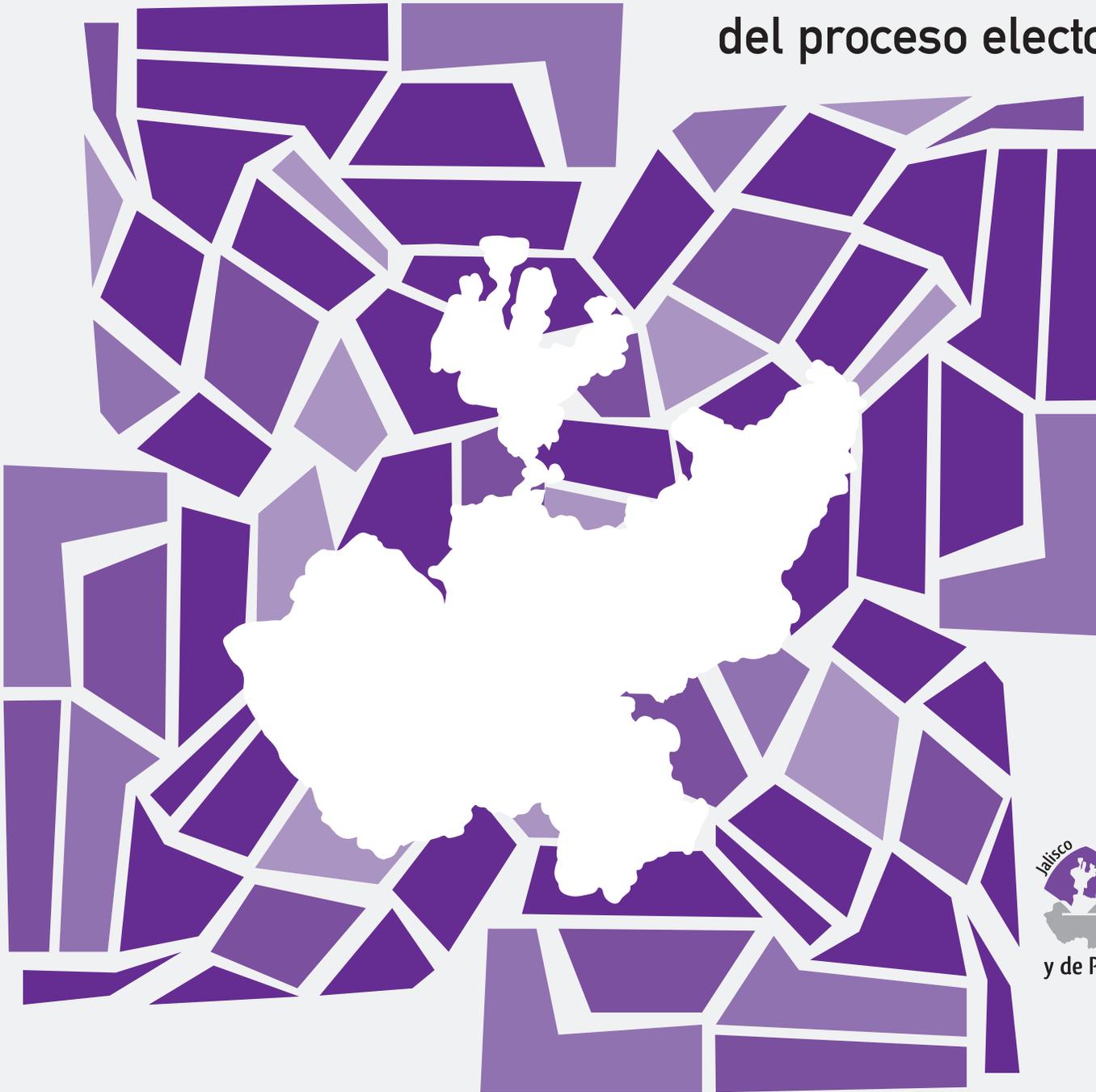


# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas  
del proceso electoral en Jalisco 2021

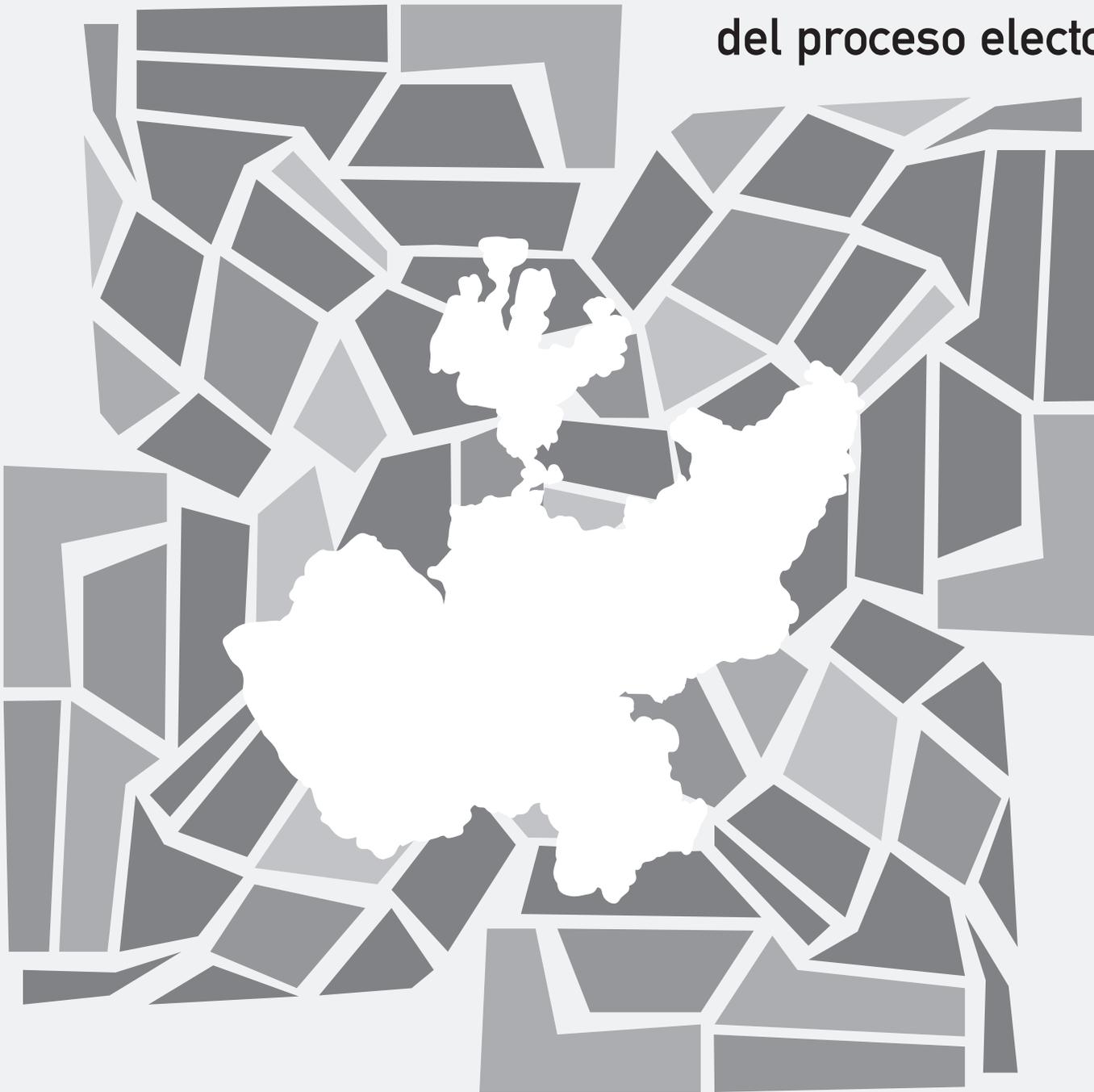


Informe parcial  
2 al 15 de mayo



# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas  
del proceso electoral en Jalisco 2021



Informe parcial 3  
2 al 15 de 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 2 al 15 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>24</b>
Tratamiento a los partidos políticos	

V. Género y uso de lenguaje incluyente	27
Candidatas y candidatos en las piezas informativas	
Posibilidades de ganar y propuestas de campaña	
Presencia de estereotipos de género	
VI. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos indígenas	35
VII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipios	36
Tratamiento a candidatas y candidatos	
Propuestas y temas	
Guadalajara	
Zapopan	
Puerto Vallarta	
VIII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a diputaciones locales	47
Distrito 5	
Distrito 19	
Distrito 10	
IX. Encuestas	55
X. Conclusiones	58

## 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 tercera quincena del periodo formal de campañas, del 2 al 15 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

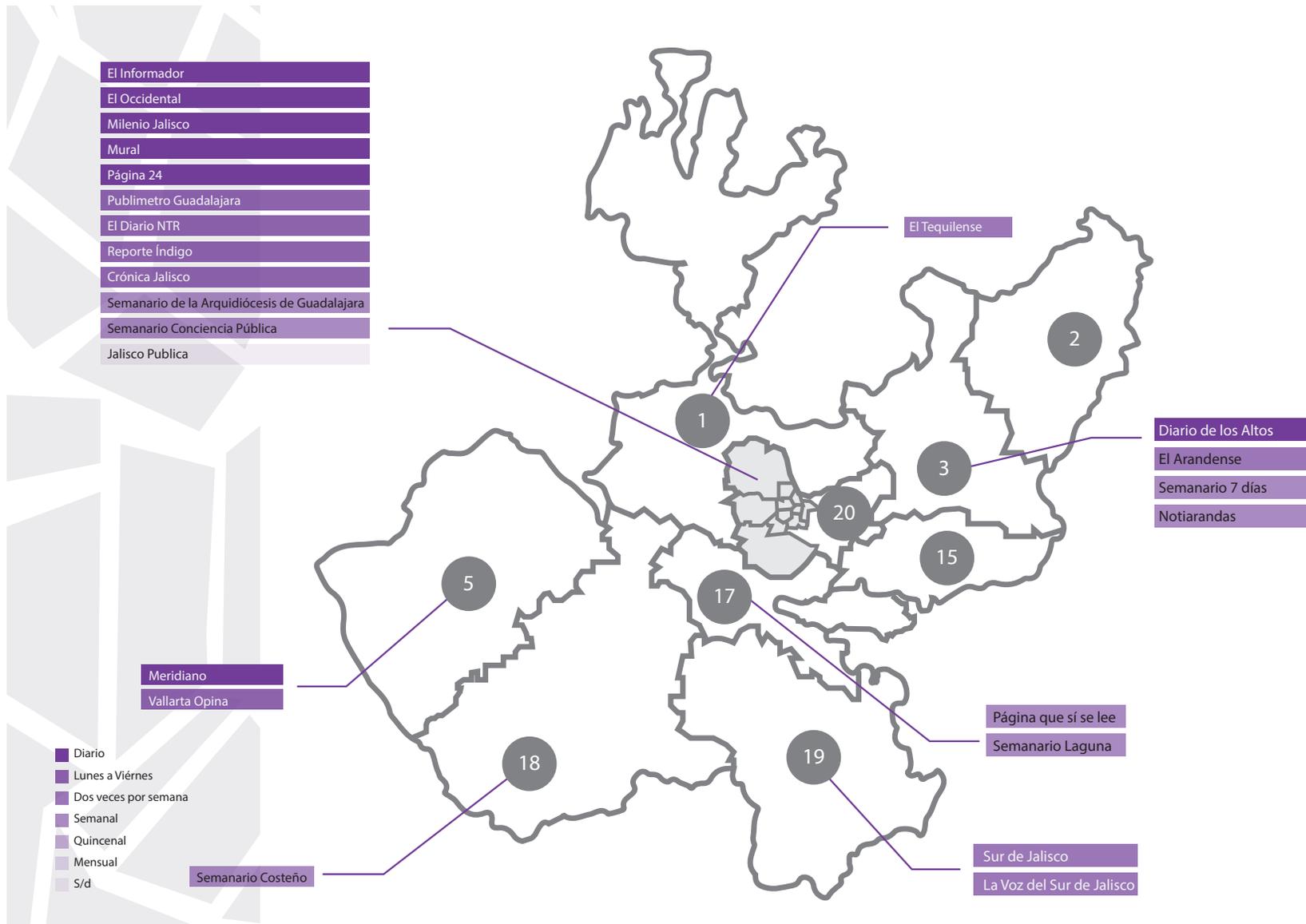
### III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos de las campañas del Proceso Electoral 2021 en Jalisco durante el periodo del 2 al 15 de mayo de 2021

Este tercer informe parcial de monitoreo comprende el periodo de campañas del 2 al 15 de mayo de 2021 y se refiere a piezas informativas publicadas en 24 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 durante este periodo.

De los 24 medios monitoreados, 12 son editados en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) y 12, en ocho municipios de Jalisco. En los dos periodos de monitoreo anteriores hubo 25 medios disponibles en cada ocasión, y en ambos casos las publicaciones regionales procedían de nueve municipios diferentes.

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

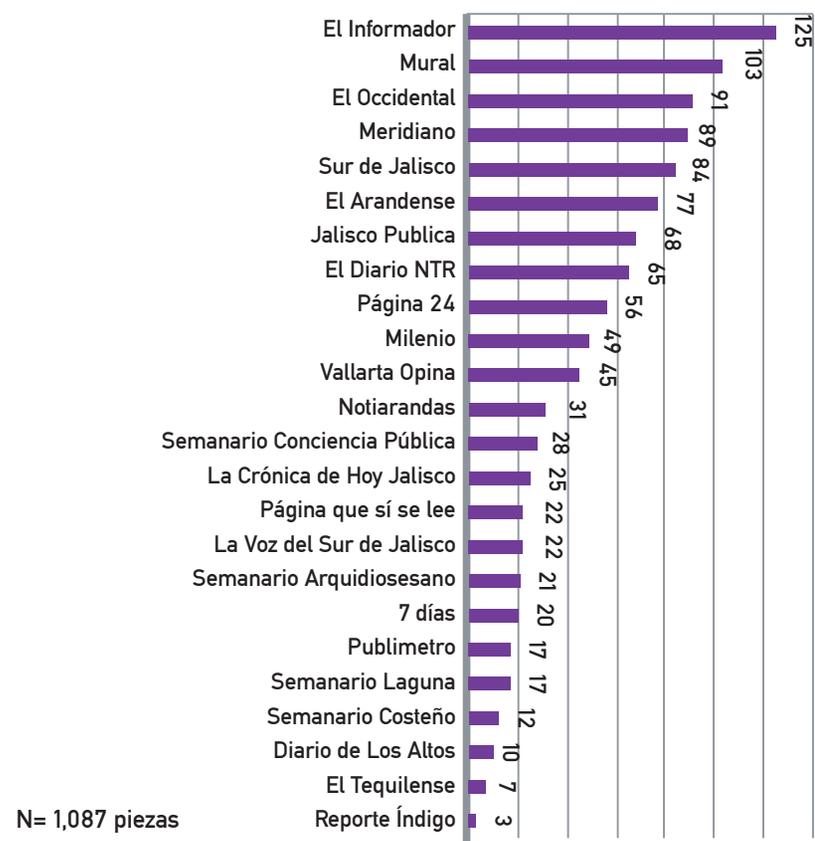


Mapa No. 1 Periódicos monitoreados por distritos electorales en Jalisco

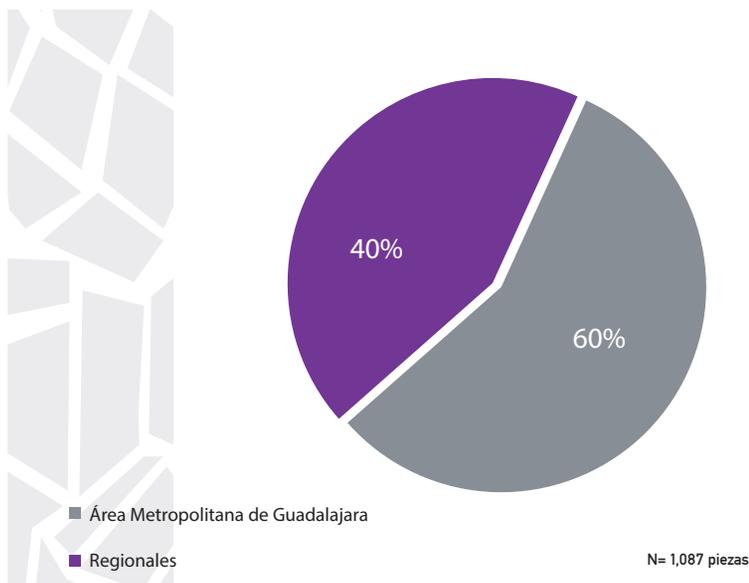
## Datos generales del monitoreo

En este tercer periodo de monitoreo fueron identificadas 1,087 piezas informativas destinadas al tema de las elecciones de Jalisco publicadas en los 24 medios monitoreados. Que los medios regionales fueran la mitad de los monitoreados no se tradujo en una distribución equitativa: 60% de las piezas publicadas aparecieron en medios del ÁMG. Sin embargo, mientras que los tres medios con más publicaciones fueron periódicos del ÁMG, los siguientes tres lugares los ocuparon medios regionales. Estos seis medios, por cierto, publicaron en conjunto la mitad de todas las notas identificadas en el monitoreo.

Como en el periodo anterior de monitoreo, el periódico El Informador fue el que mayor número de piezas publicó: 125, para 11.5% del total de lo monitoreado. Entre los regionales, Meridiano, de Puerto Vallarta, publicó 89 piezas, es decir, una de cada cinco de las publicaciones monitoreadas entre los medios fuera del ÁMG.



