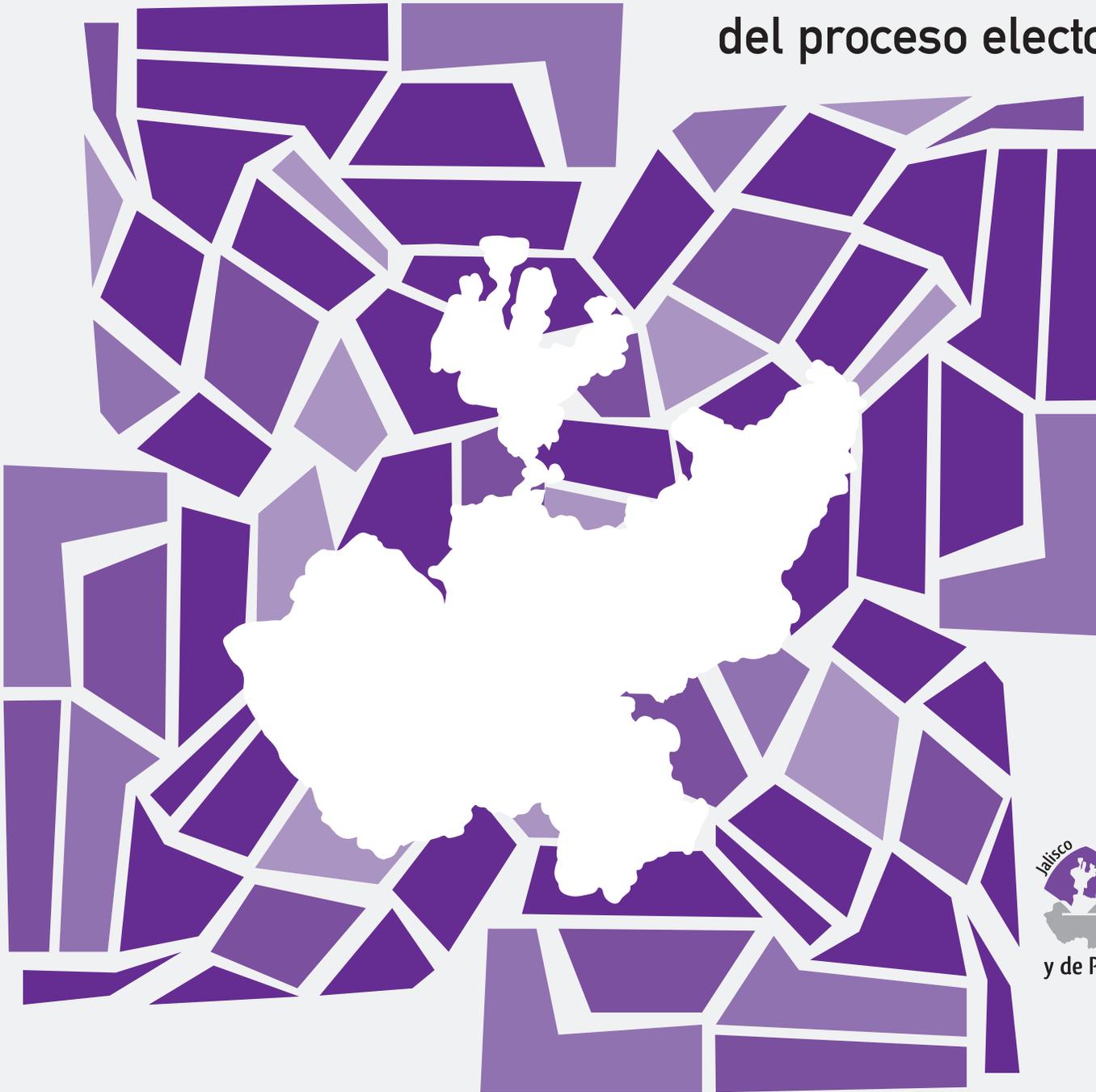


MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021



Informe parcial 1

4 - 17 abril 2021

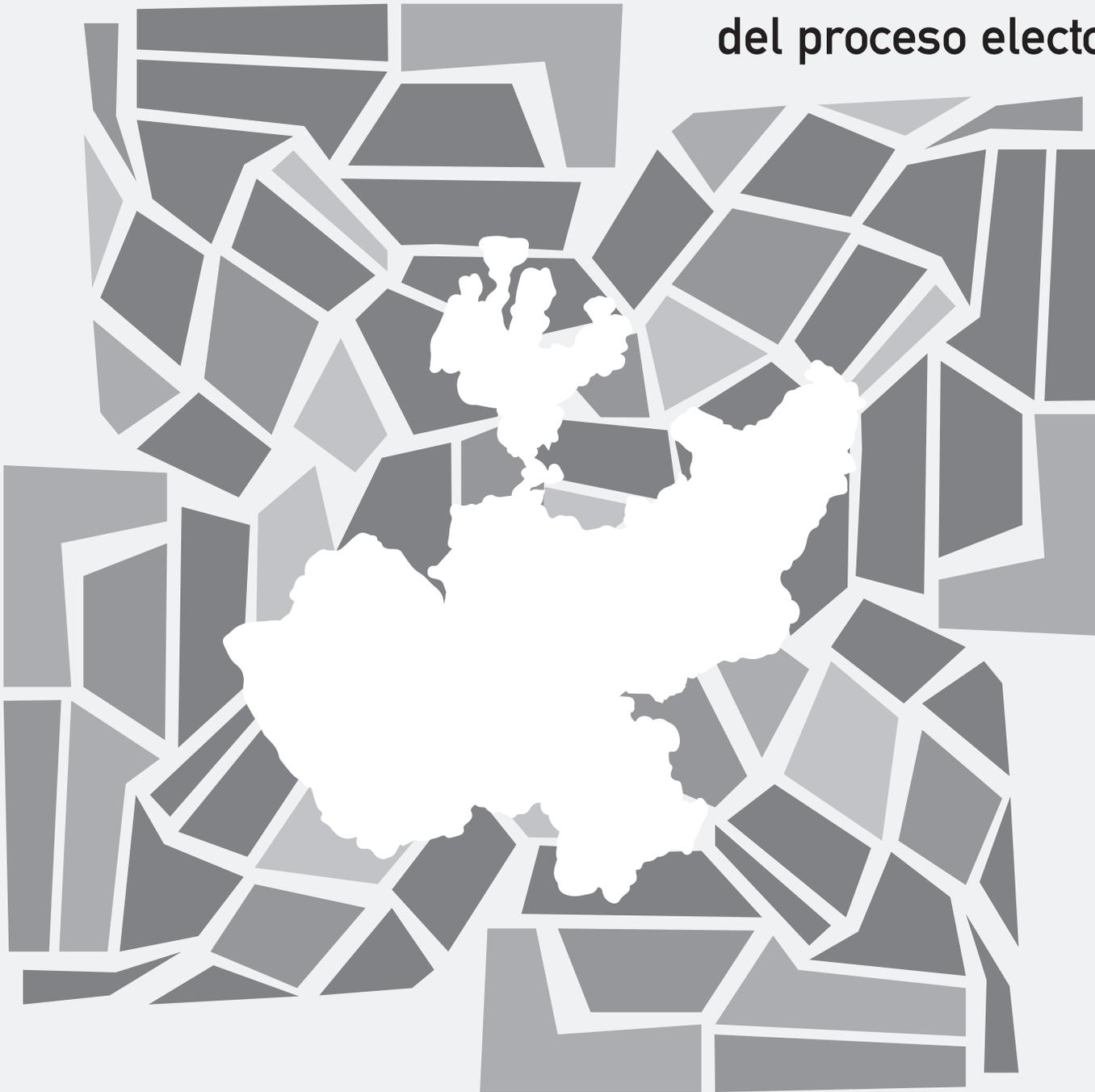


ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

ETIUS

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas
del proceso electoral en Jalisco 2021



Informe parcial 1

4 - 17 abril 2021

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	5
I. Antecedentes	8
II. Diseño y criterios metodológicos	13
III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos de las campañas del Proceso Electoral 2021 en Jalisco durante el periodo del 4 al 17 de abril de 2021	15
IV. Cobertura y tratamiento a partidos políticos	25
V. Género y uso de lenguaje incluyente	28
VI. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos indígenas	36
VII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipales	37
VIII. Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a diputaciones locales	43
IX. Encuestas	49
X. Conclusiones	51

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; candidatos

y candidatas a municipales de cada uno de los 125 de municipios de Jalisco; candidatos y candidatas a cada una de las 20 diputaciones de mayoría relativa en el Congreso local; candidatos y candidatas a cada una de las 18 diputaciones de representación proporcional del Congreso local. Cada candidato y candidata debe pertenecer a algún partido político, coalición y/o tener su registro oficial como candidato 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 primera quincena del periodo formal de campañas, del 4 al 17 de abril de 2021. Refiere datos generales sobre la cantidad de piezas informativas destinadas al proceso electoral en Jalisco, y al espacio destinado 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 candidatos y candidatas 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 candidatos y candidatas de los municipios de Mezquitic, San Martín de Bolaños y/o Cuautitlán.

Cabe precisar que, 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 autorizó 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 candidatos, candidatos independientes, partidos políticos y coaliciones, del Proceso Electoral Federal y Locales Concurrentes 2020-2021 en el estado de 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 candidatos y candidatas a diputados locales, candidatos y candidatas 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 Concurrente 2020-2021 en el estado de 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.

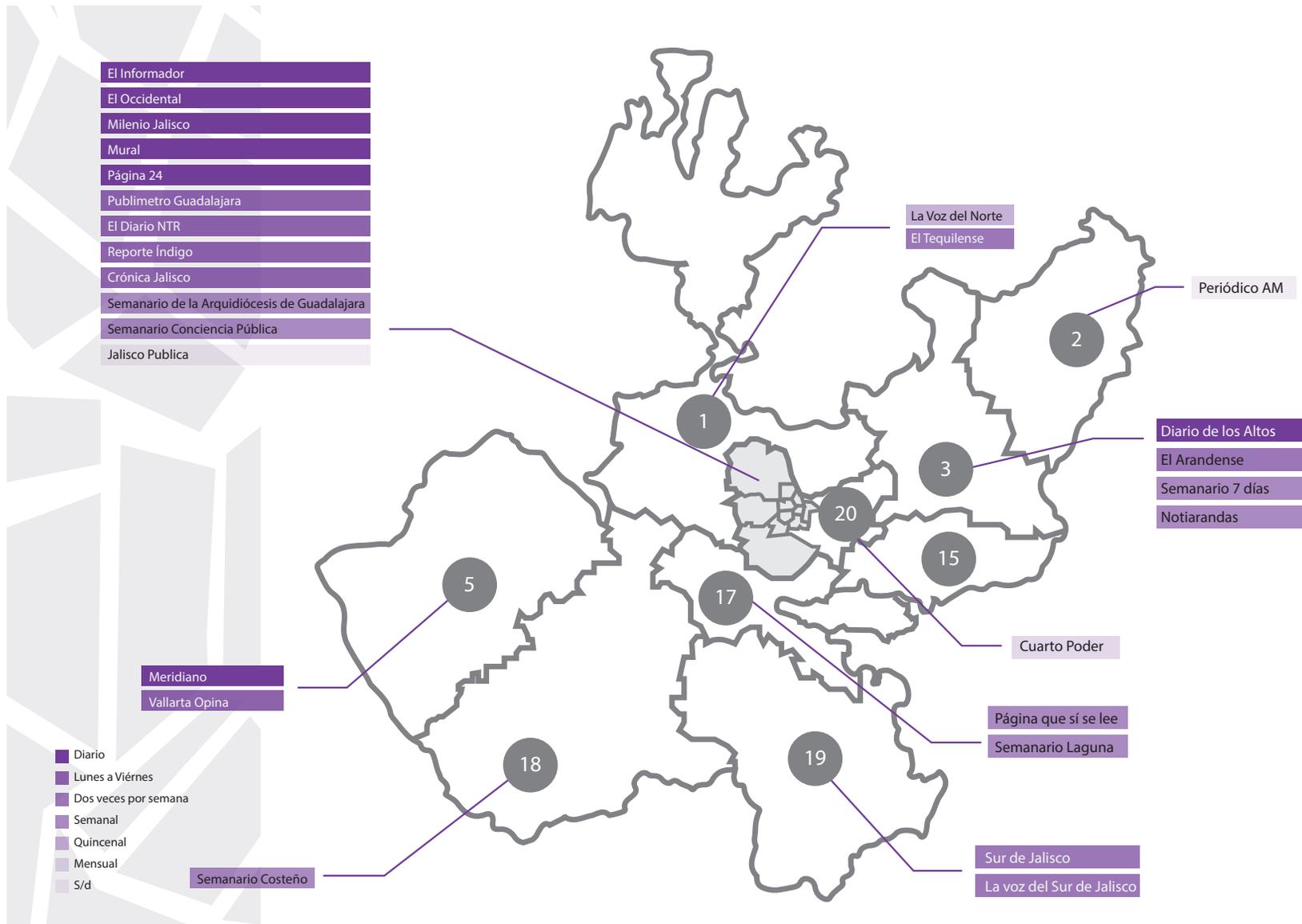
III. Sobre la cobertura del monitoreo de medios impresos de las campañas del Proceso Electoral 2021 en Jalisco durante el periodo del 4 al 17 de abril de 2021

Este monitoreo parcial comprende el periodo de campañas del 4 al 17 de abril de 2021 y se refiere a piezas informativas publicadas en 25 medios impresos del Estado de Jalisco, de un total de 28 medios de la lista seleccionada por el IEPCJ. La diferencia entre los monitoreados y la lista original obedece a que los medios excluidos no tienen versiones impresas, ya no circulan, o no estuvieron disponibles los ejemplares necesarios para el monitoreo en este periodo.

