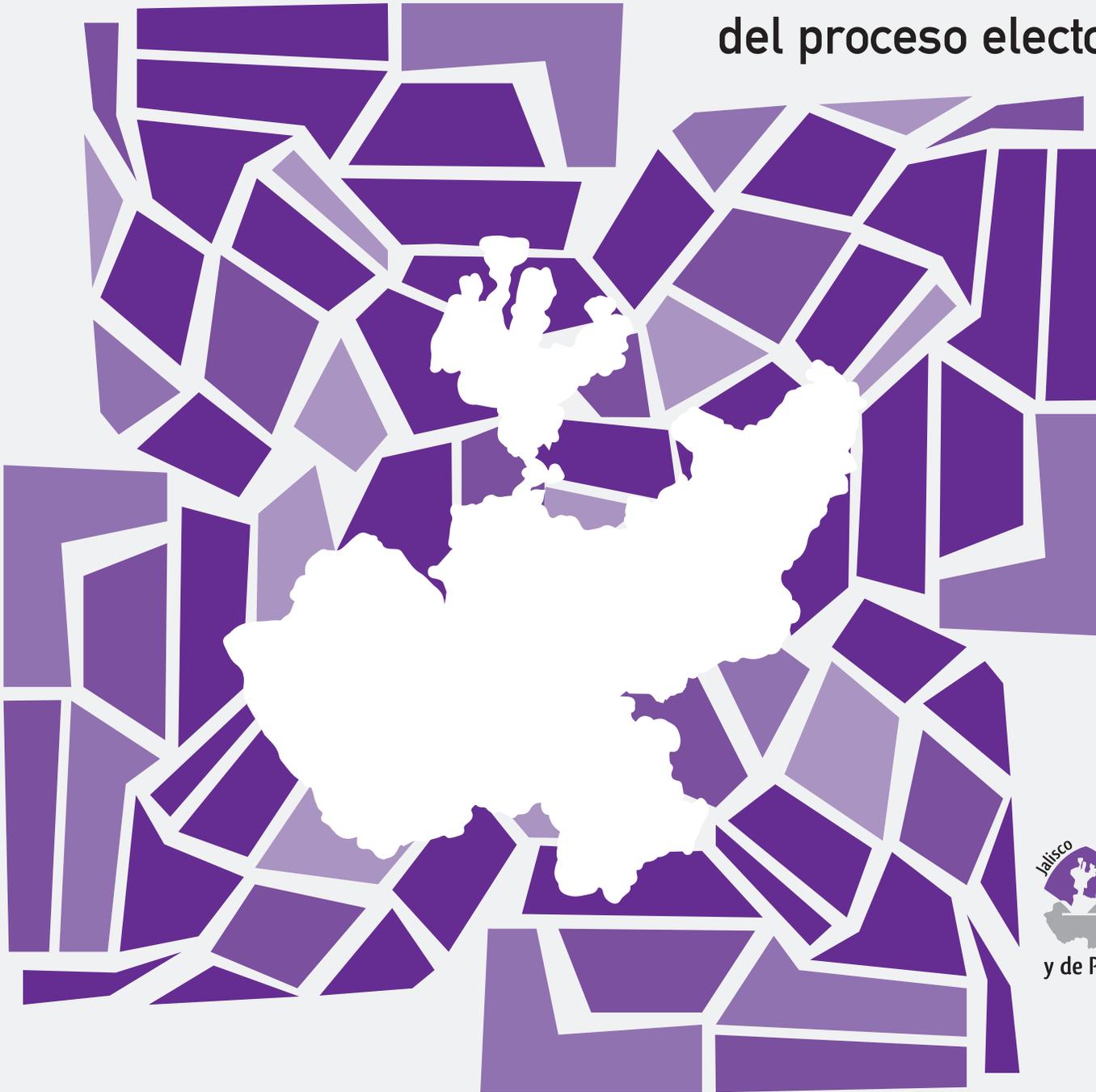


MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021

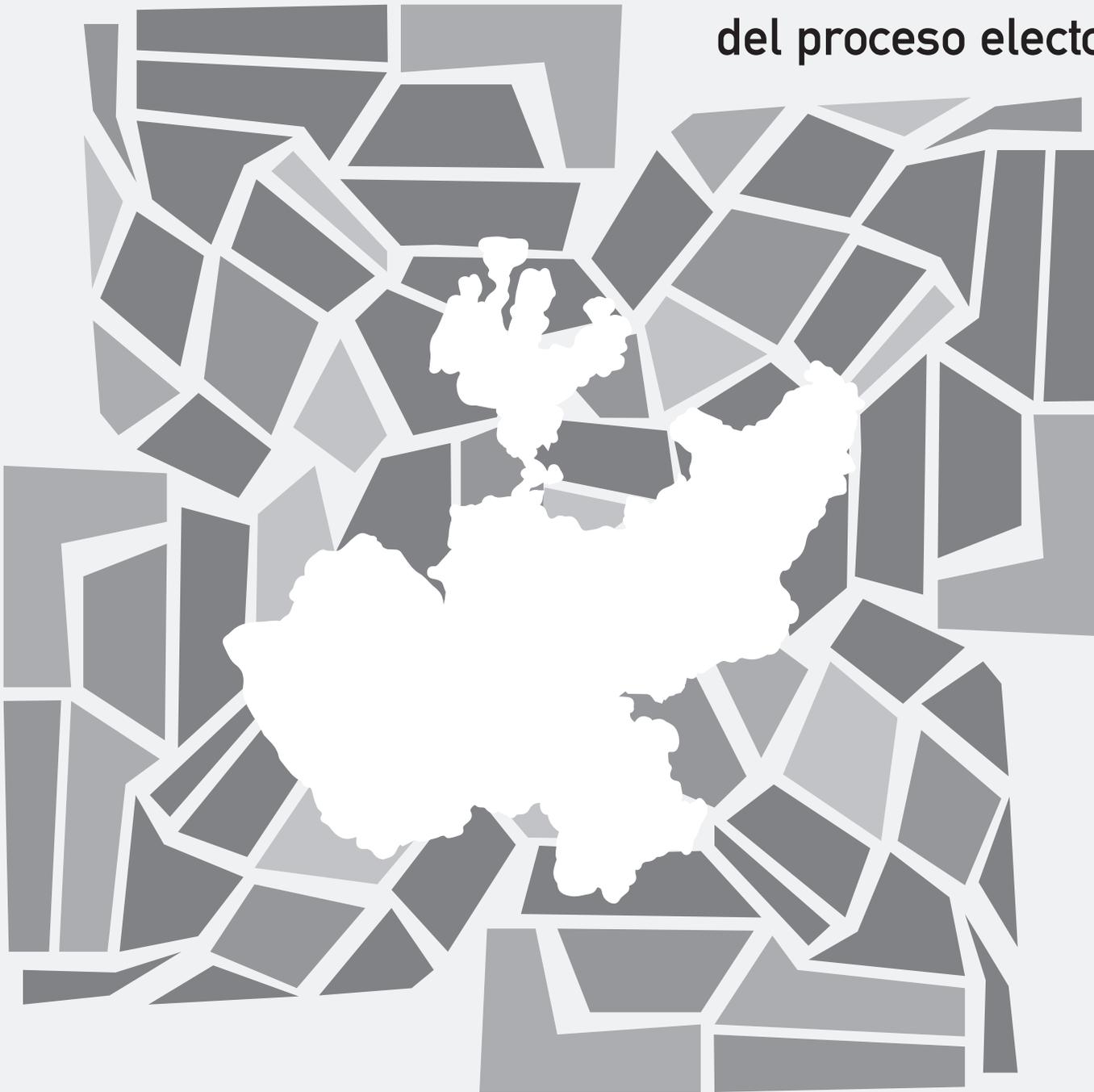


Informe parcial 4
16 al 22 de mayo



MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021



Informe parcial 4
16 al 22 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
I. Antecedentes	9
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	
II. Diseño y criterios metodológicos	13
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Universo	
Criterios metodológicos	
III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos del Proceso Electoral Local 2021 en el Estado de Jalisco durante el periodo del 16 al 22 de mayo de 2021	15
Datos generales del monitoreo	
Espacio periodístico dedicado a las elecciones	
Encuadres y su distribución en las piezas informativas	
Menciones a “guerra sucia”	
IV. Partidos políticos	24
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	33
VII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipios	34
Tratamiento a candidatas y candidatos	
Propuestas y temas	
Guadalajara	
Zapopan	
Puerto Vallarta	
VIII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a diputaciones locales	43
Distrito 5	
Distrito 19	
Distrito 10	
IX. Encuestas	49
X. Conclusiones	52

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 séptima semana del periodo formal de campañas, del 16 al 22 de mayo de 2021; los tres informes anteriores cubrieron periodos quincenales y éste es el primero en que se resumirán los resultados de una sola semana. 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, 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 parciales 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 16 al 22 de mayo de 2021

Este cuarto informe parcial de monitoreo comprende el periodo de campañas del 16 al 22 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 durante este periodo.

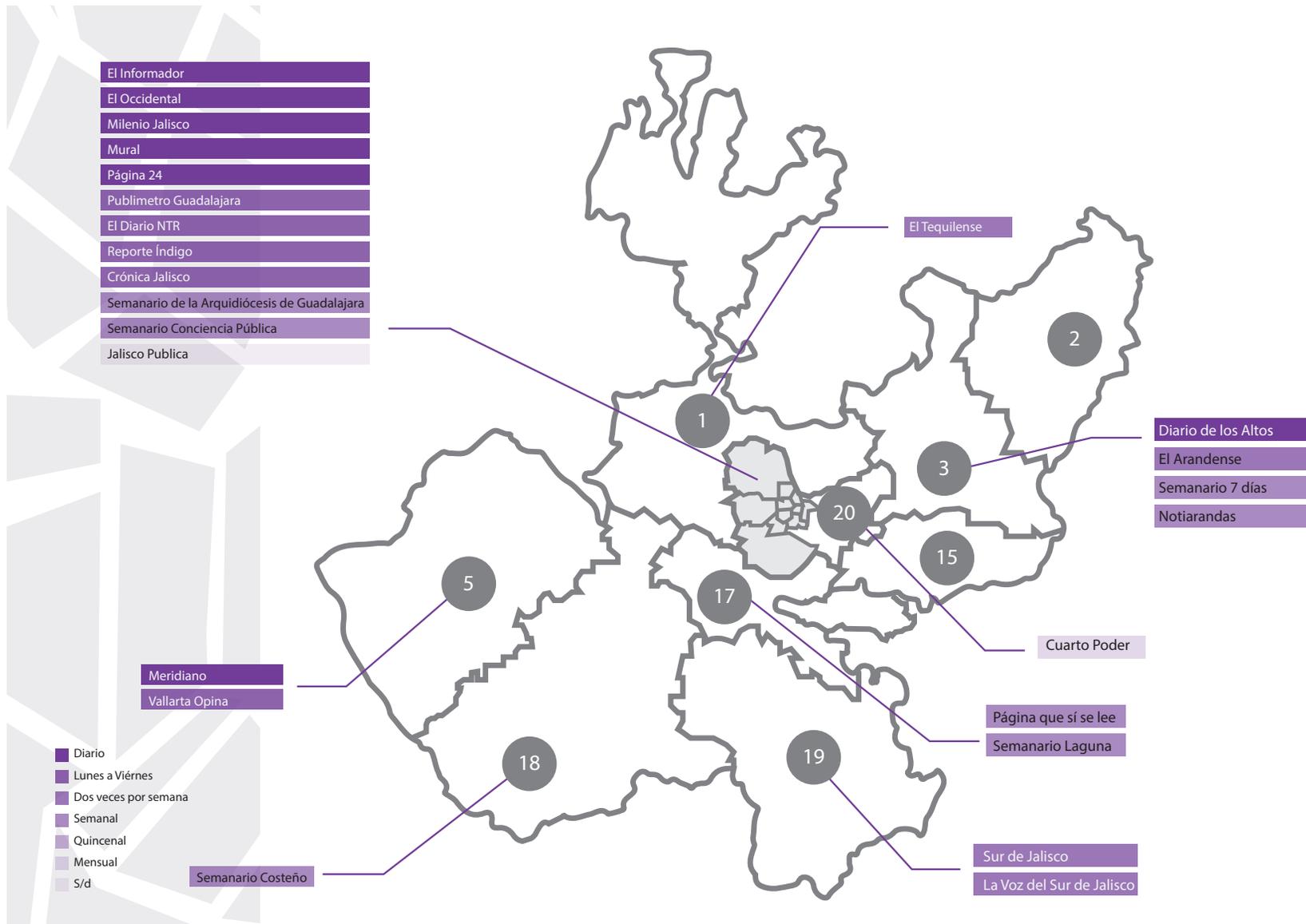
De los 25 medios monitoreados, 12 son editados en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) y 13, en ocho municipios de Jalisco.

Datos generales del monitoreo

En este cuarto periodo de monitoreo —el primero que se refiere a un periodo de solo una semana de observación— fueron identificadas 643 piezas informativas destinadas al tema de las elecciones de Jalisco publicadas en los 25 medios monitoreados; 57% aparecieron en medios del AMG.

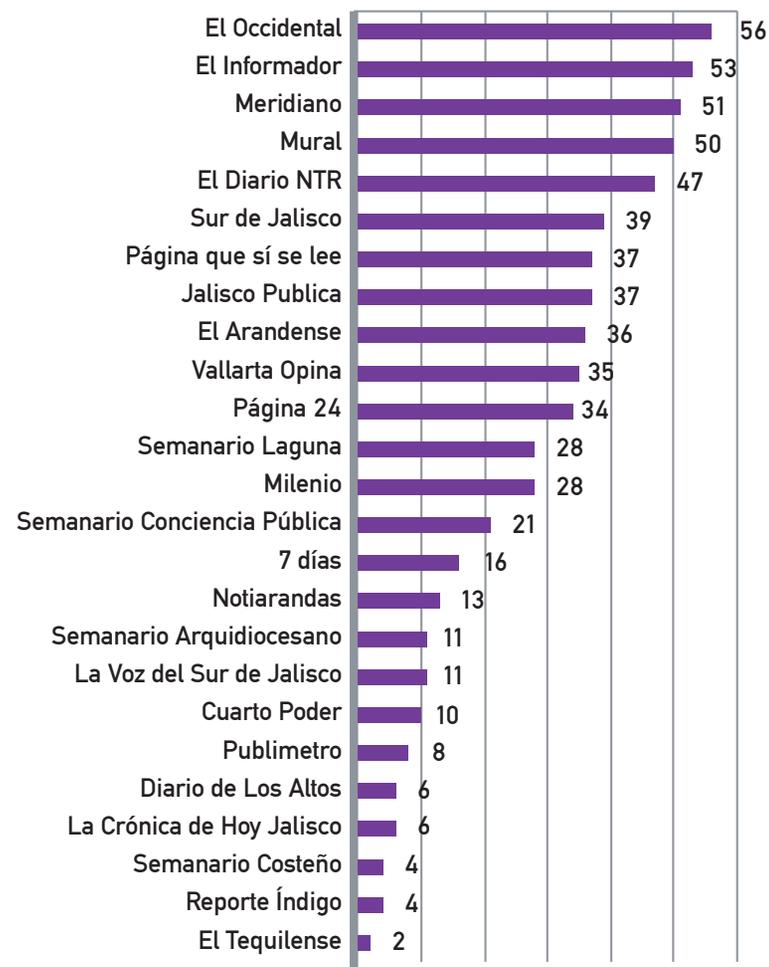
MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



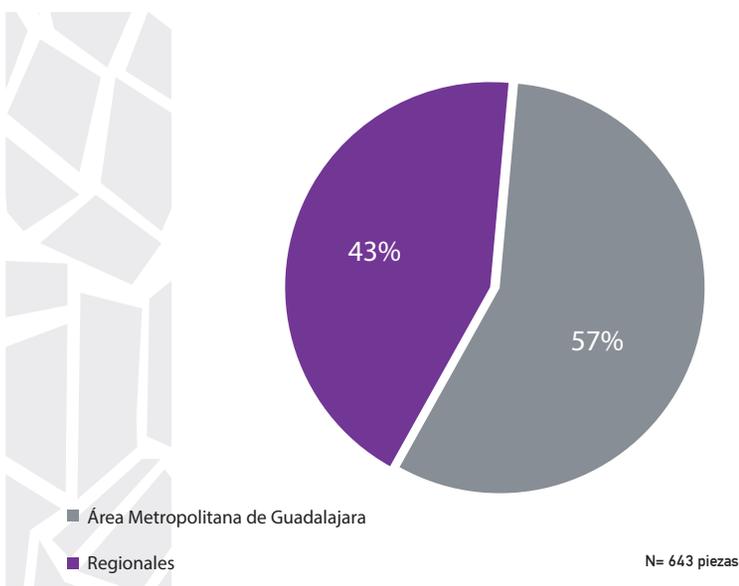
Mapa No. 1 Periódicos monitoreados por distritos electorales en Jalisco

En esta ocasión hay más medios regionales entre los que más información electoral incluyeron (por ejemplo: entre los 10 con más publicaciones, cinco son de esa zona, y el tercer lugar de la lista es el vallartense Meridiano), pero de nuevo la información parece concentrada en espacios como los periódicos generalistas del ÁMG. El diario El Occidental lidera la lista de publicaciones.