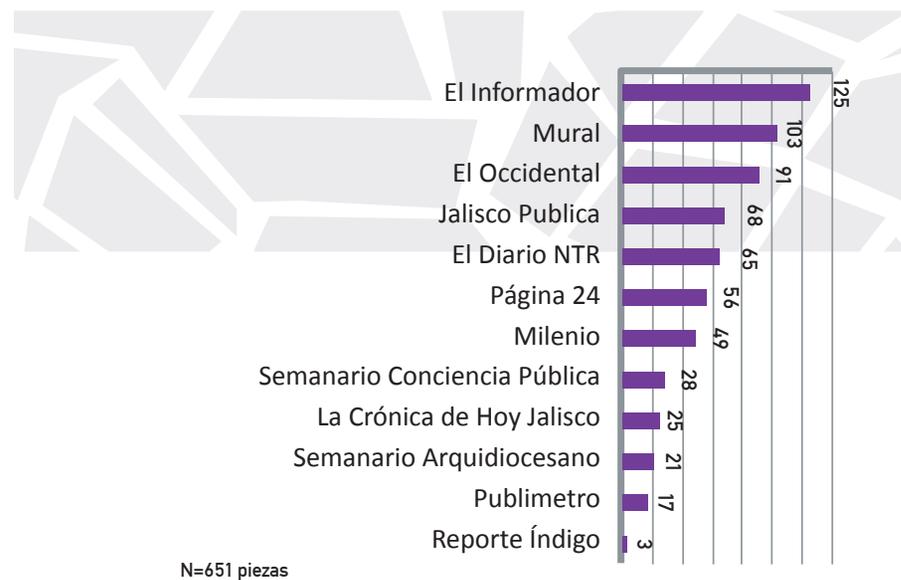
Gráfica No.1 Cobertura de medios impresos jaliscienses



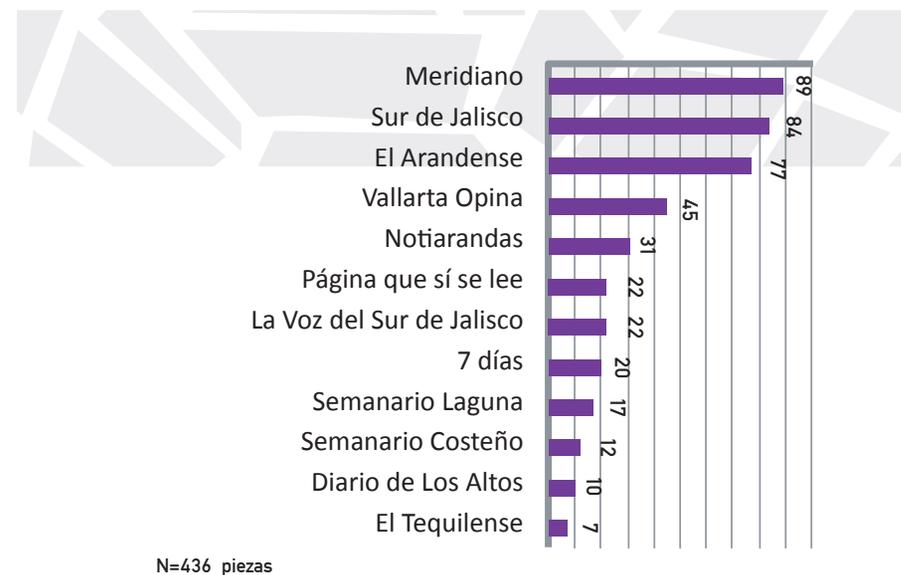
Gráfica No. 2 Distribución de piezas informativas por lugar de origen

Nuevamente, tres de cada cuatro piezas relativas a las elecciones emplearon recursos técnicos como fotografías o gráficos o como parte de la información presentada.

Otra tendencia que se repitió es la relevancia de los géneros periodísticos empleados: de las 1,087 piezas monitoreadas, 714, o 66%, fueron notas informativas; los géneros de opinión apenas llegaron a 21% del total. En esta revisión destaca la presencia de fotonotas como recurso informativo: en este monitoreo fueron detectadas 91, u 8.4% del total.



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



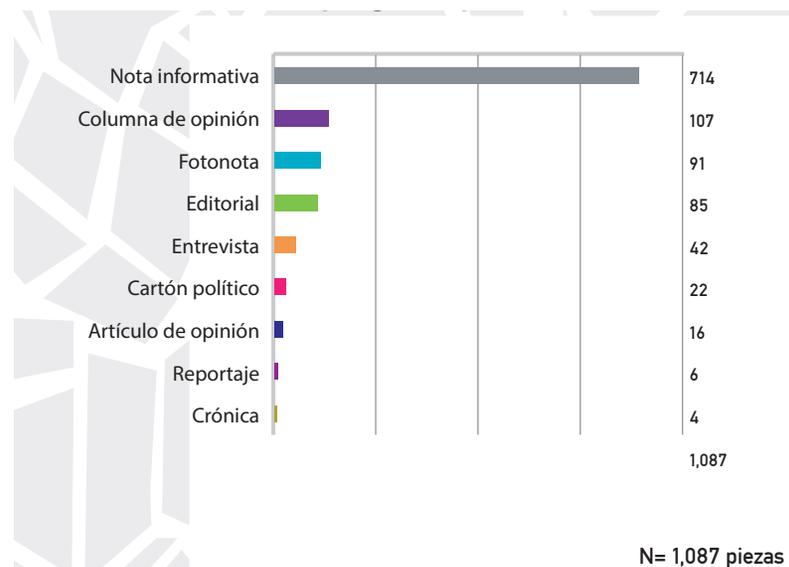
Gráfica No. 4 Número de piezas por medios impresos regionales

Finalmente, este periodo de monitoreo confirma que los medios de comunicación dan preferencia a la cobertura de las campañas de aspirantes a municipales: como en los dos periodos anteriores de monitoreo, las piezas que se refirieron solo a esas contiendas llegaron a 66% por apenas 8% de cobertura específica para aspirantes a diputaciones.

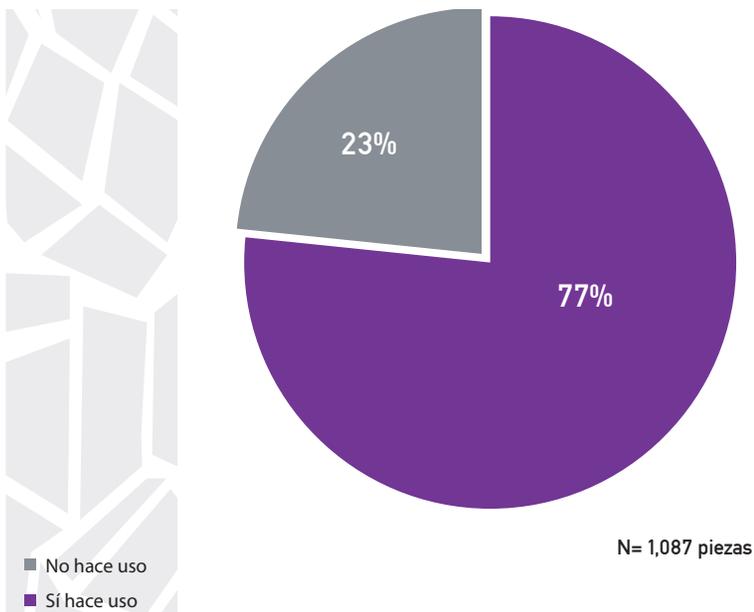
Gráfica 6. Número de piezas destinadas a cada tipo de elección

### Espacio periodístico dedicado a las elecciones

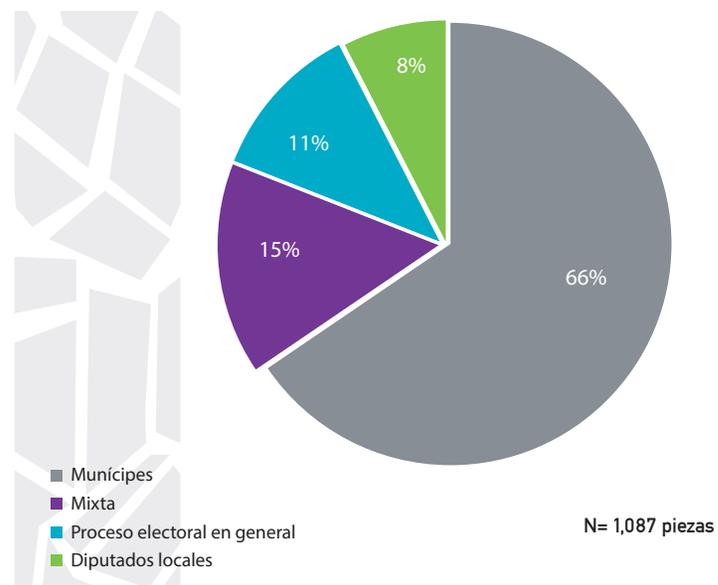
El monitoreo también comparó el espacio que las publicaciones



Gráfica No. 6 Distribución de notas por género periodístico



Gráfica No.5 Uso de recursos técnicos

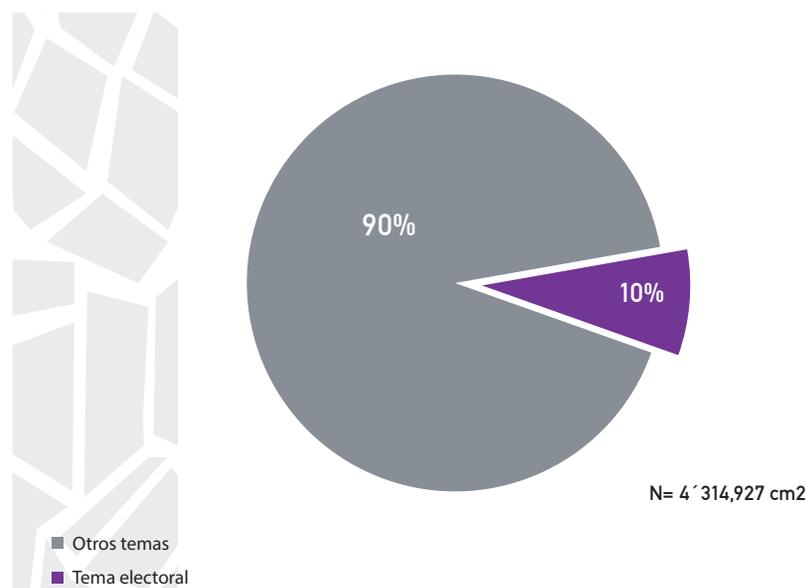


Gráfica No. 7 Número de piezas destinadas a aspirantes a municipales y diputaciones

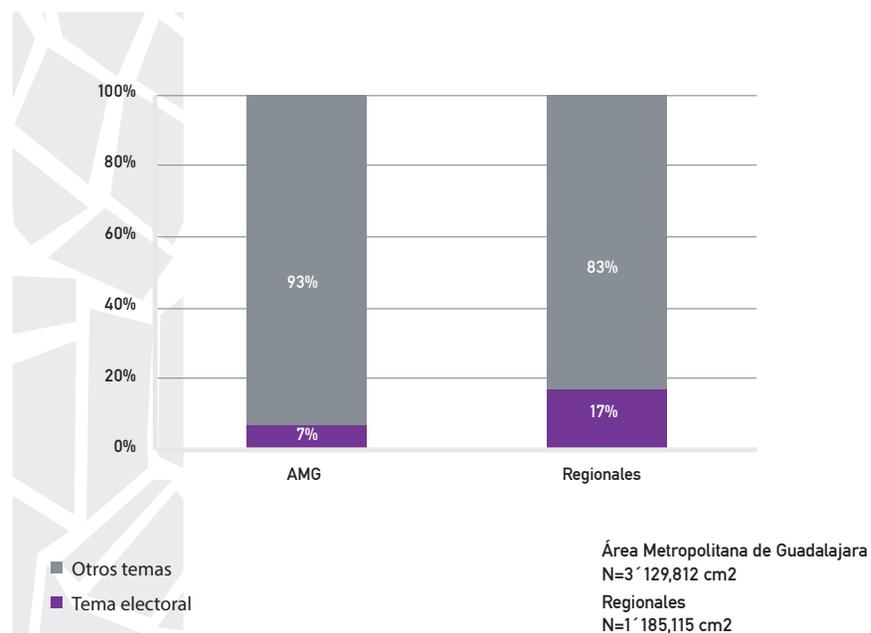
relativas a las elecciones en Jalisco cubrieron en cada medio impreso y de esa medición resultó que, como en el periodo anterior, los medios del ÁMG dedicaron mucho menos, en proporción, que los del resto de Jalisco: 7% contra 17% respectivamente. En conjunto, los 24 medios monitoreados dedicaron 10% de su espacio a información sobre las elecciones.

En este caso, sin embargo, destacó que fueron medios regionales los que dedicaron más espacio de sus ediciones impresas a asuntos sobre las elecciones: Sur de Jalisco (Zapotlán el Grande) y Notiarandas (Arandas) lideraron este conteo, con 47% y 43%, respectivamente, de espacio cubierto. En contraste, las publicaciones metropolitanas Publímetro y Reporte Índigo fueron las que menos espacio reservaron para estos temas, con menos de 2% de su espacio en cada caso.

Las piezas dedicadas solo a campañas por alcaldías de Jalisco representaron 61% del espacio cubierto; entre los medios del ÁMG esta cobertura llegó a 65% y solo a 57% en los medios regionales. Mientras tanto, el espacio para piezas que informaron



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

Medio de comunicación	Total
Semanario Conciencia Pública	36.13%
Jalisco Publica	15.93%
Semanario Arquidiocesano	12.29%
El Occidental	11.79%
Página 24	8.06%
Mural	7.77%
El Diario NTR	6.84%
El Informador	4.69%
Milenio	3.68%
La Crónica de Hoy Jalisco	3.05%
Publmetro	1.66%
Reporte Índigo	1.25%

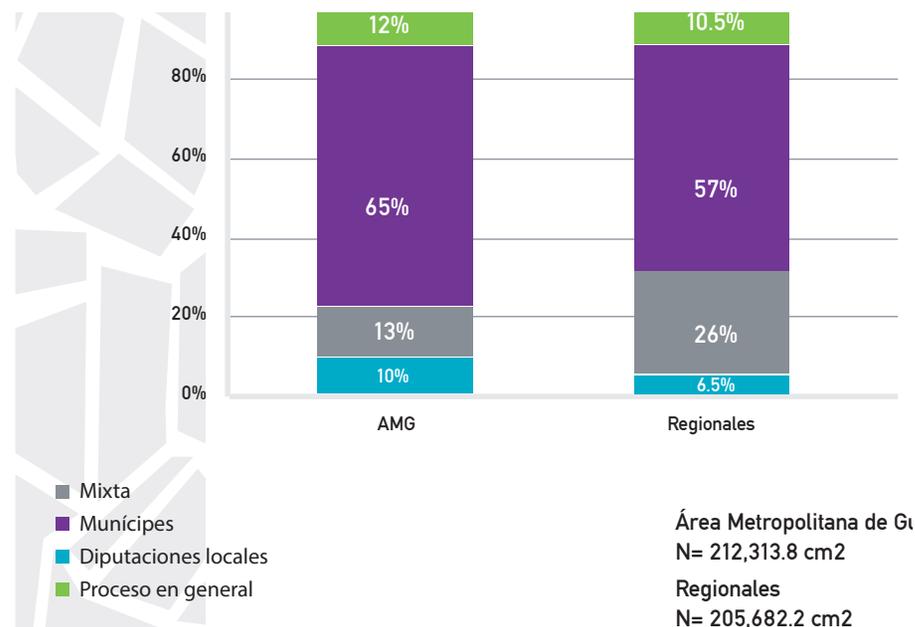
Tabla No. 1 Espacio destinado a elecciones locales en medios del AMG

Medio de comunicación	Total
Sur de Jalisco	47.17%
Notiarandas	43.72%
El Arandense	36.07%
La Voz del Sur de Jalisco	34.66%
Semanario Laguna	31.36%
Página que sí se lee	30.06%
7 días	23.94%
Meridiano	13.40%
Semanario Costeño	9.68%
Diario de Los Altos	8.45%
El Tequilense	8.21%
Vallarta Opina	7.87%

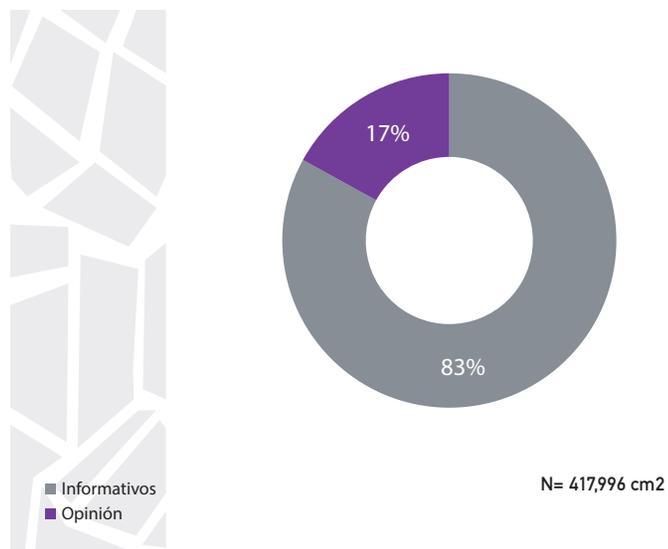
Tabla No. 2 Espacio destinado a elecciones locales en medios del interior del estado

solo sobre campañas a diputaciones locales llegó a 8% en todos los medios: 10% entre los del AMG y 6.5% entre los regionales.

Igualmente, la medición del espacio cubierto confirma la relevancia de los géneros periodísticos informativos: las piezas de este tipo cubrieron 83% del espacio; de hecho, las piezas presentadas como nota informativa cubrieron 70% del espacio total.



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



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



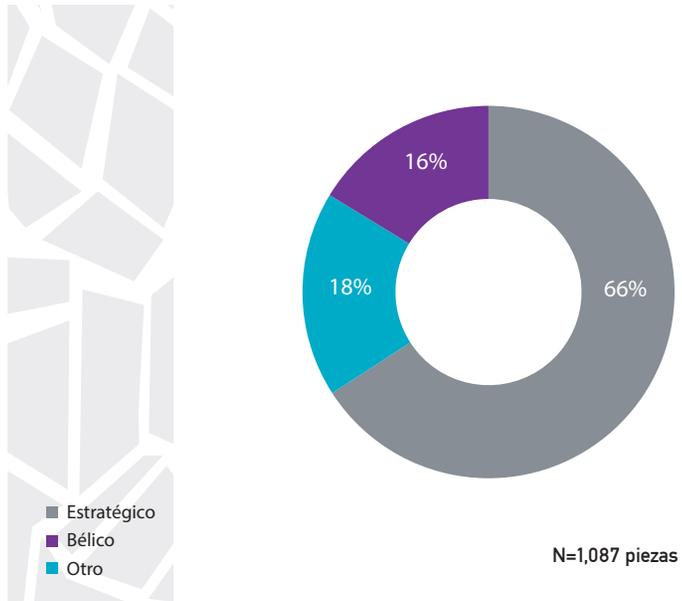
Gráfica No. 12 Distribución de espacio por género periodístico

## 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:

- 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”.