De los 25 medios monitoreados, 12 son editados y publicados en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) y los restantes 13, en nueve municipios de Jalisco. El mapa “Periódicos monitoreados por distritos electorales en Jalisco” detalla esta lista.

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 primer periodo fueron identificadas 1,104 piezas informativas destinadas al tema de las elecciones de Jalisco publicadas en los 25 medios de comunicación monitoreados. Dos terceras partes (67.6%) aparecieron en los 12 medios con sede en el Área Metropolitana de Guadalajara (ÁMG) y el resto, en los 13 medios generados desde nueve municipios del resto de Jalisco. Esta revisión permite identificar la relevancia cuantitativa de la información generada desde el ÁMG: los siete medios con más piezas publicadas son todos del ÁMG y entre ellos publicaron 57% de las identificadas en este periodo.

Entre los medios locales que publicaron más piezas aparecen El Occidental y El Informador, los dos periódicos de publicación generalista más antiguos de la ciudad (fueron fundados en 1942 y 1917, respectivamente), seguidos por Mural, periódico del grupo Reforma fundado en 1998. Entre esos tres periódicos se publicó 45% del total de piezas generadas desde

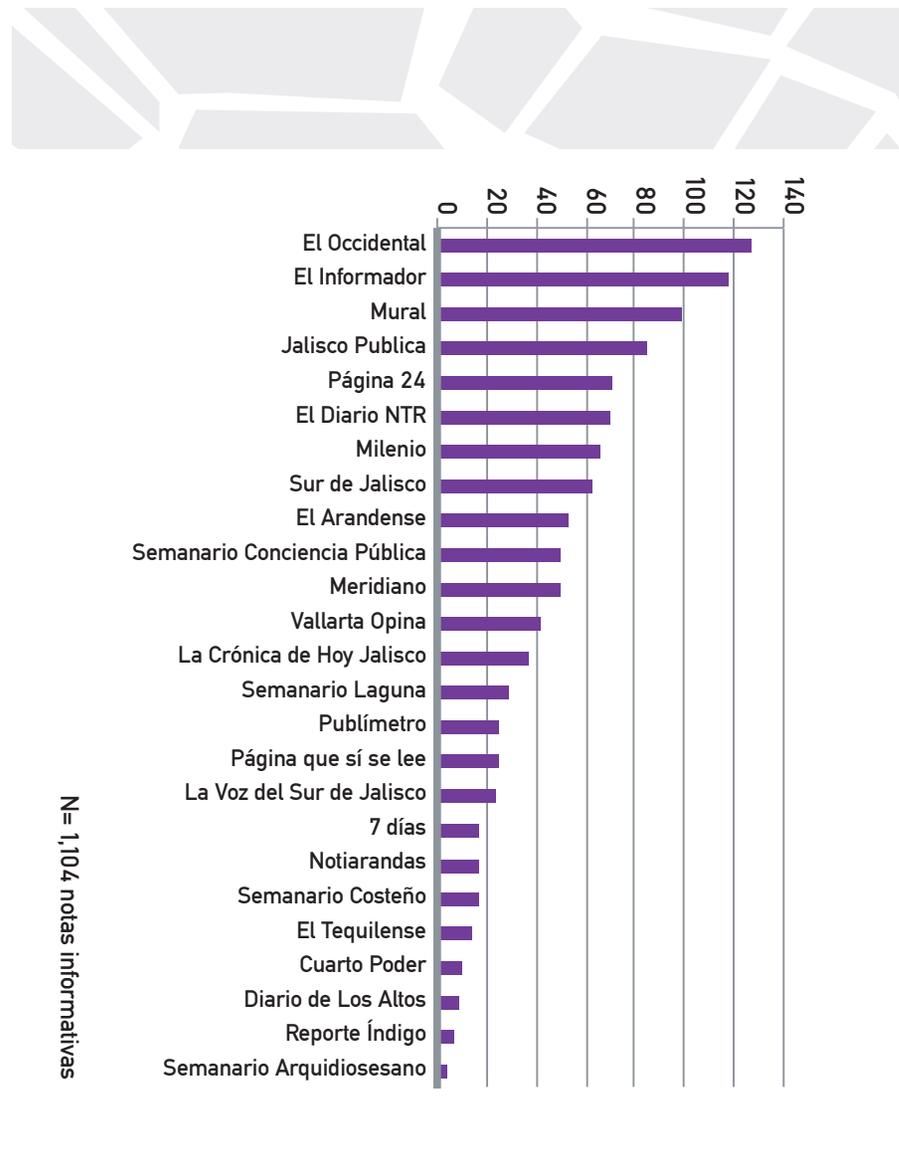
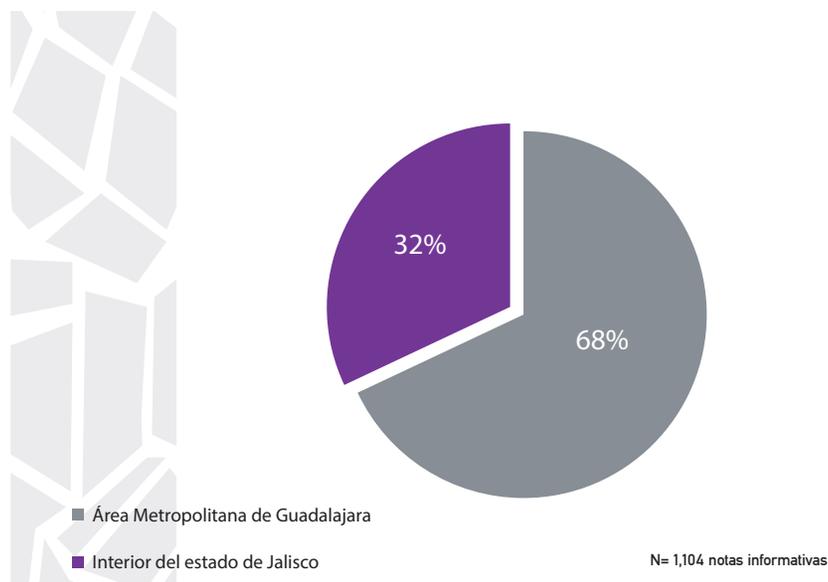


Tabla No.1 –Cobertura de medios impresos jaliscienses

el ÁMG y 30.9% del total del monitoreo para todo el estado. Dado su carácter de publicaciones de circulación estatal y su antigüedad, esto podría ser previsible, pero destaca que el cuarto medio con más publicaciones en este periodo fue Jalisco Publica, medio del Grupo México Publica que se produce a escala nacional con ediciones locales para varias ciudades y que, aunque circula de forma semanal, durante el periodo observado apareció más de una vez por semana.

Por su cuenta, los 13 medios generados en municipios del resto de Jalisco publicaron 357 piezas, 32.3% de las



Gráfica No. 1 Distribución de piezas informativas por lugar de origen: AMG y del interior del estado

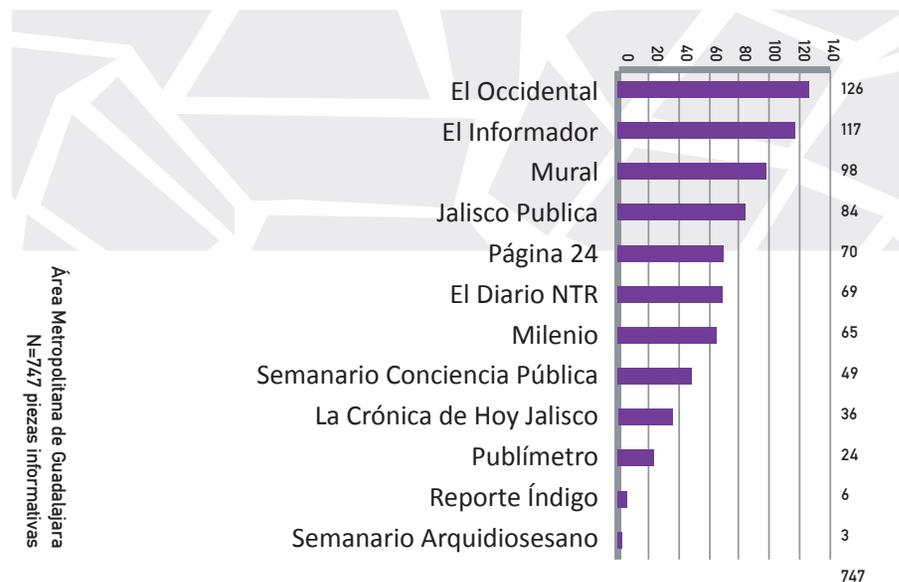


Tabla No. 2 Número de piezas por medios impresos del AMG

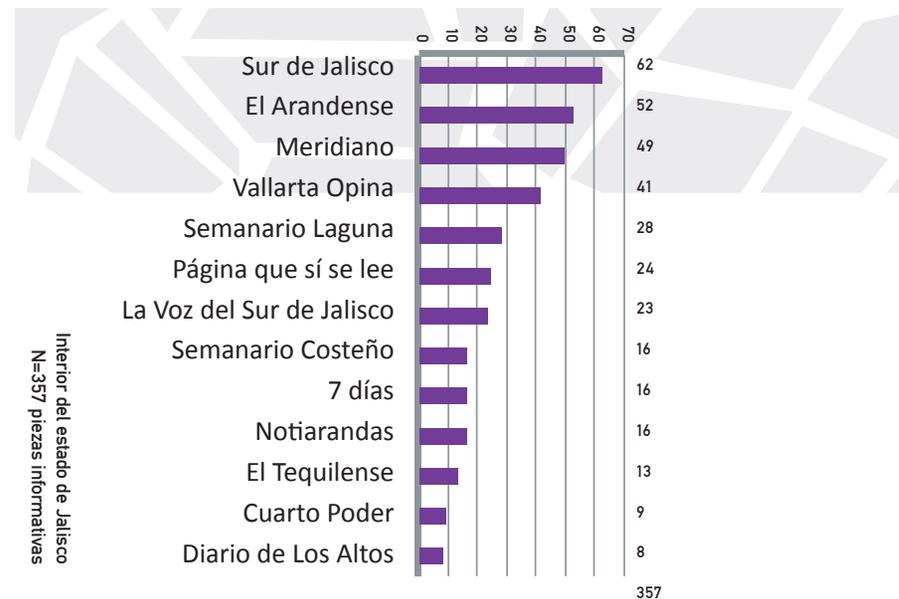


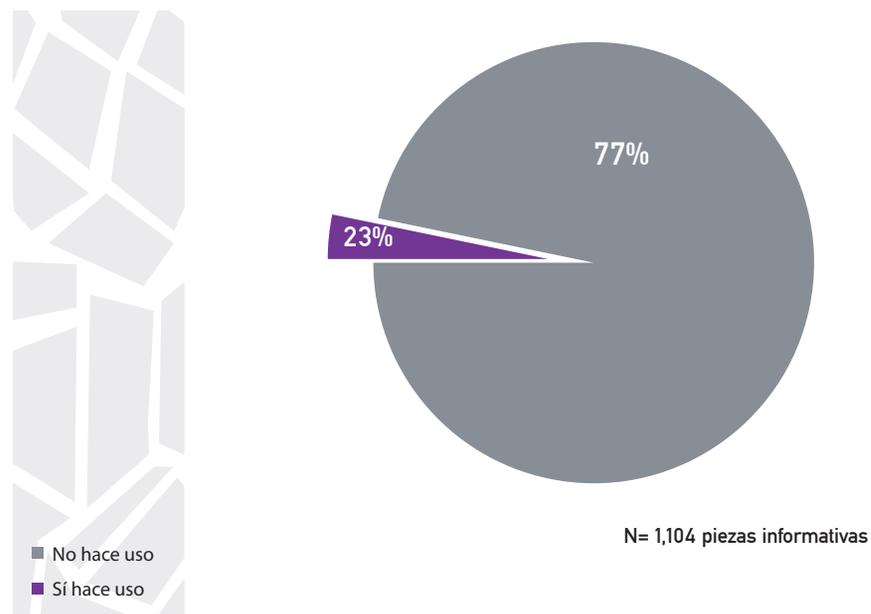
Tabla No. 3 Número de piezas por medios impresos del interior del estado

monitoreadas en este periodo; cuatro de ellos publicaron más de 57% de las identificadas: Sur de Jalisco, de Autlán; El Arandense, de Arandas; y Meridiano y Vallarta Opina, ambos de Puerto Vallarta.

