo de monitoreo; las 14 personas registradas en este territorio aparecieron por lo menos una vez; la más mencionada fue Mara Nadiezhda Robles Villaseñor, candidata de Hagamos, con seis menciones.



N= 22 menciones

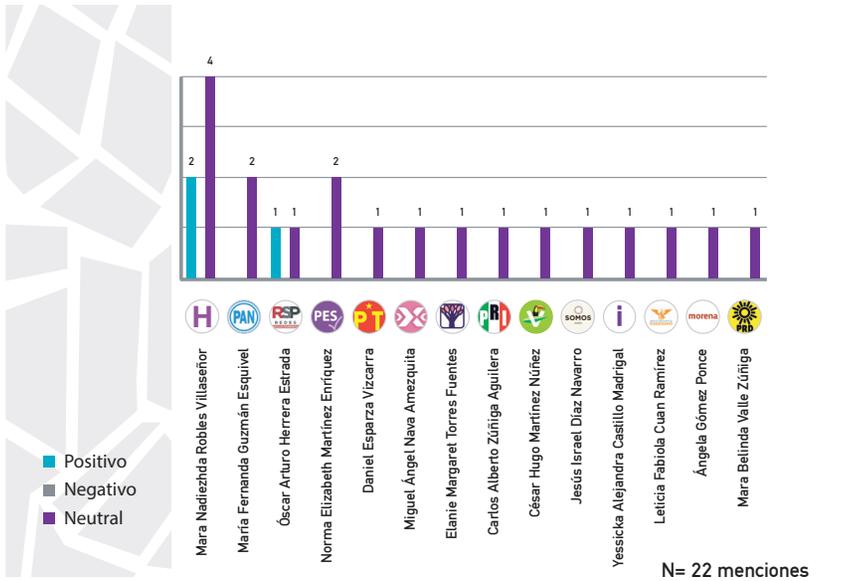
Gráfico No. 54 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 9

En la cobertura a este conjunto de aspirantes el tratamiento de las piezas fue marcadamente neutral: 19 piezas (86.3%), contra tres positivas y ninguna negativa.

Además, 16 de las piezas mencionaron al menos una propuesta de candidatas y candidatos, al menos una por cada persona. De hecho, solo de dos aspirantes se registraron dos propuestas: María Fernanda Guzmán Esquivel, del Partido Acción Nacional (PAN), y Óscar Arturo Herrera Estrada, de RSP.

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



Gráfica No. 55 Tratamiento a los aspirantes a diputaciones locales por el distrito 9

Aspirante	Medio Ambiente	Seguridad	Participación ciudadana	Otros temas	TOTAL
Mara Nadiezhda Robles Villaseñor	0	0	0	1	1
María Fernanda Guzmán Esquivel	1	1	0	0	2
Óscar Arturo Herrera Estrada	1	1	0	0	2
Norma Elizabeth Martínez Enriquez	0	0	0	2	2
Daniel Esparza Vizcarra	0	0	0	1	1
Miguel Ángel Nava Amezquita	0	0	0	1	1
Elanie Margaret Torres Fuentes	0	0	0	1	1
Carlos Alberto Zúñiga Aguilera	1	0	0	0	1
César Hugo Martínez Núñez	0	0	0	1	1
Jesús Israel Díaz Navarro	0	0	0	1	1
Yessicka Alejandra Castillo Madrigal	0	0	0	1	1
Leticia Fabiola Cuan Ramírez	0	0	0	1	1
Ángela Gómez Ponce	0	0	1	0	1
Mara Belinda Valle Zúñiga	0	0	1	0	1