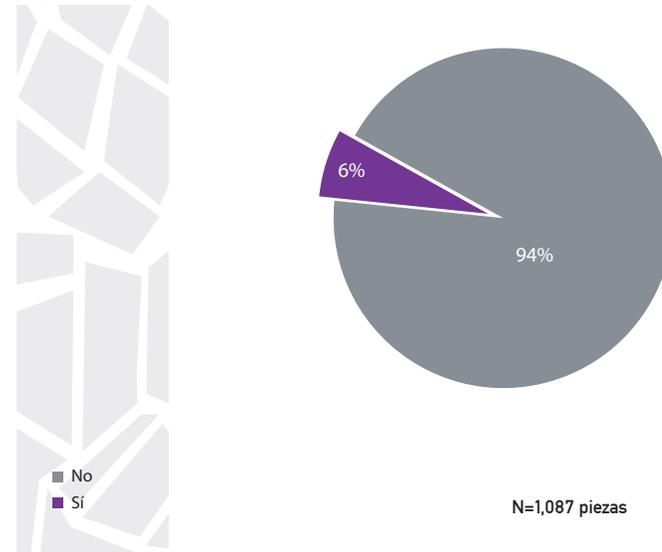


Gráfica No. 13 Distribución de piezas según su encuadre

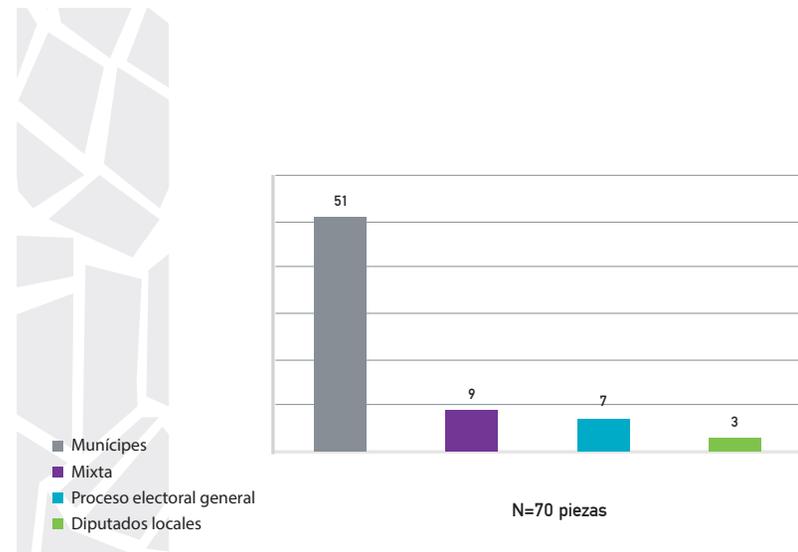
En este caso, 66% de las piezas mostraron elementos del encuadre de estrategia y 16%, del deportivo o bélico.

### Menciones a “guerra sucia”

En este periodo pudo observarse que 6% de las piezas (70 de ellas) hicieron menciones a “guerra sucia” durante las campañas electorales; 51 de ellas, o 73%, se refirieron a campañas de aspirantes a municipio.



Gráfica No. 14 Piezas informativas que mencionan “guerra sucia”



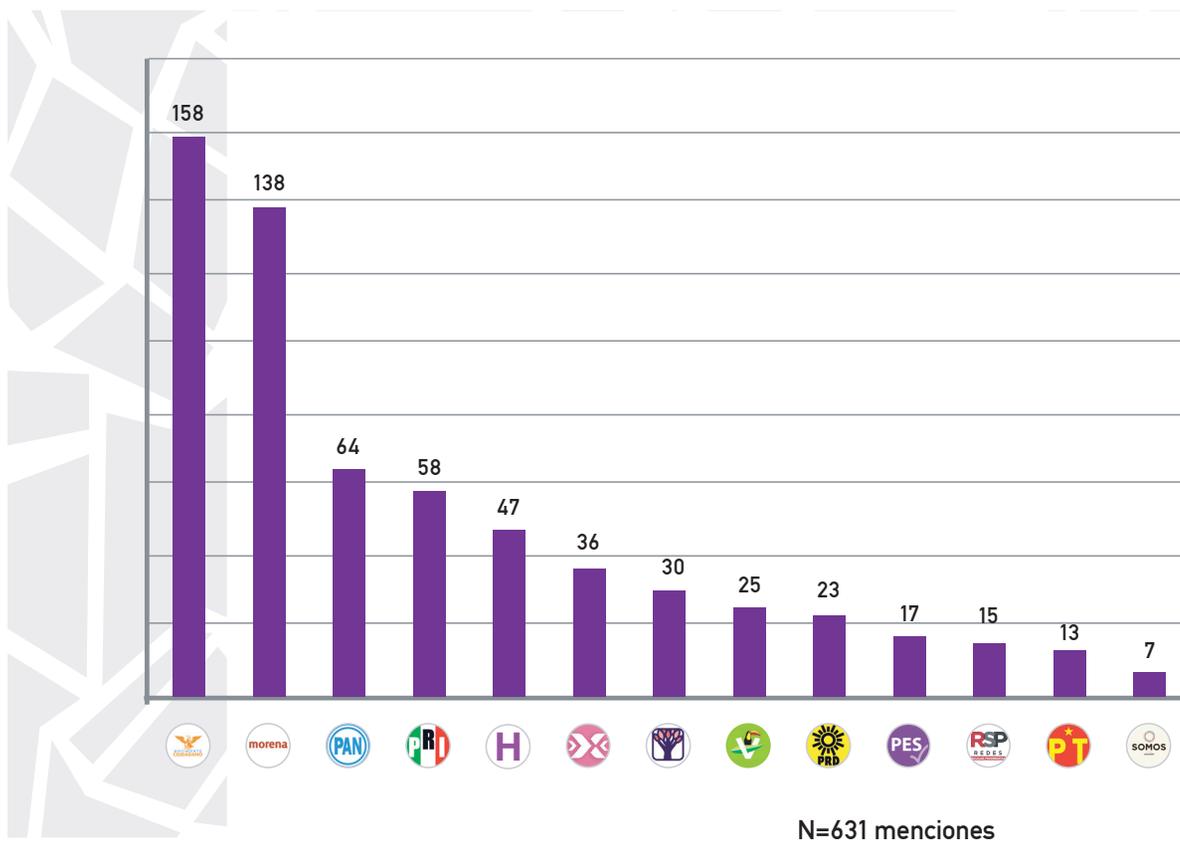
Gráfica No. 15 Piezas informativas que mencionan “guerra sucia” (por tipo de elección)

## IV.- Partidos políticos

El monitoreo permitió detectar 631 menciones a alguno o varios de los partidos políticos que participan en el proceso electoral en Jalisco. Una vez más, la información publicada en los medios de comunicación monitoreados

favoreció en cantidad de piezas a los partidos Movimiento Ciudadano (MC) y Movimiento Regeneración Nacional (Morena): el primero acumuló 25% y el segundo, 22% de las menciones. El tercero más mencionado fue el Partido Acción Nacional (PAN), que apenas apareció en 10% de este conjunto, y el Revolucionario Institucional (PRI) se quedó con 9% de las menciones.

Así, estos cuatro partidos acumularon entre ellos dos terceras partes de todas las menciones y el tercio restante quedó



Gráfica No. 16 Cobertura a partidos políticos

para otros 10 contendientes en Jalisco. El último en número de apariciones fue Somos, incluido en siete piezas, apenas 1% de lo monitoreado.

## Tratamiento a los partidos políticos

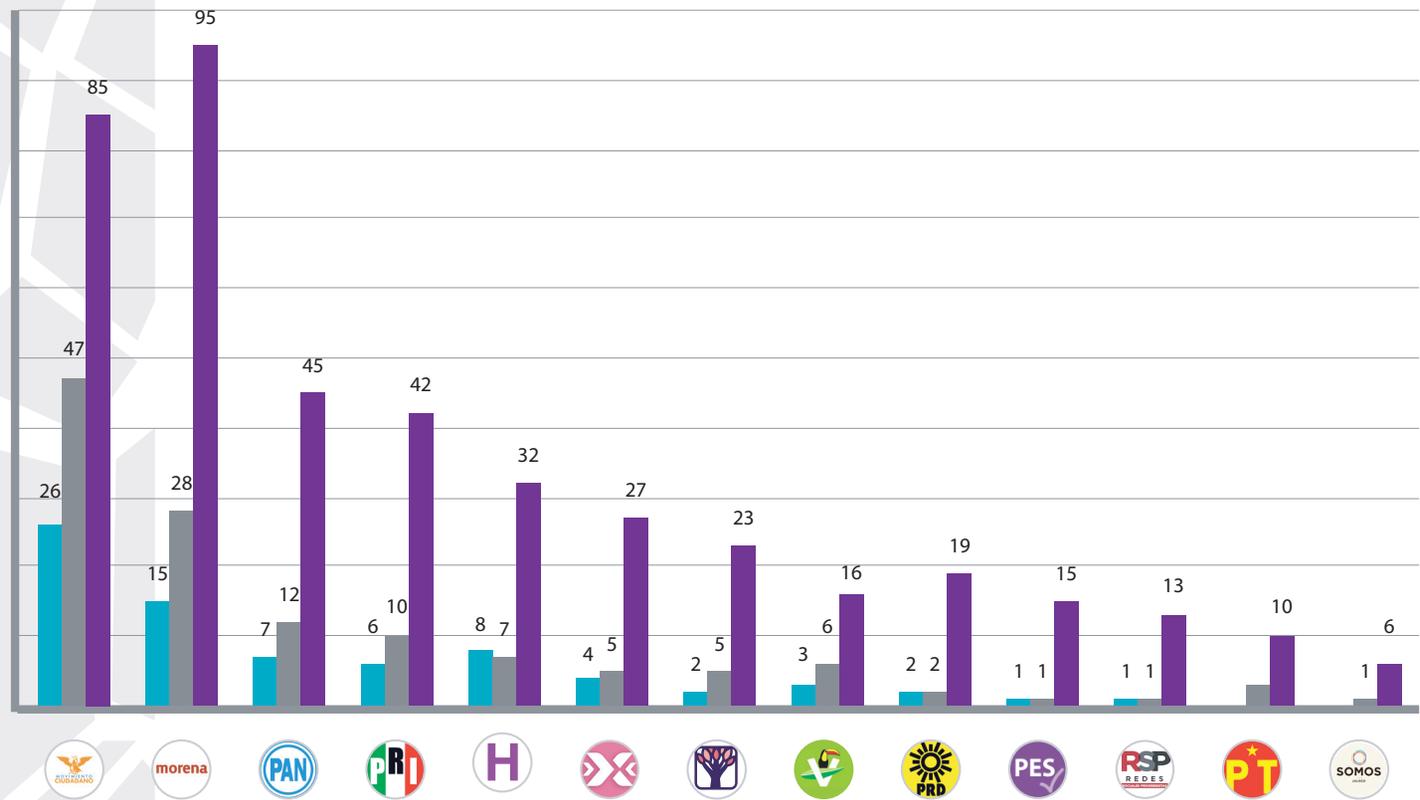
El monitoreo también sirvió para observar el tipo de tratamiento que se le dio en cada pieza a los partidos políticos, distinguidos en las categorías Positivo, Negativo y Neutral. La intención de este ejercicio es identificar qué valoración se da al sujeto institucional analizado en cada pieza, a partir 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 631 menciones a partidos, 68% fueron neutrales, 20% negativas y 12%, positivas. Al revisar caso por caso, destaca que, como en el ejercicio anterior, MC, el partido con mayor presencia en la información monitoreada, fue también el que tuvo menos menciones de tipo neutral (54%) y más negativas (30%), e incluso uno de los dos con tratamiento positivo más frecuente (16.5% de las menciones). El que tuvo mayor proporción de tratamiento positivo fue Hagamos (17%, es decir, ocho de sus 47 piezas).

En general, los partidos con mayor número de menciones parecen susceptibles a tratamiento editorial neutral menos frecuente: por ejemplo, Morena llegó a 69% de menciones neutrales, pero acumuló 20% de negativas y 11% de negativas.



■ Positivo  
 ■ Negativo  
 ■ Neutral

N= 631 menciones

Gráfica No. 17 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, para identificar si se promueve la discriminación hacia grupos vulnerables.

En esta ocasión, solo en nueve de 1,087 piezas (apenas 0.8% del total) se identificó el uso de lenguaje que resultara discriminatorio por alguna razón; seis de estos casos fueron publicados en medios del ÁMG.

En los casos de comentarios discriminatorios, destacaron menciones en el contexto de la noticia, cubierta por varios medios, acerca de las amenazas que la madre del candidato a alcalde de Guadalajara por MC, Jesús Pablo Lemus Navarro, hizo en redes sociales contra la reportera local Gloria Reza. Éstas incluyeron tres ilustraciones (fotografías intervenidas) publicadas en tres días consecutivos en la sección “Si las fotos hablaran...” de la

Razón de discriminación	Total
Por su género	4
Por su raza	4
Por discapacidad	1

N=9 piezas

Tabla No. 3 Piezas informativas que hacen uso de lenguaje discriminatorio

Razón de discriminación	AMG	Regional
Por su género	3	1
Por su raza	3	1
Por discapacidad	0	1

Área Metropolitana de Guadalajara  
N=6 piezas  
Regionales  
N=3 piezas

N=9 piezas

Tabla No. 4 Piezas informativas que hacen uso de lenguaje discriminatorio del AMG y regionales

publicación Página 24, y que se hicieron eco del argumento en el sentido de que la madre del candidato sufre demencia senil con los textos:

“¡Cuidado con mi mamita, es de armas tomar y desaparece gente!”.

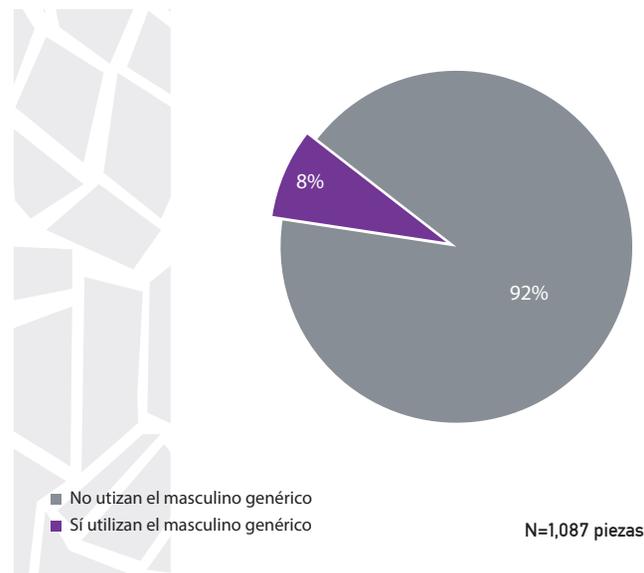
“Mi mami está ‘loquita’”

“Ya mi hijo Pablito reveló que estoy demente, perdonenme mis locuras...”.

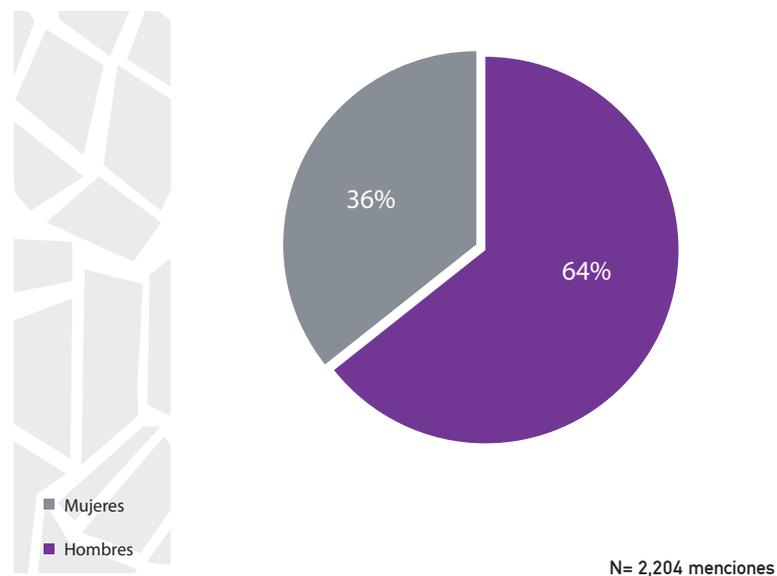
También se observó si la redacción de la pieza periodística usaba un lenguaje masculino genérico para describir a las personas; por ejemplo, si hablaba de “los candidatos” aunque fuera evidente la presencia de una o más candidatas; en este ejercicio se identificaron 88 piezas, es decir, 8% del total

### Candidatas y candidatos en las piezas informativas

Al observar las piezas en que se habló de actores individuales, el monitoreo permitió identificar 2,204 menciones a candidatas y candidatos; 64% de las menciones fueron para varones.



Gráfica No. 18 Piezas informativas que hacen uso del masculino genérico

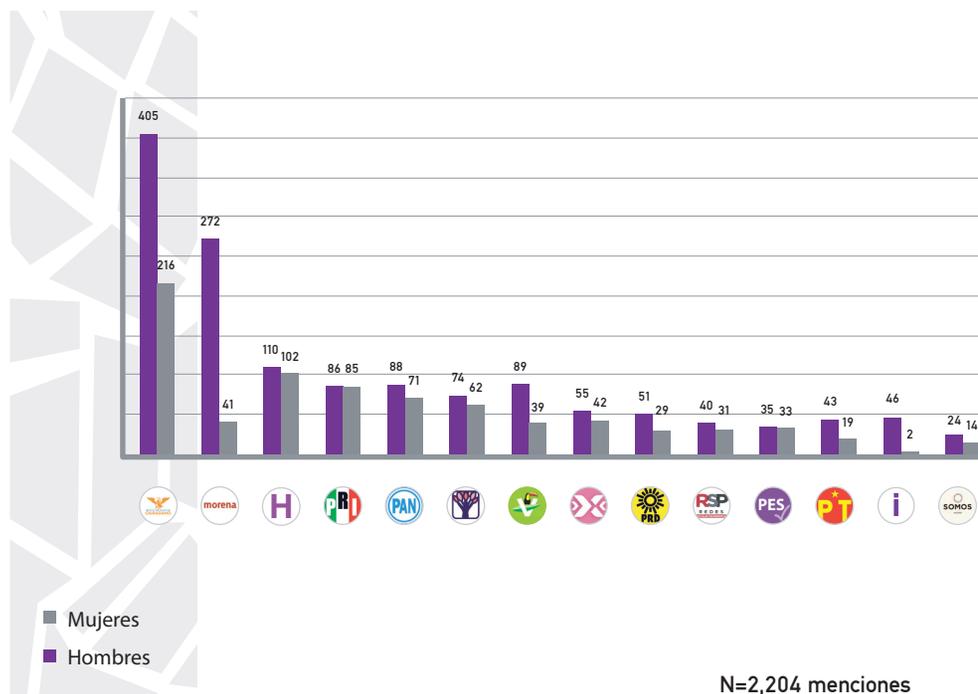


Gráfica No. 19 Distribución de candidatas y candidatos en las piezas informativas

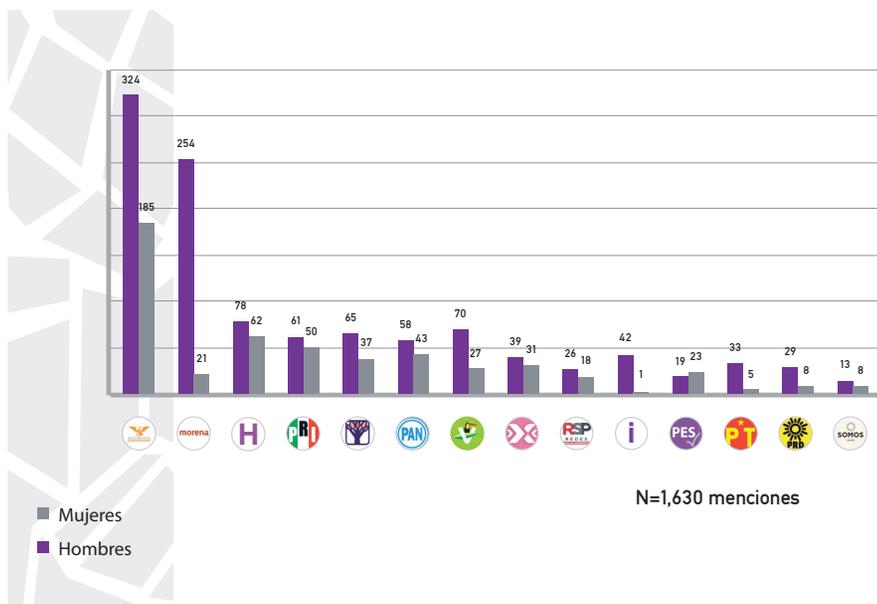
Al revisar las menciones a estas personas por su partido político de adscripción, puede observarse que, al hablar de militantes de Morena, los medios de comunicación mencionaron a varones en 87% de las ocasiones. Este desequilibrio no se presentó con ningún otro partido y los casos más cercanos fueron los del PVEM (70%) y el PT (69%); además, en ningún caso hubo más menciones a candidatas mujeres.