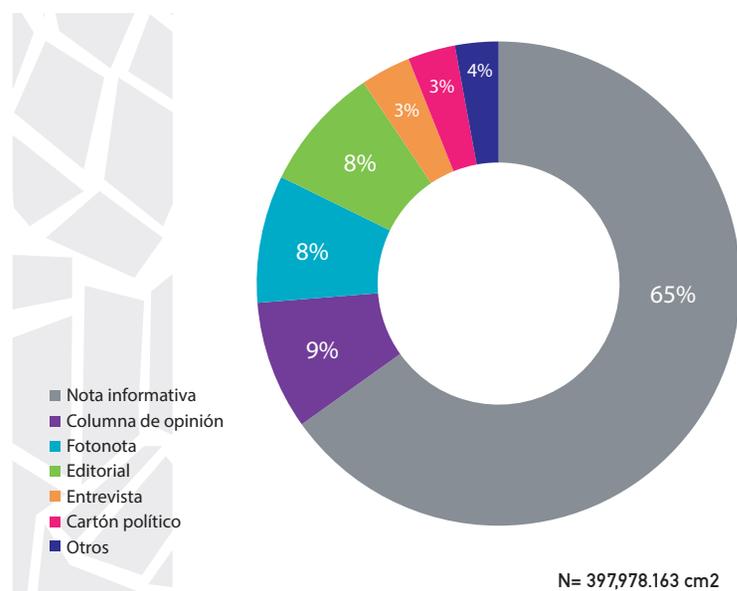
Pudo observarse que 76% de las piezas publicadas fueron presentadas junto a recursos técnicos además del texto, como fotografías, infográficos o ilustraciones.

Dos terceras partes (65%) de las 1,104 piezas monitoreadas en este periodo fueron notas informativas y el resto puede agruparse en otros ocho tipos de géneros informativos. La preeminencia de piezas de tipo informativa (78.8%) es muy clara frente a las piezas de opinión (21.2 por ciento).

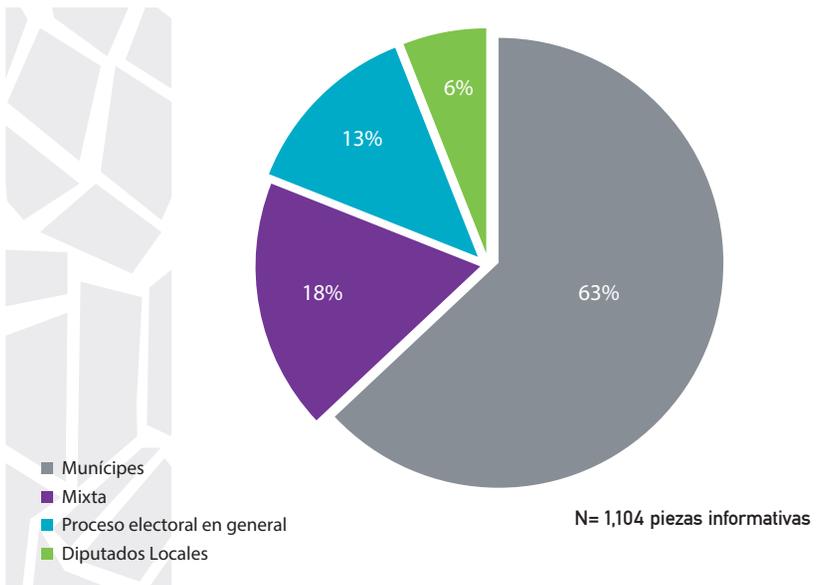
Del total de piezas publicadas, destaca la relevancia de la cobertura a las campañas sobre municipales: 63% de las piezas hablaron solo de estas contiendas y 18% incluyeron contenidos de esas campañas y las de aspirantes a diputado local. Apenas 6% de las piezas se centraron solo en contiendas entre candidatos a diputado local.



Gráfica No.2 Uso de recursos técnicos



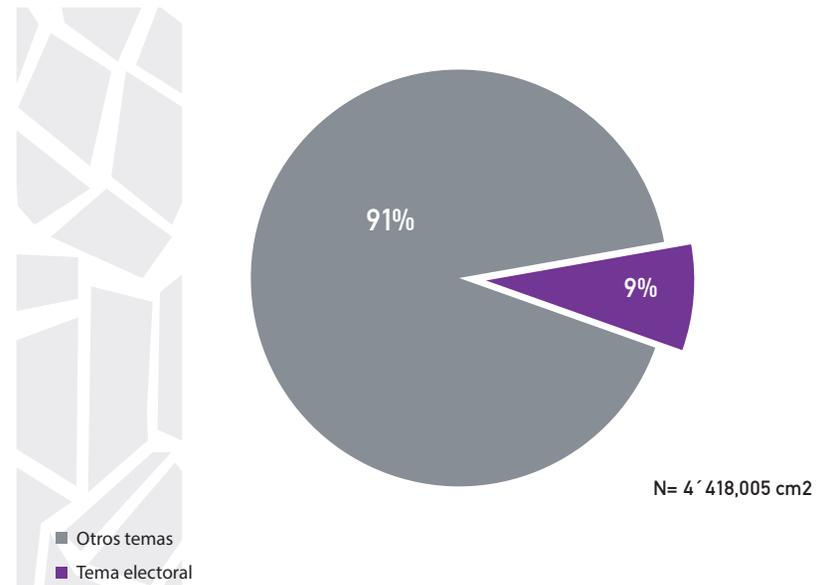
Gráfica No. 3 Distribución de notas por género periodístico



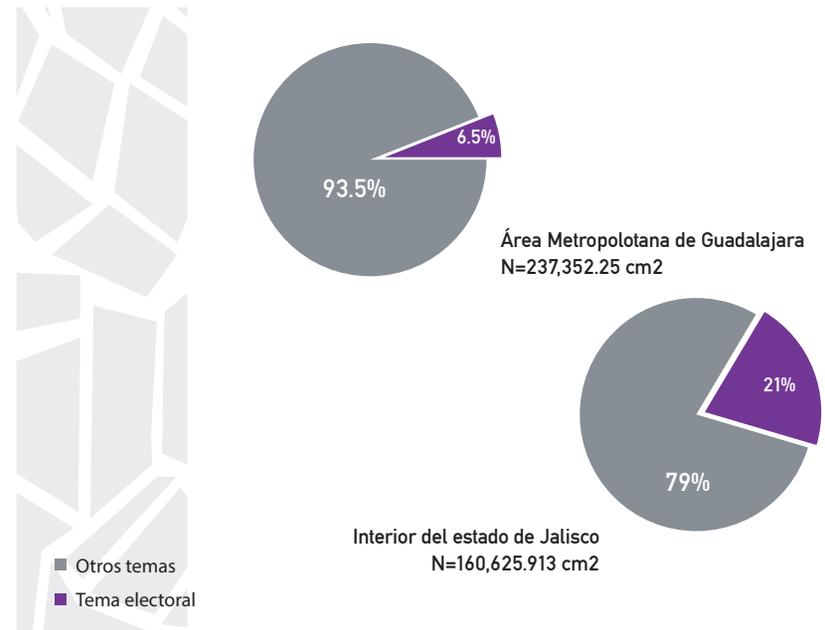
Gráfica No. 4 Número de piezas destinadas a candidatos a municipios y diputados

Espacio periodístico dedicado a las elecciones

El monitoreo también comparó el espacio que las publicaciones sobre las elecciones en Jalisco cubrieron en cada medio impreso, y de esa medición se desprende que los medios del ÁMG dedicaron mucho menos espacio de sus ediciones, en proporción, que los de municipios del resto de Jalisco. En conjunto, los medios monitoreados dedicaron 9% de su espacio a información sobre las elecciones.



Gráfica No. 5 Espacio destinado al tema de las elecciones en Jalisco



Gráfica No. 6 Espacio destinado a las elecciones en Jalisco por lugar de publicación

El Arandense, de Arandas, y el semanario Conciencia Pública, del ÁMG, fueron los medios impresos que mayor espacio de sus ediciones dedicaron a las elecciones en Jalisco; en contraste, Reporte Índigo y El Informador mostraron los menores porcentajes.

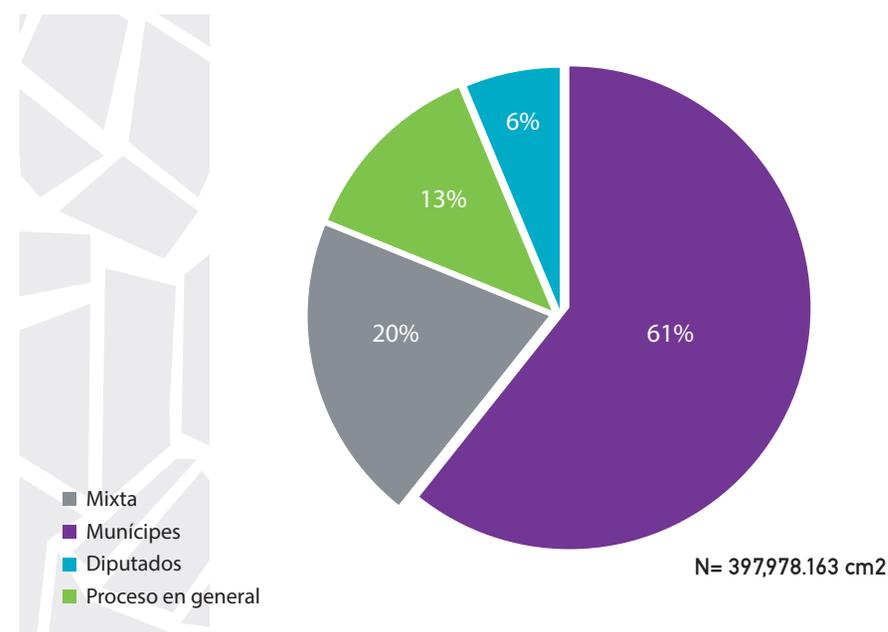
La medición confirma que los medios monitoreados dieron mayor espacio a las campañas a municipales (60% del espacio cubierto) y que las campañas para candidatas y candidatos a diputaciones locales fueron las menos cubiertas (apenas un poco más de 6 por ciento). Esa proporción es prácticamente igual al desagregar a los medios del ÁMG y a los del resto de Jalisco.