N= 643 piezas

Gráfica No.1 Cobertura de medios impresos jaliscienses

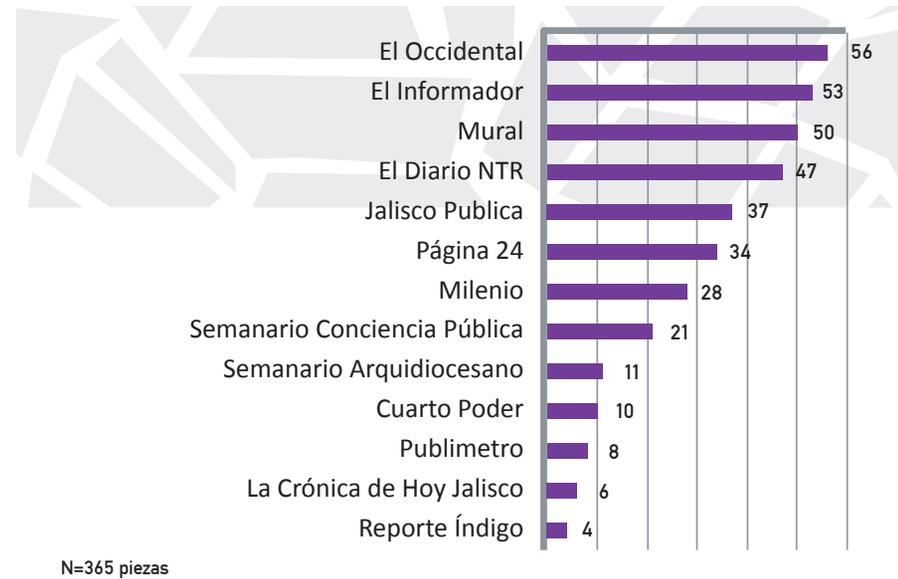


N= 643 piezas

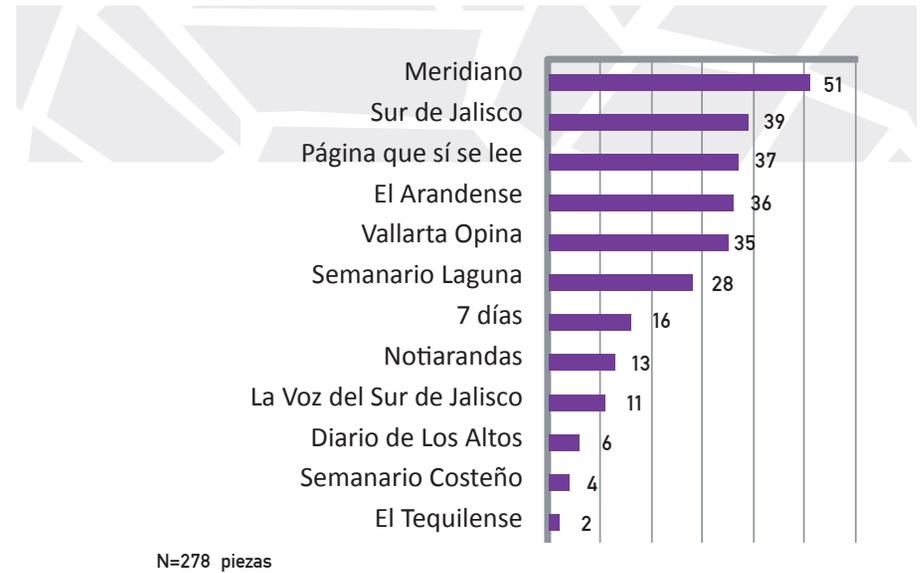
Gráfica No. 2 Distribución de piezas informativas por lugar de origen

Como en los tres informes anteriores, tres de cada cuatro piezas relativas a las elecciones emplearon recursos técnicos como fotografías o gráficos como parte de la información presentada.

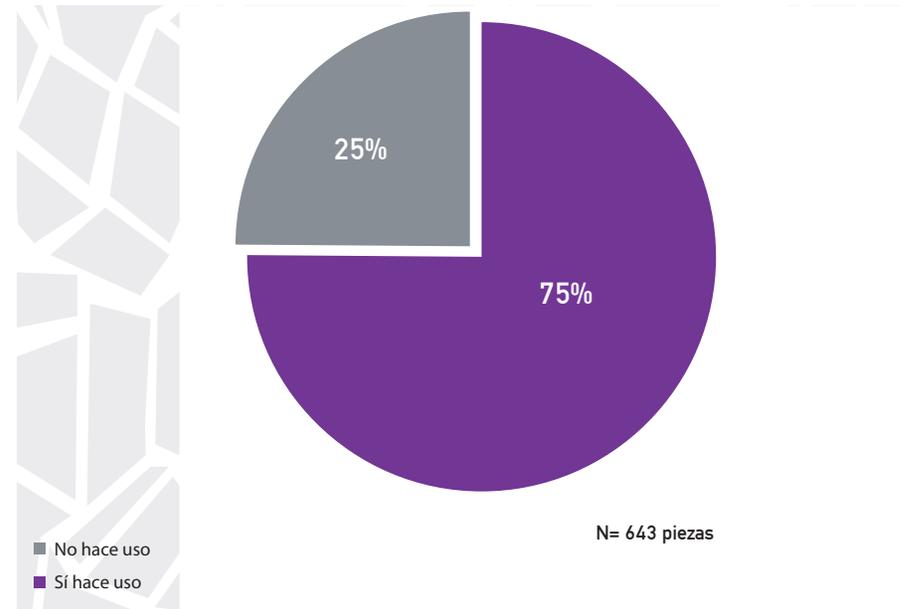
Nuevamente, los medios de comunicación dieron preferencia a géneros periodísticos de tipo informativo: 80% de las piezas fueron presentadas en formatos de este tipo, particularmente noticias, que abarcaron 69% de las publicaciones.



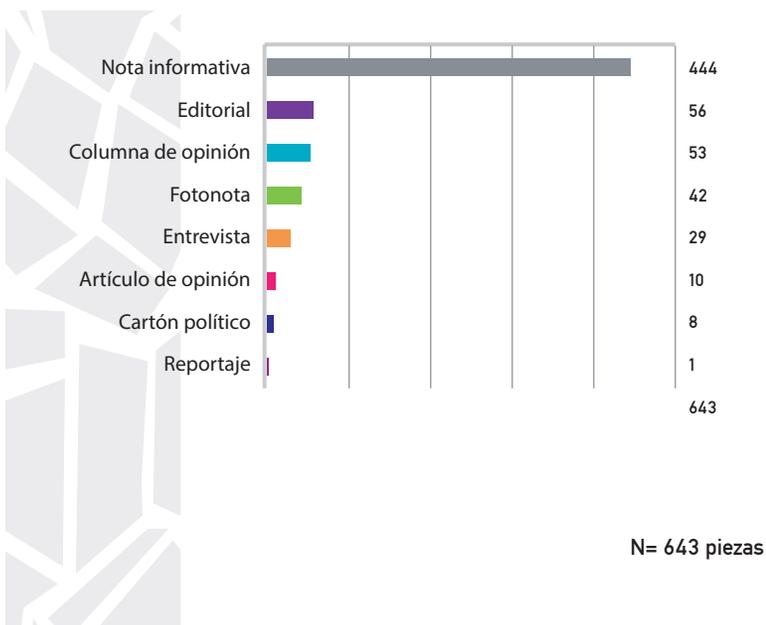
Gráfica No. 3 Número de piezas por medios impresos del AMG



Gráfica No. 4 Número de piezas por medios impresos regionales



Gráfica No.5 Uso de recursos técnicos

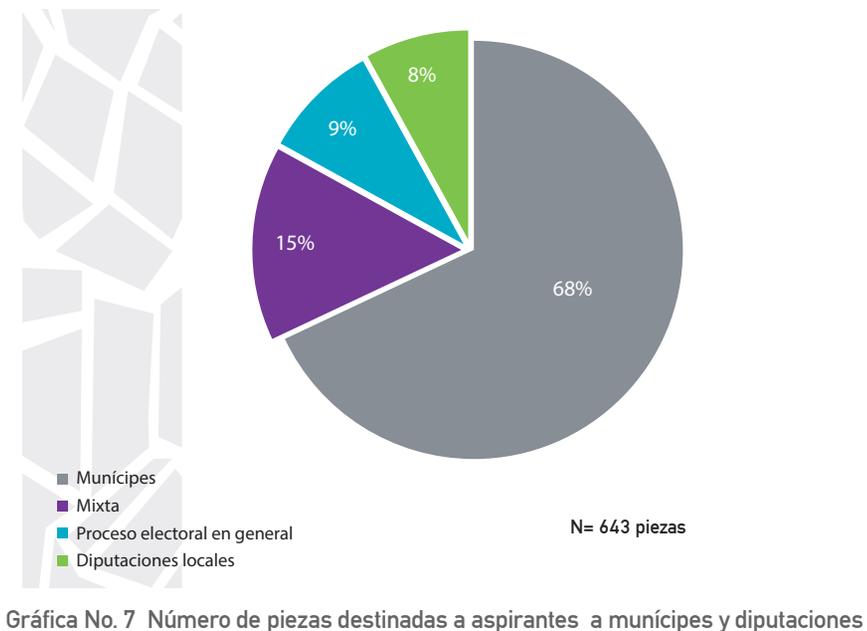


Gráfica No. 6 Distribución de notas por género periodístico

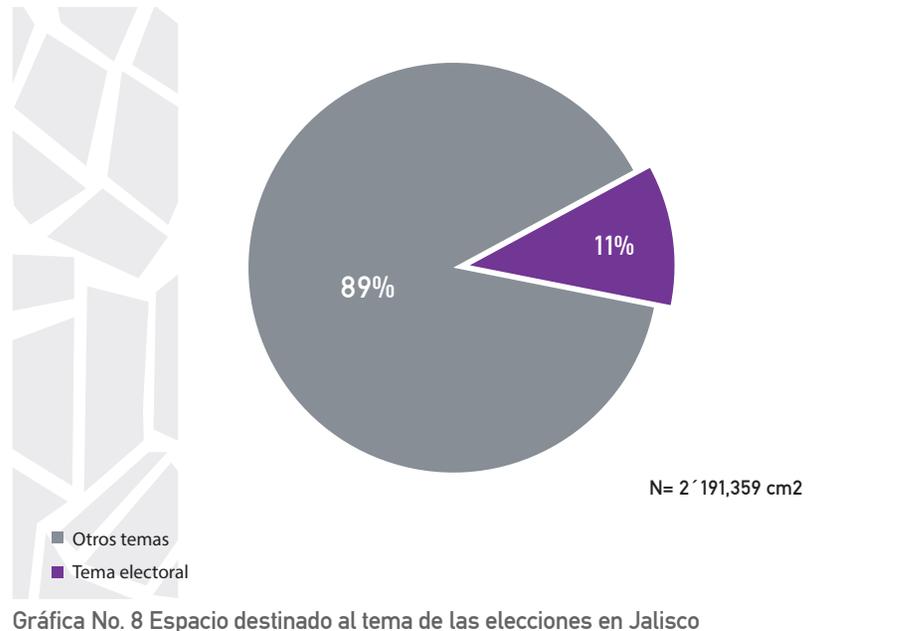
Del mismo modo, este periodo de monitoreo ratifica la preferencia en la cobertura a las campañas de aspirantes a municipales: esta vez las piezas que se refirieron solo a esas contiendas llegaron a 68%, mientras que la cobertura dedicada específicamente a las campañas por diputaciones locales representó solo 8% de las piezas.

Espacio periodístico dedicado a las elecciones

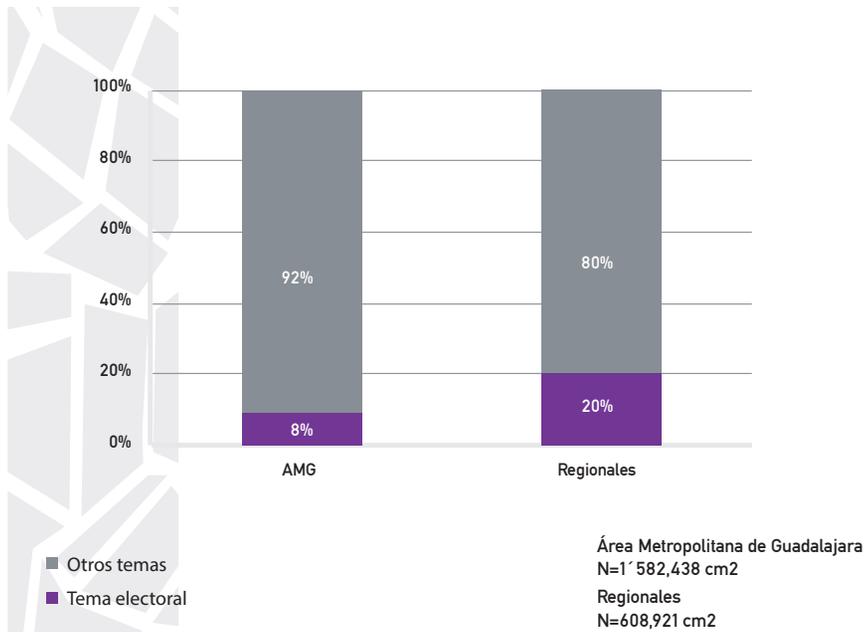
El monitoreo también compara el espacio que las publicaciones relativas a las elecciones en Jalisco cubren en cada medio impreso y en este cuarto periodo la observación encontró



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



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

la misma tendencia: los medios del AMG dedicaron mucho menos, en proporción, que los del resto de Jalisco: 8% contra 20% respectivamente. En conjunto, los 25 medios monitoreados dedicaron 11% de su espacio a información sobre las elecciones.

Aunque de nuevo fue más frecuente que los medios regionales dedicaran amplias secciones de sus espacios impresos a temas electorales, esta vez la lista fue encabezada

por el semanario del AMG Conciencia Pública, que empleó 53% de su espacio disponible en información sobre elecciones. Como en las ocasiones anteriores, los periódicos metropolitanos Publímetro y Reporte Índigo apenas pasaron de 1% de su espacio.

Las piezas dedicadas solo a campañas por alcaldías representaron 66% del espacio cubierto; entre los medios del AMG esta cobertura llegó a 69% y a 64% en los medios regionales. Pero el contraste parece mayor en el espacio

Medio de comunicación	Total
Semanario Conciencia Pública	53.45%
Cuarto Poder	42.19%
Semanario Arquidiocesano	15.89%
El Occidental	15.02%
Jalisco Publica	14.67%
El Diario NTR	8.71%
Página 24	8.16%
Milenio	4.96%
Mural	4.89%
El Informador	4.79%
La Crónica de Hoy Jalisco	2.13%
Reporte Índigo	1.59%

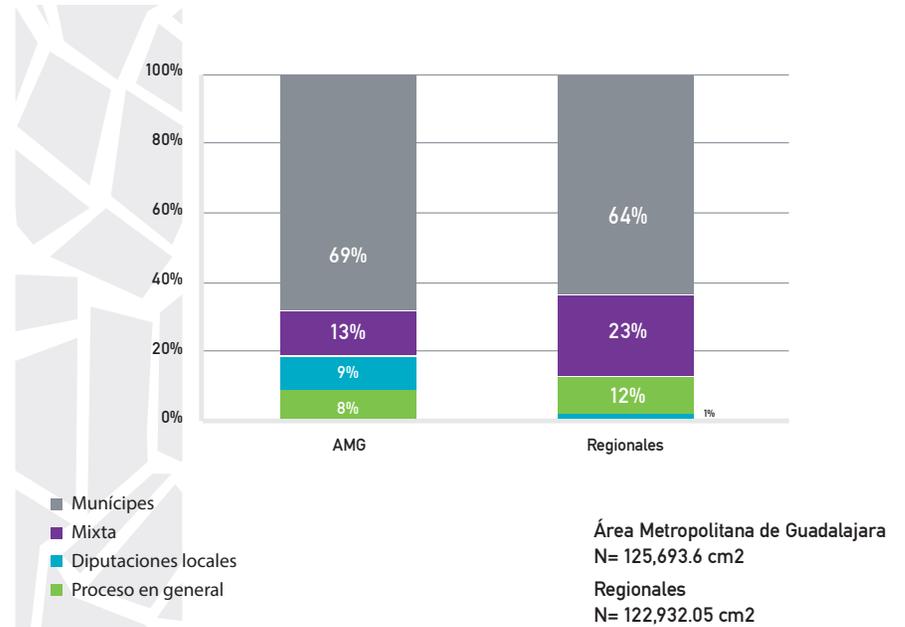
Tabla No. 1 Espacio destinado a elecciones locales en medios del AMG

Medio de comunicación	Total
Sur de Jalisco	44.35%
El Arandense	36.82%
Notiarandas	29.93%
La Voz del Sur de Jalisco	28.35%
Semanario Laguna	28.04%
Página que sí se lee	25.36%
7 días	25.00%
Meridiano	15.60%
Diario de Los Altos	13.33%
El Tequilense	12.50%
Vallarta Opina	12.42%
Semanario Costeño	8.11%

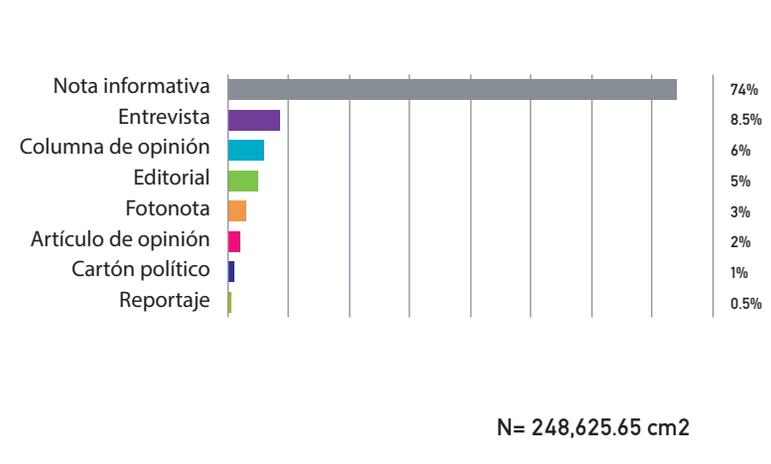
Tabla No. 2 Espacio destinado a elecciones locales en medios del interior del estado

dedicado a las campañas por diputaciones: si bien fue de 5% en el conjunto de medios, los del ÁMG dedicaron 8% contra menos de 2% de los regionales.