N= 22 menciones

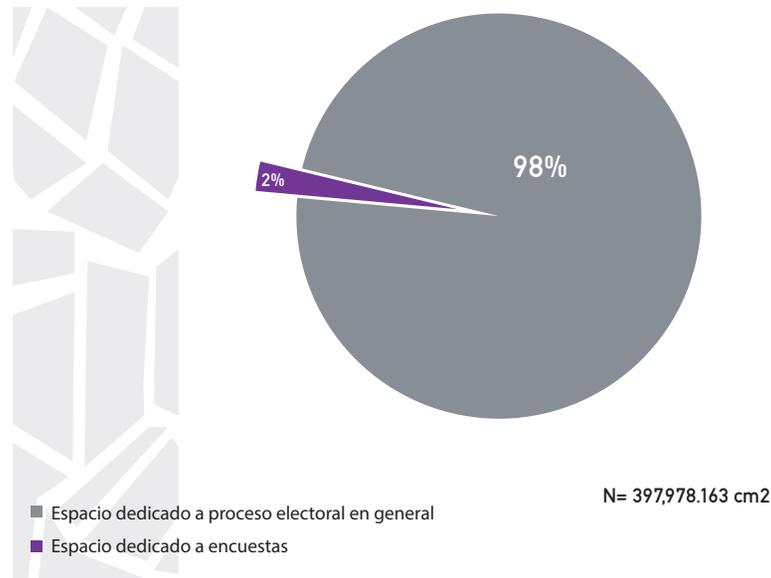
Tabla No. 9 Distribución de 3 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 9

## IX. Encuestas

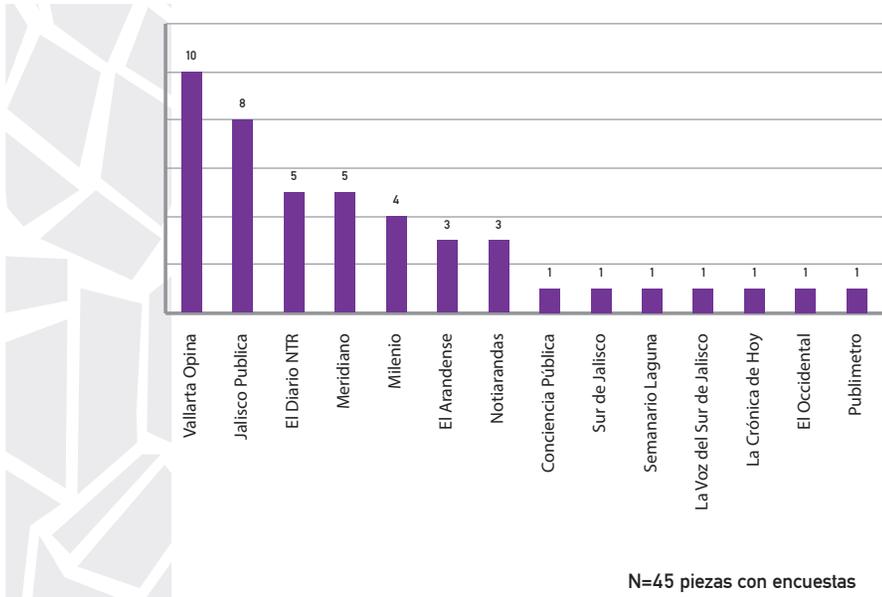
Este segundo periodo de monitoreo también identificó 45 piezas informativas en las que se publicaron o se hizo mención de encuestas y sondeos de preferencias electorales; en el periodo interior solo hubo 14. Lo que no cambió en esta ocasión fue el área de las ediciones impresas que cubrió el conjunto de publicaciones, y que de nuevo equivalió a 2.3% del total del espacio dedicado a información sobre las elecciones.

Estas piezas fueron publicadas por 14 medios: siete del ÁMG y siete de otros municipios. Destacaron Vallarta Opina, de Puerto Vallarta, con 10 piezas relativas a estos temas, y Jalisco Publica, publicación del ÁMG, con ocho publicaciones.

Esta vez solo 44% de las piezas especificaron la información relativa a los productores de la encuesta mencionada, pero ninguna aclaró de dónde procedió su financiamiento; además, solo una de las 45 piezas presentó todos los datos de la vitrina metodológica correspondiente, 13 ofrecieron algunos datos y 31 no publicaron esta información.