Medio impreso	Total
El Arandense	47.84%
Sur de Jalisco	36.48%
Notiarandas	34.96%
El Tequilense	27.13%
Semanario Laguna	27.06%
7 días	26.47%
La Voz del Sur de Jalisco	26.09%
Cuarto Poder	25.21%
Página que sí se lee	20.45%
Semanario Costeño	16.25%
Vallarta Opina	15.30%
Meridiano	14.60%
Diario de Los Altos	10.28%

Tabla No. 5 Espacio destinado a elecciones locales en medios del interior del estado

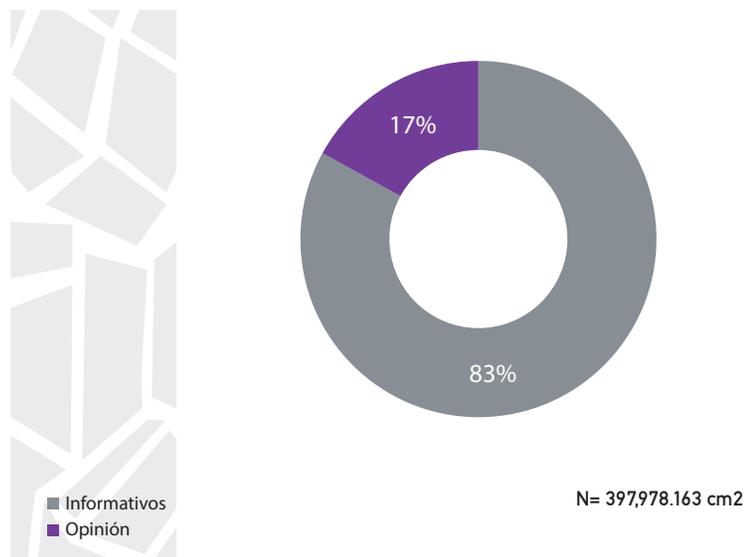
Medio impreso	Total
Semanario Conciencia Pública	44.40%
El Occidental	16.29%
Jalisco Publica	13.59%
Página 24	8.48%
El Diario NTR	6.86%
La Crónica de Hoy Jalisco	6.48%
Semanario Arquidiosesano	4.69%
Milenio	4.33%
Mural	4.21%
Publímetro	4.21%
El Informador	2.70%
Reporte Índigo	1.51%

Tabla No. 4 Espacio destinado a elecciones locales en medios del ÁMG

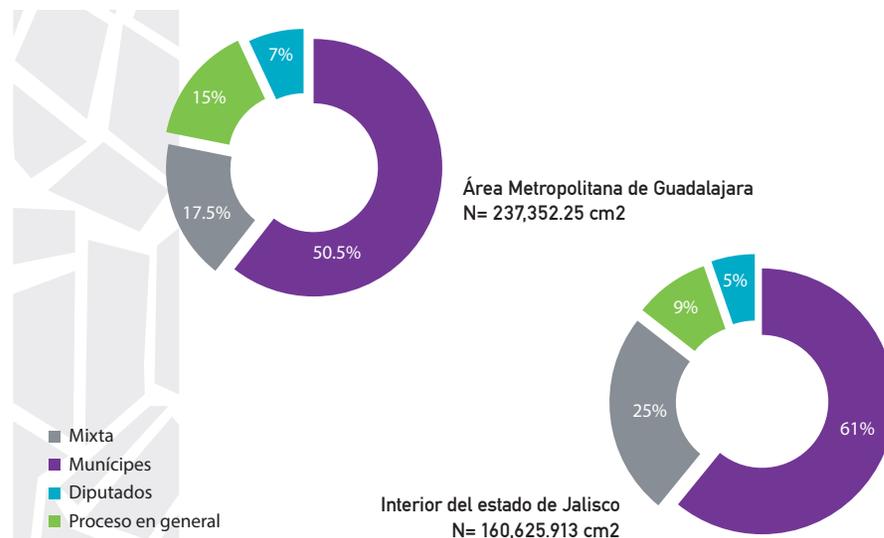


Gráfica No. 7 Espacio destinado a candidatos a municipales y diputados

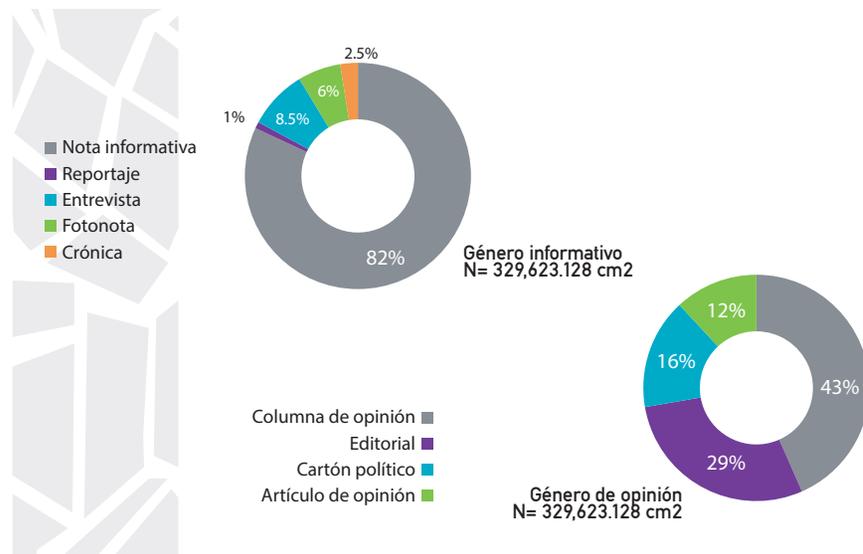
Además, la medición del espacio cubierto por las piezas subraya la preeminencia de los géneros informativos (83%) sobre los de opinión (17 por ciento). En cualquier caso, el Reportaje fue el género menos producido y el que menor área cubrió, con menos de 1% de lo medido.



Gráfica No. 9 Distribución de notas por género periodístico



Gráfica No. 8 Distribución de espacio por contienda en AMG y el interior del estado



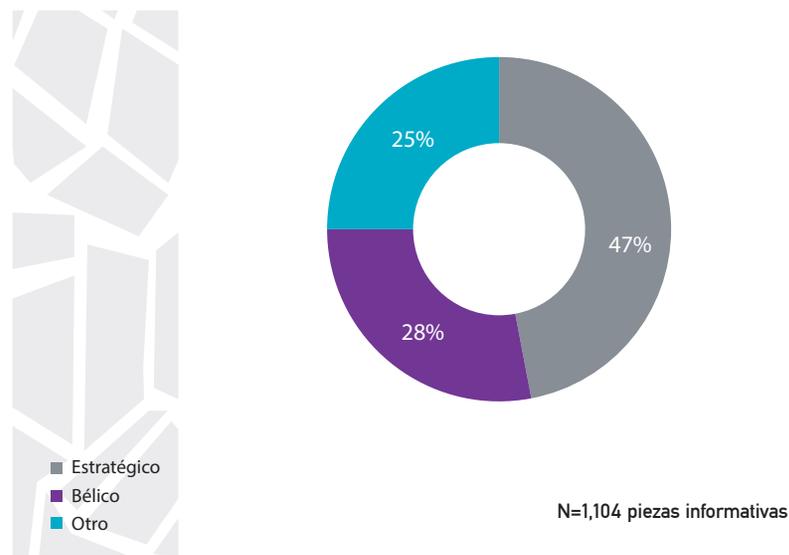
Gráfica No. 10 Distribución de notas por género periodístico

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, 47% de las piezas mostraron elementos del encuadre de estrategia.



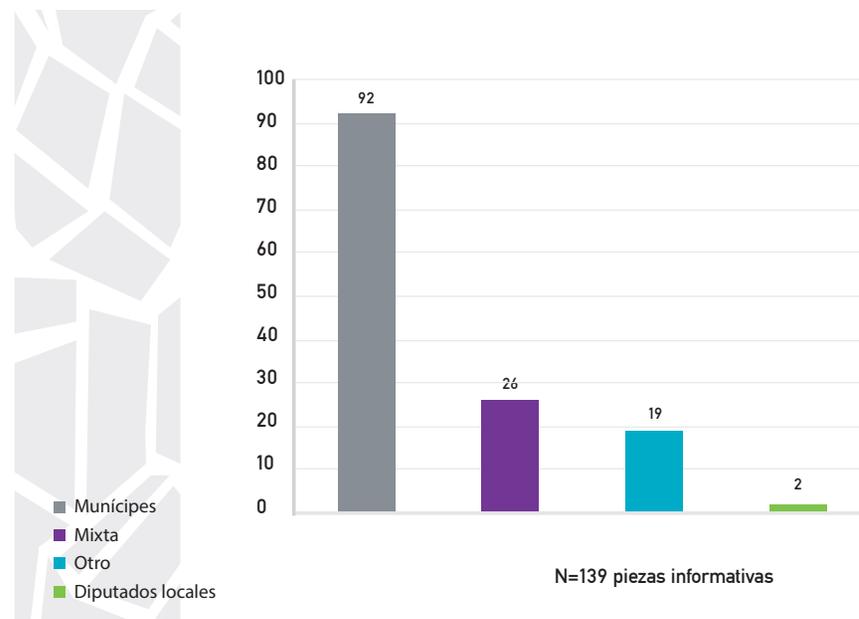
Gráfica No. 11 Distribución de piezas según su encuadre

Menciones a “guerra sucia”

Otro indicador sobre el conjunto de las piezas publicadas fue la observación de menciones a “guerra sucia” durante las campañas electorales: casi 13% de las piezas sí incluyeron esta mención y, de ese total, 92 o 66% fueron relativas a campañas entre candidatas y candidatos a municipales y 18.7%, a cualquier tipo de campaña; solo dos piezas durante todo el monitoreo se refirieron a “guerra sucia” en las campañas entre aspirantes a diputaciones.



Gráfica No. 12 Piezas informativas que mencionan "guerra sucia"



Gráfica No. 13 Piezas informativas que mencionan "guerra sucia" (por tipo de elección)

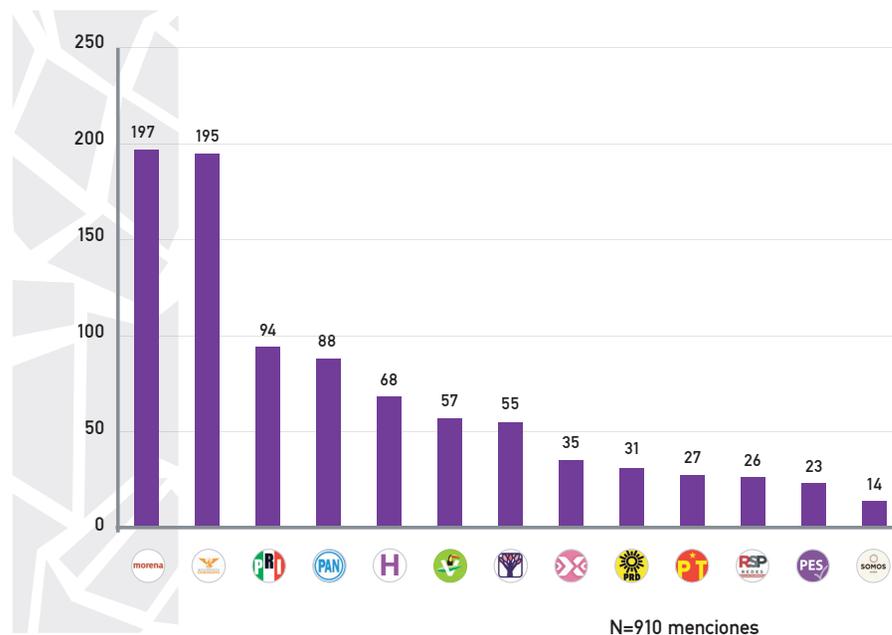
IV.- Cobertura y tratamiento a partidos políticos

El monitoreo permitió detectar 910 piezas informativas que incluyeron menciones a alguno o varios de los partidos políticos que participan en el proceso electoral 2021; dos partidos fueron los más mencionados con números casi iguales (Morena en 197 piezas y Movimiento Ciudadano en 195) y con el doble de apariciones respecto del tercer lugar (PRI, con 94 menciones). Los menos mencionados fueron Encuentro Social, Somos y Encuentro Solidario: sumadas entre sí, las menciones a estos partidos llegaron apenas a 4% del total.

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.