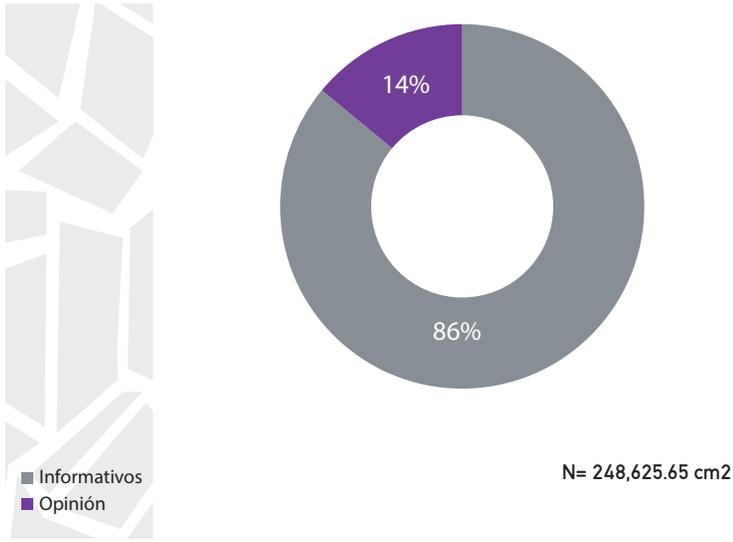
La medición del espacio cubierto confirma la preeminencia de los géneros periodísticos informativos: 86% del área cubierta fue ocupada con estos formatos; 74% fue ocupado para publicar noticias.



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



Gráfica No. 11 Distribución de espacio por género periodístico



Gráfica No. 12 Distribución de espacio por género periodístico

Encuadres y su distribución en las piezas informativas

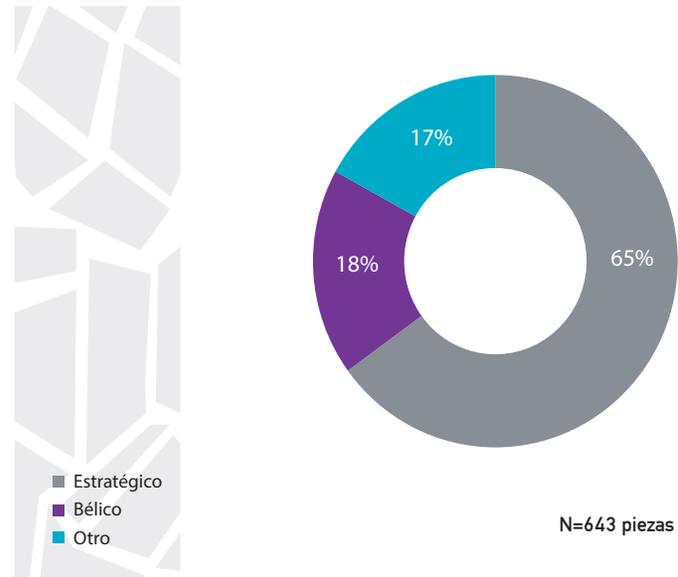
El monitoreo también observó los encuadres que cada medio usa en la producción de la pieza informativa, es decir, un enfoque específico que implicara caracterizaciones o un tipo de lenguaje en particular. Se previó identificar dos encuadres específicos relativos a las contiendas electorales:

- 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”.

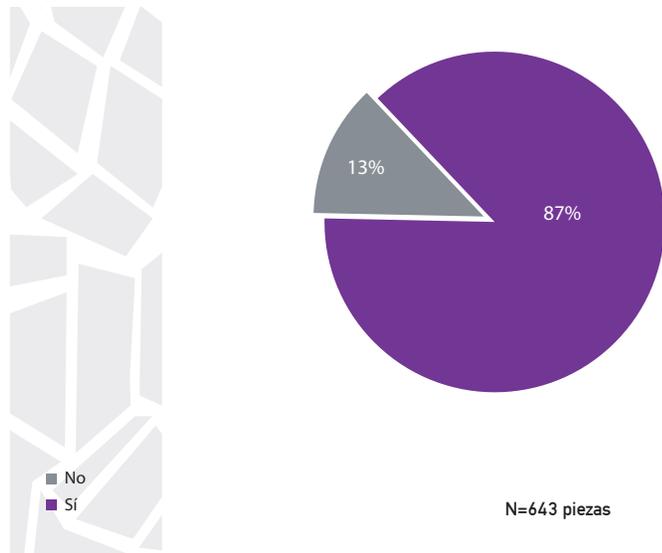
En este caso, 65% de las piezas mostraron elementos del encuadre de estrategia y 18%, del deportivo o bélico.



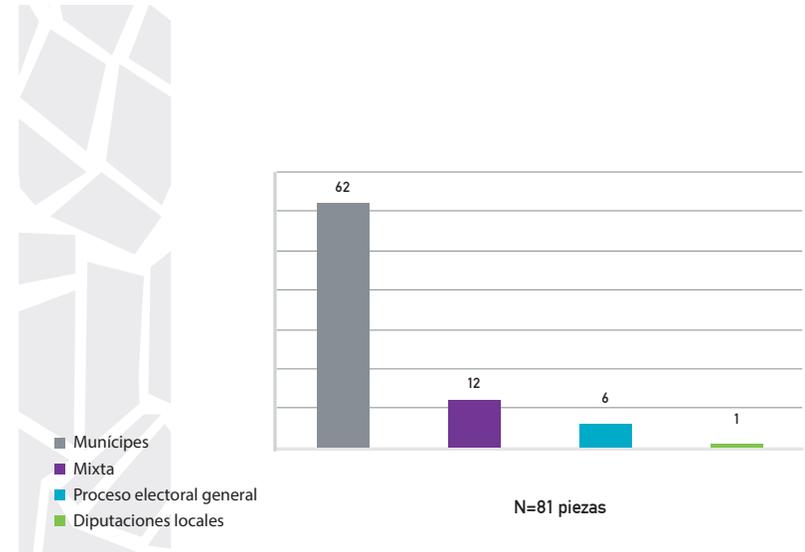
Gráfica No. 13 Distribución de piezas según su encuadre

Menciones a “guerra sucia”

En este periodo pudo observarse una proporción mayor de piezas que hicieron menciones a “guerra sucia” durante las campañas electorales: 13% de las 643 detectadas; 62 de ellas, o 77%, fueron relativas a campañas de aspirantes a munícipe.



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

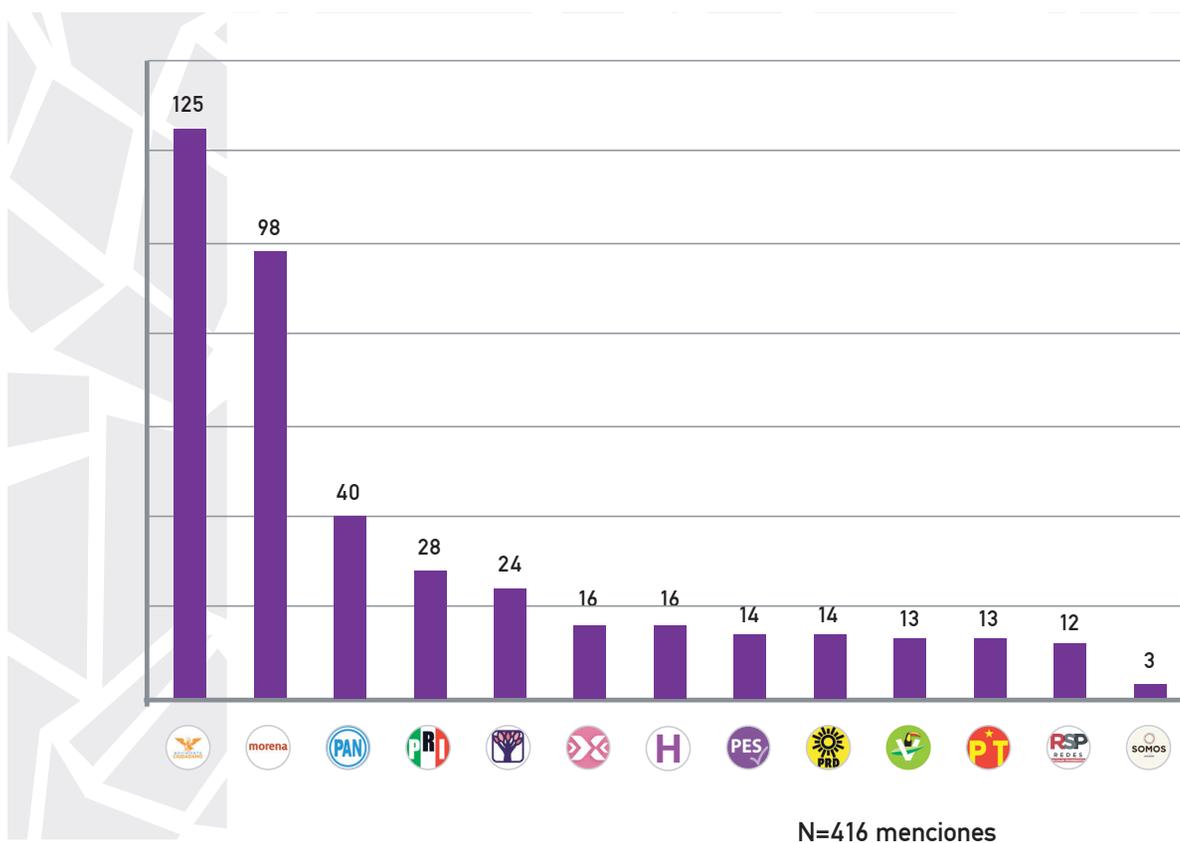


Gráfica No. 15 Piezas informativas que mencionan “guerra sucia” (por tipo de elección)

IV.- Partidos políticos

Durante el monitoreo fueron detectadas 416 menciones a partidos políticos y, como en los ejercicios anteriores, los más presentes fueron los partidos Movimiento Ciudadano (MC) y Movimiento Regeneración Nacional (Morena): el primero acumuló 30% y el segundo, 24% de las menciones. El tercero más mencionado fue el Partido Acción Nacional (PAN), que apenas apareció en 10% de este conjunto. En contraste, el partido Somos fue mencionado solo en tres ocasiones

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



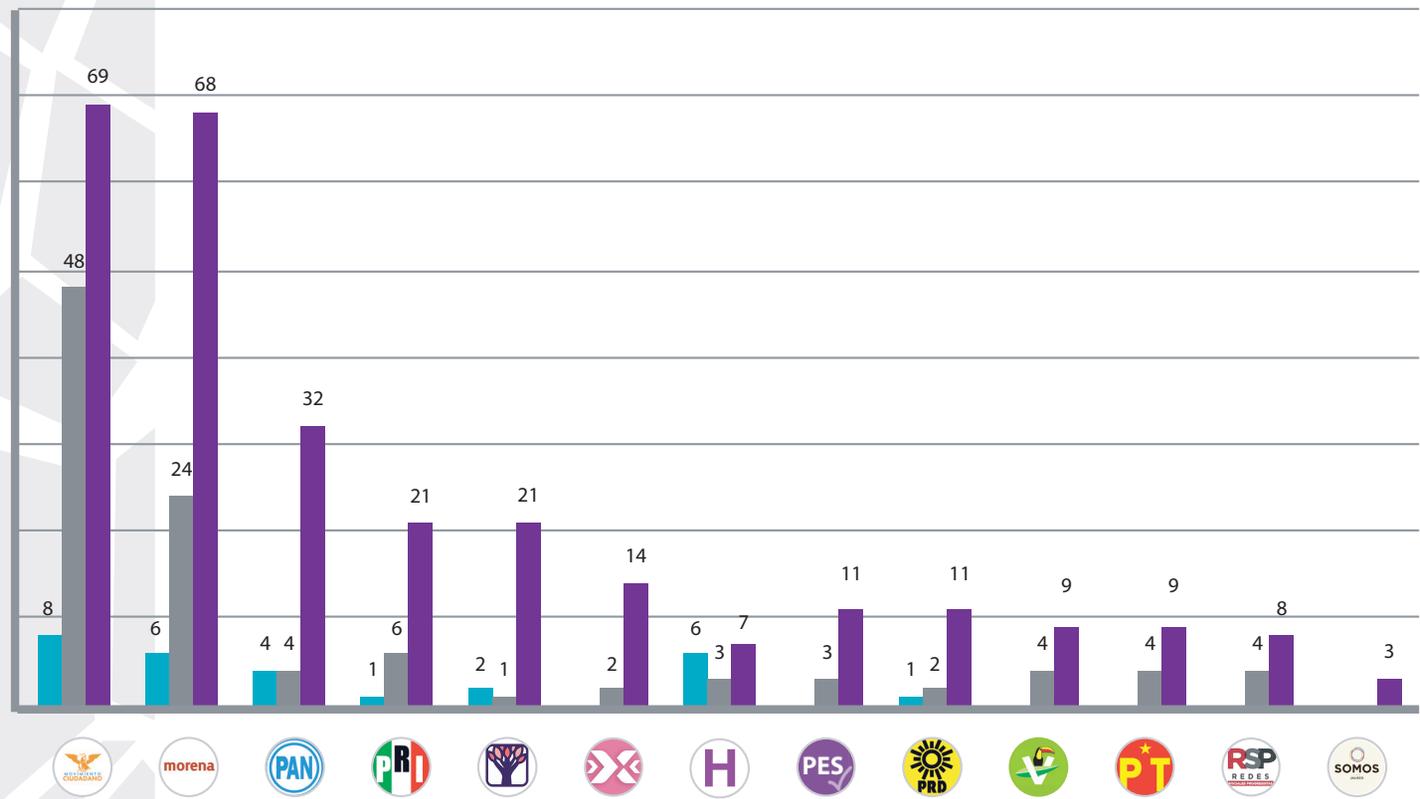
Gráfica No. 16 Cobertura a partidos políticos

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 416 menciones, 68% fueron neutrales, 25% negativas y 7%, positivas. Sin embargo, volvió a ocurrir que los dos partidos más mencionados mostraron marcados contrastes

en relación con estos indicadores de tratamiento editorial: MC llegó a 38% de menciones negativas y Morena, a 24% en este campo. Al mismo tiempo, el partido Hagamos tuvo seis menciones positivas entre las 16 que recibió.



■ Positivo
 ■ Negativo
 ■ Neutral

N= 416 menciones

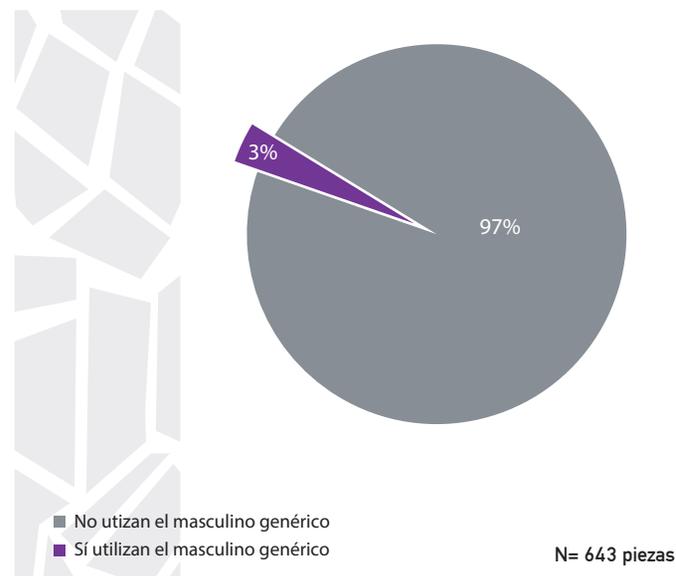
Gráfica No. 17 Tratamiento a los partidos.