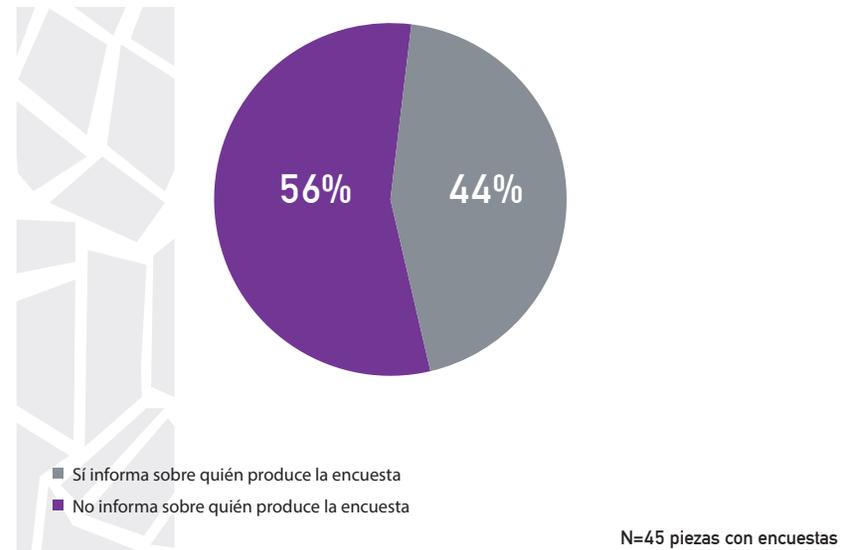


Gráfica No. 56 Espacio dedicado a encuestas

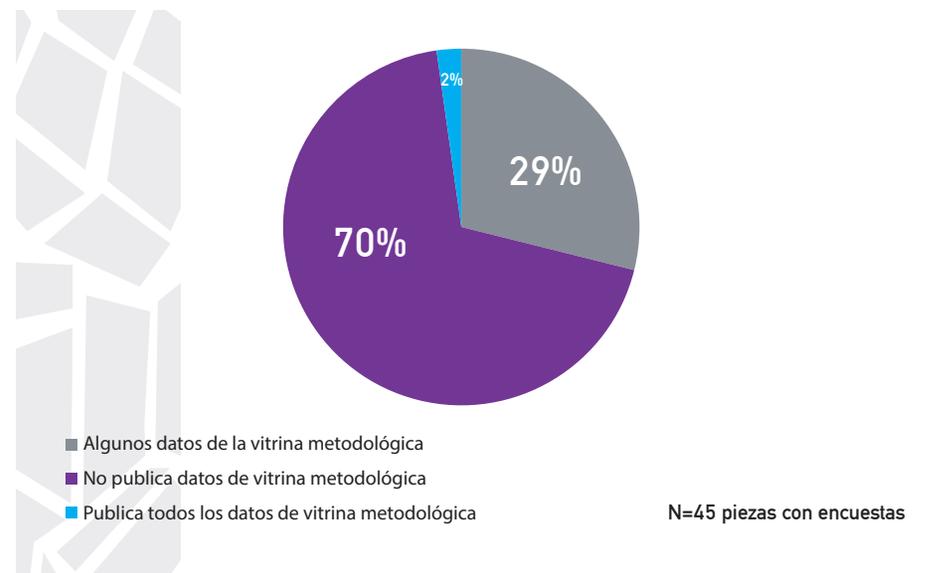


Gráfica No. 57 Distribución de piezas con encuesta por publicación

Al revisar los datos mencionados en las piezas en relación con cada partido político, se observa que los partidos Movimiento Ciudadano y Movimiento Regeneración Nacional (Morena) ocuparon la primera posición de las intenciones de voto en 41 de las 45 piezas, con 22 y 19 menciones respectivamente.



Gráfica No. 58 Datos sobre las piezas con encuestas



Gráfica No. 59 Datos sobre la vitrina metodológica de las encuestas

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

	Primera posición	Segunda posición	Tercera posición	TOTAL	
	22	10	5	37	
	19	13	1	33	
	1	0	5	6	
	1	5	4	10	
	1	3	3	7	
	0	1	0	1	
	0	0	2	2	N= 45 piezas informativas
	0	0	2	2	
No Coloca	1	13	23	37	

Tabla No. 10 Distribución de encuestas opr partido, por posición en intención de voto

## X.- Conclusiones

Los resultados de este segundo monitoreo de los medios impresos de Jalisco sobre las campañas electorales del Proceso Electoral 2021, en el periodo del 18 de abril al 1 de mayo de 2021, muestran una cobertura menos centralizada que en el informe parcial anterior: la información generada en el ÁMG llegó a 57% por 43% de la generada desde medios de comunicación de otros municipios de Jalisco, y algunas publicaciones de estas regiones estuvieron entre las que más publicaron información de las elecciones.