En cambio, las menciones a candidatas de varios partidos se acercaron a una relación más equitativa: en el PRI fue prácticamente de 50% para hombres y mujeres; 49% de las menciones de aspirantes de Encuentro Solidario (PES) fueron para mujeres y 48%, en el caso de Hagamos.

Como ocurrió en el anterior ejercicio de monitoreo, sin embargo, la relación menos equitativa estuvo entre aspirantes independientes: 46 de las 48 identificadas fueron para varones.



Gráfica No. 20 Distribución de candidatas y candidatos por partido político

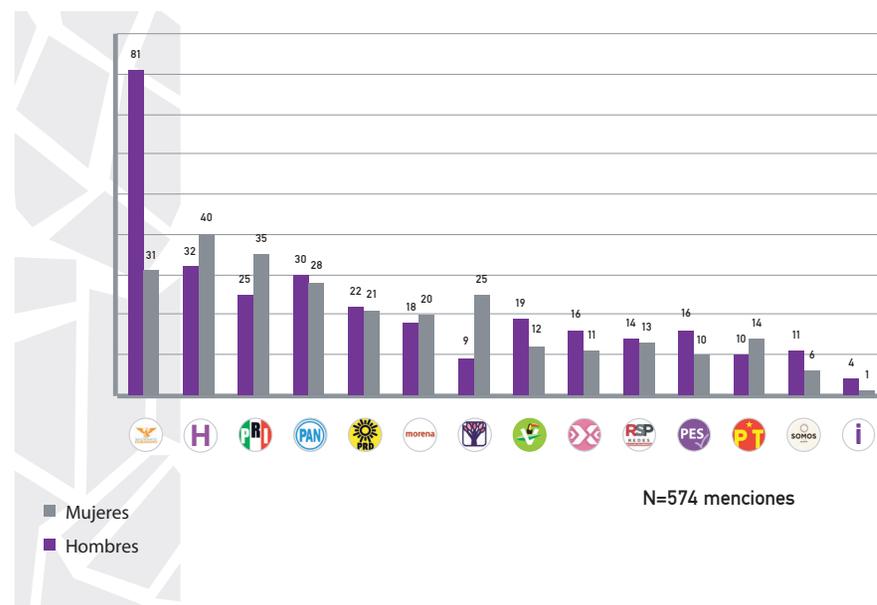


Gráfica No. 21 Distribución de candidatas y candidatos a municipio por partido político

Este fenómeno se repite cuando se separa a las piezas que mencionaron a aspirantes a municipios: las menciones para candidatas de Morena son solo 8% (21 de 275) y 13% en el caso del PT (cinco de 38 menciones). Entre aspirantes independientes solo se mencionó a una candidata entre 43 casos.

La relación es distinta en las piezas que mencionaron a aspirantes a diputaciones, grupo en el cual las menciones

a candidatas llegaron a 47% (267 de 574). Destaca el caso de Futuro, pues tres cuartas partes de las menciones fueron para candidatas (25 de 34 casos); también las candidatas a diputada de Hagamos, el PRI y el PT fueron mencionadas en más ocasiones que los varones. En contraste, aunque las y los aspirantes de MC aparecieron más veces en este monitoreo (112 de 574 casos, una quinta parte del total), también fue el

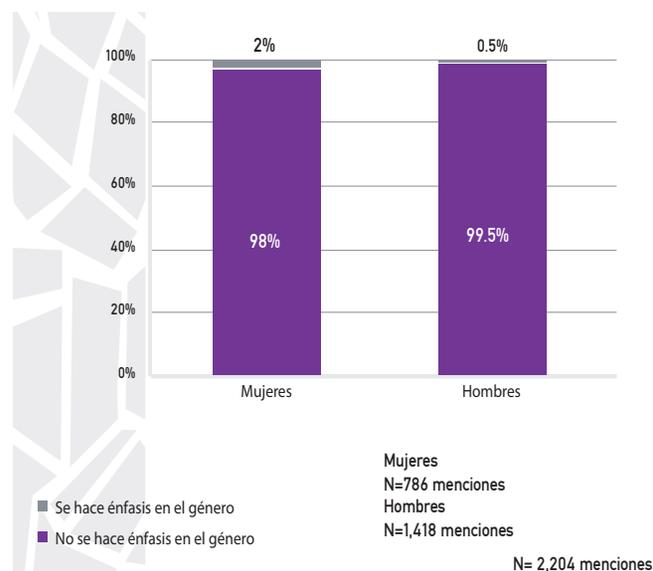


Gráfica No. 22 Distribución de candidatas y candidatos a diputaciones por partido político

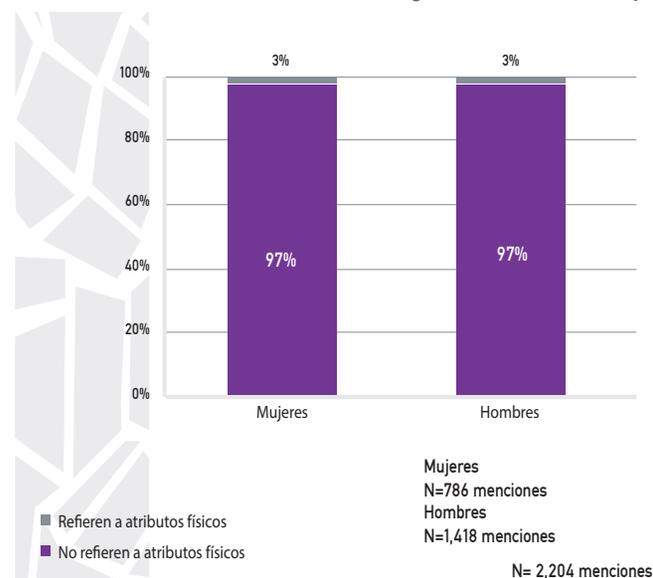
partido en el que las candidatas aparecieron menos: solo 28% de los casos. La única excepción fue el caso de aspirantes independientes a diputaciones: hubo cinco menciones y solo una fue para una candidata.

El monitoreo observó rasgos específicos de las menciones a candidatas y candidatos y así se detectó que hay pocos casos en donde se haga énfasis o se subraye de forma explícita el género de la persona: apenas 23 de las 2,204 menciones; aun cuando se habla de mujeres, esta condición solo se registró en 2% de los casos. Esto es solo un poco más frecuente al observar si la pieza menciona la apariencia física, la vestimenta o la edad de la persona: 3% de los casos, tanto al hablar de varones como de mujeres.

También se observó si las piezas mencionaban rasgos de personalidad o de carácter de los aspirantes, y esto solo ocurrió en cerca de 10% de los casos; de hecho, la proporción fue un poco más elevada al hablar de candidatos varones.



Gráfica No. 23 Énfasis en condición de género en candidatas y candidatos

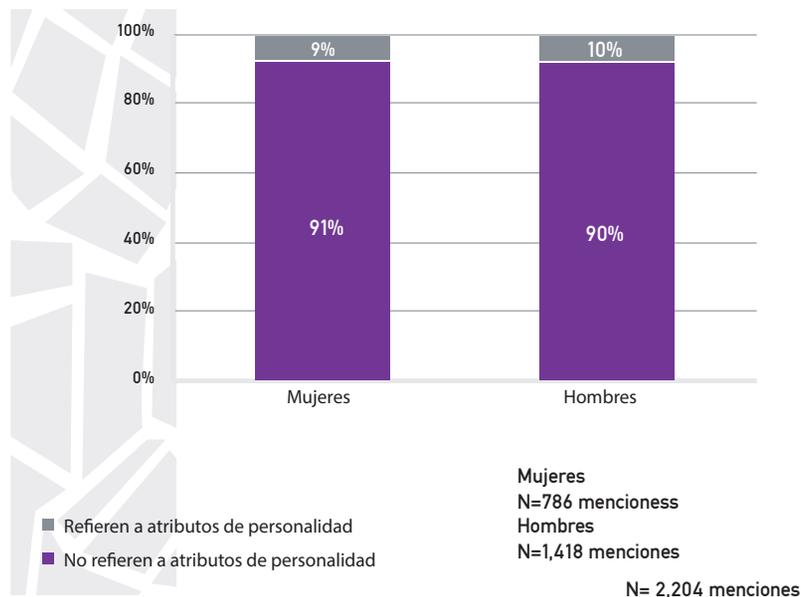


Gráfica No. 24 Condición de género y atributos físicos en candidatas y candidatos

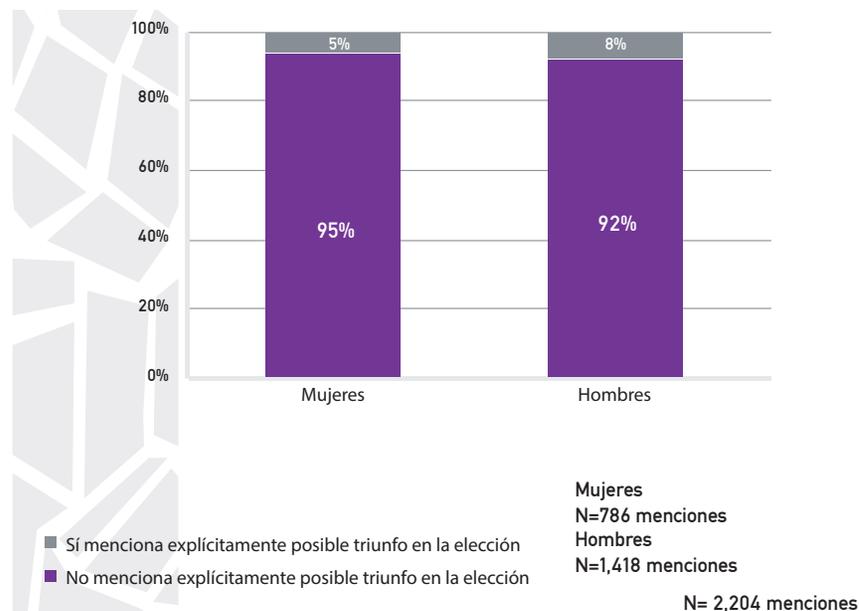
## Posibilidades de ganar y propuestas de campaña

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 varones estas referencias aparecieron en 8% de las piezas y en 5% al hablar de candidatas.

Al revisar si las piezas periodísticas mencionaban propuestas de campaña de las personas mencionadas, se



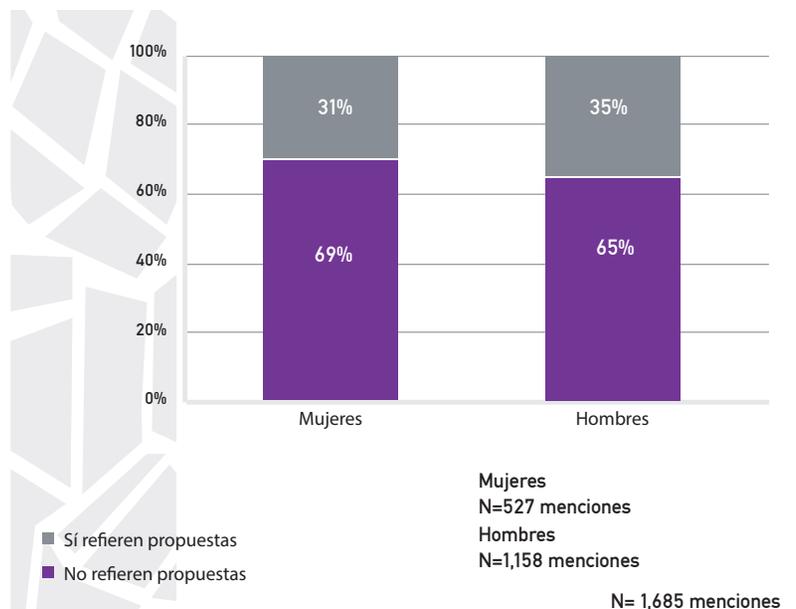
Gráfica No. 25 Condición de género y atributos de personalidad en candidatas y candidatos



Gráfica No. 26 Condición de género y posibilidad de triunfo en candidatos y candidatas

detectó que esta información fue incluida en 30% de las menciones a varones y 24% de las menciones a mujeres

Hubo 604 menciones a candidatas y candidatos en que se habló de alguna de sus propuestas, y 69% de ellas (419) fueron para varones. Seguridad, Economía, Servicios públicos y Obras públicas fueron los temas más frecuentes (la mitad de los casos).



Gráfica No. 27 Énfasis en la condición de género y mención de propuestas en candidatas y candidatos

Puede anotarse, además, que el tema de Género fue el segundo más común en las piezas referidas a candidatas, mientras que entre los varones el tema apareció en el décimo lugar de la lista.

### 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

	H	M	Total
Seguridad	93	26	119
Economía	47	20	67
Servicios públicos	42	21	63
Obras públicas	44	14	58
Género	15	23	38
Salud / manejo de la pandemia	24	13	37
Medio ambiente	19	16	35
Subsidios	17	13	30
Educación	19	8	27
Corrupción	18	5	23
Empleo	12	5	17
Política interna	15	1	16
Participación ciudadana	10	4	14
Actividades productivas	12	2	14
Movilidad urbana	6	5	11
Transparencia	6	2	8
Cultura	4	4	8
Empresas	5	1	6
Reforma política	4	0	4
Impuestos	4	0	4
Violencia	1	1	2
Fiscalización	1	1	2
Tecnología	1	0	1
Total	419	185	604

Tabla No. 5 Propuestas en piezas informativas por género

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 786 piezas con menciones a candidatas, solo tres incurrieron en rasgos de este tipo. Fue el número más bajo entre los tres ejercicios de monitoreo realizados hasta ahora.

Estereotipo	Total
Coloca a la candidata en posición de subordinación	1
Minimiza logros y capacidades	1
Enfatiza la edad de la candidata	1

N= 3 menciones

Tabla No. 6 Estereotipos de género en la participación de mujeres en su calidad de candidatas

Estas tres menciones ilustran diversas formas de aludir a estereotipos relativos al género. Una fue relativa a Tania Romero López, candidata de Futuro a municipio por Tlajomulco de Zúñiga, y hacía énfasis en la edad de la aspirante:

“Hay que reconocer que todavía hay jóvenes mujeres a las que no les importa ensuciarse en la calle”.

Otra fue acerca de María Guadalupe Guerrero Carvajal, aspirante a alcaldesa de Puerto Vallarta por MC y quien ya había sido señalada de formas similares en piezas detectadas en los anteriores ejercicios de monitoreo, al subrayar una condición de subordinación a un hombre; en este caso, por su relación

con Arturo Dávalos, actual alcalde con licencia y candidato a diputado local, de su mismo partido; la pieza dijo de ella

“(…) que tras ser secretaria de Arturo Dávalos fue impuesta por éste como regidora”.

La tercera se refirió a Juncal Solano Flores, candidata de Morena a diputada por el distrito 6, y tuvo que ver con minimizar sus logros o capacidades, al describirla de esta manera:

“La joven que ha tenido éxito por su canal de YouTube, pero que no tiene ninguna experiencia en el Gobierno o en la política”.

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

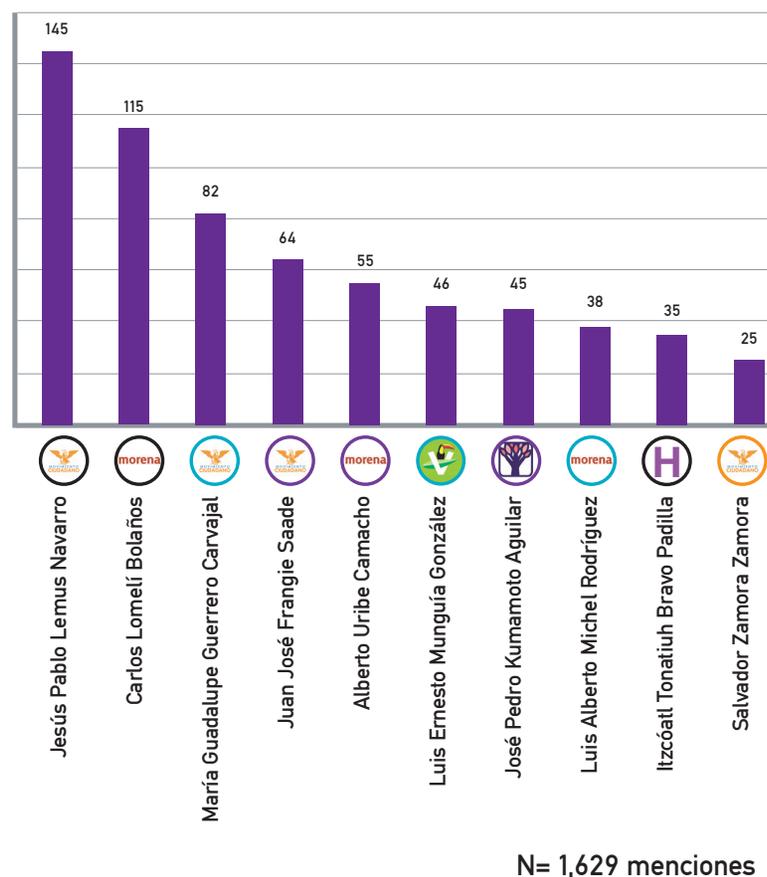
El presente monitoreo también pretendió observar si las piezas informativas hicieron alusión directa a la condición indígena de candidatas o candidatos participantes en el proceso electoral. Sin embargo, en este caso no fue detectada ninguna pieza que hiciera referencia explícita a aspirantes a cargos de elección popular con estos rasgos.

Entre las 2,204 piezas informativas monitoreadas en las que se mencionó a alguna candidata o algún candidato, ninguna aludió a la condición de indígena de la persona, ni se refirió a personas involucradas en campañas por municipios con presencia relevante de población indígena, como Mezquitic, Bolaños o Cuautitlán de García Barragán.

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

Durante el monitoreo fueron identificadas 1,629 menciones a candidatas y candidatos a municípe; las 10 personas que más aparecieron acumularon 40% de las menciones.

Este tercer periodo de observación permite confirmar la preferencia que los medios de comunicación otorgan a dos candidatos en particular, que en los tres ejercicios de monitoreo aparecieron como los más mencionados, y en el mismo orden: los aspirantes a presidente municipal de Guadalajara Jesús Pablo Lemus Navarro (MC) y Carlos Lomelí Bolaños (Morena).