V.- Género y uso de lenguaje incluyente

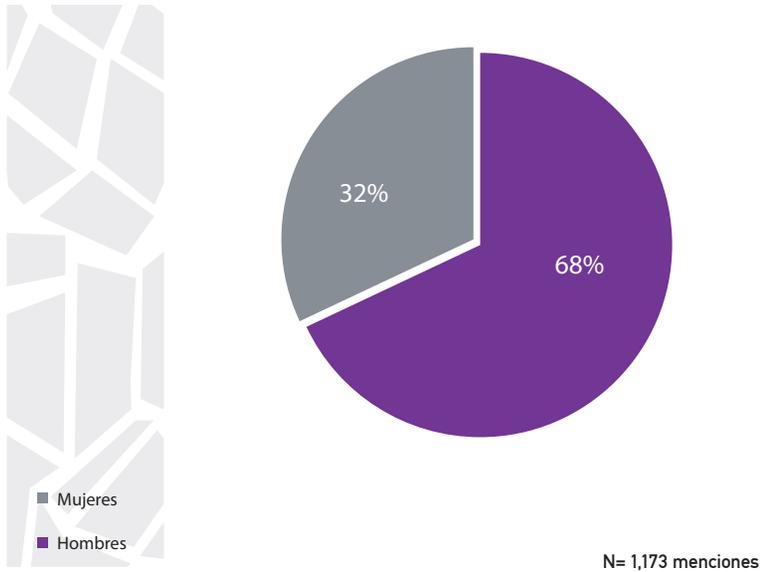
El monitoreo procuró observar el modo en que las publicaciones de los medios atienden la dimensión de género al mencionar a personas involucradas en el proceso electoral. Uno de los rasgos observados es el uso de lenguaje incluyente o no sexista, para identificar si se promueve la discriminación hacia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

En esta ocasión, de 643 piezas identificadas, en ninguna fue evidente el uso de lenguaje que resultara discriminatorio.

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 22 de 643 piezas, es decir, 3% del total.



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



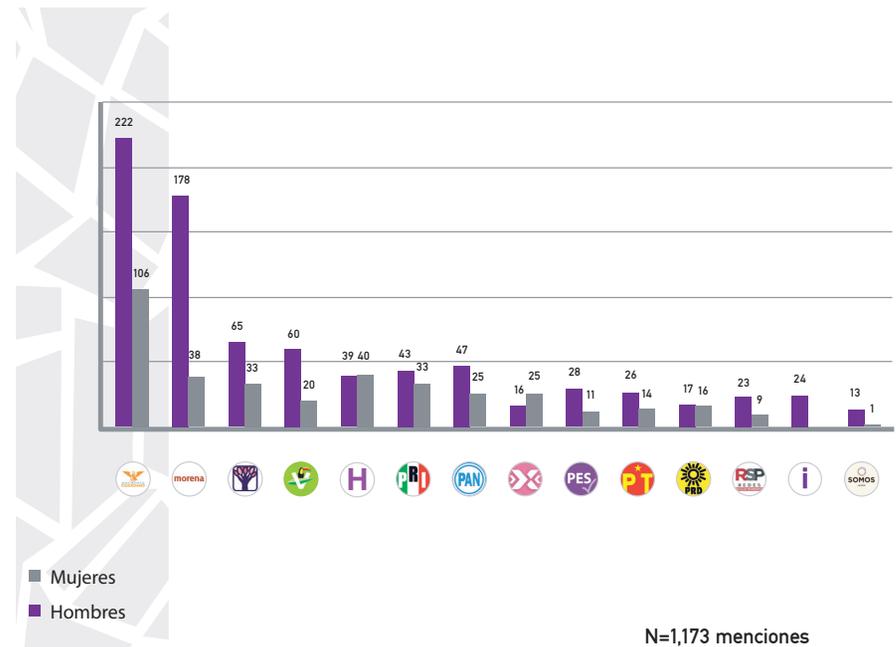
Gráfica No. 19 Distribución de candidatas y candidatos en las piezas informativas

Candidatas y candidatos en las piezas informativas

Al observar las piezas en que se habló de actores individuales, el monitoreo permitió identificar 1,172 menciones a candidatas y candidatos; 68% fueron para varones.

Como en los ejercicios de monitoreo anteriores, la mayor desproporción se dio en el caso de las candidaturas independientes: en esta ocasión las 24 menciones a aspirantes de este tipo se refirieron a varones.

En cuanto a personas registradas por partidos políticos, 13 de las 14 menciones a aspirantes de Somos fueron sobre varones, igual que 82% de las menciones para aspirantes de Morena. Solo hubo dos casos en que se mencionó a más mujeres que hombres: Fuerza por México (61%) y Hagamos (51% de las menciones).

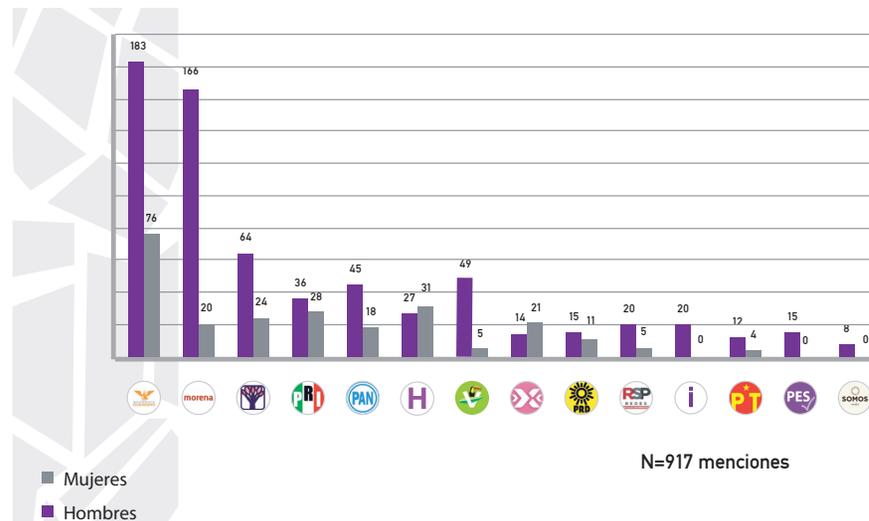


Gráfica No. 20 Distribución de candidatas y candidatos por partido político

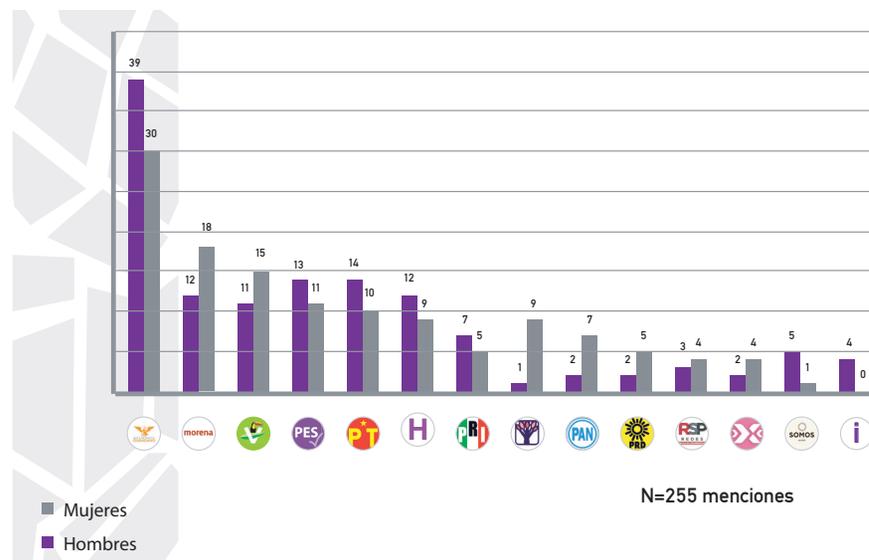
La desproporción es mayor cuando se separan los casos en que se habla de aspirantes a municipales: 73.5% son para varones. Hubo casos como los del Partido Encuentro Solidario (PES) y Somos en que no se mencionó a ninguna candidata.

Y, en cambio, hay mayor equidad cuando se habla solo de aspirantes a diputaciones: hubo 255 menciones, 127 para varones y 128 para mujeres, e incluso se da el caso de que, al hablar de aspirantes por el partido Futuro, nueve de 10 menciones son sobre candidatas.

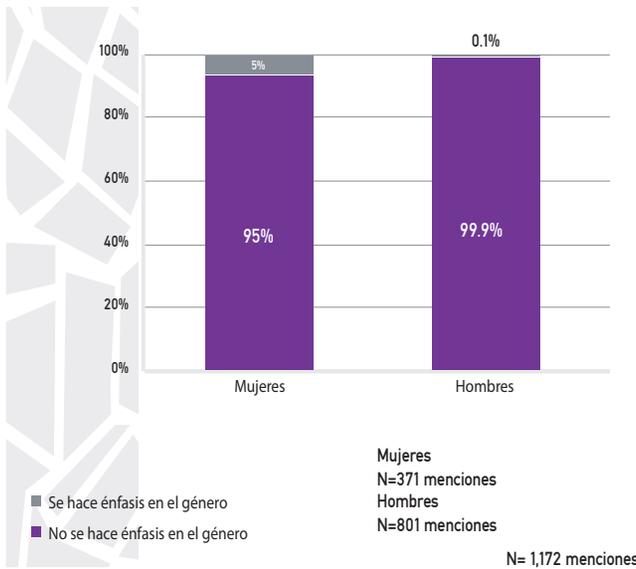
El monitoreo observó rasgos específicos de las menciones a candidatas y candidatos y así se detectó que hay pocos casos en donde se haga énfasis o se subraye de forma explícita el género de la persona, aunque es más frecuente cuando se habla de candidatas (5% de los casos identificados). Al observar si la pieza menciona la apariencia física, la vestimenta o la edad de la persona, solo se identificaron 22 de 1,172 menciones, y una frecuencia un poco mayor en el caso de candidatas.



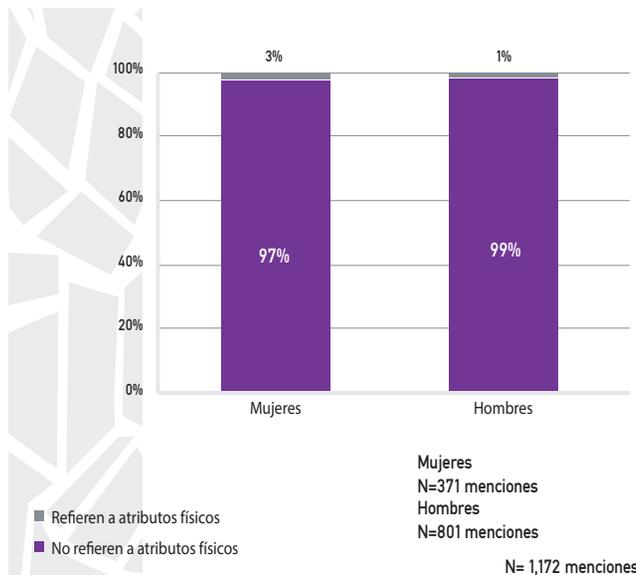
Gráfica No. 21 Distribución de candidatas y candidatos a municipio por partido político



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



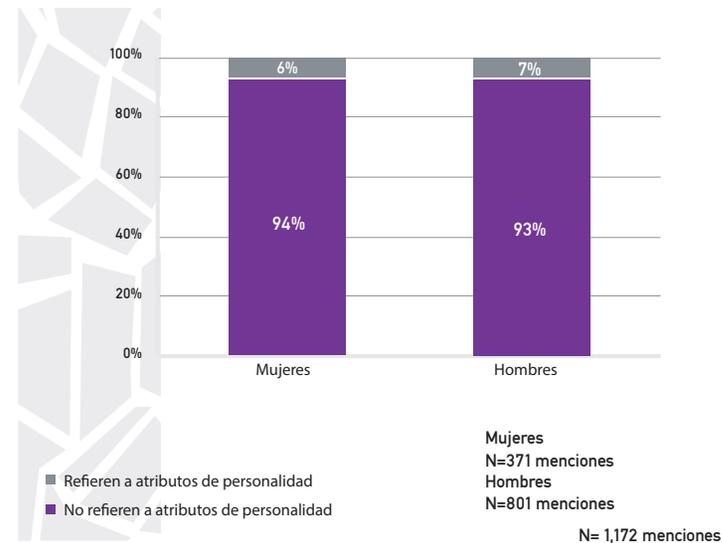
Gráfica No. 23 Énfasis en condición de género en candidatas y candidatos



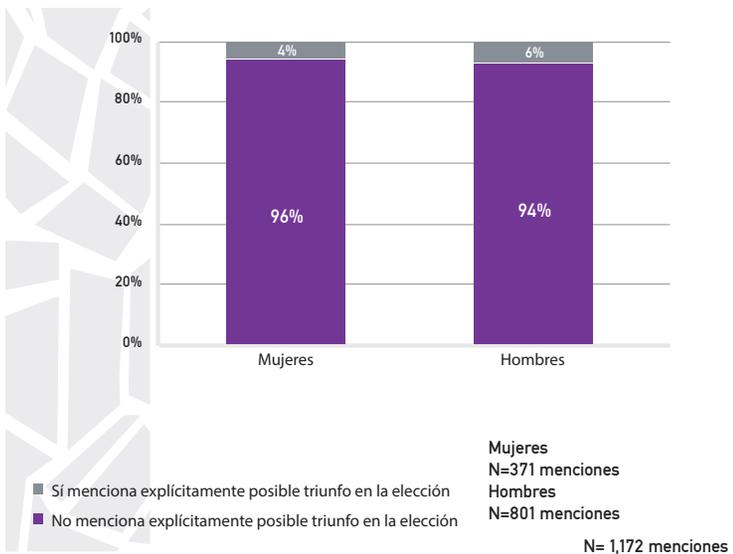
Gráfica No. 24 Condición de género y atributos físicos en candidatas y candidatos

También se observó si las piezas mencionaban rasgos de personalidad o de carácter de los aspirantes, y esto solo ocurrió en 6% de los casos, con una proporción mayor entre las menciones a candidatos varones.

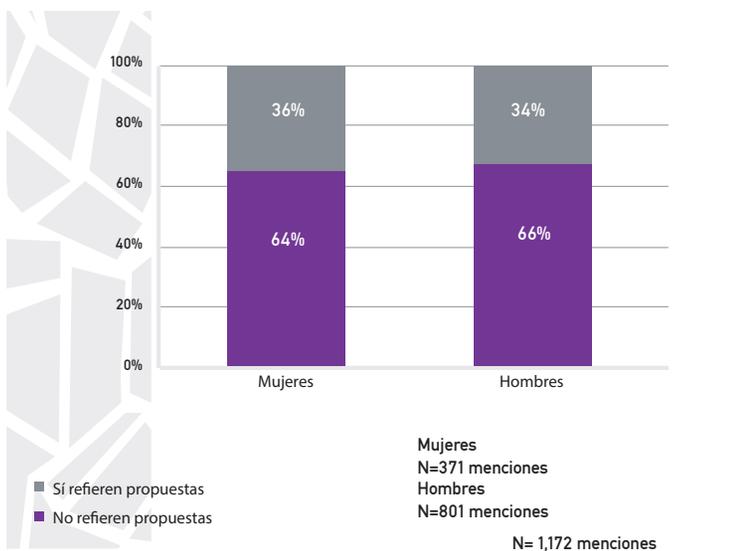
También se pretendió distinguir aquellas piezas en que se mencionaran de forma explícita las posibilidades de ganar de los y las aspirantes: en los casos de varones estas referencias aparecieron en 6% de las piezas y en 4% al hablar de candidatas.



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 candidatas y candidatos



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

Y en esta ocasión ocurrió que un mayor porcentaje de las piezas dedicadas a candidatas mencionaban propuestas de campaña de las aspirantes: 36% contra 34% de las piezas que hablaron sobre candidatos varones.

Hubo 406 menciones a candidatas y candidatos en que se habló de alguna de sus propuestas y Seguridad, Obras públicas y Economía fueron los temas más frecuentes en general. De nuevo, los temas de Género fueron los segundos más frecuentes entre las publicaciones referidas a candidatas, pero ocuparon el octavo lugar entre las piezas sobre varones.