En el ÁMG, esta vez destacó el peso de El Informador, el periódico más antiguo de la ciudad, que publicó una de cada 10 piezas de todo el monitoreo. Entre los regionales, tres medios publicaron la mitad de las piezas de ese grupo: El Arandense, Meridiano y Sur de Jalisco.

En cambio, al revisar el espacio dedicado en las ediciones impresas de los medios al tema de elecciones, puede verse que los medios del ÁMG ocupan mucho menos en proporción: 7% de su espacio, contra 18% de los medios regionales. Contrastan los casos del medio metropolitano Conciencia Pública, que empleó dos terceras partes de su espacio en información sobre las elecciones, contra algunos de los periódicos generalistas de mayor circulación en la ciudad, que no llegan ni a 4% del espacio reservado para elecciones, como Mural, Milenio, El Diario NTR y La Crónica de Hoy Jalisco.

Una vez más, los medios apostaron por cubrir las elecciones con piezas de géneros informativos, como noticias, fotonotas y entrevistas; dos terceras partes de todo lo monitoreado fueron notas informativas. Si se revisa este tema según el espacio dedicado por los medios, las piezas de géneros informativos abarcaron 83% de la cobertura.

Y además quedó ratificada la preeminencia de la cobertura a las campañas por alcaldías: dos terceras partes de todo lo monitoreado se refirieron exclusivamente a estas contiendas, mientras que, de nuevo, las campañas por diputaciones locales apenas merecieron tratamiento exclusivo en 5% de los casos.

En este segundo periodo de monitoreo, las menciones a “guerra sucia” durante las campañas llegaron apenas a 9% de las piezas, y sobre todo (67%) aparecieron en la información sobre contiendas por alcaldías.

Por otra parte, la información relativa a preferencias electorales, reflejadas en encuestas o sondeos citados por los medios, fue más frecuente en este segundo periodo monitoreo: hubo 45 piezas del tipo, contra 14 del periodo anterior, publicadas por 14 medios.

En este rubro es relevante que pocas piezas ofrecen información a los lectores sobre los responsables de la encuesta citada (44%) y que ninguna aclara cómo fueron financiados esos ejercicios. De hecho, 31 de 45 piezas no ofrecieron ningún dato sobre vitrinas metodológicas.

En relación con la cobertura a actores institucionales, los 25 medios monitoreados en este segundo periodo mencionaron a todos los partidos políticos que participan en este proceso electoral, pero, de forma muy similar al periodo anterior, dedicaron 44% de las menciones solo a dos partidos: Movimiento Ciudadano y Morena. Otra vez, el tercer lugar apenas llegó a la mitad que el segundo; en esta ocasión fue el PAN.

Al observar el tratamiento ofrecido a los partidos políticos, destaca que 63% de las menciones fueron de tipo neutral, pero 21% fueron negativas. Movimiento Ciudadano, el partido más mencionado, llegó a 34% de menciones negativas; Morena, a 25% de este tipo.

En relación con candidatas y candidatos a municipales, los medios de comunicación mencionaron por lo menos una vez a 61 de los 125 municipios de Jalisco; sin embargo, su cobertura favoreció de nuevo a aspirantes de tres municipios: Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta; y entre esas personas, solo una mujer. El candidato que lideró la lista, Jesús Pablo Lemus Navarro (Movimiento Ciudadano, Guadalajara) mereció 9.4% de todas las menciones.

El tratamiento editorial de tipo neutral para estas campañas llegó a 64% de los casos, por 21% de menciones negativas y 15% positivas. El mencionado Lemus Navarro fue, además, el que registró el máximo de menciones negativas.

Una tercera parte de las piezas informativas dedicadas a las campañas municipales incluyeron propuestas de candidatas y candidatos, con el tema de Seguridad como el más frecuente.