Gráfica No. 14 Cobertura a partidos políticos

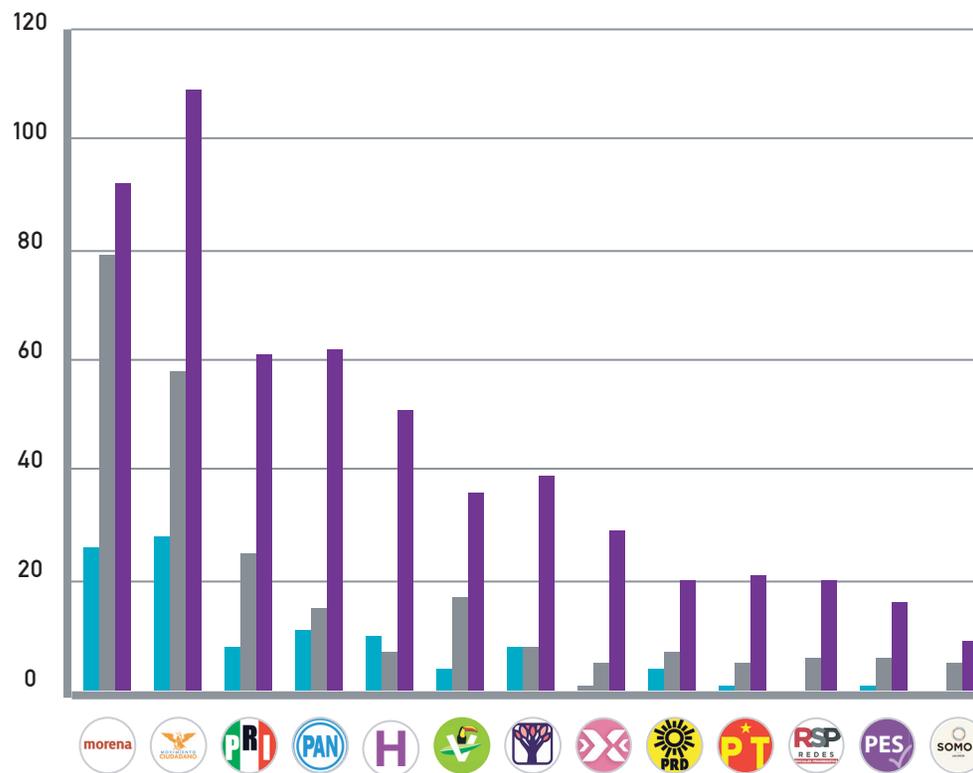
- Negativo: la publicación califica negativamente y de manera explícita al sujeto de análisis, por el uso de adjetivos calificativos negativos, enunciados por el reportero o recogidos en la voz o cita de algún actor político.
- Neutral: no hay adjetivos calificativos sobre el sujeto; o bien, aun habiendo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

Del total de 910 piezas, 62% fueron neutrales, 26.7% negativas y 11.2%, positivas; sin embargo, esta distribución es muy diferente para cada partido en particular. Por ejemplo, en el caso de Fuerza por México (mencionado en 35 piezas), 82.8% de las menciones fueron neutrales, en contraste con Morena, para el cual el tratamiento neutral apareció solo en 46.7% de los casos, mientras que 40% fueron negativos.

Morena y Movimiento Ciudadano, los dos partidos con más menciones, fueron precisamente los que recibieron menos tratamiento neutral. En el caso del segundo partido este indicador llegó a 55.9% de los casos, mientras que recibió casi 30% de menciones con tratamiento negativo.

Otros dos partidos con alta proporción de menciones con tratamiento negativo fueron Somos, que, de las nueve menciones que tuvo, mereció cinco negativas; y el Verde Ecologista de México (36 menciones), con casi 30% de menciones con tratamiento negativo.

Hagamos, Futuro y Movimiento Ciudadano fueron además los partidos con mayor proporción de menciones con tratamiento positivo: poco más de 14% en cada caso.



N= 910 menciones

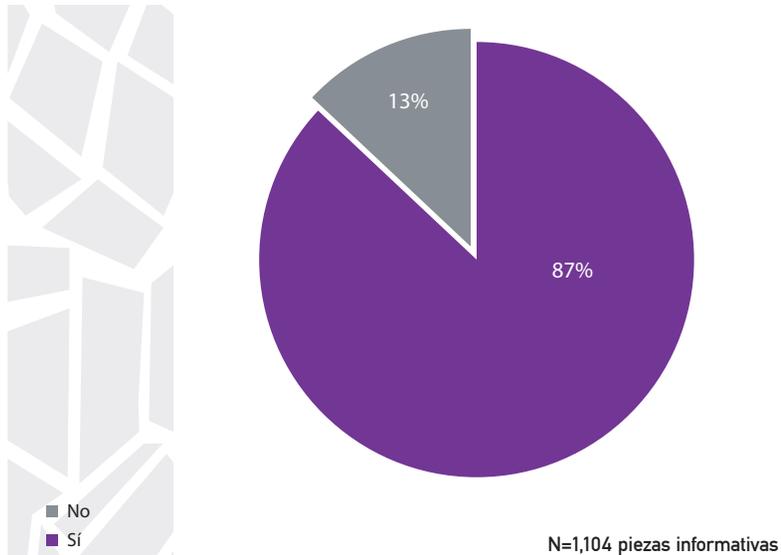
Gráfica No. 15 Tratamiento a los partidos.

V.- Género y uso de lenguaje incluyente

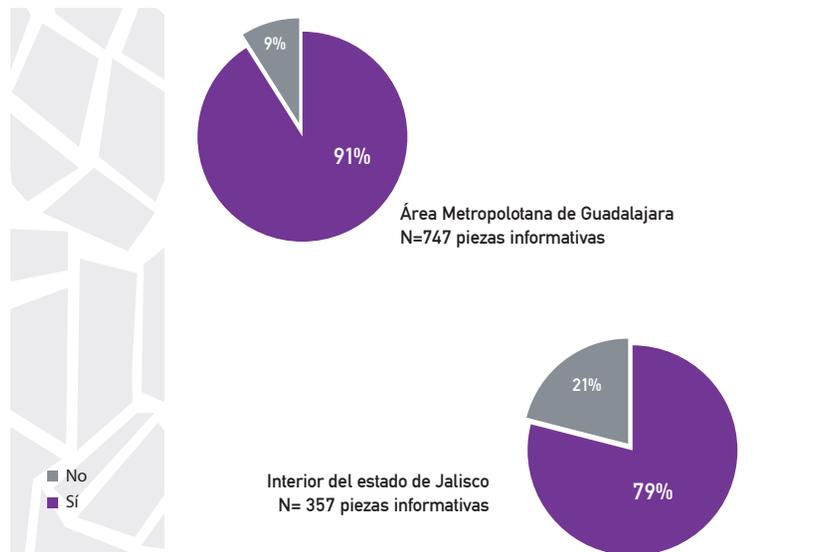
El presente monitoreo procuró observar el modo en que las publicaciones de los medios atienden la dimensión de género al mencionar a personas involucradas en el proceso electoral. Uno de los rasgos observados fue el uso de lenguaje incluyente o no sexista, con la intención de identificar si se promueve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

El monitoreo permitió identificar que casi 13% de las piezas informativas hicieron uso de lenguaje que discrimina a personas por su género, principalmente por el uso de lenguaje masculino genérico aun en casos en que había mujeres involucradas. Este fenómeno fue mucho más evidente en los medios producidos desde municipios del interior del estado.

El uso de masculino genérico se manifestó con piezas informativas que hablaron en general de “candidatos” cuando, incluso, en las fotografías usadas se veía a candidatas mujeres entre los varones. Por ejemplo, una fotonota publicada por el semanario Conciencia Pública, el 5 de abril de 2021, explícitamente incluyó el texto “aquí en la gráfica con los candidatos a diputados locales y federales por MC”, sin referirse a las dos candidatas presentes en la imagen.



Gráfica No. 16 Piezas informativas que utilizan lenguaje incluyente



Gráfica No. 17 Piezas informativas que utilizan lenguaje incluyente por lugar de publicación

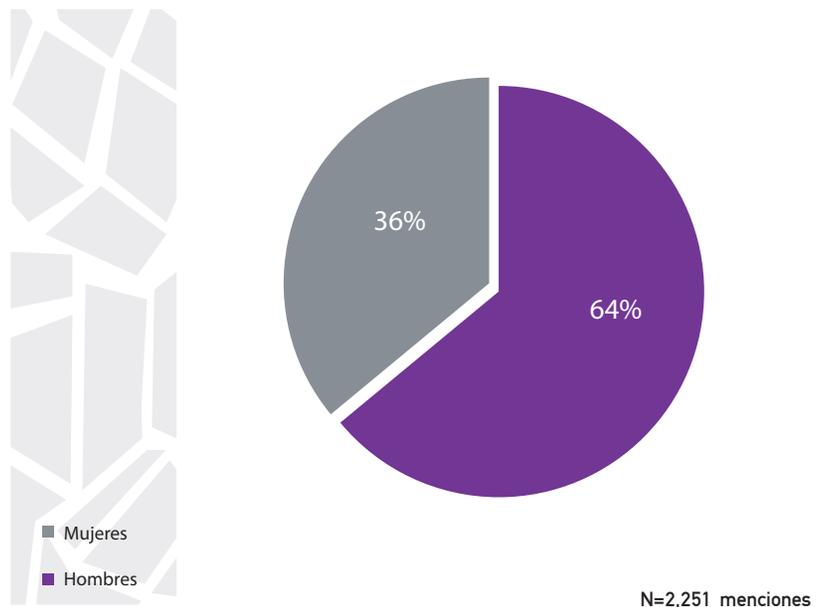
Otro ejemplo fue la cobertura publicada en El Informador, de Guadalajara, el 12 de abril, para reseñar las propuestas de las y los aspirantes a la diputación por el distrito 8: tanto en el texto de la portada de ese día como en la pieza publicada en una página completa interior se habló solo de “políticos”, “candidatos” y “los aspirantes”, a pesar de que, como detalla la propia cobertura, ocho de 14 aspirantes son mujeres.

Otros casos incluyeron un tratamiento que singularizaba la presencia de mujeres como “señoras” o “damas” sin que sus pares varones merecieran caracterizaciones equivalentes. Por ejemplo, una pieza publicada en el semanario 7 Días el 10 de abril, en la cual la candidata María Elena de Anda fue mencionada como “la Señora de Anda”.

Candidatas y candidatos en las piezas informativas

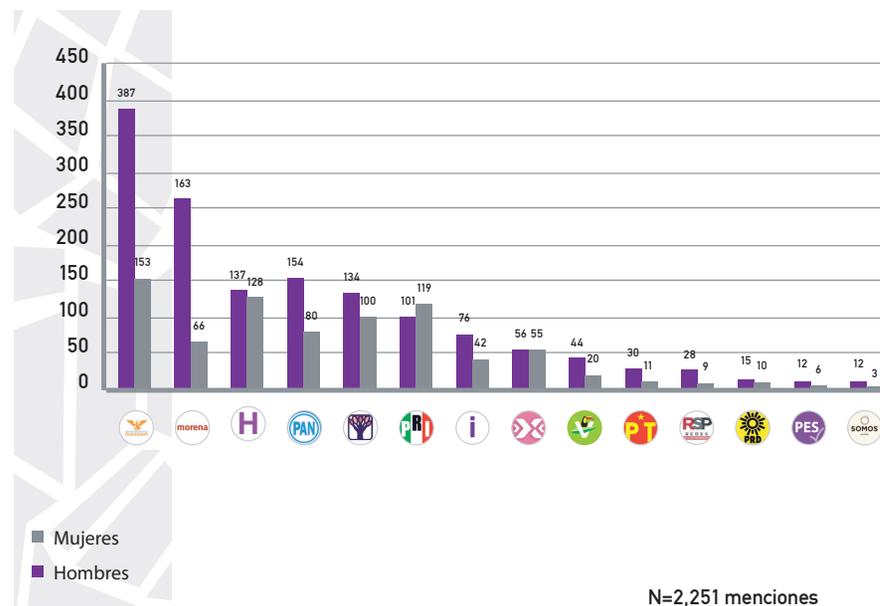
El monitoreo permitió detectar 2,251 menciones a candidatos varones y candidatas mujeres: dos tercios fueron varones.

Si se revisan las menciones a hombres y mujeres en relación con cada partido político, se observa que el desequilibrio de género se pronuncia con partidos como Somos y Morena, pues,



Gráfica No. 18 Distribución de candidatas y candidatos en las piezas informativas

al mencionar a representantes de esos institutos, los medios de comunicación destinaron 80% de las menciones a varones. La situación fue la opuesta en el caso de las menciones vinculadas al PRI, pues 54% de ellas fueron para mujeres; fueron cercanos los casos de Fuerza por México (49.5% de menciones a mujeres) y Hagamos (48.3% de menciones a mujeres).