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

	H	M	Total
Seguridad	48	17	65
Obras públicas	32	12	44
Economía	30	7	37
Servicios públicos	22	13	35
Medio ambiente	22	10	32
Género	13	15	28
Salud / manejo de la pandemia	16	11	27
Educación	16	7	23
Política interna	10	6	16
Subsidios	11	5	16
Empleo	4	10	14
Actividades productivas	9	2	11
Movilidad urbana	6	4	10
Participación ciudadana	8	2	10
Cultura	5	3	8
Reforma política	1	6	7
Corrupción	4	2	6
Impuestos	4	0	4
Tecnología	3	1	4
Empresas	4	0	4
Violencia	1	1	2
Transparencia	0	1	1
Fiscalización	1	0	1
Indígenas	1	0	1
Total	271	135	406

Tabla No. 3 Propuestas en piezas informativas por género

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. Del total de 371 menciones a candidatas, solo tres incurrieron en rasgos de este tipo.

Esos tres casos volvieron a implicar menciones editoriales a candidatas que ya aparecieron en anteriores ejercicios de monitoreo; dos de ellos tuvieron que ver con la edad de las candidatas, al destacar el comentario

Estereotipo	Total
La nota enfatiza la edad de la(s) candidata(s)	2
Minimización de los logros y capacidades de la candidata	1

N= 3 menciones

Tabla No. 4 Estereotipos de género en la participación de mujeres en su calidad de candidatas

“Comprobaron que la juventud no está peleada con las soluciones y las propuestas claras”.

El tercero fue el caso de la candidata a alcaldesa de Puerto Vallarta por MC María Guadalupe Guerrero Carvajal, que ha aparecido con frecuencia en todos los ejercicios de monitoreo. Nuevamente se registró un comentario editorial que minimiza los logros o capacidades de la candidata, en relación con el presidente municipal con licencia y candidato a diputado:

“Ese aparato electoral aceitado y financiado desde la presidencia municipal es lo que animó a Arturo Dávalos a prometerle al gobernador Enrique Alfaro que ganará la elección aunque la candidata fuera Lupita Guerrero”.

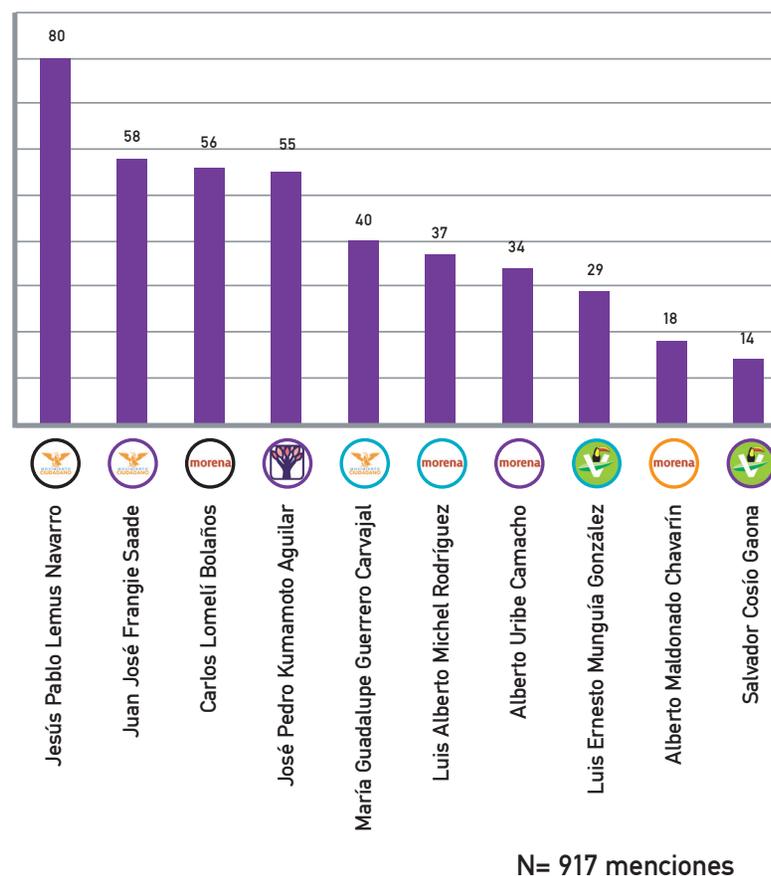
VI.- Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos indígenas

El ejercicio de monitoreo pretende observar si las piezas informativas hacen 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, y tampoco a personas que contendieran por algún puesto en 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 917 piezas en las que se mencionó a candidatas y candidatos a municípe; las 10 personas que más aparecieron acumularon 46% de las menciones.

En este cuarto periodo de observación el candidato a alcalde de Guadalajara por MC volvió a aparecer como la persona más mencionada, con 80 apariciones, pero esta vez el segundo más mencionado (58 casos) fue su compañero de partido Juan José Frangie Saade, candidato a alcalde de Zapopan. Carlos Lomelí Bolaños, candidato de Morena a alcalde de Guadalajara, pasó por primera vez



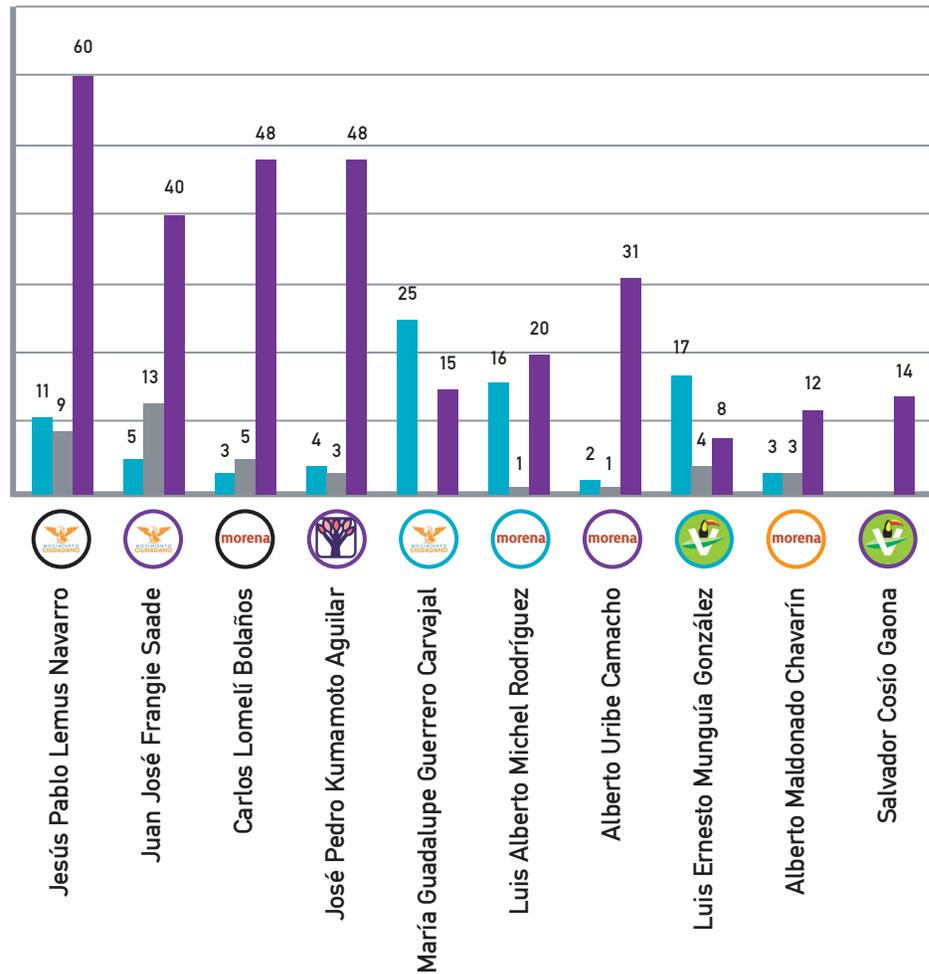
Gráfica No. 28 Cobertura de aspirantes a municipales con más menciones

al tercer lugar con 56 menciones. En 55 casos apareció otro candidato por Zapopan: el de Futuro, José Pedro Kumamoto Aguilar.

Una vez más, los medios monitoreados favorecieron las contiendas por las alcaldías de Guadalajara, Zapopan y Puerto Vallarta, aunque entre las 10 personas con más apariciones estuvo un aspirante a la alcaldía de Tlaquepaque. Una vez más, solo hubo una mujer entre estas 10 personas: la mencionada candidata de MC por Puerto Vallarta, María Guadalupe Guerrero Carvajal. Por último, se mencionó a tres aspirantes por MC, cuatro por Morena, dos del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y el señalado candidato de Futuro.

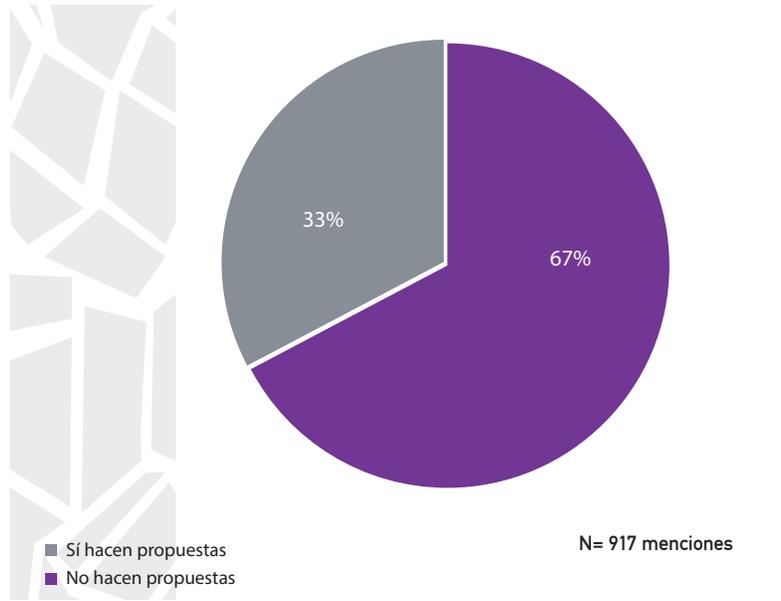
Tratamiento a candidatas y candidatos

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 70% de los casos, por 9% negativo y 21% positivo. Fue evidente que las personas más favorecidas por los medios con tratamientos editoriales positivos son los mismos contendientes por la alcaldía de Puerto Vallarta a quienes ya se identificó de la misma forma en el anterior periodo de monitoreo.



N= 917 menciones

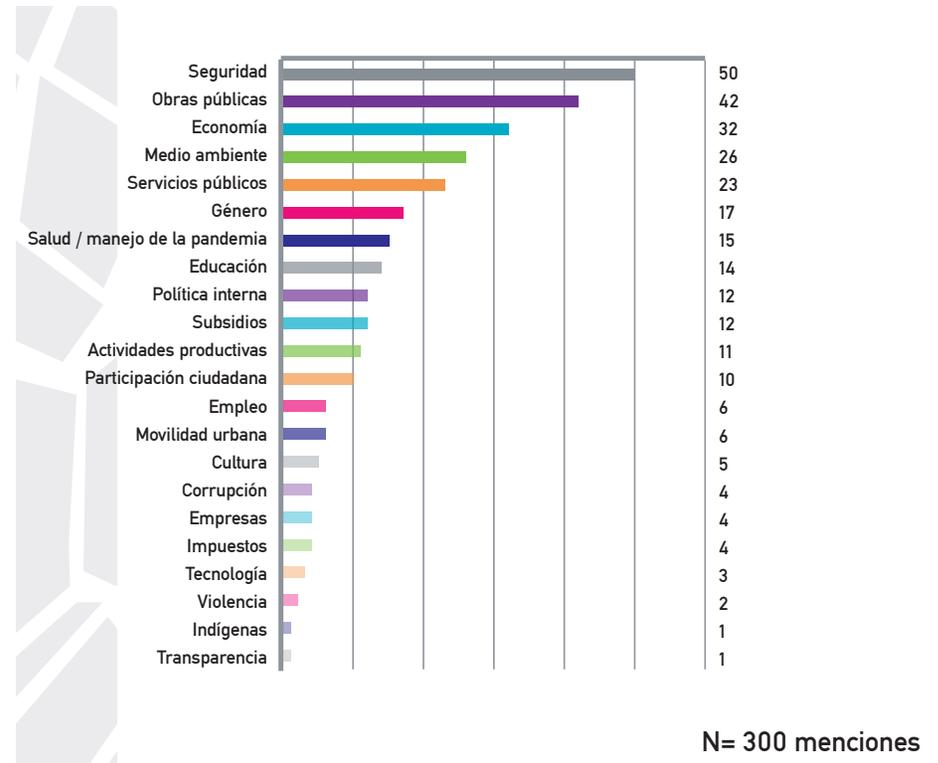
Gráfica No. 29 Tratamiento a los 10 candidatos más mencionados a municipio



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

Las piezas periodísticas en las que se mencionó a aspirantes a municipio se refirieron a 45 de los 125 municipios de Jalisco; sin embargo, los medios favorecieron a contendientes por las alcaldías de Zapopan, Guadalajara y Puerto Vallarta, que acumularon 61% de las menciones.

En una de cada tres piezas monitoreadas los medios mencionaron propuestas presentadas por aspirantes a municipios: 300 de 917; Seguridad y Obras públicas fueron los temas más frecuentes.



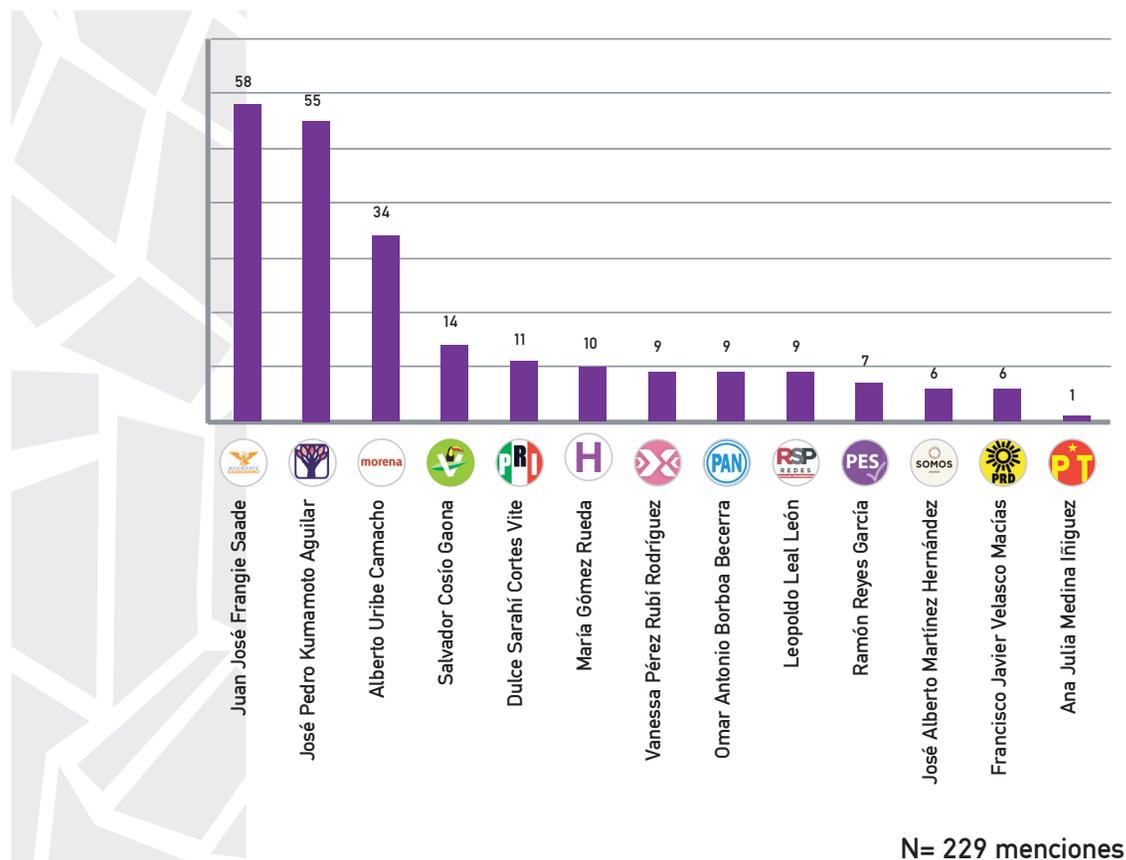
Gráfica No. 31 Distribución de temas de propuestas mencionadas por municipios

Zapopan

Hubo 229 menciones para aspirantes a la alcaldía de Zapopan y las 13 personas que compiten por este puesto fueron mencionadas al menos una vez (caso de la candidata del Partido del Trabajo, PT, Ana Julia Medina Íñiguez). Los tres candidatos con más menciones acumularon 64% de la cobertura.

El tratamiento editorial a las candidatas y los candidatos pareció equilibrado, con 85% de menciones de tipo Neutral, y un porcentaje similar de menciones negativas y positivas. En este caso los mayores contrastes fueron para el aspirante más presente, Frangie Saade, con 22% de menciones negativas, y el caso de la candidata de Hagamos, María Gómez Rueda, con tres de 10 menciones positivas.