El caso de Puerto Vallarta destaca por las características de la cobertura que merecieron las y los aspirantes a munícipe en este municipio. Por un lado, los medios favorecieron con su cobertura a dos personas: María Guadalupe Guerrero Carvajal (Movimiento Ciudadano) y Luis Ernesto Munguía González (PVEM), que acumularon tres cuartas partes de las apariciones, mientras que tres candidatas nunca fueron mencionadas. Por otro lado, el tratamiento editorial destacó por registrar 42% de menciones positivas y 42% de neutrales, particularmente por el alto tratamiento positivo a las dos personas mencionadas.

En el caso de las campañas por diputaciones locales, un solo candidato concentró 24% de las menciones en los medios de comunicación: Arturo Dávalos Peña, aspirante por Movimiento Ciudadano en el Distrito 5. Mientras que este aspirante apareció en 56 ocasiones, los dos que más se le acercaron no llegaron ni a 20 apariciones: Higinio del Toro Pérez (Movimiento Ciudadano, Distrito 19) y Francisco Javier Álvarez Chávez (Hagamos, distrito 19). El candidato más mencionado fue, también, uno de los más favorecidos con cobertura positiva de parte de los medios: 64% de las veces en que apareció.

Los tres distritos con mayor cobertura abarcaron 57% de las menciones: el 5 con cabecera en Puerto Vallarta, el 19 con cabecera en Zapotlán el Grande y el 9, uno de los distritos con cabecera en Guadalajara.

En el primer periodo de monitoreo a medios impresos no hubo cobertura a candidatos o candidatas de origen indígena, o acerca de los comicios en municipios como Cuautitlán de García Barragán, Mezquitic o San Martín Bolaños. En esta ocasión, sí fueron identificadas tres notas informativas que pueden ser incluidas en este grupo: dos fueron para candidatos a la alcaldía de Mezquitic (César Rolando de la Torre Martínez, del PAN y Hugo Madera López, del PRI) y una más, para una candidata a presidenta de San Martín de Bolaños (Evangelina Pérez Villarreal, de Movimiento Ciudadano).

En relación con la observación de asuntos relativos a género, este monitoreo permitió detectar que los medios de comunicación favorecieron la presencia de varones al otorgarles 69% del total de menciones, cifra que llega 70% en el caso de aspirantes a munícipes.

Llama la atención que los dos partidos con más aspirantes en el monitoreo estuvieron también entre los que recibieron menos menciones a candidatas mujeres: Movimiento Ciudadano y Morena. Pero, además, fue en el grupo de candidaturas independientes en donde hubo menos menciones a mujeres: solo cinco de 47 casos.

Además, cuando los medios publicaron piezas en las que describieron propuestas de campaña de aspirantes, 71% fueron relativas a varones. Sin embargo, entre las 527 piezas en donde se mencionó a candidatas, 31% incluyeron propuestas de campaña, un porcentaje no tan lejano del 35% entre las piezas relativas a candidatos varones.

En este periodo de monitoreo se revisó el uso de lenguaje masculino genérico como una posible condición discriminatoria, es decir, cuando se habla en masculino de un grupo de aspirantes aunque haya mujeres en él; esto fue detectado en 16% de las piezas.

Además fue posible detectar 20 menciones, en medio de un universo de 1,115, en las que se usó un lenguaje que resultara discriminatorio por diferentes razones; 17 de esos casos, 11 de ellos detectados en medios regionales, fueron por razones de género.

Igualmente se identificaron 21 de 527 piezas informativas en las que los medios incurrieron en el uso de estereotipos de género de diverso tipo; aunque ese 4% parece un porcentaje menor, llaman la atención algunos rasgos constantes de estas menciones (que también estuvieron presentes en el periodo anterior de monitoreo). Un dato a observar es que de nuevo varias de esas alusiones se refieren a la contienda por la presidencia municipal de Puerto Vallarta, y tienen que ver con el cuestionamiento a las competencias de las candidatas o incluso a la idea de que llegaron a esas posiciones porque sus partidos no pudieron registrar a un candidato varón.

Informe elaborado por ETIUS

Observatorio de comunicación y cultura del ITESO

18 abril - 1 mayo 2021

Coordinación General

Dr. Juan Sebastián Larrosa Fuentes

Coordinación Ejecutiva

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Diseño de la investigación

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona

Lic. María Isabel Quinn Cervantes

Financiamiento

Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco

Guadalajara, Jalisco, México

7 de mayo 2021



ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara

---

**ETIUS**