Gráfica No. 28 Cobertura de aspirantes a municipales con mas menciones

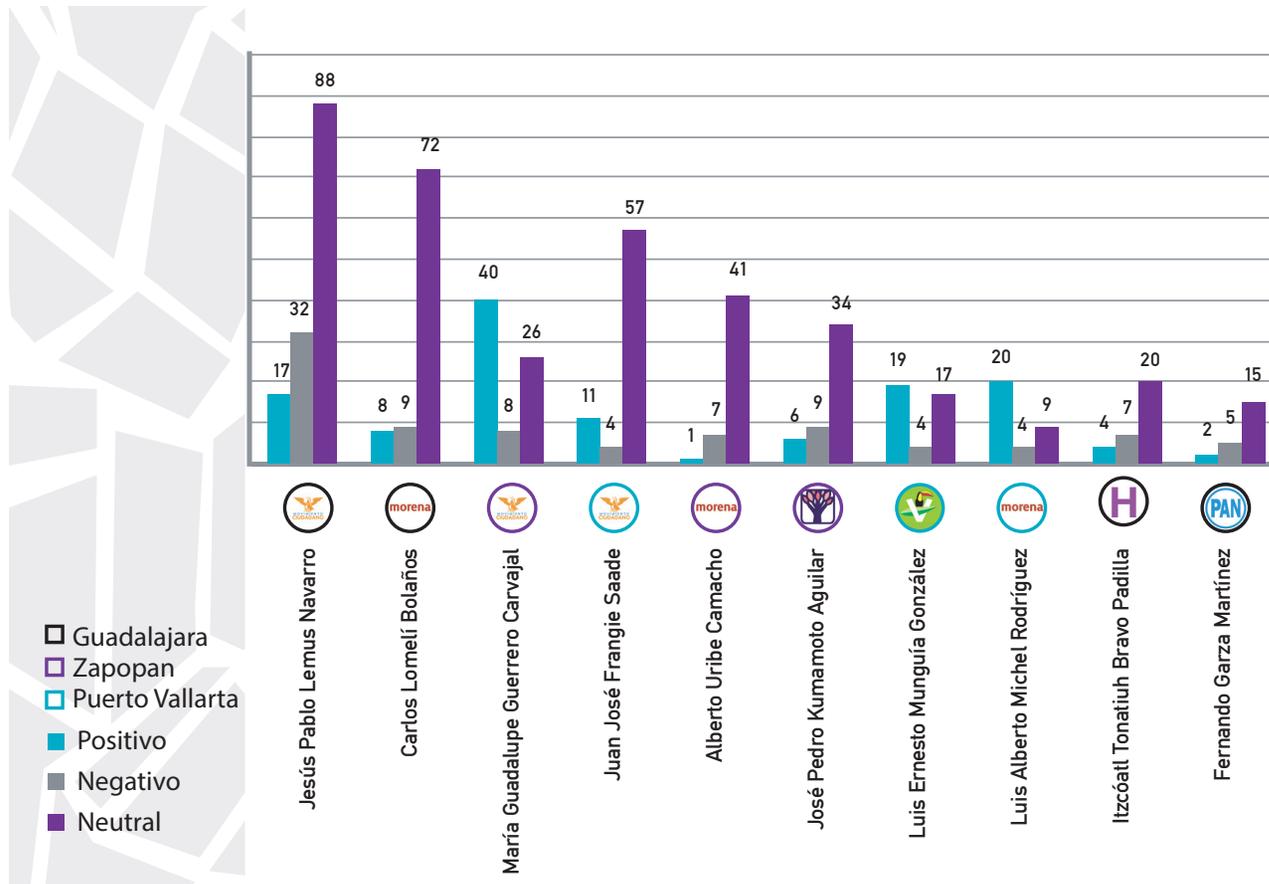
De hecho, otras cinco personas han aparecido en los tres ejercicios de monitoreo como parte del grupo de 10 aspirantes con más menciones: María Guadalupe Guerrero Carvajal, candidata de MC a alcaldesa de Puerto Vallarta, repitió en esta ocasión como la tercera más mencionada; fuera de ella, todos los demás candidatos son varones y aspirantes a las alcaldías de Guadalajara o de Zapopan: Juan José Frangie Saade (MC, Zapopan), José Pedro Kumamoto Aguilar (Futuro, Zapopan), Alberto Uribe Camacho (Morena, Zapopan) e Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla (Guadalajara, Hagamos).

Como una excepción, debe afirmarse que, en este tercer ejercicio de monitoreo, aparece por primera vez entre las 10 personas más mencionadas alguien que no compite por las tres alcaldías mencionadas: Salvador Zamora Zamora, candidato de MC por Tlajomulco de Zúñiga.

## Tratamiento a candidatas y candidatos

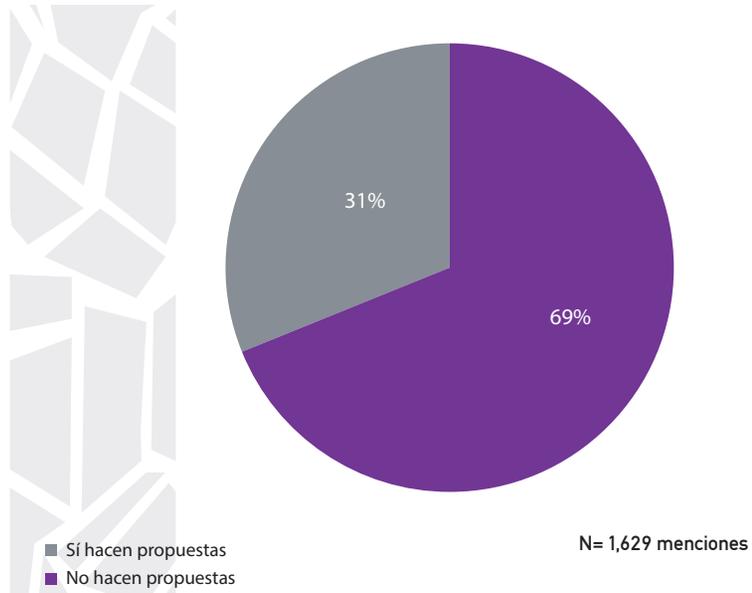
En relación con el mismo grupo de 10 candidatas y candidatos a municipales con más menciones, el tratamiento identificado en las piezas informativas fue de tipo Neutral en 63% de los casos, por 16% negativo y 21% positivo. También en este caso los candidatos más mencionados fueron los que merecieron mayor proporción de tratamiento negativo: 26% en el caso de Lemus Navarro y 22.6%, Lomelí Bolaños.

Sin embargo, además destacan los casos de tres contendientes por Puerto Vallarta, pues todos recibieron un pronunciado tratamiento editorial positivo: 74% en el caso de Luis Ernesto Munguía González (Partido Verde Ecologista de México, PVEM), 61% para la mencionada María Guadalupe Guerrero Carvajal y 53% para Luis Alberto Michel Rodríguez (Morena).



N= 1,453 menciones

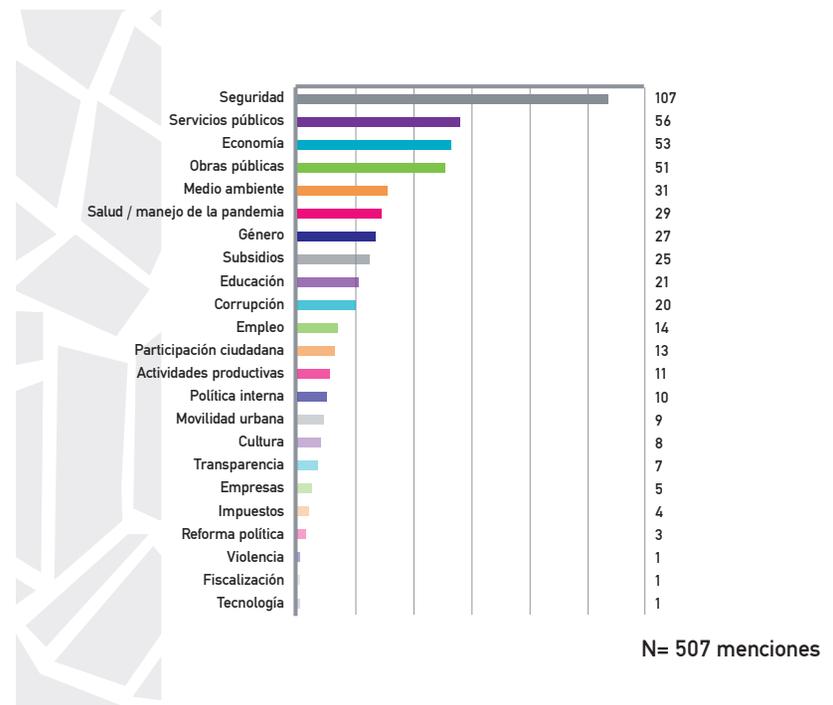
Gráfica No. 29 Tratamiento a los 10 candidatos más mencionados a municípe



Gráfica No. 30 Piezas que mencionan propuestas de aspirantes a municipales

En general, las piezas informativas en las que se mencionó a aspirantes a municipio se refirieron a solo 36 de los 125 municipios de Jalisco; la revisión de esta lista confirma la relevancia que los medios conceden a Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta, que acumularon 56% de las menciones.

En una de cada tres piezas monitoreadas los medios mencionaron propuestas presentadas por aspirantes a municipales: fueron 507 piezas, 107 de las cuales aludieron a iniciativas sobre temas de seguridad.



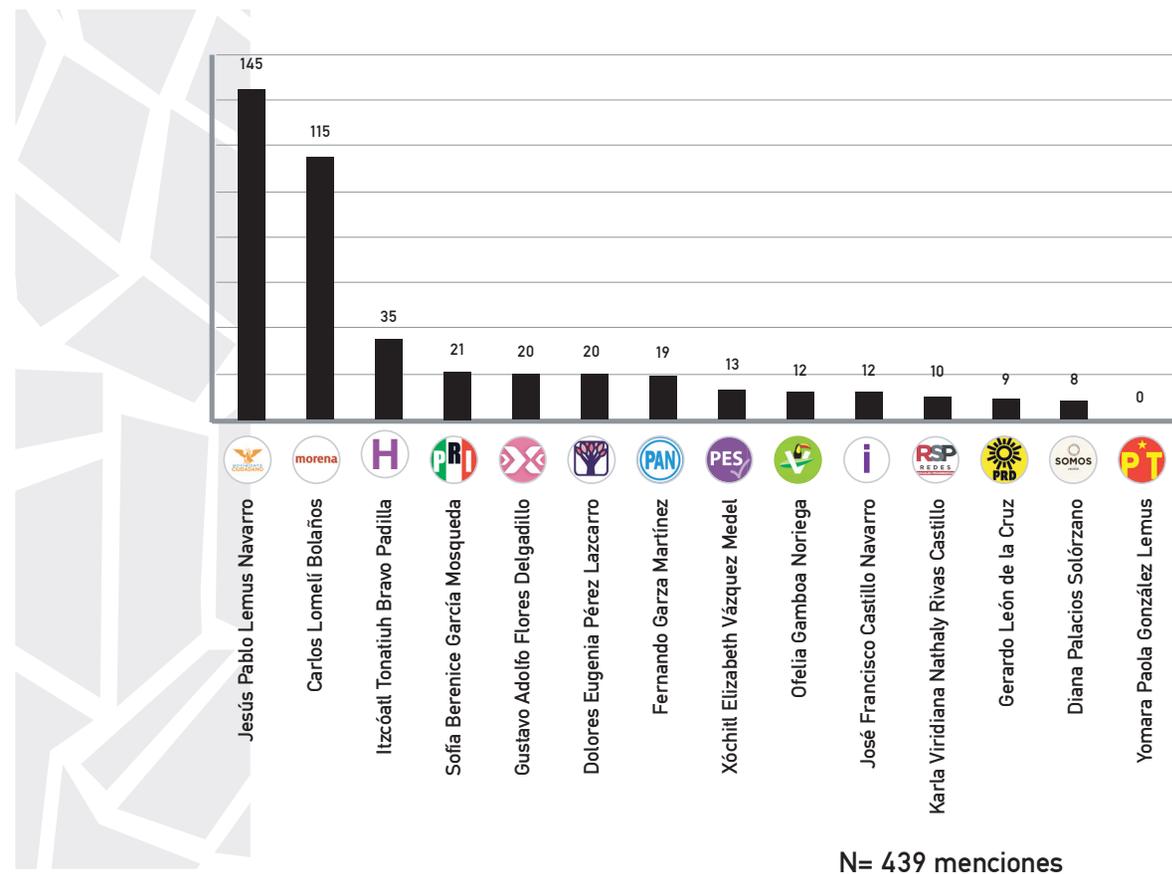
Gráfica No. 31 Distribución de temas de propuestas mencionadas por municipales

## Guadalajara

El monitoreo permitió detectar 439 piezas que se refirieron específicamente a aspirantes a municipales de Guadalajara. Como se mencionó antes, los candidatos de MC y Morena fueron los más favorecidos en este tercer ejercicio de observación, y las menciones para ellos representaron 59% del total, aunque hay 14 candidatos y candidatas en esta contienda. Nuevamente, la aspirante por el Partido del Trabajo (PT), Yomara Paola González Lemus, no fue mencionada ni una sola vez.

La distancia entre los dos candidatos más mencionados y sus contendientes se evidencia también con el siguiente dato: el tercero más mencionado fue el representante de Hagamos, Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla, quien, como en el segundo ejercicio de monitoreo, apenas llegó a 8% del total.

Se puede afirmar, sin embargo, que el tratamiento editorial para aspirantes a munícipe en Guadalajara

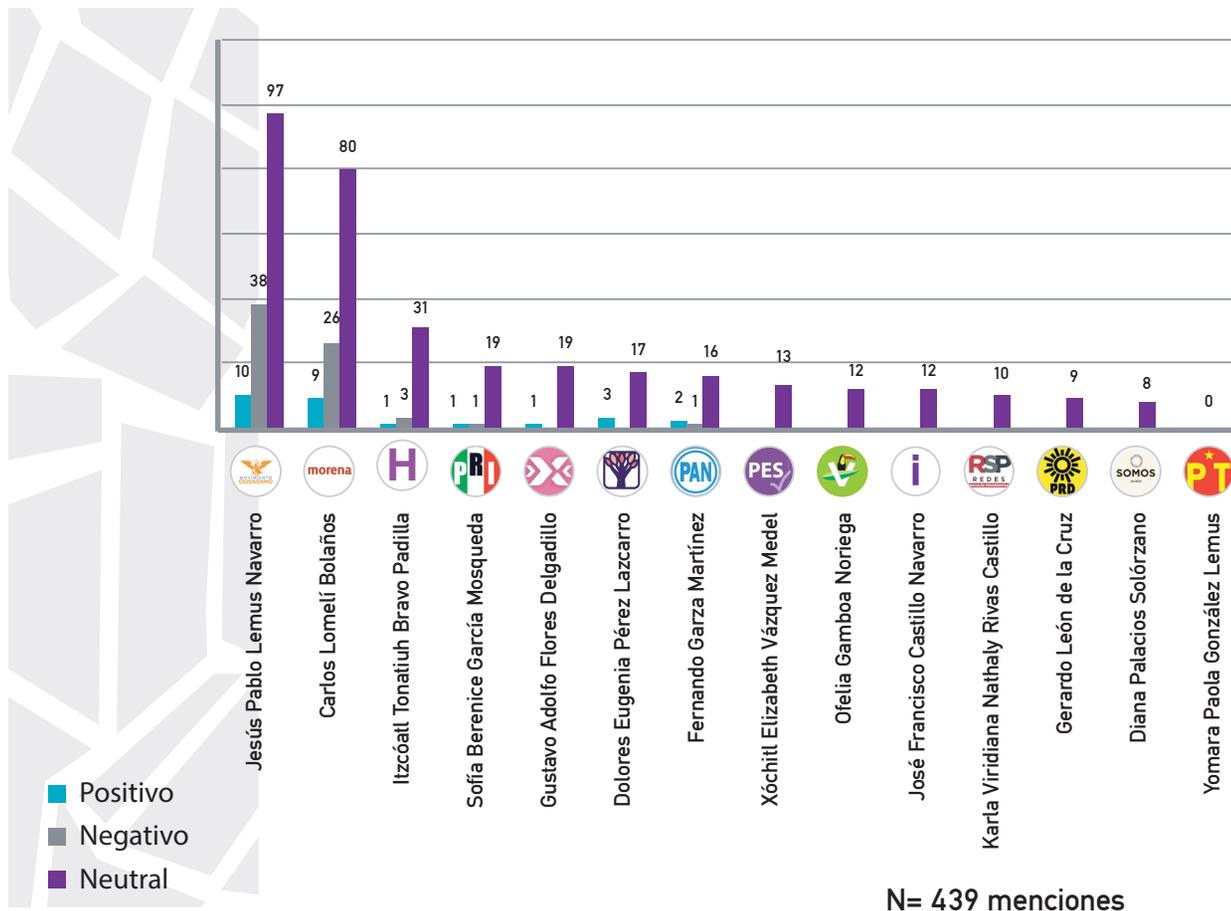


Gráfica No. 32 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Zapopan

parece más equilibrado: 78% de las menciones fueron de tipo neutral, por 16% negativas y 6% positivas. Solo en los casos de Lemus Navarro y Lomelí Bolaños, como ya se describió, hay una frecuencia importante de menciones negativas o positivas.

De las 439 menciones a aspirantes por Guadalajara, 134 (30%) incluyeron propuestas, y las 13 personas incluidas en esta cobertura tuvieron espacio para que se mencionara al menos una

iniciativa suya. Los cinco temas más mencionados fueron Seguridad, Economía, Obras públicas, Medio ambiente y Servicios públicos.