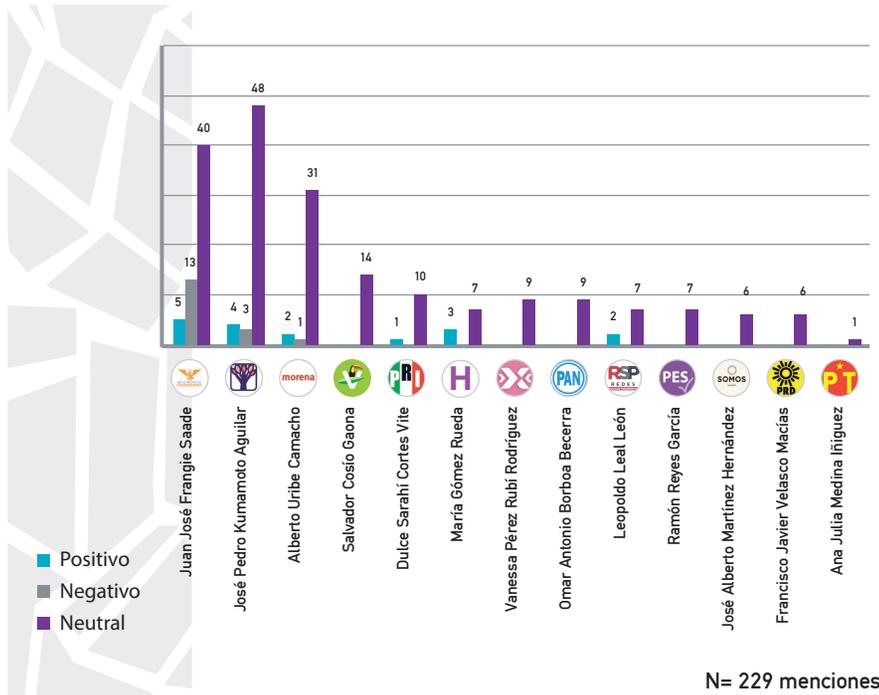
Entre las 229 menciones, 76 (33%) incluyeron propuestas del candidato o la candidata, particularmente de Economía o Seguridad (22 menciones).



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

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



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

Se registraron propuestas para 12 de este grupo de 13 aspirantes, con la excepción de la mencionada candidata del PT.

Guadalajara

El monitoreo permitió detectar 177 piezas que se refirieron específicamente a aspirantes a la presidencia municipal de

	Economía	Seguridad	Medio ambiente	Obras públicas	Educación	Otros temas	TOTAL
Juan José Frangie Saade	9	0	1	4	1	6	21
José Pedro Kumamoto Aguilar	0	0	2	0	1	5	8
Alberto Uribe Camacho	2	3	2	1	0	6	14
Salvador Cosío Gaona	0	0	2	0	3	4	9
Omar Antonio Borboa Becerra	0	2	1	0	0	0	3
Dulce Sarahí Cortés Vite	0	1	0	0	0	2	3
María Gómez Rueda	0	0	0	1	1	2	4
Ramón Reyes García	0	2	0	0	0	0	2
Leopoldo Leal León	0	1	0	0	0	2	3
José Alberto Martínez Hernández	0	1	0	1	0	0	2
Vanessa Pérez Rubi Rodríguez	0	0	0	0	0	4	4
Francisco Javier Velasco Macías	0	0	0	0	0	3	3
Ana Julia Medina Iñiguez	0	0	0	0	0	0	0

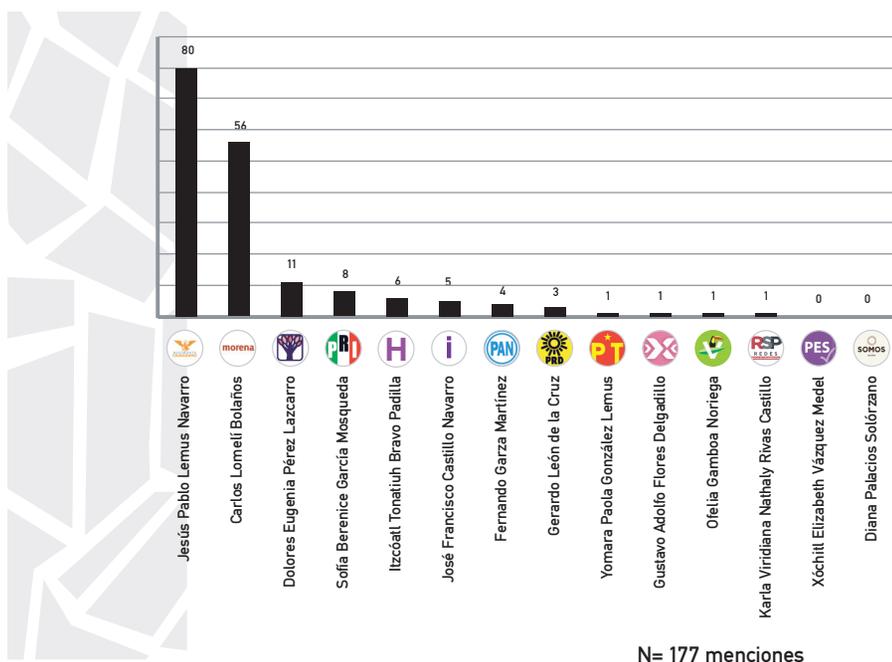
N= 229 menciones

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

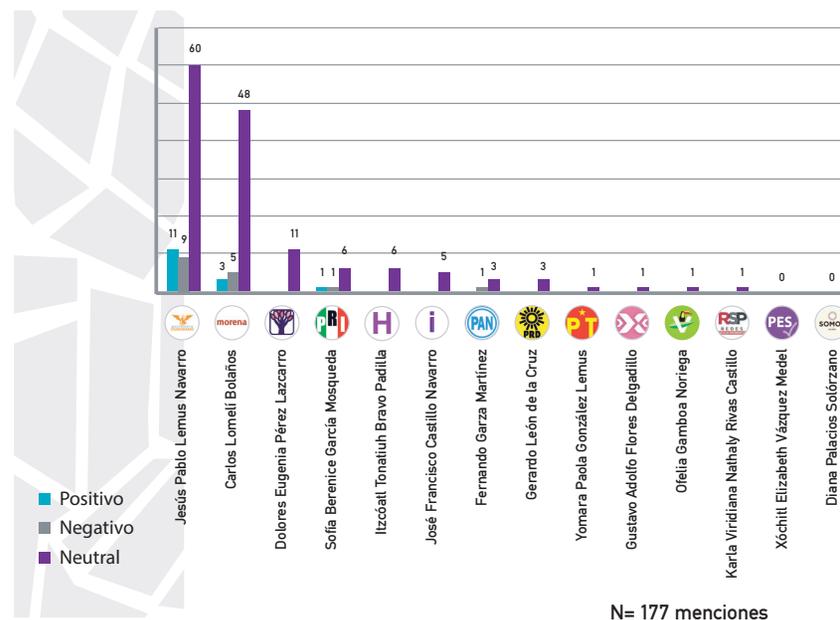
Guadalajara; 136, o 77% de ellas, se refirieron a los candidatos de MC y Morena. La candidata de Futuro, Dolores Eugenia Pérez Lazcarro, apareció como tercer lugar, pero con apenas 11 menciones, equivalentes a 6% del total.

Hay 14 candidatos y candidatas en esta contienda y dos personas no fueron mencionadas ni una sola vez por los medios: Xóchitl Elizabeth Vázquez Medel (PES) y Diana Palacios Solórzano (Somos).

También el tratamiento editorial para aspirantes a municipal en Guadalajara fue equilibrado: 83% de las menciones fueron de tipo neutral, por 9% negativas y 8% positivas.



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



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

De las 177 menciones a aspirantes por Guadalajara, 62 (35%) incluyeron propuestas, que se refirieron a 11 de las 12 personas mencionadas durante este periodo. Seguridad, Obras públicas, Economía, Servicios Públicos y Educación fueron los temas más mencionados.

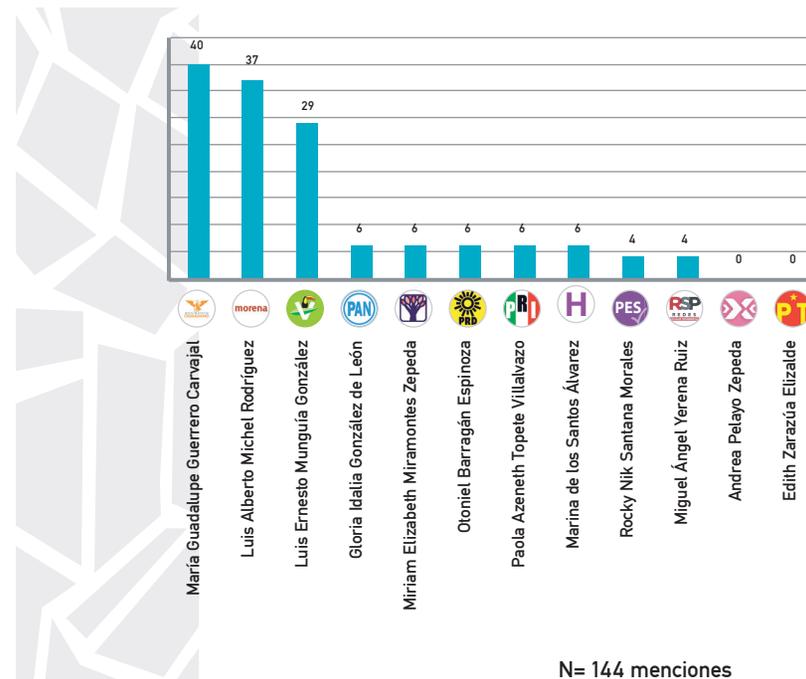
	Seguridad	Obras públicas	Economía	Servicios públicos	Educación	Otros temas	TOTAL
Jesús Pablo Lemus Navarro	2	0	4	3	3	2	14
Carlos Lomelí Bolaños	5	8	4	1	1	8	27
Dolores Eugenia Pérez Lazcarro	1	0	0	1	0	2	4
Sofía Berenice García Mosqueda	1	1	0	1	0	1	4
Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla	1	0	0	0	0	1	2
Fernando Garza Martínez	1	0	0	0	0	0	1
José Francisco Castillo Navarro	0	1	1	0	0	3	5
Yomara Paola González Lemus	0	0	0	0	0	0	0
Gustavo Adolfo Flores Delgadillo	1	0	0	0	0	0	1
Gerardo León de la Cruz	0	0	0	0	0	2	2
Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo	0	1	0	0	0	0	1
Ofelia Gamboa Noriega	0	0	0	0	0	1	1
Xóchitl Elizabeth Vázquez Medel	0	0	0	0	0	0	0
Diana Palacios Solórzano	0	0	0	0	0	0	0

N= 177 menciones

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

Puerto Vallarta

Como ocurrió en los pasados ejercicios de monitoreo, Puerto Vallarta fue el tercer municipio más mencionado cuando los medios informaron sobre aspirantes a municipales, con 144 apariciones de las personas que contienden por la presidencia municipal. Y como ocurrió antes, la cobertura se concentró en tres personas: María Guadalupe Guerrero Carvajal (MC), Luis Alberto Michel Rodríguez (Morena) y Luis Ernesto Munguía González (PVEM).



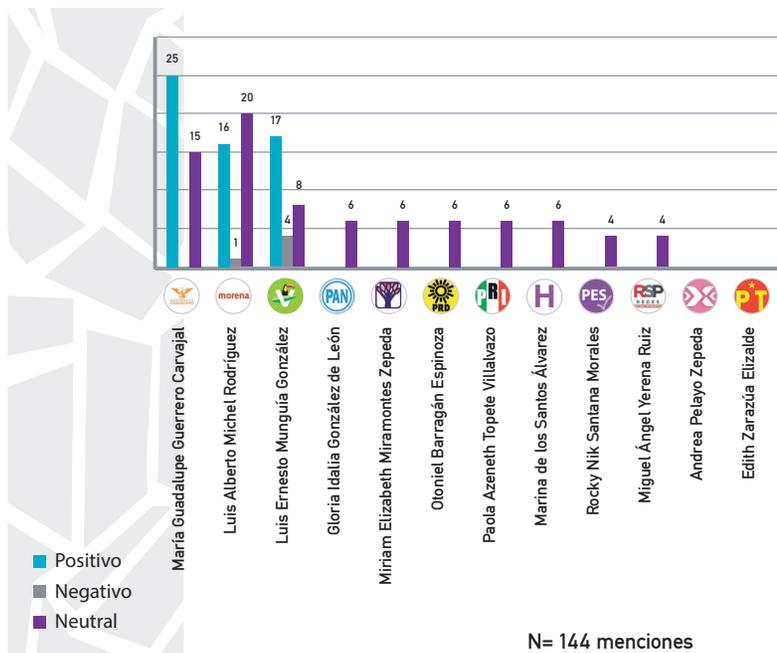
Gráfica No. 36 Cobertura de aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta

Aunque hay 12 personas registradas para esta contienda, los medios dedicaron 74% de la cobertura a las tres señaladas; los dos candidatas ni siquiera fueron mencionadas: Andrea Pelayo Zepeda (Fuerza por México) y Edith Zarazúa Elizalde (PT).

Como en el ejercicio anterior, los medios favorecieron con una amplia cobertura positiva a las tres personas ya señaladas; las otras siete personas mencionadas recibieron tratamiento neutral.

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



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

Además, nuevamente, esas tres personas fueron las únicas sobre las cuales se registró alguna propuesta de campaña. Obras públicas, Género y Seguridad fueron los temas más comunes.

Aspirante	Obras públicas	Género	Seguridad	Economía	Actividades productivas	Política interna	Otros temas	TOTAL
María Guadalupe Guerrero Carvajal	5	3	0	3	2	2	3	18
Luis Alberto Michel Rodríguez	2	1	5	0	2	2	2	14
Luis Ernesto Munguía González	6	3	0	2	1	1	4	17
Gloria Idalia González de León	0	0	0	0	0	0	0	0
Miriam Elizabeth Miramontes Zepeda	0	0	0	0	0	0	0	0
Otoniel Barragán Espinoza	0	0	0	0	0	0	0	0
Paola Azeneth Topete Villalvazo	0	0	0	0	0	0	0	0
Marina de los Santos Álvarez	0	0	0	0	0	0	0	0
Rocky Nik Santana Morales	0	0	0	0	0	0	0	0
Miguel Ángel Yerena Ruiz	0	0	0	0	0	0	0	0
Andrea Pelayo Zepeda	0	0	0	0	0	0	0	0
Edith Zarazúa Elizalde	0	0	0	0	0	0	0	0

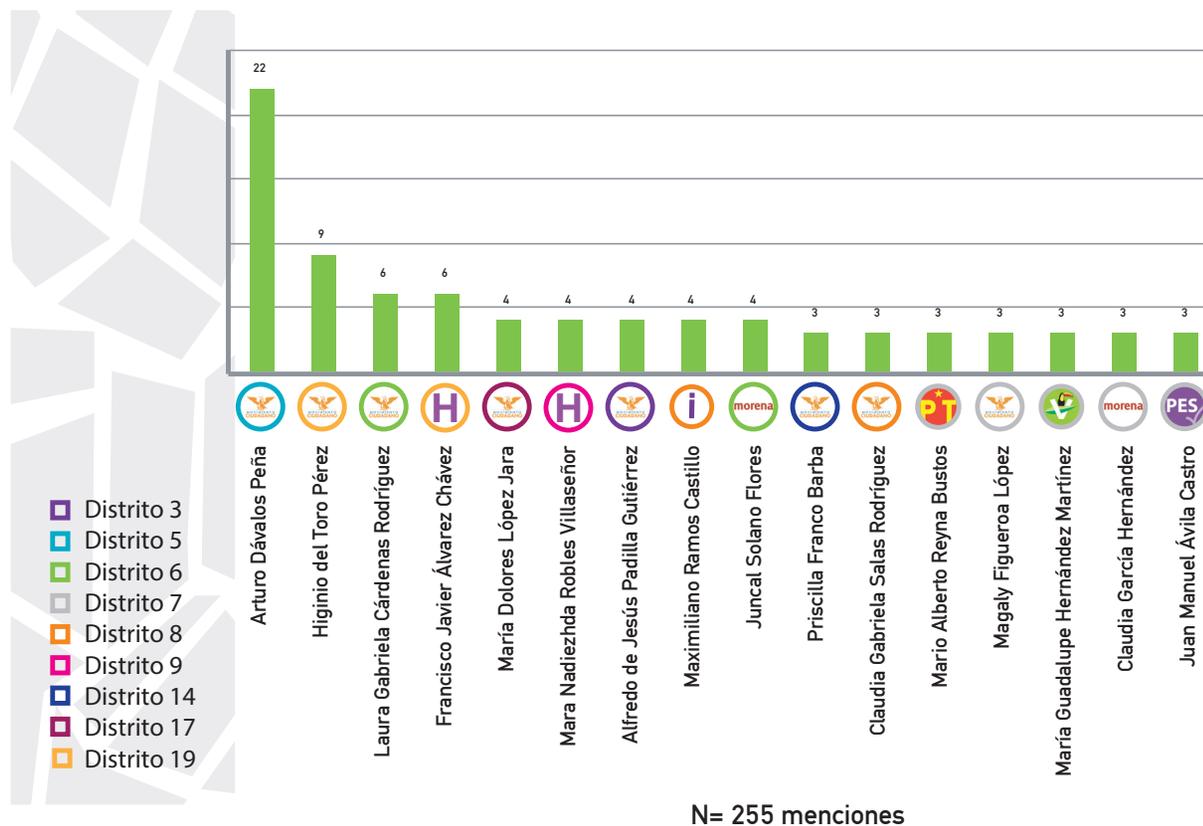
N= 144 menciones

Tabla No. 7 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 255 piezas en que se hicieron menciones de forma exclusiva a candidatas y/o candidatos a diputaciones locales. Y, como en los periodos anteriores, el candidato Arturo Dávalos Peña, aspirante en el Distrito 5 por MC (y alcalde con licencia de Puerto Vallarta), fue el primer lugar en número de menciones, con 22 apariciones o 9% del total. Este dato ratifica la tendencia de los medios de favorecer la presencia de este aspirante: su seguidor más cercano, Higinio del Toro Pérez (su compañero de partido por el distrito 19), apenas apareció en nueve ocasiones.