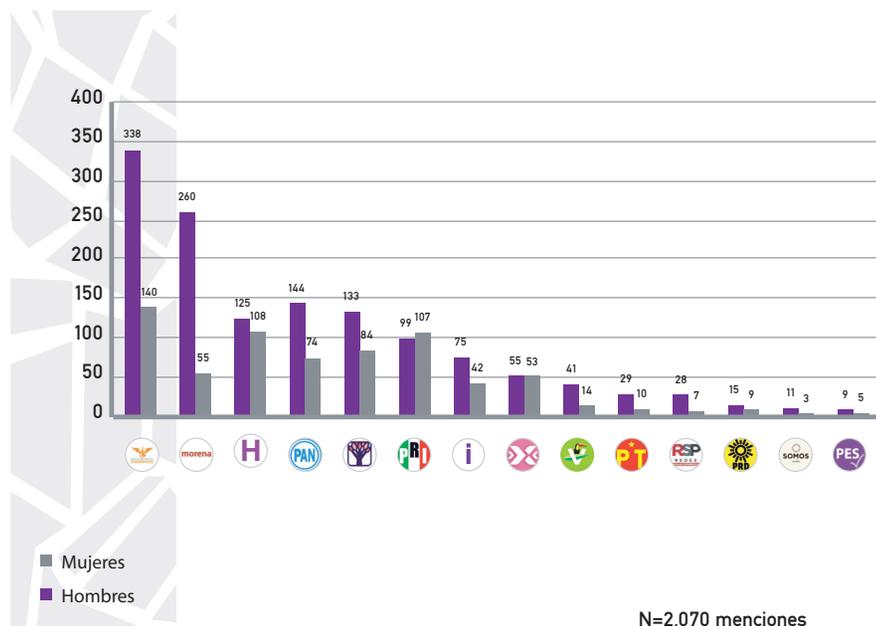


Gráfica No. 19 Distribución de candidatas y candidatos por partido político

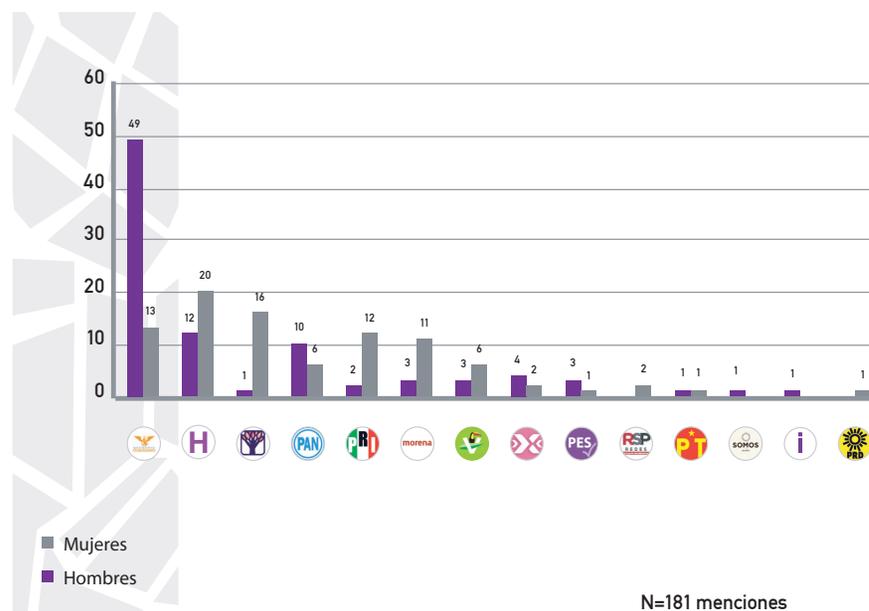
Esta tendencia es similar al revisar este universo pero solo en relación con candidatas y candidatos a munícipe. Desde esta perspectiva, las menciones a varones rondan 80% cuando se trata de los partidos Morena, Redes Sociales Progresistas y Somos, mientras que apenas llegan a 48% en el caso del PRI y a 49.5% en el caso de Fuerza por México.

En cambio, cuando se trata de candidatas y candidatos al Congreso de Jalisco (solo 181 menciones), mientras que el

total de menciones en las piezas monitoreadas revela equilibrio (50.2% de menciones a mujeres), hay contrastes mucho más pronunciados en relación con cada partido. Por ejemplo, en los casos de siete partidos, las piezas mencionan principalmente a candidatas mujeres; en contraste, de 62 menciones para aspirantes de Movimiento Ciudadano, cuatro de cada cinco son para varones. Se da el caso de que solo se habló de dos aspirantes de Redes Sociales Progresistas, ambas mujeres, y una sola aparición, para una candidata, en el caso del PRD.

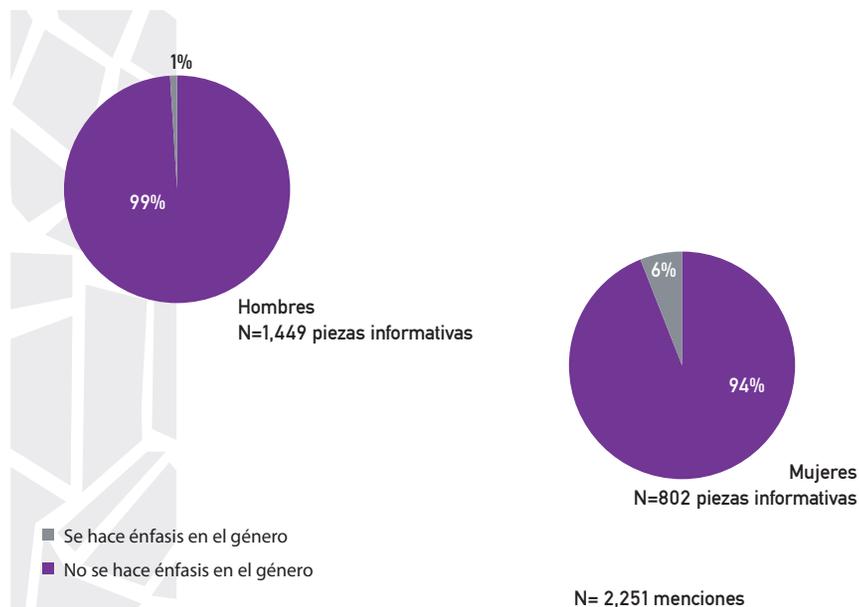


Gráfica No. 20 Distribución de candidatas y candidatos a munícipe por partido político

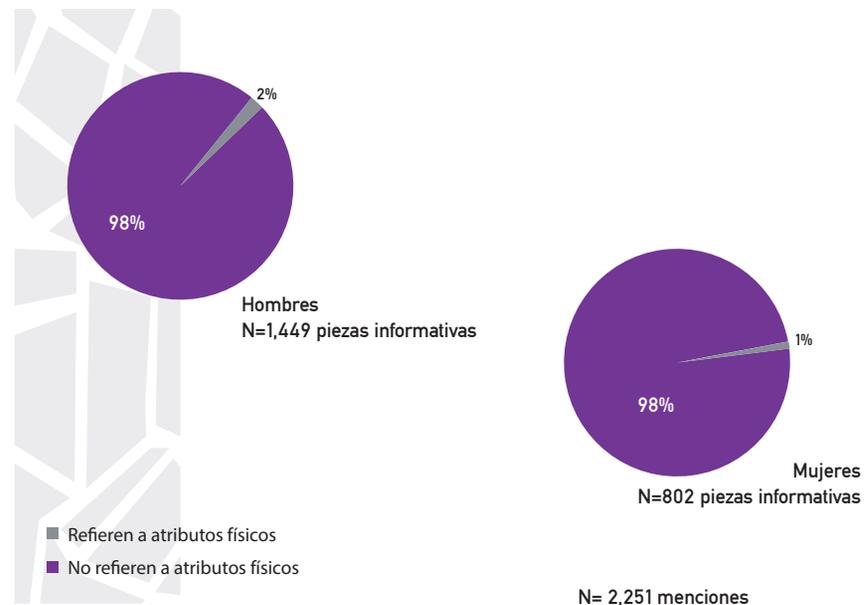


Gráfica No. 21 Distribución de candidatas y candidatos a diputado por partido político

Al revisar rasgos específicos, se observa que hay pocos casos en donde se haga énfasis o se subraye de forma explícita el género del aspirante, y que ocurre sobre todo cuando se habla de una candidata (6% de los casos). Algo similar ocurrió al observar si la pieza menciona la apariencia física, la vestimenta o la edad de la persona, pues esto solo se presentó en menos de 2% de los casos tanto al hablar de candidatos varones como de candidatas.



Gráfica No. 22 Énfasis en condición de género en candidatas y candidatos



Gráfica No. 23 Condición de género y atributos físicos en candidatas y candidatos

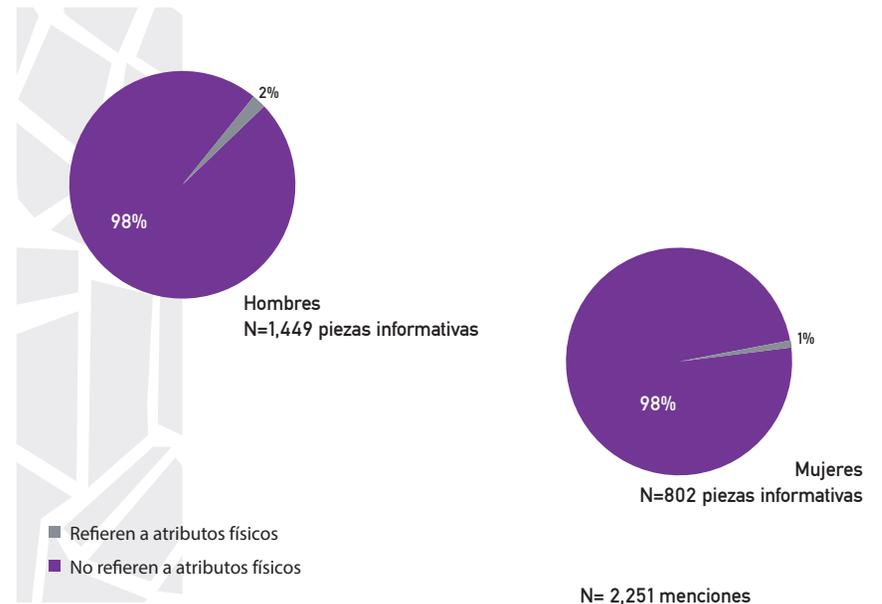
Un poco más frecuentes fueron las menciones a rasgos de personalidad o de carácter de los aspirantes: las piezas informativas hicieron este énfasis en 7.2% de los casos de candidatos varones y 6.6% de las candidatas.

Posibilidades de ganar y propuestas

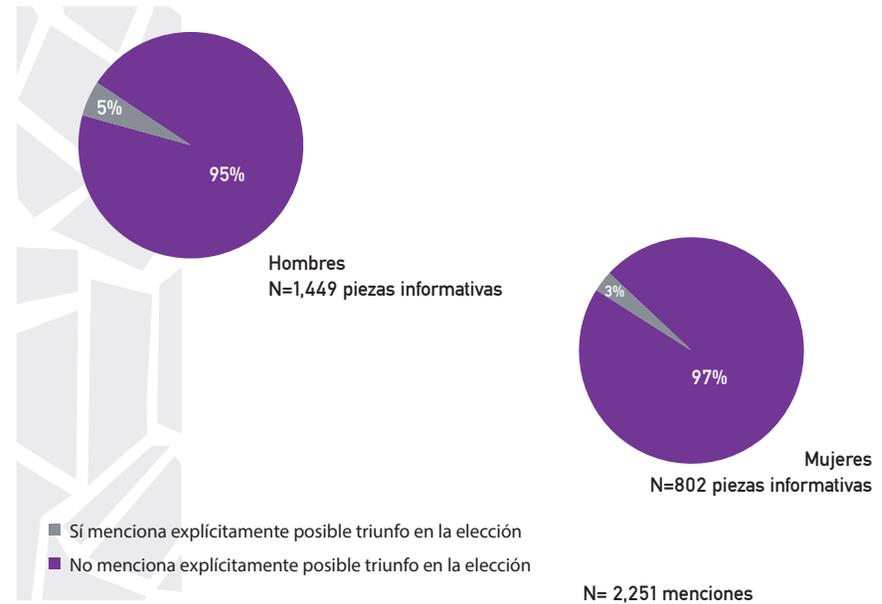
También se pretendió distinguir aquellas piezas en que se mencionaran de forma explícita las posibilidades de ganar de los y las aspirantes: en los casos de candidatos varones estas referencias aparecieron en 5% de las piezas y solo en 3% de los casos de candidatas.

Sin embargo, hay mayor distancia en el tratamiento a candidatas cuando se observan aquellas piezas en las que se hizo referencia explícita a propuestas de aspirantes: en las notas sobre candidatos varones se hablaba de esta forma en una de cada cinco piezas, mientras que esas menciones apenas llegaron a 9% de las piezas relativas a candidatas.