Gráfica No. 33 Tratamiento a aspirantes a la alcaldía de Guadalajara

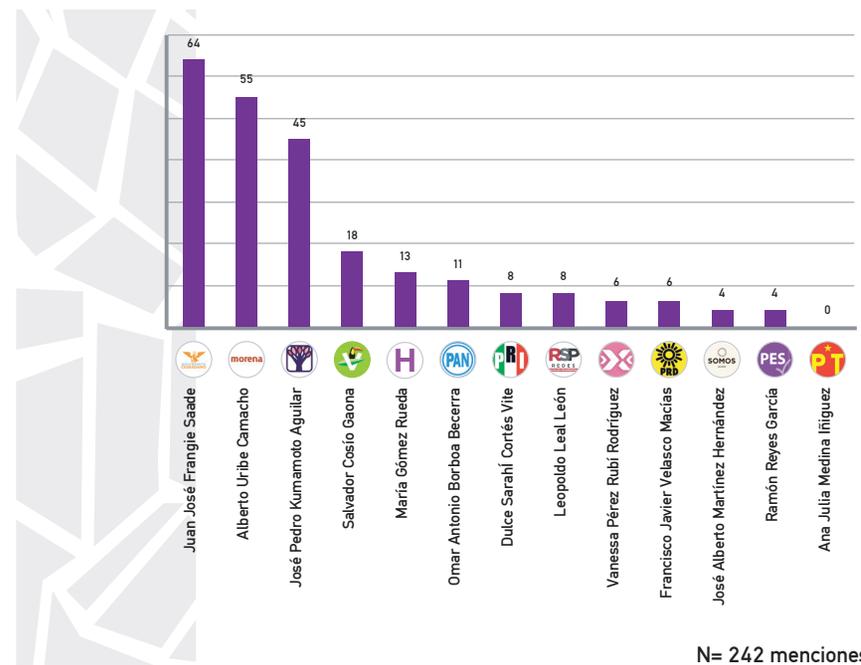
	Seguridad	Economía	Obras públicas	Medio ambiente	Servicios públicos	Otros temas	TOTAL
Jesús Pablo Lemus Navarro	16	4	3	2	2	9	145
Carlos Lomelí Bolaños	12	4	6	2	2	19	115
Itzcóatl Tonatíuh Bravo Padilla	1	0	1	1	4	6	35
Gustavo Adolfo Flores Delgadillo	0	1	0	0	0	1	20
Sofía Berenice García Mosqueda	1	0	0	0	0	2	21
Dolores Eugenia Pérez Lazcarro	2	0	1	0	1	1	20
Fernando Garza Martínez	1	1	1	1	1	4	19
Xóchitl Elizabeth Vázquez Medel	1	0	0	1	0	1	13
Ofelia Gamboa Noriega	2	0	0	2	0	0	12
José Francisco Castillo Navarro	3	1	0	2	1	1	12
Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo	2	1	0	0	0	0	10
Diana Palacios Solórzano	2	0	0	0	0	0	8
Gerardo León De La Cruz	0	0	0	0	0	1	9
Yomara Paola González Lemus	0	0	0	0	0	0	0

N= 439 menciones

Tabla No. 8 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes pos aspirante a la alcaldía de Guadalajara

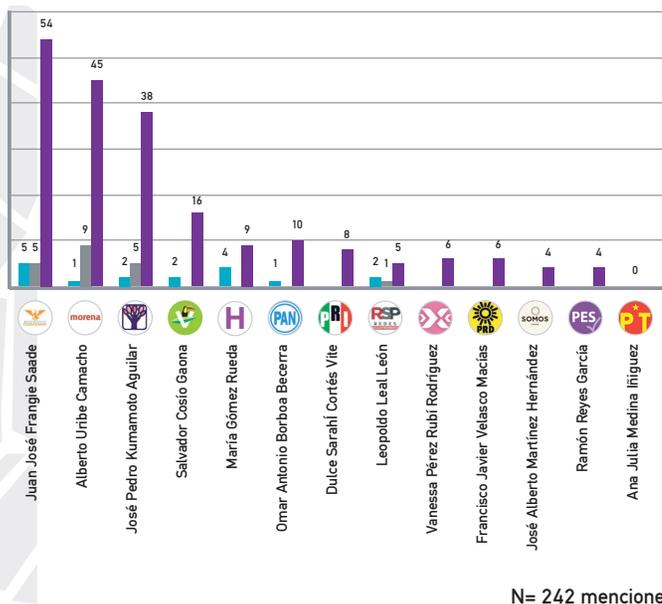
## Zapopan

Un total de 242 piezas informativas mencionaron a aspirantes a munícipe por Zapopan y tres de ellos concentraron 68% de las menciones: Juan José Frangie Saade (MC), Alberto Uribe Camacho (Morena) y José Pedro Kumamoto Aguilar (Futuro). Esta vez fueron mencionadas 12 de las 13 personas que compiten por esta alcaldía, con la excepción de Ana Julia Medina Iñiguez (PT).



Gráfica No. 34 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Zapopan

También en el caso de este municipio el tratamiento a las candidatas y los candidatos pareció equilibrado, con 85% de menciones de tipo Neutral. Los mayores contrastes fueron evidentes en casos como los de Uribe Camacho, con 16.3% de menciones negativas, y de María Gómez Rueda (Hagamos), con 31% de menciones positivas.



Gráfica No. 35 Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Zapopan

Aspirante	Seguridad	Economía	Servicios públicos	Obras públicas	Educación	Otros temas	TOTAL
Juan José Frangie Saade	10	8	3	2	4	9	64
Alberto Uribe Camacho	3	2	1	3	0	6	55
José Pedro Kumamoto Aguilar	10	0	0	2	0	8	45
Salvador Cosío Gaona	4	0	2	0	1	5	18
María Gómez Rueda	1	0	0	0	0	2	13
Ómar Antonio Borboa Becerra	2	0	0	0	0	2	11
Dulce Sarahí Cortés Vite	2	0	0	0	0	0	8
Leopoldo Leal León	2	0	1	0	0	0	8
Vanessa Pérez Rubí Rodríguez	1	0	0	0	0	0	6
Francisco Javier Velasco Macías	1	1	1	0	0	0	6
José Alberto Martínez Hernández	1	1	0	0	0	0	4
Ramón Reyes García	2	0	0	0	0	1	4
Ana Julia Medina Iñiguez	0	0	0	0	0	0	0

N= 242 menciones

Tabla No. 9 Distribución de 5 temas de propuestas más relevantes por aspirante a la alcaldía de Zapopan

Entre las 242 menciones, 104 (43%) incluyeron propuestas del candidato o la candidata, particularmente de Seguridad o Economía (51 menciones). Se registró al menos una propuesta por cada una de las 12 personas que aparecieron en este monitoreo.

## Puerto Vallarta

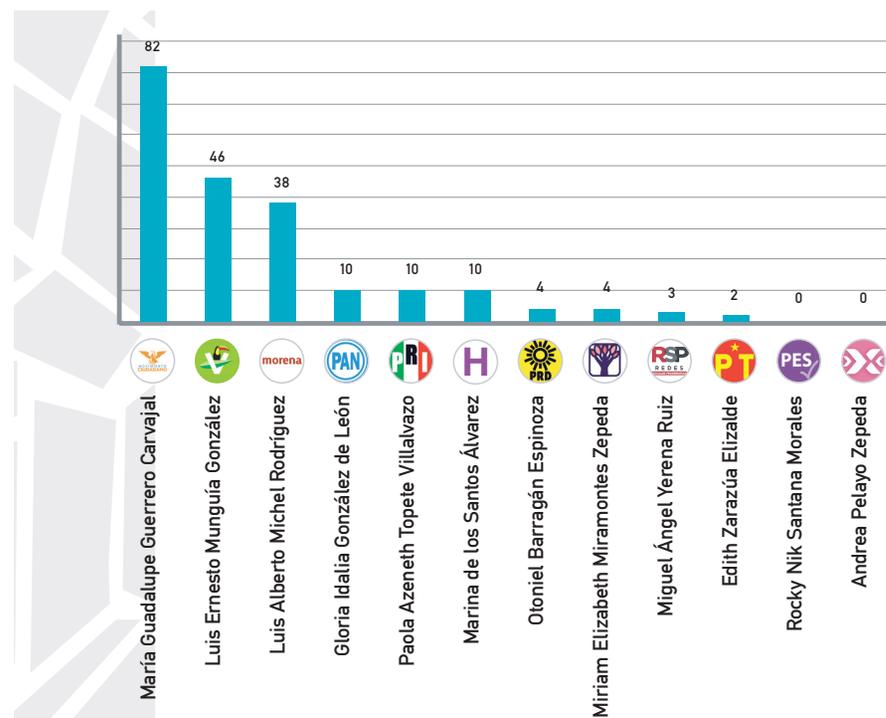
Una vez más, Puerto Vallarta fue el tercer municipio más mencionado cuando los medios informaron sobre aspirantes a municipales, con 209 piezas; igualmente, la información quedó concentrada en tres personas: los señalados María Guadalupe Guerrero Carvajal (39%), Luis Ernesto Munguía González (22%) y Luis Alberto Michel Rodríguez (18%), que acumularon 79% de las menciones.

En contraste, dos de los 12 aspirantes por Puerto Vallarta no aparecieron ni una sola vez en este periodo: Rocky Nik Santana Morales (Partido Encuentro Solidario, PES) y Andrea Pelayo Zepeda (Fuerza por México).

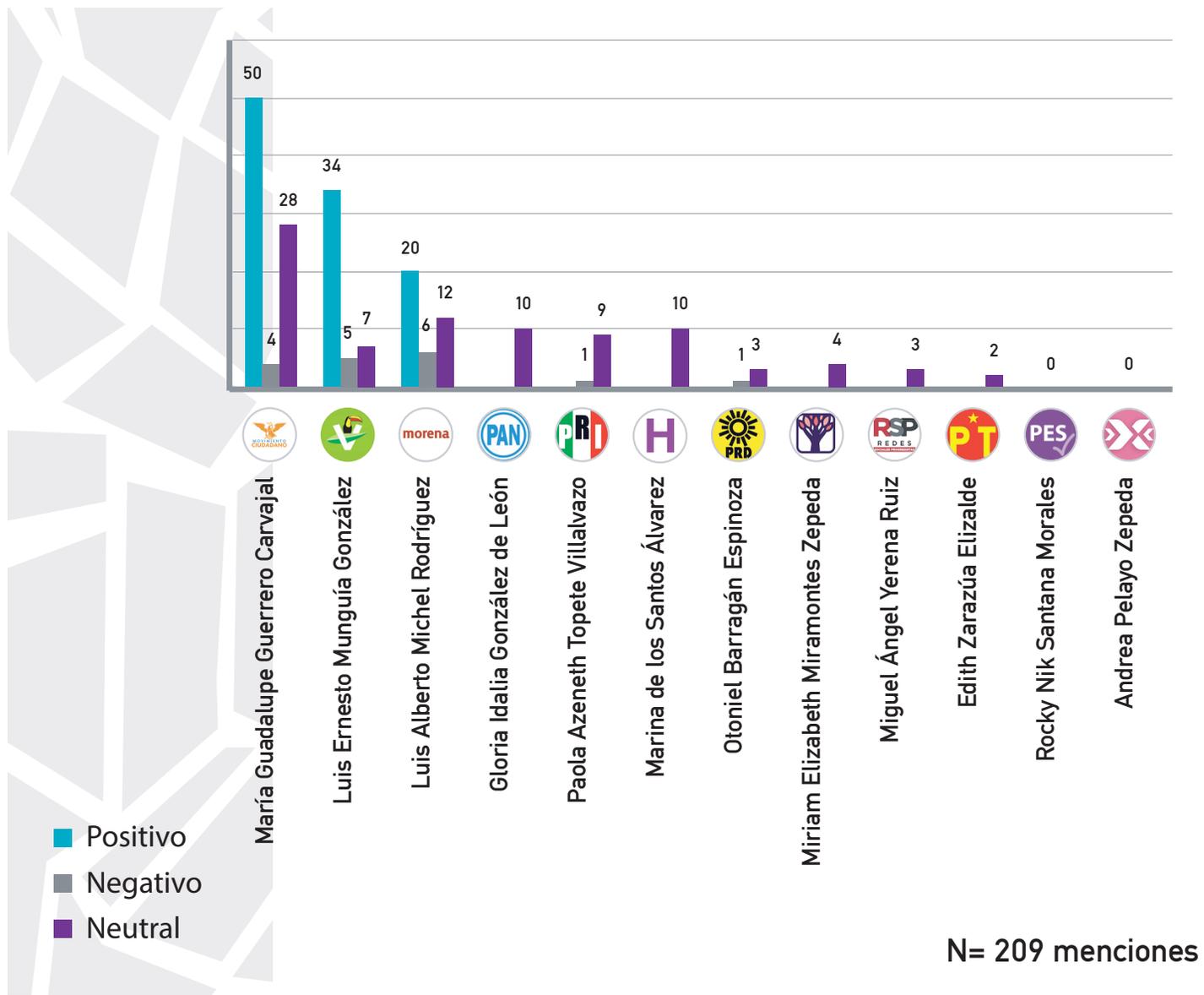
Como ya se mencionó, el tratamiento editorial para aspirantes por Puerto Vallarta es claramente desequilibrado: 42% de las menciones a candidatas o candidatos son neutrales, pero 50% son positivas. De forma muy evidente, esto se explica por el tratamiento positivo de los medios a las tres personas mencionadas, que fueron las únicas con alusiones de este tipo.

Otro hallazgo para observar la cobertura a estas tres personas es que fueron las únicas, entre las 10 incluidas en este periodo, sobre las cuales se registró alguna propuesta de campaña; aun entre ellas tres, la persona con mayor registro de propuestas fue Guerrero Carvajal, pues más de la mitad de sus menciones incluyeron alguna de sus iniciativas.

En esta cobertura, las propuestas de campaña fueron, principalmente, sobre los temas Medio ambiente, Servicios públicos, Género, Subsidios y Obras públicas.



Gráfica No. 36 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta



Gráfica No. 37 Tratamiento a los aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

		Medio ambiente	Servicios públicos	Género	Subsidios	Obras públicas	Otros temas	TOTAL
María Guadalupe Guerrero Carvajal		10	5	7	4	5	14	82
Luis Ernesto Munguía González		1	5	0	4	2	10	46
Luis Alberto Michel Rodríguez		0	0	2	0	0	7	38
Gloria Idalia González de León		0	0	0	0	0	0	10
Paola Azeneth Topete Villalvazo		0	0	0	0	0	0	10
Marina de los Santos Álvarez		0	0	0	0	0	0	10
Otoniel Barragán Espinoza		0	0	0	0	0	0	4
Miriam Elizabeth Miramontes Zepeda		0	0	0	0	0	0	4
Miguel Ángel Yerena Ruiz		0	0	0	0	0	0	3
Edith Zarazúa Elizalde		0	0	0	0	0	0	2
Rocky Nik Santana Morales		0	0	0	0	0	0	0
Andrea Pelayo Zepeda		0	0	0	0	0	0	0

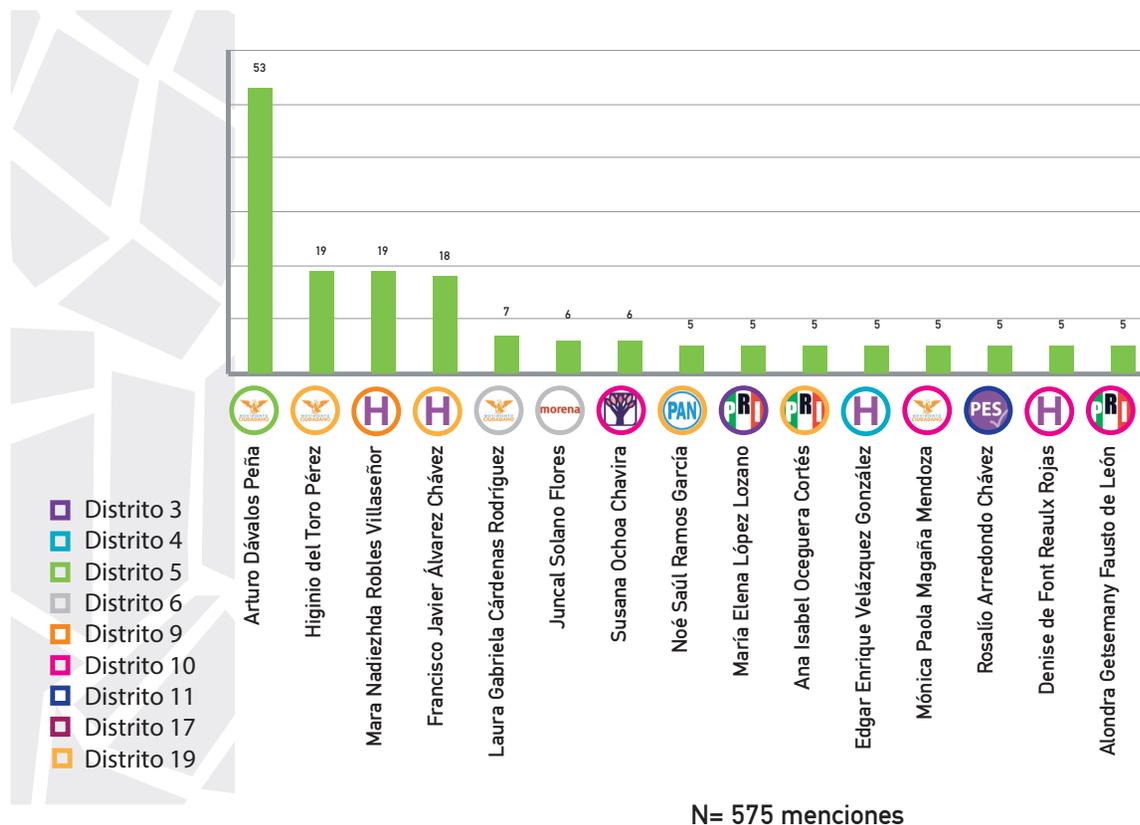
N= 209 menciones

Tabla No. 10 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 575 piezas en que se hicieron menciones de forma exclusiva a candidatas y/o candidatos a diputaciones locales. Ese número equivale a un tercio de las que recibieron aspirantes a municipales.

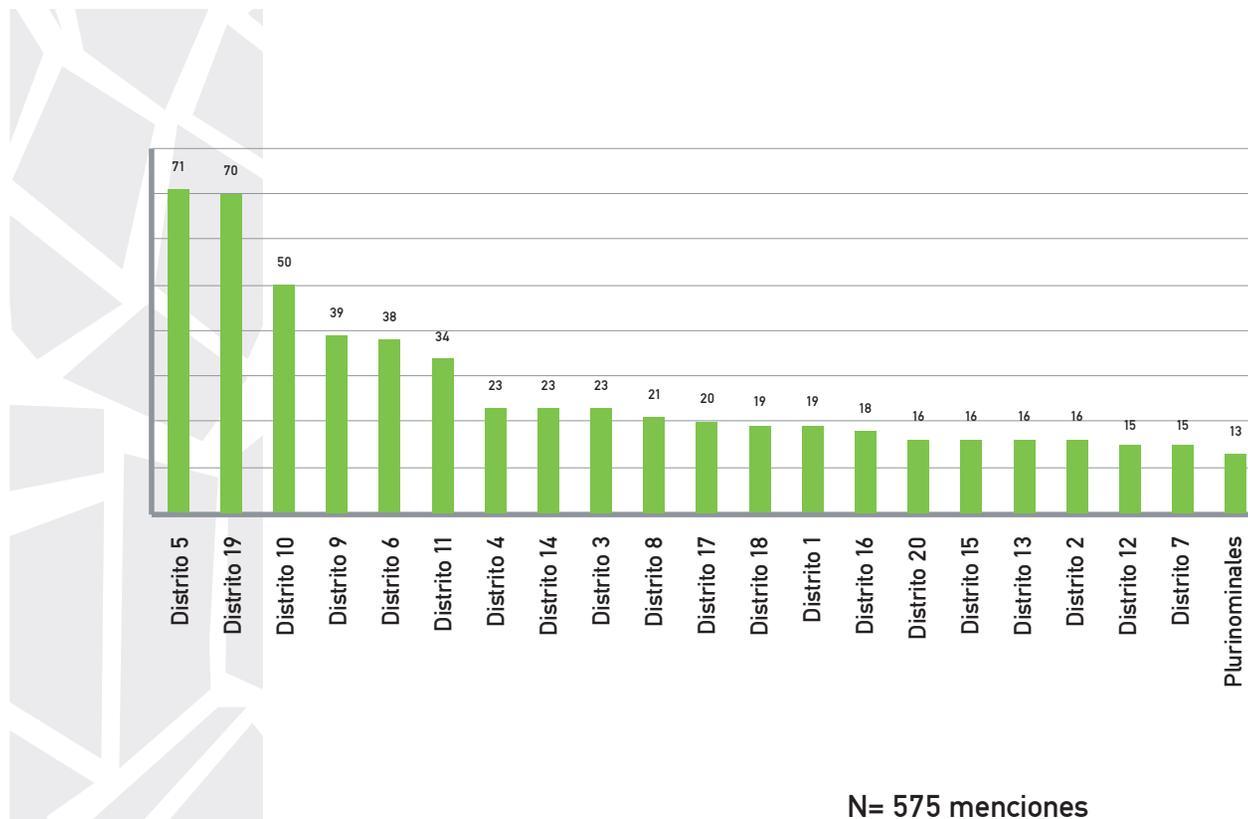
Como en el periodo anterior de este ejercicio, el candidato Arturo Dávalos Peña, aspirante en el Distrito 5 por Movimiento Ciudadano (y alcalde con licencia de Puerto Vallarta), fue el primer lugar en número de menciones, con 9% del total. Esto es importante no solo porque se confirma una tendencia de los medios que favorece la presencia de este aspirante, sino además porque, una vez más, la distancia respecto de otros y otras aspirantes



Gráfica No. 38 Cobertura de 16 aspirantes a diputaciones locales con más menciones

es pronunciada: las tres personas que lo siguieron en la lista no llegaron a 20 menciones, es decir, apenas alcanzaron 3.3% de las menciones.