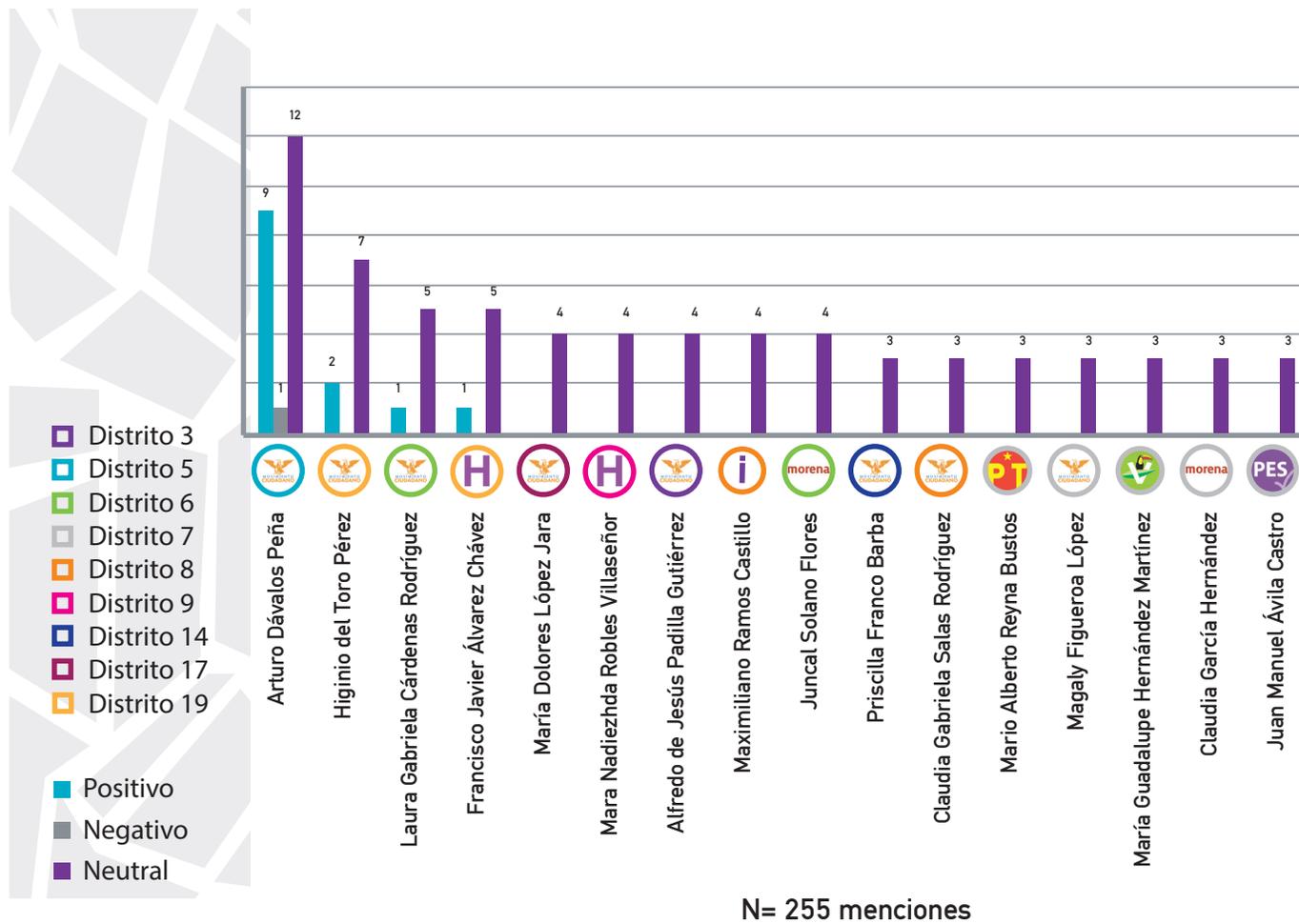
En esta ocasión de nuevo hubo muchas personas mencionadas y



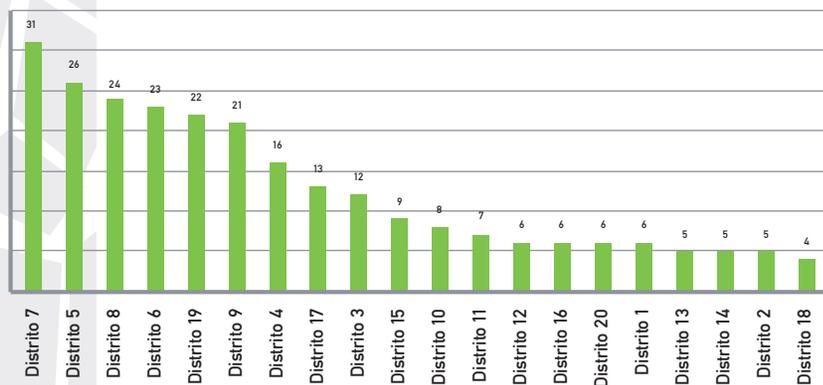
Gráfica No. 38 Cobertura de 16 aspirantes a diputaciones locales con más menciones

contendientes por cada uno de los 20 distritos locales en que está dividido Jalisco. Como entre las personas que aparecieron con mayor frecuencia hay varias con el mismo número de menciones, se optó por revisar los datos de 16 aspirantes a diputaciones locales. En este grupo aparecen cinco aspirantes por el distrito 7 y, además, la mitad de estas personas son militantes de MC; en contraste, no se registra a más contendientes por el distrito 5. Otro dato es que, entre estas 16 personas, nueve son mujeres.

En cuanto al tratamiento editorial para este grupo de 16 aspirantes, 12 solo merecieron menciones de tipo neutral; las



Gráfica No. 39 Tratamiento a 16 aspirantes a diputaciones locales con más menciones

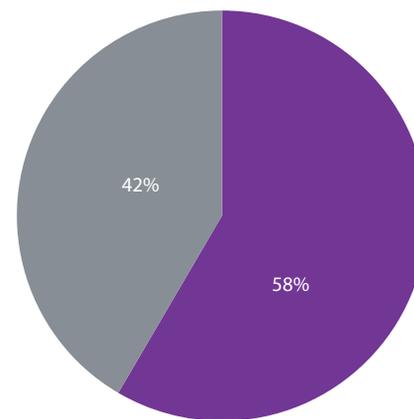


N= 255 menciones

Gráfica No. 40 Cobertura de aspirantes a duputaciones por distrito

otras cuatro personas, sin embargo, son las más mencionadas, y reciben algunas menciones positivas. Pero el caso destacado es el del señalado Dávalos Peña, a quien los medios reservaron nueve menciones positivas de las 22 veces en que apareció.

En 106 casos (42%) se registraron propuestas de candidatas y candidatos; Seguridad, Salud/Manejo de la pandemia, Servicios públicos y Género fueron los temas más frecuentes.



N= 255 menciones

■ Sí hacen propuestas
■ No hacen propuestas

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



N= 106 menciones

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

Distrito 7

El distrito 7, con sede en Tonalá, apareció con el mayor número de menciones para candidatas o candidatos a la diputación local: 31 apariciones, pero repartidas de forma casi igual: cinco personas aparecieron tres veces y las otras ocho, dos veces cada una. De esa manera, se mencionó a cada aspirante por esta demarcación. Además, el tratamiento editorial fue el mismo para todo el grupo: neutral en todos los casos.

De cada una de las personas en esta cobertura se registró al menos una propuesta de campaña. Servicios públicos, Seguridad, Empleo, Salud/Manejo de la pandemia 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 el siguiente más frecuente en este monitoreo: 26 menciones, 22 de ellas para el señalado aspirante de MC; otras cuatro personas se repartieron las cuatro menciones restantes; eso significa que esta cobertura solo incluyó a cinco de 13 aspirantes a la curul por este distrito.



Gráfica No. 43 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 7

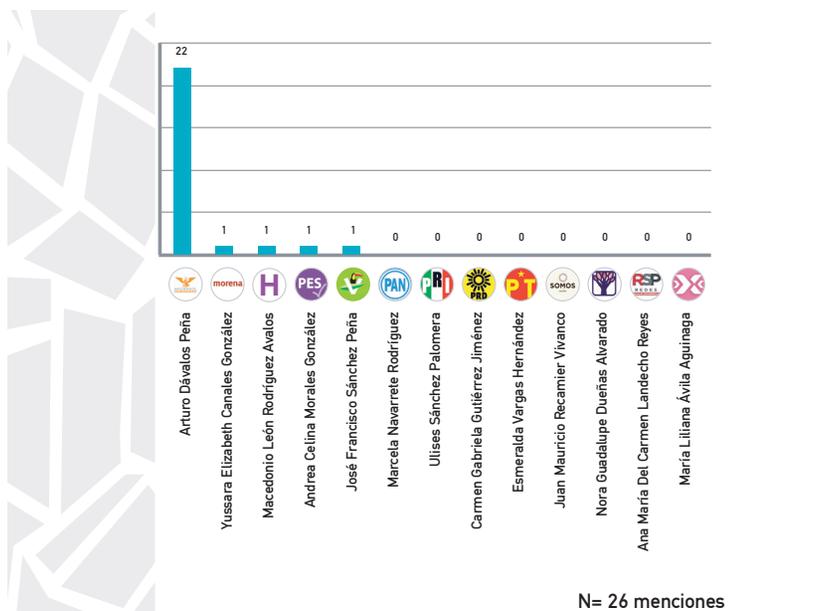
Aspirante	Servicios públicos	Seguridad	Género	Empleo	Salud/manejo de la pandemia	Otros temas	TOTAL
Magaly Figueroa López	0	1	0	1	0	0	2
Claudia García Hernández	2	0	0	0	0	0	2
Samir Sarwezide de la Torre Leyva	0	1	0	0	1	0	2
Mario Alberto Reyna Bustos	0	1	0	0	0	1	2
Marcos Arana Barba	1	1	0	0	0	0	2
Juan Manuel Ávila Castro	1	0	0	0	0	1	2
Martha Patricia Bernal Delgado	1	0	0	0	1	0	2
Xóchitl Mendoza Hernández	0	0	2	0	0	0	2
Jahzeel Medrano Montaño	0	0	1	0	0	0	1
Erika Aguilar	0	1	0	0	1	0	2
María Guadalupe Hernández Martínez	0	0	0	1	0	1	2
Ismael Miranda Ornelas	1	0	0	0	0	1	2
Karen Alejandra Limón Vargas	0	0	0	1	0	1	2

N= 31 menciones

Tabla No. 8 Distribución de 5 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 7

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



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

En cuanto al tratamiento editorial, como ya se dijo, Dávalos Peña tuvo nueve de 22 menciones de tipo positivo; las otras cuatro personas mencionadas recibieron trato neutral. Además, los medios solo registraron propuestas ese mismo candidato: seis en total, sobre Servicios públicos, Género y Política interna.

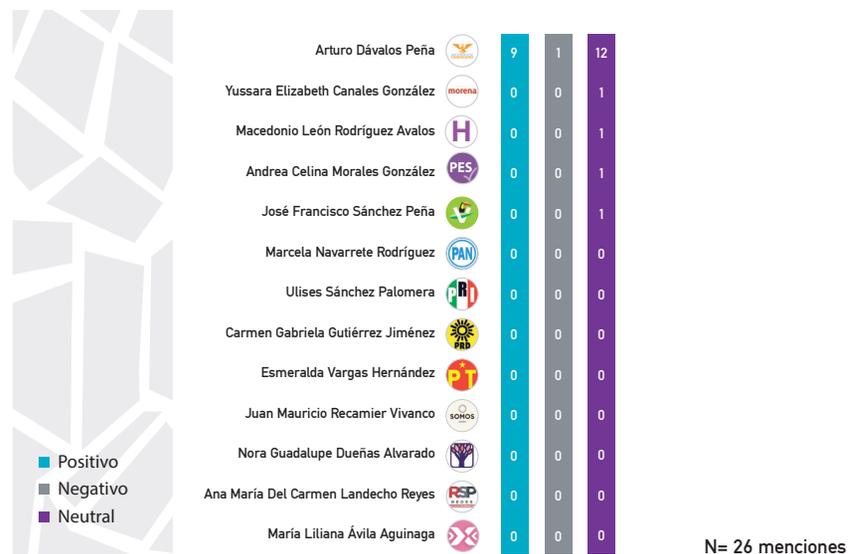


Tabla No. 9 Tratamiento a los aspirantes a diputaciones locales por el distrito 5

Candidato	Servicios públicos	Género	Política interna	TOTAL
Arturo Dávalos Peña	3	2	1	6
Yussara Elizabeth Canales González	0	0	0	0
Macedonio León Rodríguez Avalos	0	0	0	0
Andrea Celina Morales González	0	0	0	0
José Francisco Sánchez Peña	0	0	0	0
Marcela Navarrete Rodríguez	0	0	0	0
Ulises Sánchez Palomera	0	0	0	0
Carmen Gabriela Gutiérrez Jiménez	0	0	0	0
Esmeralda Vargas Hernández	0	0	0	0
Juan Mauricio Recamier Vivanco	0	0	0	0
Nora Guadalupe Dueñas Alvarado	0	0	0	0
Ana María Del Carmen Landecho Reyes	0	0	0	0
María Liliana Ávila Aguinaga	0	0	0	0

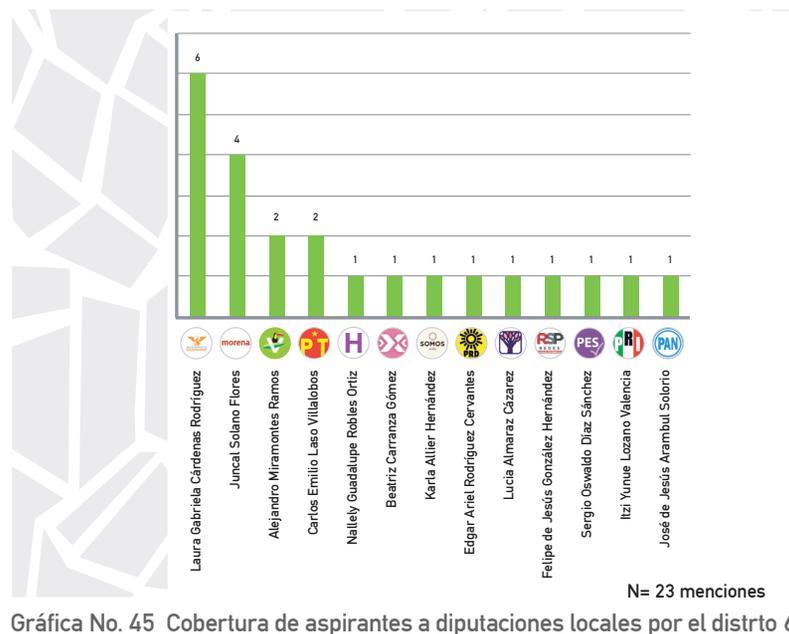
N= 6 menciones

Tabla No. 10 Distribución de 3 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 5

Distrito 6

El tercer distrito con más menciones fue el 6, con sede en Zapopan, con 23 piezas identificadas. En este caso se mencionó por lo menos una vez a las 13 personas que buscan esta diputación local; Laura Gabriela Cárdenas Rodríguez, candidata de MC, y Juncal Solano Flores, de Morena, fueron las más mencionadas, con seis y cuatro apariciones. En todos los casos el tratamiento editorial a este grupo de aspirantes fue neutral, con una única excepción: una mención positiva para Cárdenas Rodríguez.

Además, las 13 personas mencionadas en la cobertura aparecieron al menos una vez en piezas donde se mencionaron propuestas de campaña (16 de los 23 casos). Seguridad, Reforma política y Educación fueron los temas más frecuentes.