Se identificaron 373 menciones a candidatas y candidatos en que se presenta alguna de sus propuestas, y cuatro de cada cinco fueron para candidatos varones. Al revisar esas propuestas, el tema de Seguridad fue el más frecuente (88 menciones) y en 86% de los casos apareció en relación con un candidato varón. En contraste, los temas que merecieron mayor



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



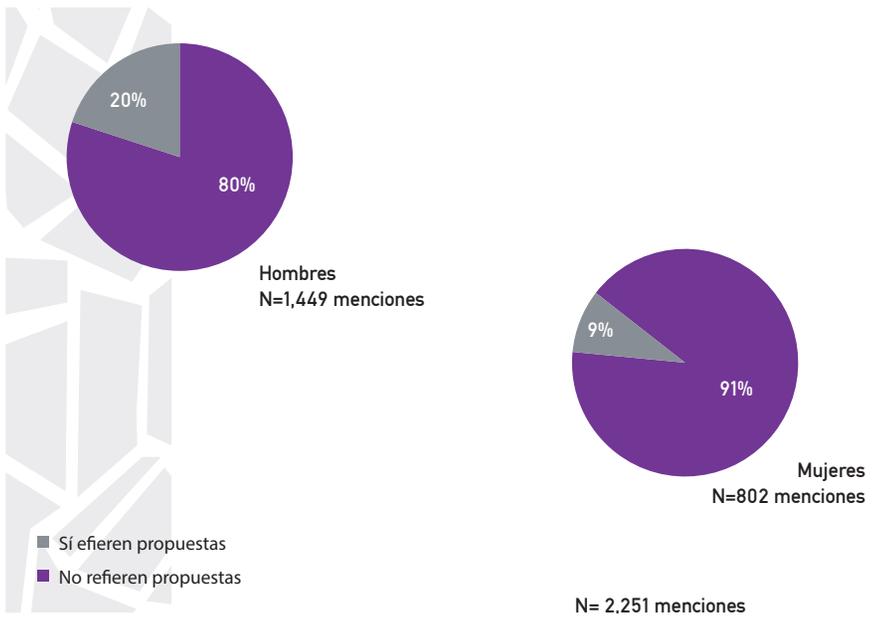
Gráfica No. 25 Condición de género y posibilidad de triunfo en candidatos y candidatas

equilibrio fueron Género (54% de las menciones fueron hechas por candidatas) y Transparencia (50% iguales).

Presencia de estereotipos de género

Finalmente se procuró observar la presencia de estereotipos de género en relación con la participación de mujeres candidatas; la intención fue detectar menciones que produjeran efectos como los siguientes: que se identificara a las mujeres como personas vinculadas a roles de trabajo doméstico; que se diera más peso a su vestimenta o a rasgos físicos que a sus acciones, trayectoria o propuestas, y que se les colocara en situación de subordinación ante varones, entre otras.

De un total de 802 piezas con menciones a candidatas, 22 incurrieron en rasgos vinculados a estereotipos de género, sobre todo en relación con minimizar los logros o capacidades de las aspirantes. En dos casos hubo dos menciones relativas a una misma persona, dos candidatas a alcaldesa de Puerto Vallarta: Carla Verence Esparza Quintero, de Morena, y María Guadalupe Guerrero Carvajal, candidata de Movimiento Ciudadano.



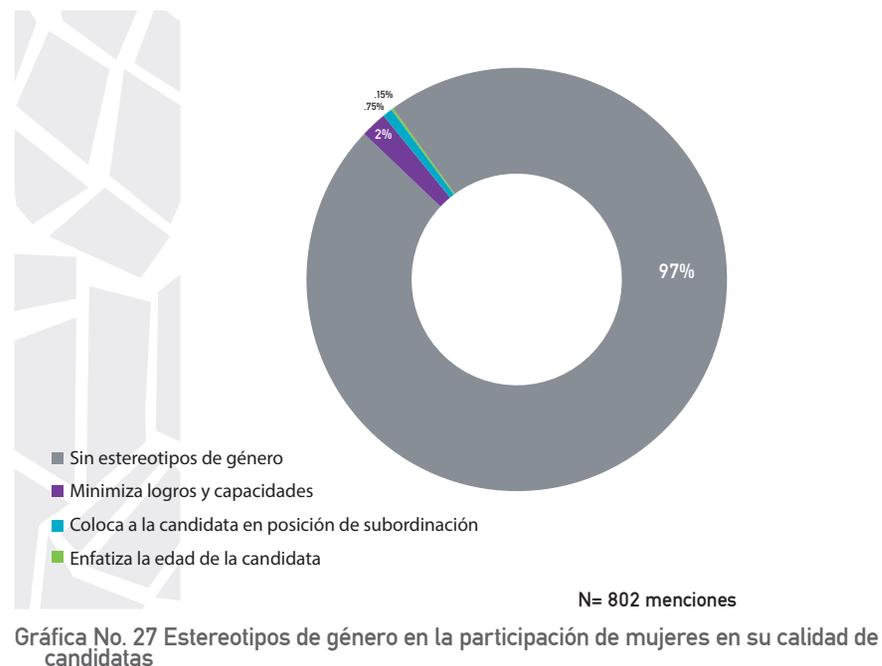
Gráfica No. 26 Énfasis en la condición de género y mención propuestas en candidatos y candidatas

	H	M	Total
Seguridad	76	12	88
Obras públicas	42	10	52
Economía	35	5	40
Servicios Públicos	30	5	35
Género	10	12	22
Participación ciudadana	16	2	18
Salud / manejo de la pandemia	14	3	17
Subsidios	10	6	16
Actividades productivas	12	3	15
Impuestos	12	1	13
Medio ambiente	11	2	13
Educación	7	4	11
Corrupción	8		8
Cultura	5	1	6
Empresas	4	1	5
Política interna	2	1	3
Movilidad urbana	2	1	3
Transparencia	1	1	2
Empleo	0	2	2
Violencia	1	0	1
Combate a delincuencia organizada	1	0	1
Reforma política	1	0	1
Tecnología	1	0	1
Total	301	72	373

Tabla No. 6 Propuestas en piezas informativas por género

Varias piezas referidas a la elección en Puerto Vallarta hicieron énfasis en elementos como la “falta de preparación” de las candidatas y a que algunos partidos políticos recurrieron a ellas en lugar de candidatos varones que habían previsto originalmente. Algunos de los comentarios que se emplearon señalaron de candidatas en particular que “se sacó la rifa del tigre” o que “simple y sencillamente no está preparada”.

Otra candidata, Mariana González Padilla, fue presentada como “la novia de Vicente Fernández Jr” y “la Kardashian mexicana” en una publicación de Reporte Índigo del 5 de abril de 2021 que enumeró ejemplos de personalidades de la farándula o el deporte inscritas como aspirantes a puestos públicos en el país. Con independencia de que la publicación destacara a la aludida como figura de la industria del espectáculo, la mención redujo la descripción de su persona a atributos como su condición de pareja de un hombre.



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 las 2,251 menciones observadas en este primer periodo de monitoreo no hubo ninguna de esta naturaleza, ni a candidatos o candidatas de los municipios de San Martín de Bolaños, Mezquitic o Cuautitlán.

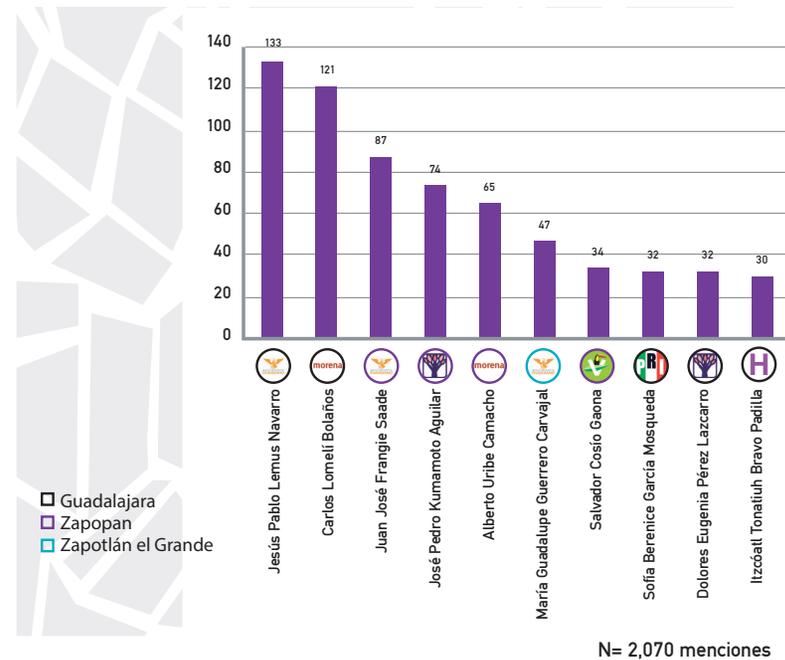
VII.- Cobertura y tratamiento a candidatas y candidatos a municipales

El monitoreo permitió identificar 2,070 menciones de candidatas y candidatos a municipales.

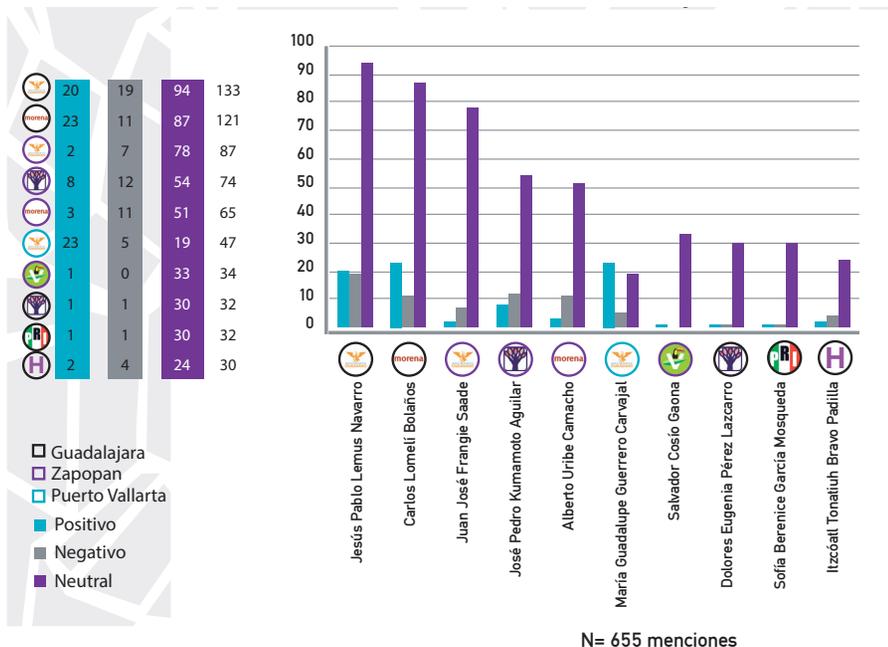
El grupo de 10 aspirantes con más menciones acumuló 31.6% del total. Cinco de estas 10 personas fueron aspirantes a municipio de Guadalajara (dos de ellos sumaron 12% de las menciones) y cuatro, a alcalde de Zapopan; solo tres fueron mujeres.

Tratamiento a candidatos y candidatas

En el mismo grupo de 10 candidatas y candidatos a municipales con más menciones, el tratamiento de tipo Neutral fue el más frecuente: 76% en el total de los aspirantes y hasta 90% de las menciones para un mismo candidato, pero con una excepción: la candidata vallartense María Guadalupe Guerrero Carvajal (Movimiento Ciudadano, 19 menciones), quien tuvo 40% de menciones neutrales contra 49% positivas.



Gráfica No. 28 Cobertura de candidatos más mencionados a municipio



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

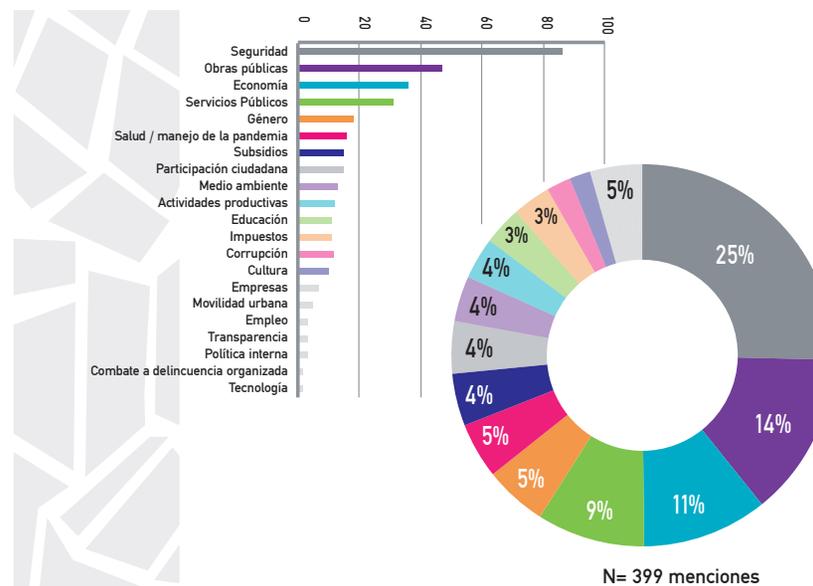
Para el conjunto de aspirantes, las menciones negativas promediaron 10.8% y las positivas, 12.8%; en lo individual, los candidatos con más negativas llegaron a 17% (Alberto Uribe, por Morena para Guadalajara) y 16.2% (José Pedro Kumamoto, candidato a Zapopan por Futuro).