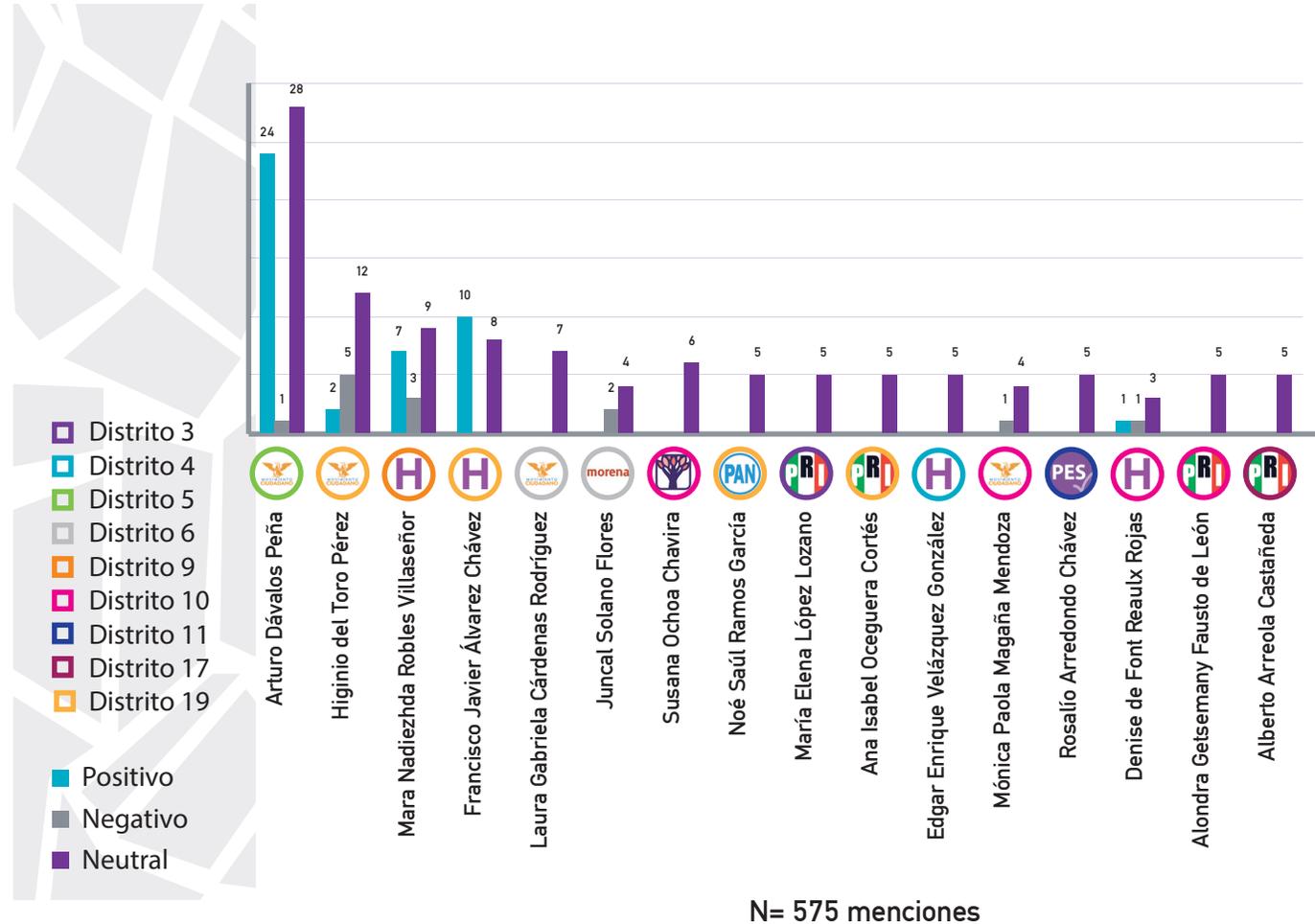
Sin embargo, también hay que notar que en esta ocasión las menciones estuvieron más distribuidas entre personas diferentes y que por primera vez pudo observarse que aparecieron aspirantes de los 20 distritos electorales en que está dividido Jalisco y por la vía plurinominal, pese a la amplia distancia entre los distritos con más y con menos menciones. Un dato que se desprende de esta pluralidad de nombres es que las cinco personas más mencionadas solo suman 20% del conjunto.



Gráfica No. 39 Cobertura de aspirantes a diputaciones por distrito

Entre las personas que aparecieron con mayor frecuencia hay varias con el mismo número de menciones (en el segundo lugar, por ejemplo, dos personas tuvieron 19 cada una); en esta sección, por lo tanto, se optó por revisar los datos de 16 aspirantes a diputaciones locales. En este grupo hay cuatro contendientes por el distrito 19 y cuatro más por el distrito 10; el mencionado Dávalos Peña es el único aspirante por el distrito 5.

En cuanto al tratamiento editorial para este grupo de 16 aspirantes, destaca que las menciones de tipo neutral fueron 67% por 25% positivo y 8% negativo. Esto obedece al tratamiento para las personas que fueron más mencionadas: Dávalos Peña aparece con 45% de menciones positivas y Francisco Javier Álvarez Chávez (cuarto más mencionado, candidato de Hagamos por el distrito 19) llega incluso a 56% de menciones positivas.



Gráfica No. 40 Tratamiento a 16 aspirantes a diputaciones locales con más menciones

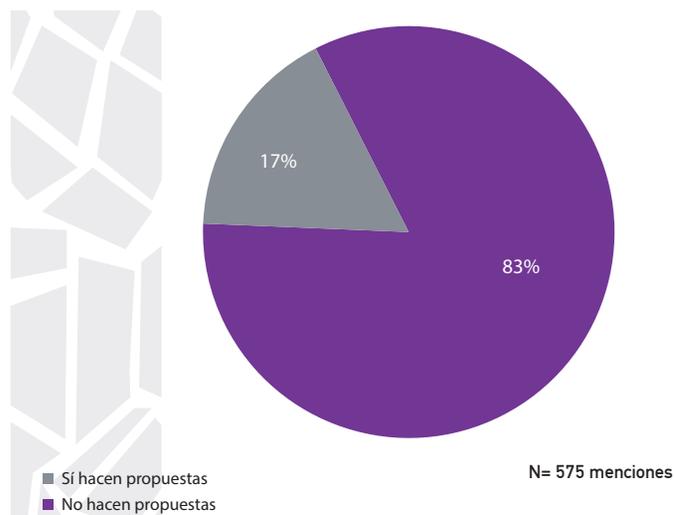
Sin embargo, solo en 97 de los 575 casos (17%) se registraron propuestas de candidatas y candidatos; Economía, Seguridad y Género fueron los temas más frecuentes.

## Distrito 5

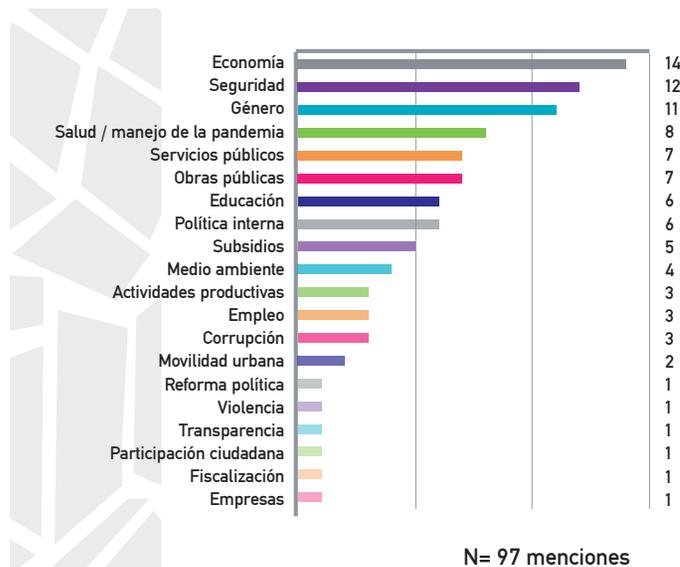
A causa de la cobertura al candidato Dávalos Peña, el distrito 5, con sede en Puerto Vallarta, fue la demarcación con más menciones en este monitoreo, con 69; 53 de ellas fueron para el aspirante señalado. Nadie más pasó de tres menciones.

En este distrito hay 13 candidatas y candidatos, pero dos no aparecieron ni una sola vez: Carmen Gabriela Gutiérrez Jiménez (Partido de la Revolución Democrática, PRD) y Esmeralda Vargas Hernández (PT).

Salvo por el caso de Dávalos Peña, y tomando en cuenta el bajo número de apariciones del resto de aspirantes, el tratamiento editorial en este caso fue neutral.



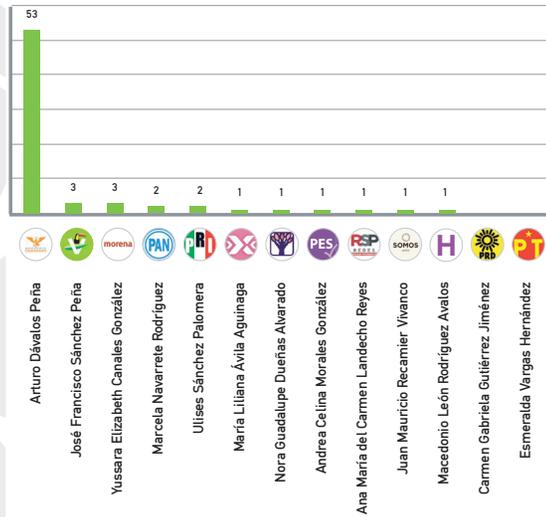
Gráfica No. 41 Porcentaje de menciones en la que aspirantes a diputaciones locales hacen propuestas



Gráfica No. 42 Distribución de temas de propuestas mencionadas por aspirante a diputaciones

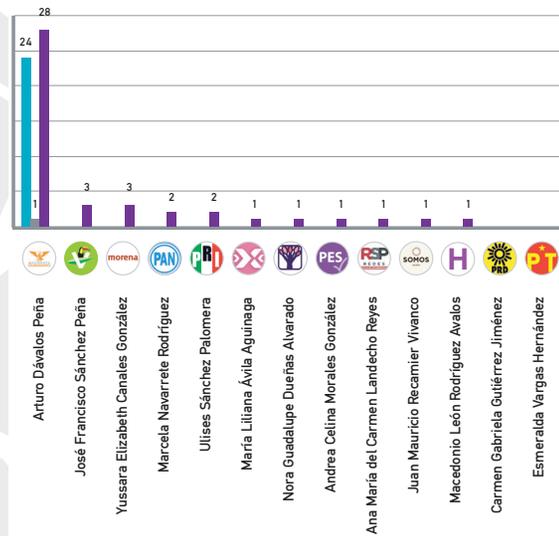
# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



N= 69 menciones

Gráfica No. 43 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5



N= 69 menciones

Gráfica No. 44 Tratamiento de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5

	Economía	Obras públicas	Política interna	Salud/ Manejo de la pandemia	Actividades productivas	Otros temas	TOTAL
Arturo Dávalos Peña	5	5	4	2	2	4	22
José Francisco Sánchez Peña	0	0	0	1	0	0	1
Yussara Elizabeth Canales González	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
María Liliana Ávila Aguinaga	0	0	0	0	0	0	0
Nora Guadalupe Dueñas Alvarado	0	0	0	0	0	0	0
Andrea Celina Morales González	0	0	0	0	0	0	0
Ana María del Carmen Landecho Reyes	0	0	0	0	0	0	0
Juan Mauricio Recamier Vivanco	0	0	0	0	0	0	0
Macedonio León Rodríguez Avalos	0	0	0	0	0	0	0
Carmen Gabriela Gutiérrez Jiménez	0	0	0	0	0	0	0
Esmeralda Vargas Hernández	0	0	0	0	0	0	0

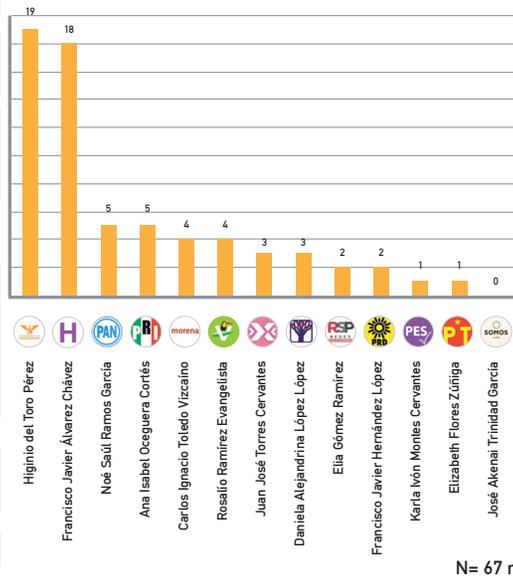
N= 69 menciones

Tabla No. 10 Distribución de 5 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 5

Además, solo un candidato además del señalado fue mencionado en una pieza informativa en donde quedó registrada una propuesta de campaña: José Francisco Sánchez Peña (PVEM); las otras 22 menciones fueron acerca del puntero, principalmente en temas de Obras Públicas, Economía y Política interna.

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

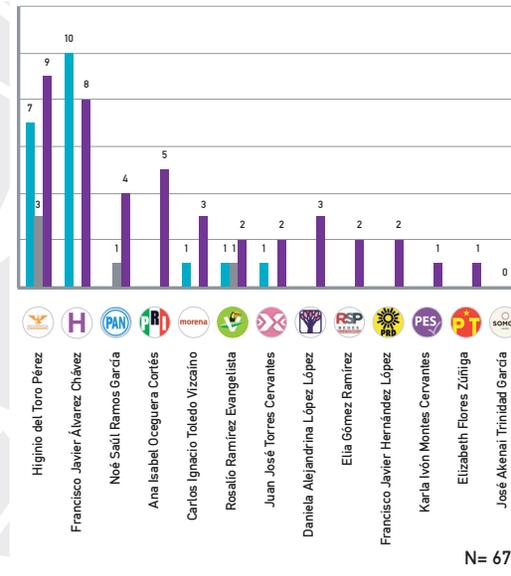
Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



Gráfica No. 45 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19

## Distrito 19

En el caso del distrito 19 hubo 67 menciones a candidatas y candidatos y en esta ocasión los medios solo dejaron de mencionar a uno de 13 aspirantes: José Akenai Trinidad García, de Somos. Sin embargo, nuevamente el más mencionado fue Higinio del Toro Pérez (MC), con 19 apariciones, seguido por el ya mencionado Francisco Javier Álvarez Chávez (Hagamos), con 18. Entre ambos sumaron 55% de las menciones para este conjunto.



Gráfica No. 46 Tratamiento a los aspirantes a diputaciones locales por el distrito 19

En cuanto al tratamiento, las menciones de tipo neutral llegaron a 63% del total. Sin embargo, los dos candidatos que más aparecieron registraron una alta proporción de menciones positivas: 37% y 65%, respectivamente.

En esta cobertura solo cinco de las 67 menciones aludieron a propuestas de campaña: tres del candidato más mencionado, una de su seguidor y una más, de Carlos Ignacio Toledo Vizcaíno (Morena). Estos asuntos se refirieron a temas de Seguridad, Servicios públicos, Obras públicas, Educación y Política interna.

	Seguridad	Servicios públicos	Obras públicas	Educación	Política interna	Otros temas	TOTAL
Higinio del Toro Pérez	0	0	0	1	0	0	1
Francisco Javier Álvarez Chávez	1	1	1	0	0	0	3
Noé Saúl Ramos García	0	0	0	0	0	0	0
Ana Isabel Ocegüera Cortés	0	0	0	0	0	0	0
Carlos Ignacio Toledo Vizcaíno	0	0	0	0	1	0	1
Rosalío Ramírez Evangelista	0	0	0	0	0	0	0
Juan José Torres Cervantes	0	0	0	0	0	0	0
Daniela Alejandrína López López	0	0	0	0	0	0	0
Elia Gómez Ramírez	0	0	0	0	0	0	0
Francisco Javier Hernández López	0	0	0	0	0	0	0
Karla Ivón Montes Cervantes	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

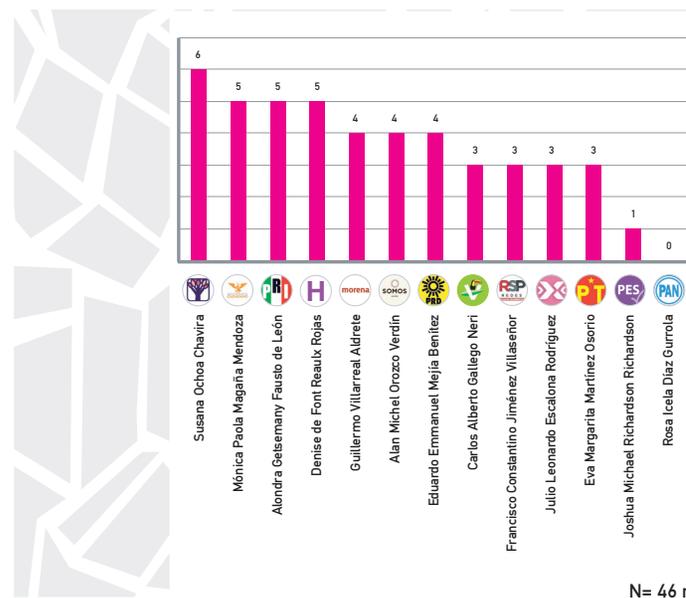
N= 67 menciones

Tabla No. 11 Distribución de 6 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 19

## Distrito 10

El tercer distrito con más menciones fue el 10 con sede en Guadalajara, con 46 piezas identificadas. En este caso aparecieron 12 de 13 aspirantes y la única ausente fue la representante del PAN, Rosa Icela Díaz Gurrola.