Gráfica No. 45 Cobertura de aspirantes a diputaciones locales por el distrito 6

Aspirante	Seguridad	Salud/ Manejo de la pandemia	Educación	Economía	Reforma política	Otros temas	TOTAL
Laura Gabriela Cárdenas Rodríguez	0	0	0	1	0	2	3
Juncal Solano Flores	0	0	0	0	1	1	2
Carlos Emilio Laso Villalobos	1	0	0	0	0	0	1
Alejandro Miramontes Ramos	0	0	1	0	0	0	1
Itzi Yunue Lozano Valencia	1	0	0	0	0	0	1
Lucía Almaraz Cázarez	0	0	0	0	1	0	1
Felipe de Jesús González Hernández	0	1	0	0	0	0	1
Sergio Oswaldo Díaz Sánchez	1	0	0	0	0	0	1
Nallely Guadalupe Robles Ortiz	0	0	1	0	0	0	1
Beatriz Carranza Gómez	0	1	0	0	0	0	1
Karla Allier Hernández	1	0	0	0	0	0	1
José de Jesús Arambul Solorio	0	0	0	1	0	0	1
Edgar Ariel Rodríguez Cervantes	0	0	0	0	0	1	1

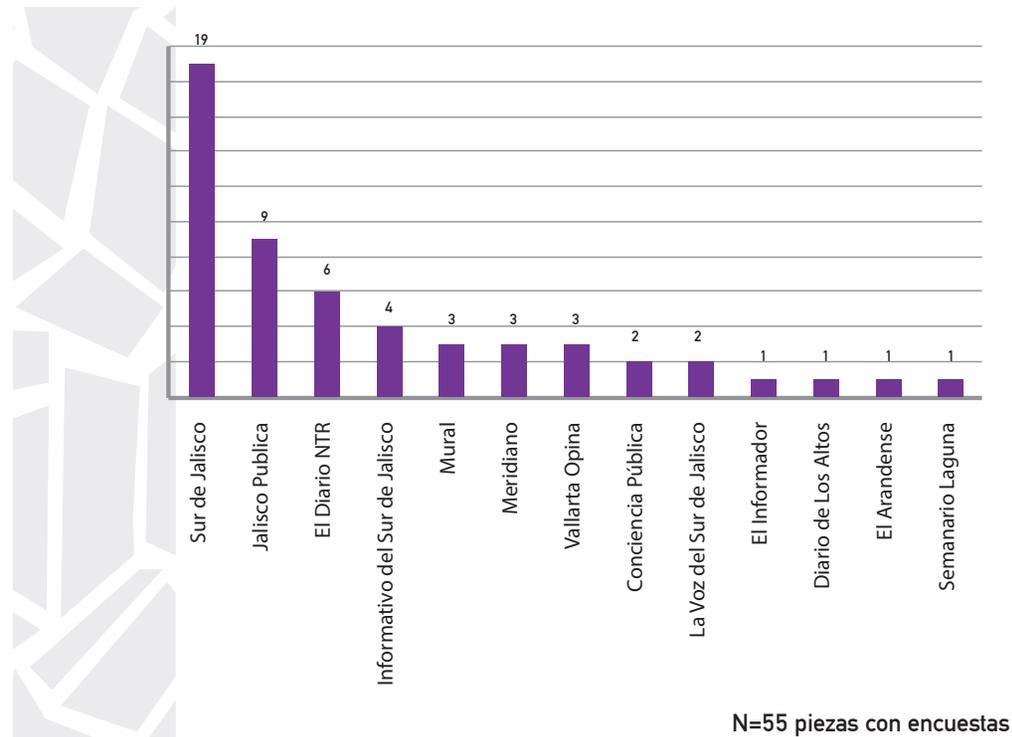
N= 23 menciones

Tabla No. 11 Distribución de 5 temas más relevantes por aspirante a diputación local por el distrito 6

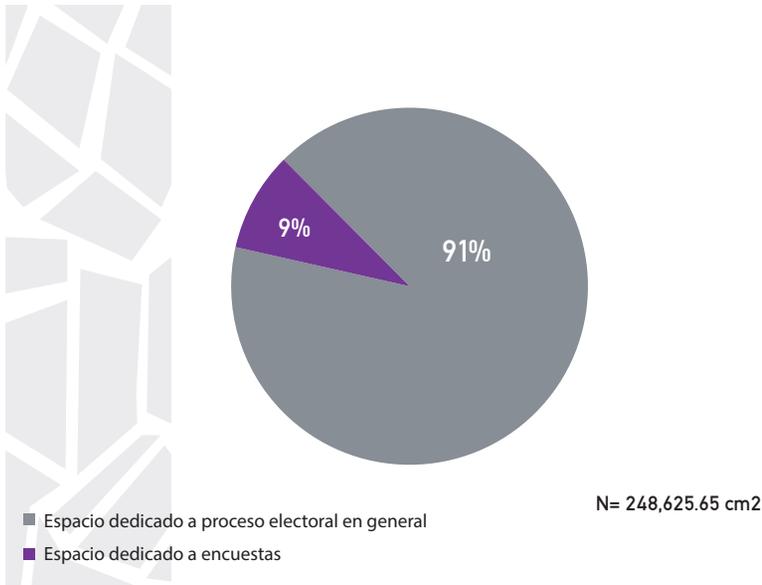
IX. Encuestas

La cercanía de la fecha de los comicios pareció impulsar la publicación de encuestas o sondeos de preferencias electorales: aunque este cuarto de monitoreo solo cubrió un periodo de una semana y los anteriores fueron quincenales, permitió identificar 55 piezas con este tipo de información, el mayor número registrado hasta ahora.

Trece medios de los 25 monitoreados publicaron estas piezas; ocho de ellos, regionales. Destacó el caso de Sur de Jalisco (Ciudad Guzmán), que tuvo 19 publicaciones con información de este tipo. Las publicaciones, además, cubrieron un área equivalente a 9% del espacio dedicado a la cobertura electoral.

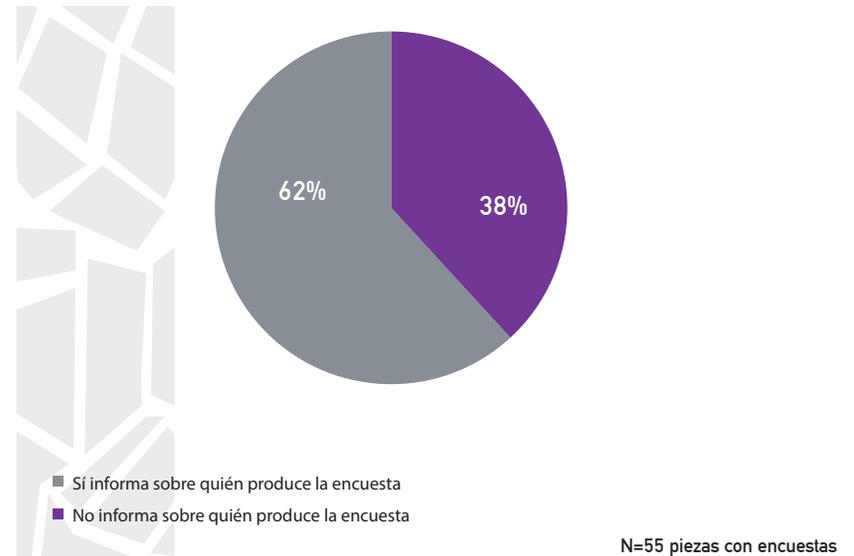


Gráfica No. 46 Distribución de piezas con encuesta por publicación

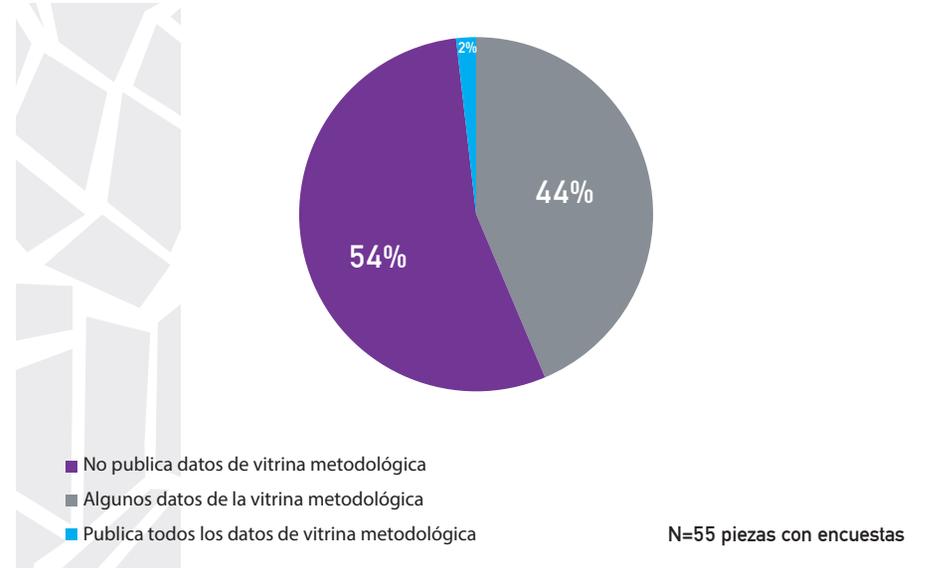


Gráfica No. 47 Espacio dedicado a encuestas

Como ocurrió en los periodos anteriores, destacó la escueta información que los medios ofrecen a sus lectores sobre el origen y la responsabilidad de las encuestas mencionadas. Aunque esta vez 62% de las piezas incluyeron datos sobre los productores del ejercicio, ninguna de las publicaciones permitió que el público supiera quién financió cada encuesta. Además, en más de la mitad de los casos no se incluyeron datos sobre la vitrina metodológica del ejercicio referido.



Gráfica No. 48 Porcentajes sobre quién produce encuestas



Gráfica No. 49 Datos sobre la vitrina metodológica de las encuestas

En 37 de los 55 casos se mencionó al partido MC como primer lugar de las preferencias electorales y en 16 casos se presentó a Morena como segundo lugar.



	Primera posición	Segunda posición	Tercera posición
	37	5	3
	4	16	7
	4	2	5
	4	5	0
	2	0	3
	2	0	0
	1	6	5
	0	2	2
	0	2	6
	0	2	5
	0	0	1
No Coloca 	1	15	18

N= 55 piezas informativas

Tabla No. 12 Distribución de encuestas opr partido, por posición en intención de voto

X.- Conclusiones

Los resultados de este cuarto monitoreo de los medios impresos de Jalisco sobre las campañas del Proceso Electoral 2021, en el periodo del 16 al 22 de mayo de 2021, ratifican la tendencia a concentrar la cobertura tanto en actores y asuntos como en medios del Área Metropolitana de Guadalajara (ÁMG), un fenómeno notado en los periodos anteriores de observación. En este caso 57% de las piezas periodísticas identificadas aparecieron en medios de esta región y el periódico El Occidental lideró la lista. Sin embargo, los medios del ÁMG dedican mucho menos espacio de sus ediciones impresas a la información sobre las elecciones: 8% contra 20% de lo que dedican los medios de las demás regiones del estado.

Quedó ratificado también que los medios impresos cubren las elecciones con publicaciones de géneros periodísticos informativos (80% de las piezas y del espacio impreso cubierto), particularmente noticias, que abarcaron 69% de las publicaciones.

También se repitió la tendencia de dar mayor relevancia a la cobertura de las campañas por las alcaldías de Jalisco: 68% de las publicaciones se refirieron solamente a estas contiendas, contra el 8% que representó la cobertura de campañas por diputaciones locales.

En este cuarto periodo de monitoreo, las menciones a “guerra sucia” llegaron apenas a 13% de las piezas, y 77% se refirieron a contiendas por alcaldías.

Por otro lado, éste fue el periodo de observación en que se registraron más publicaciones que informaron sobre encuestas o sondeos acerca de preferencias electorales, aun cuando el monitoreo abarcó solo una semana en lugar de quince días como los anteriores. Esta vez fueron identificadas 55 piezas en 13 medios con publicaciones de este tipo.

Sin embargo, volvió a presentarse la falta de información respecto al origen y la elaboración de esas encuestas: ninguna de las publicaciones identificó a los responsables de financiar las encuestas aludidas y en más de la mitad de los casos no hubo datos sobre la vitrina metodológica que permitiera entender cada ejercicio.

En relación con la cobertura a actores del proceso electoral, los 25 medios monitoreados en este cuarto periodo mencionaron a todos los partidos políticos participantes, pero de nuevo dedicaron más de la mitad de sus publicaciones a MC y Morena.

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 tratamiento negativo, como ocurrió precisamente con MC y Morena.

En relación con candidatas y candidatos a municipales, los medios mencionaron por lo menos una vez a aspirantes de 45 de los 125 municipios de Jalisco, pero, como en los periodos anteriores, concentraron su cobertura en tres: Zapopan, Guadalajara y Puerto Vallarta, que acumularon 61% de las piezas identificadas.

Las 10 personas con más menciones entre este grupo de aspirantes acumularon 46% de las publicaciones y, nuevamente, este periodo de monitoreo confirmó algunas tendencias de la cobertura: la relevancia de aspirantes por Guadalajara y Zapopan, o por partidos como MC y Morena, y que solo hay una mujer en la lista de aspirantes más mencionados, la misma que en los ejercicios anteriores: María Guadalupe Guerrero Carvajal (MC, Puerto Vallarta).

Igual que con los partidos políticos, el tratamiento a candidatas y candidatos es neutral en su conjunto (70%), pero las personas que más aparecen son, también, las que registran mayores contrastes. En este cuarto periodo de monitoreo se repitió lo ocurrido en la cobertura a tres aspirantes a la alcaldía de Puerto Vallarta: un tratamiento marcadamente positivo por parte de los medios de comunicación.

En el caso de la cobertura a aspirantes a municipal en Zapopan, tres candidatos acumularon 64% de las publicaciones; sin embargo, se mencionó por lo menos una vez a cada de las 13 personas registradas para la alcaldía.

Guadalajara fue el segundo municipio más mencionado y aquí la información se concentró más: dos candidatos merecieron 77% de las menciones, a bastante distancia de sus seguidores. Para la capital de Jalisco hay 14 personas registradas como aspirantes a la presidencia municipal, pero dos no fueron mencionadas ni una sola vez.

En el caso de las campañas por diputaciones locales, nuevamente la cobertura de los medios favoreció al candidato Arturo Dávalos Peña (MC, distrito 5, y quien es alcalde con licencia de Puerto Vallarta). Aunque se identificaron piezas que mencionaron a aspirantes de cada uno de los 20 distritos locales de Jalisco, destaca la distancia entre el candidato con más apariciones (22 menciones) y sus seguidores (el segundo lugar apareció nueve veces).

Los aspirantes de los distritos 7 (Tonalá), 5 (Puerto Vallarta) y 6 (Zapopan) fueron los que merecieron mayor cobertura. En el primero de ellos destacó una cobertura equitativa para sus 13 candidatas y candidatos, con tratamiento editorial neutral en general y registro de propuestas de campaña de cada aspirante. En cambio, en el mencionado distrito 5 apenas se dio espacio a cuatro contendientes además del candidato ya mencionado, aunque hay 13 aspirantes registrados para la diputación.

En el caso del distrito 6 también se habló al menos una vez de cada una de las 13 personas registradas como candidatas a la diputación, y se mencionó al menos una propuesta de campaña en cada caso, y el tratamiento editorial fue casi completamente neutral.

Por otro lado, en esta ocasión 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 cuarta vez el ejercicio de monitoreo detectó que los medios de comunicación favorecen a candidatos varones, que en este caso merecieron 68% de las menciones; esa desproporción es mayor en la cobertura de aspirantes a munícipe (73.5%), pero casi desapareció en la información sobre aspirantes a diputaciones locales.

La cobertura para MC y Morena, los partidos con más aspirantes mencionados en el monitoreo, favorece a candidatos varones (82%, en el segundo caso). Sin embargo, una vez más son las candidaturas independientes en donde se muestra mayor desequilibrio: no se habló de candidatas en ninguna de las 24 publicaciones de este tipo.

En cambio, en este periodo de monitoreo 36% de las piezas dedicadas a hablar sobre candidatas incluyeron alguna propuesta de campaña, una cifra que solo fue de 34% entre las piezas que hablaron de candidatos varones.

Mientras tanto, en este periodo de monitoreo no fue identificada ninguna pieza, entre 643, en que se hiciera evidente un uso discriminatorio en el lenguaje, y solo en 3% de los casos se detectó el uso de lenguaje masculino genérico, es decir, cuando se habla en masculino de un grupo de aspirantes aunque haya mujeres en él.

Por último, esta vez solo se identificaron tres piezas, en un conjunto de 381 menciones a candidatas, en las que los medios incurrieron en el uso de estereotipos de género.

Informe elaborado por ETIUS

Observatorio de comunicación y cultura del ITESO

16 - 22 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

28 de mayo 2021



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

ETIUS