En contraste con los casos anteriores, la cobertura se distribuyó de forma un poco más equitativa: la candidata más mencionada fue Susana Ochoa Chavira (Futuro) con seis



N= 46 menciones

Gráfica No. 47 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 10

apariciones; tres personas tuvieron cinco menciones, otras tres llegaron a cuatro y cuatro más, a tres apariciones; el duodécimo integrante del grupo solo apareció una vez.

En este caso, todas las publicaciones merecieron un tratamiento neutral.

Además, las 12 personas mencionadas en la cobertura al distrito 10 aparecieron al menos una vez en piezas donde se mencionaron propuestas de campaña, si bien solo 13 de

# MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

		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 Enríquez		0	0	0	2	2
Daniel Esparza Vizcarra		0	0	0	1	1
Miguel Ángel Nava Amezcuita		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. 12 Distribución de 3 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 10

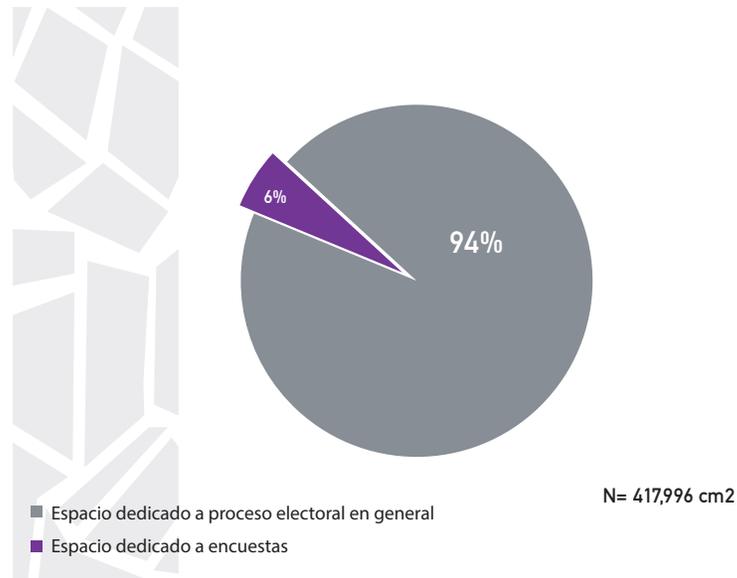
las 46 publicaciones registraron alguna de éstas. Seguridad, Corrupción y Salud/Manejo de la pandemia fueron los temas más frecuentes.

## IX. Encuestas

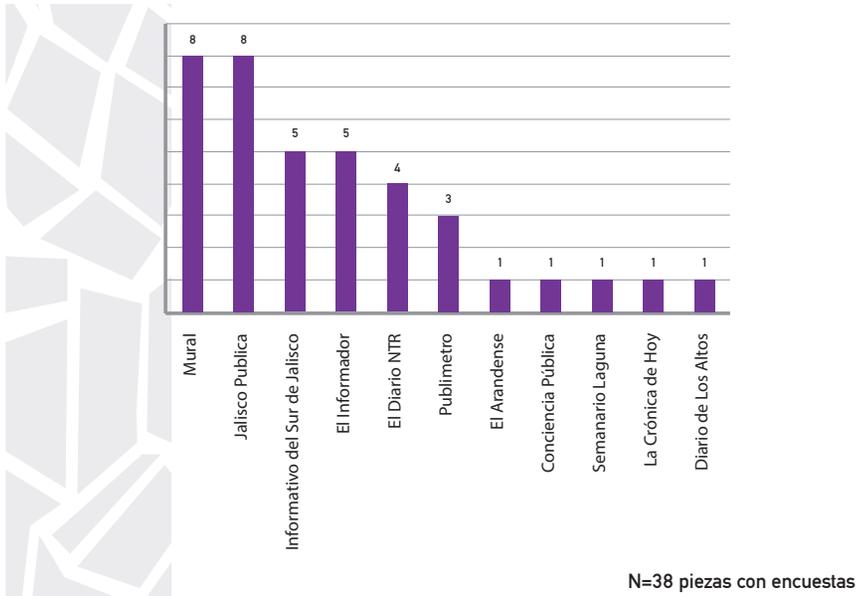
En este tercer periodo de monitoreo fueron identificadas 38 piezas en las que se publicaron encuestas o sondeos de preferencias electorales, o bien se mencionó alguno de estos ejercicios. Aparecieron en 11 medios diferentes: siete metropolitanos y cuatro regionales; sin embargo, fueron, sobre todo, los medios del ÁMG los que incluyeron la mayoría de las piezas: 30 del total.

Nuevamente destacó la falta de información sobre el origen y la responsabilidad de las encuestas mencionadas en las piezas informativas: solo 47% de las piezas incluyeron información sobre quién las produjo y solamente en cuatro casos se aclaró quién financió esos ejercicios (en todos los casos fueron estudios producidos y publicados por el diario Mural).

De las 38 menciones, en 26 (68%) no hubo información sobre la vitrina metodológica correspondiente a la encuesta, y solo seis veces se publicó esa información completa.

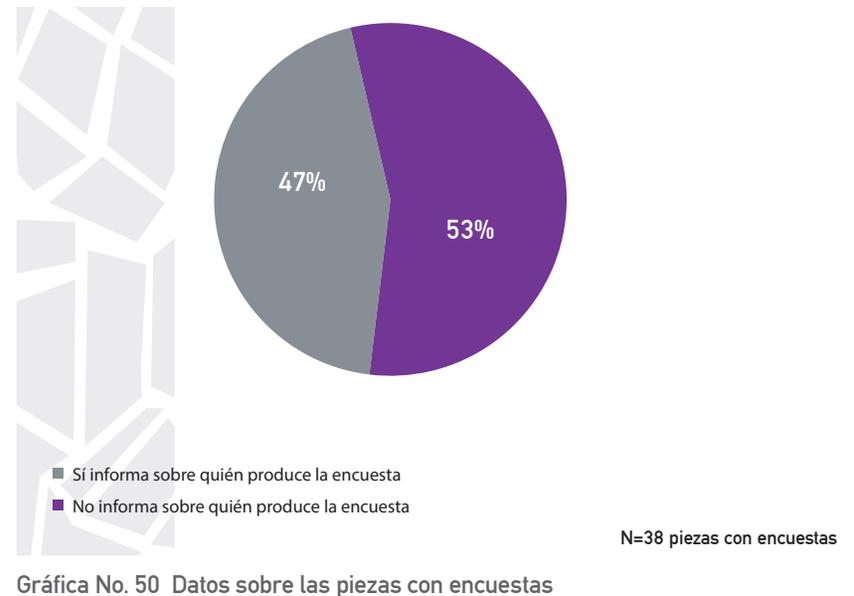


Gráfica No. 48 Espacio dedicado a encuestas

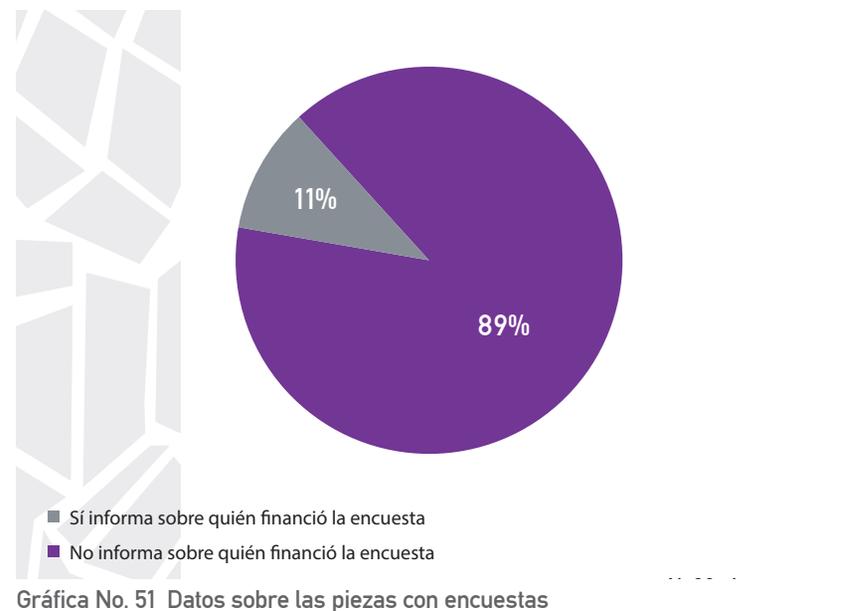


Gráfica No. 49 Distribución de piezas con encuesta por publicación

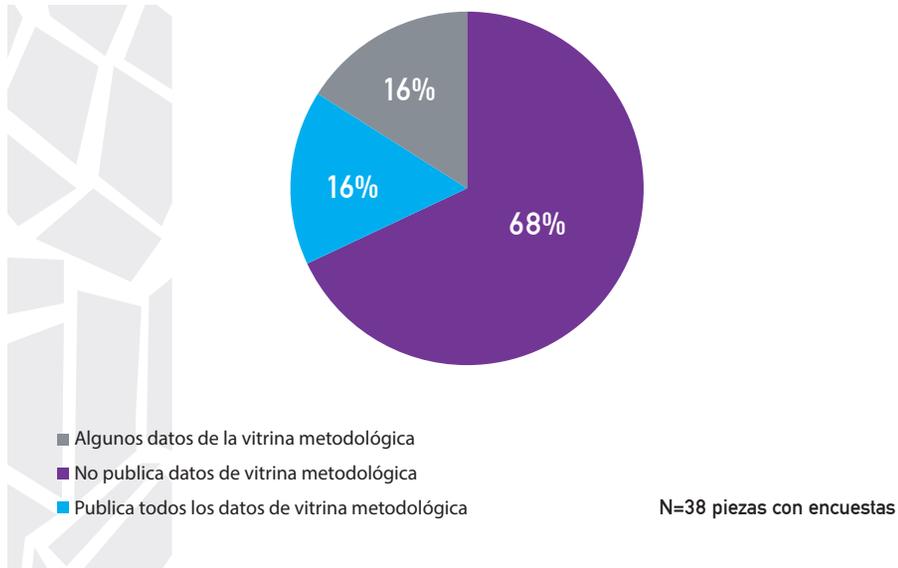
Por otro lado, en 30 de los 38 casos el partido MC apareció en primer lugar de las preferencias electorales, mientras que en 20 casos se presentó a Morena como segundo lugar.



Gráfica No. 50 Datos sobre las piezas con encuestas



Gráfica No. 51 Datos sobre las piezas con encuestas



Gráfica No. 52 Datos sobre la vitrina metodológica de las encuestas

	Primera posición	Segunda posición	Tercera posición
	30	5	0
	2	0	0
	2	20	1
	1	0	0
	0	2	8
	0	1	0
	0	0	6
	0	0	5
	0	0	1
No Coloca	3	10	17

N= 38 piezas informativas

Tabla No. 13 Distribución de encuestas opr partido, por posición en intención de voto

## X.- Conclusiones

Los resultados de este tercer monitoreo de los medios impresos de Jalisco sobre las campañas del Proceso Electoral 2021, en el periodo del 2 al 15 de mayo de 2021, reflejaron el peso de los medios del Área Metropolitana de Guadalajara, que publicaron 60% de las piezas relativas a estos temas, pese a que algunos medios regionales estuvieron entre los 10 que más información publicaron. Medios como El Informador (11.5%) o Meridiano (8.2%) lideran la cobertura desde esta perspectiva.

Pero, una vez más, es notorio que los medios regionales dedican mayor espacio a los asuntos electorales: sus publicaciones cubren un área equivalente a 17% de sus ediciones impresas, mientras que los medios del ÁMG apenas dedican 7% de espacio.

Como en los dos ejercicios anteriores monitoreo, los medios cubrieron las elecciones con piezas de géneros informativos, mientras que las piezas de géneros de opinión llegaron a 21% del total; tan solo las notas informativas representaron dos terceras partes de todas las monitoreadas o, si se las mide según el espacio que cubrieron en las ediciones impresas, 83% del total

De la misma forma, los medios dieron mayor relevancia a las campañas por alcaldías de Jalisco, que representaron 61% de lo monitoreado (65% entre los medios del ÁMG). La cobertura a las campañas por diputaciones locales apenas llegó a 8 por ciento.

En este tercer periodo de monitoreo, las menciones a “guerra sucia” llegaron apenas a 6% de las piezas, y tres cuartas partes se refirieron a contiendas por alcaldías.

En este periodo fueron identificadas 38 piezas en 11 medios que informaron sobre preferencias electorales, reflejadas en encuestas o sondeos citados por los medios; en el primer periodo fueron 14 y en el segundo, 45.

Como en los anteriores ejercicios, la información respecto al origen y la elaboración de esas encuestas es escasa. En esta ocasión solo 46% de las piezas expusieron quién produjo los estudios de preferencias electorales y solo cuatro de los 38 casos, todos hechos por el periódico Mural, aclararon quién los financió. Solo en seis casos los medios dieron información completa sobre la vitrina metodológica necesaria para entender cada encuesta.

En relación con la cobertura a actores del proceso electoral, los 24 medios monitoreados en este tercer periodo mencionaron a todos los partidos políticos que participan en este proceso electoral, pero una vez más dedicaron casi la mitad de sus publicaciones a los partidos Movimiento Ciudadano y Morena, mientras que el resto de los partidos aparecieron lejos en número de menciones.

En cuanto al tratamiento editorial a los partidos, la mayoría de las piezas (68%) pueden ser consideradas de tipo neutral, pero este monitoreo subrayó que, en general, los actores más mencionados son más susceptibles a recibir mayor tratamiento negativo o incluso positivo.

En relación con candidatas y candidatos a municipales, los medios de comunicación mencionaron por lo menos una vez a aspirantes de 36 de los 125 municipios de Jalisco, pero, como en los periodos anteriores, decidieron concentrar su cobertura en tres de ellos: Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta, que acumularon 56% de las piezas identificadas.

Las 10 personas con más menciones entre este grupo de aspirantes acumularon 40% de las publicaciones. Otros dos rasgos se repitieron en esta ocasión: los dos candidatos a alcalde de Guadalajara que lideran la lista (Jesús Pablo Lemus Navarro, de MC, y Carlos Lomelí Bolaños, de Morena) y que solo aparece una mujer, la misma de los ejercicios anteriores: María Guadalupe Guerrero Carvajal (MC, Puerto Vallarta).

Como ocurrió con los partidos políticos, el tratamiento a candidatas y candidatos es neutral en su conjunto (63%), pero las personas que más aparecen son, también, las que registran mayores contrastes: los dos candidatos más mencionados son los que tienen mayor proporción de tratamiento negativo. Pero esta vez apareció otro contraste, ya anticipado en el ejercicio de monitoreo anterior: el pronunciado tratamiento positivo que los medios dan a aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta, y que en este caso favoreció a las tres personas más mencionadas.

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.

En el caso de la cobertura a aspirantes a munícipe en Guadalajara, los dos candidatos ya mencionados acumularon 59% de las publicaciones, a bastante distancia de sus seguidores; sin embargo, se habló de 13 de 14 aspirantes, y de cada persona se mencionó al menos una propuesta de campaña.

Algo similar ocurrió en la cobertura para aspirantes por Zapopan: se mencionó a 12 de 13 aspirantes y, de cada persona, al menos una propuesta de campaña. Las publicaciones quedaron concentradas en tres candidatos y el tratamiento editorial fue neutral en la mayoría de los casos.

En ambos municipios metropolitanos dejó de cubrirse a las candidatas a presidenta del mismo partido: el PT.

En cuanto a Puerto Vallarta, las publicaciones se concentraron todavía más: tres aspirantes concentraron tres cuartas partes de las menciones (dos personas nunca fueron mencionadas). Pero además ocurrió que dos de esas personas recibieron un tratamiento marcadamente favorable de parte de los medios de comunicación, no solo porque más de la mitad de sus menciones fueron positivas, sino además porque fueron las únicas personas de las cuales se registraron propuestas de campaña.

En el caso de las campañas por diputaciones locales, el candidato Arturo Dávalos Peña (MC, distrito 5, y quien precisamente es alcalde con licencia de Puerto Vallarta) volvió a aparecer como el más mencionado, pero solo con 9% de las publicaciones, o 53 en total, en comparación con el 24% del ejercicio de monitoreo anterior. También es un candidato que merece una importante proporción de menciones positivas: 45% en este caso.

En contraste, ninguna de las demás personas mencionadas en estas campañas llegó a 20 apariciones. Sin embargo, en este periodo de observación sí hubo menciones para aspirantes de cada uno de los 20 distritos locales de Jalisco y aun para aspirantes al Congreso por la vía plurinominal; esto implicó que los tres distritos más cubiertos acumularan solo 33% de las publicaciones: el 5 con cabecera en Puerto Vallarta, el 19 con cabecera en Zapotlán el Grande y el 10, uno de los distritos con cabecera en Guadalajara.

Por otro lado, y como ocurrió 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 relación con la observación de asuntos relativos a género, por tercera vez el ejercicio de monitoreo detectó que los medios de comunicación favorecen a candidatos varones, que en este caso merecieron 64% de las menciones. La cobertura a candidatas baja aun más entre aspirantes a munícipe (32%), pero muestra mayor equilibrio (47%) entre aspirantes a diputaciones locales.

La cobertura para MC y Morena, los partidos con más aspirantes mencionados en el monitoreo, favorece a candidatos varones, que llega a 87% en el segundo caso. Sin embargo, una vez más son las candidaturas independientes en donde se muestra mayor desequilibrio: solo se mencionó a mujeres en dos de 48 ocasiones.

Además, cuando los medios publicaron piezas en las que describieron propuestas de campaña de aspirantes, 69% fueron relativas a varones. Junto con esto, mientras que 30% de las piezas relativas a candidatos a varones incluyeron propuestas, la cifra fue de 24% en las piezas acerca de candidatas.

Mientras tanto, en este tercer periodo de monitoreo se encontró que solo nueve de 1,087 piezas incurrieron en uso de lenguaje que podía resultar discriminatorio por razones diversas, incluyendo el género de las personas. En cambio, 88 piezas (8% de todas las revisadas) incurrieron en el uso de lenguaje masculino genérico, es decir, cuando se habla en masculino de un grupo de aspirantes aunque haya mujeres en él.

En la misma línea, esta vez solo se identificaron tres piezas, en un conjunto de 786, en las que los medios incurrieron en el uso de estereotipos de género de diverso tipo.

Informe elaborado por ETIUS

Observatorio de comunicación y cultura del ITESO

2 - 15 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

21 de mayo 2021



ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara

---

**ETIUS**