Fuera del caso de María Guadalupe Guerrero, ningún aspirante llegó a 20% de menciones positivas; el segundo

en este renglón fue Carlos Lomelí Bolaños (Morena, por Guadalajara, con 19 por ciento).

Propuestas y temas

Del total de piezas informativas con menciones a aspirantes a múnicipes, apenas 16.3% incluyeron propuestas. En esas 339 piezas, las propuestas sobre temas de Seguridad, Obras Públicas y Economía fueron las más frecuentes y sumaron la mitad de las piezas observadas.



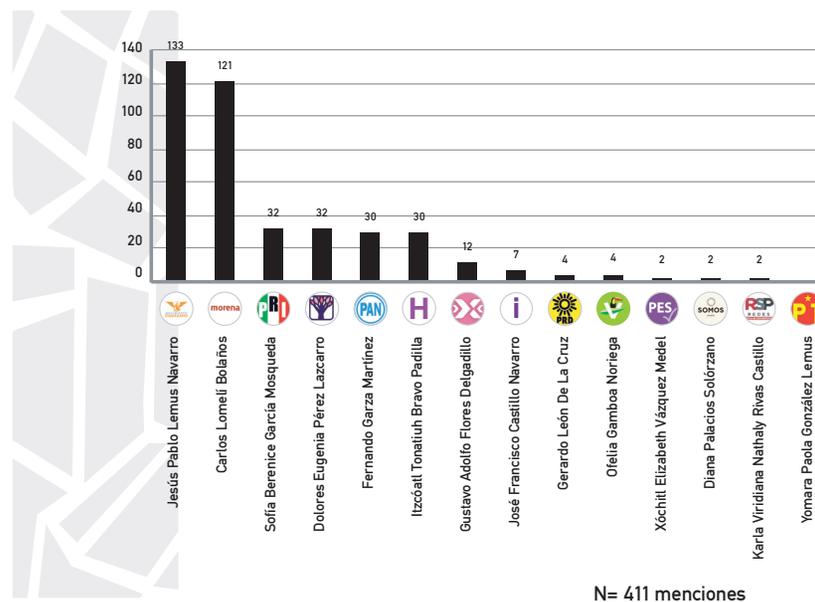
Gráfica No. 30 Distribución de piezas informativas de múnicipes por tema

Si se revisan las piezas según el municipio involucrado, se desprende que los medios de comunicación publicaron información solo sobre 52 de los 125 municipios de Jalisco, y que cinco de ellos acumularon dos terceras partes de todas las menciones: Guadalajara y Zapopan, seguidos por Zapotlán el Grande, Chapala y Puerto Vallarta.

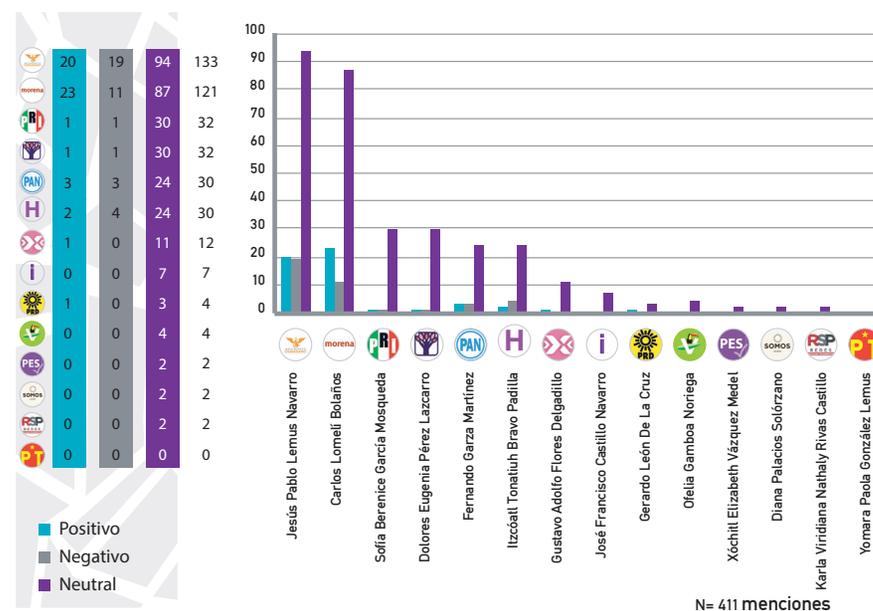
Guadalajara

En el caso de Guadalajara, las menciones a aspirantes fueron 411 y 61.8% de ellas fueron para solo dos candidatos; de hecho, 92% de las menciones a aspirantes a la alcaldía de Guadalajara fueron para solo seis de las 14 personas registradas para esa posición.

En el caso de este municipio el tratamiento de las piezas informativas pareció equilibrado: las menciones de tipo Neutral llegaron a 77.8% para el conjunto de aspirantes. Sin embargo, los dos candidatos más mencionados fueron también los que tuvieron menos tratamiento neutral: Pablo Lemus Navarro (Movimiento Ciudadano) y Carlos Lomelí Bolaños (Morena).



Gráfica No. 31 Cobertura de los candidatos a la alcaldía de Guadalajara



Gráfica No. 32 Tratamiento a los candidatos a la alcaldía de Guadalajara

De las 411 menciones a aspirantes por Guadalajara, 138 (33%) incluyeron propuestas. Cinco aspirantes aparecieron en piezas en las que no se habló de ninguna de sus iniciativas; solo un candidato mereció la difusión de sus propuestas en más de la mitad de sus menciones: el independiente José Francisco Castillo Navarro.

Los cinco temas más mencionados fueron Seguridad, Economía, Obras públicas, Servicios públicos e Impuestos; ninguno de los temas fue mencionado más de 11 veces por un mismo candidato.

Zapopan

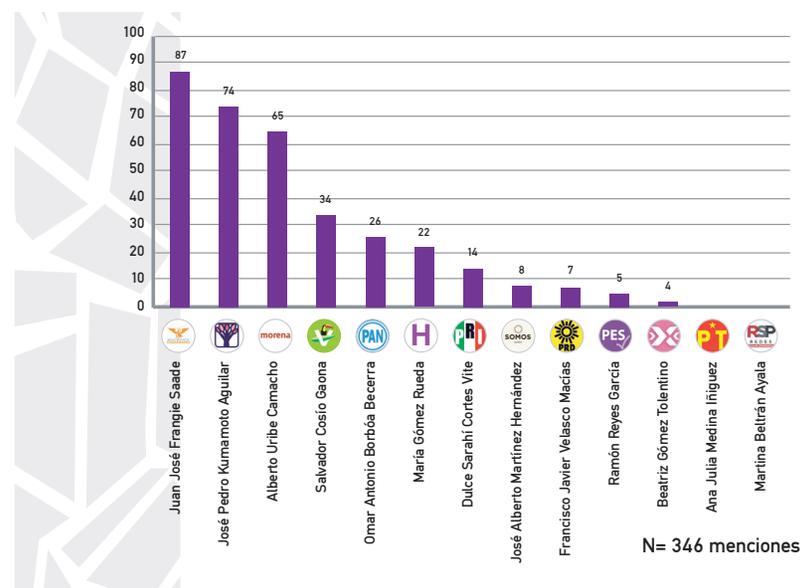
Los 13 candidatas y candidatos a la Presidencia Municipal de Zapopan merecieron 346 menciones y tres de ellos acumularon 65% del total, mientras que dos candidatas no fueron mencionadas en este periodo.

También en el caso de este municipio el tratamiento a las candidatas y los candidatos pareció equilibrado, con una mayoría de menciones de tipo Neutral. Sin embargo, dos de

	Seguridad	Economía	Obras Públicas	Servicios Públicos	Impuestos	Otros temas	TOTAL
Jesús Pablo Lemus Navarro	11	6	8	2	7	10	44
Carlos Lomelí Bolaños	11	11	7	10	1	11	51
Dolores Eugenia Pérez Lazcarro	4	1	0	1	0	3	9
Fernando Garza Martínez	3	1	0	0	0	3	7
Sofía Berenice García Mosqueda	0	0	0	2	0	6	8
Itzcóatl Tonatiah Bravo Padilla	4	2	2	1	0	4	13
Gustavo Adolfo Flores Delgadillo	0	1	0	0	0	1	2
Ofelia Gamboa Noriega	0	0	0	0	0	0	0
Gerardo León De La Cruz	0	0	0	0	0	0	0
José Francisco Castillo Navarro	0	0	1	0	0	3	4
Diana Palacios Solórzano	0	0	0	0	0	0	0
Xóchitl Elizabeth Vázquez Medel	0	0	0	0	0	0	0
Karla Viridiana Nathaly Rivas Castillo	0	0	0	0	0	0	0
Yomara Paola González Lemus	0	0	0	0	0	0	0

N= 411 menciones

Tabla No. 7. Distribución de 5 temas más relevantes por candidato a la alcaldía de Guadalajara

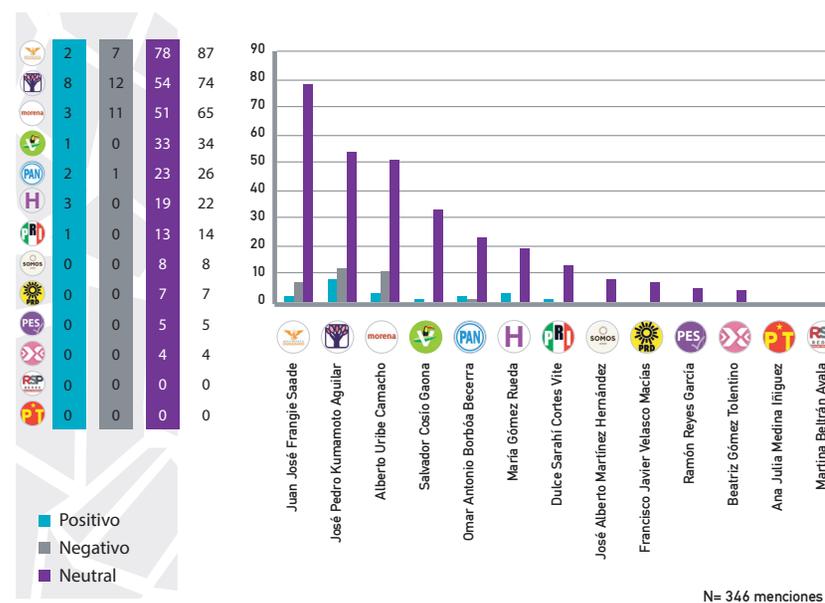


Gráfica No. 33. Cobertura de los candidatos a la alcaldía de Zapopan

los candidatos más presentes merecieron un tratamiento más desequilibrado y el máximo de menciones negativas: José Pedro Kumamoto (Futuro) y Alberto Uribe Camacho (Morena). En cambio, la candidata María Gómez Rueda (Hagamos) acumuló más menciones positivas: tres de 22.

Entre las 346 menciones, 113 (32%) aludieron a propuestas del o de la aspirante. El candidato del Partido Verde Ecologista de México, Salvador Cosío Gaona, tuvo la mayor proporción de apariciones en este rubro: 22 de las 34 veces en que fue nombrado se habló de sus propuestas.

Seguridad, Obras públicas, Economía, Medio ambiente y Género fueron los cinco temas con mayor registro de propuestas hechas por los aspirantes. Las relativas a Seguridad fueron mencionadas por nueve de los 13 candidatos; en contraste, las propuestas sobre asuntos de Género fueron mencionadas solo por un candidato.



Gráfica No. 34 Tratamiento a los candidatos a la alcaldía de Zapopan

Candidato	Seguridad	Obras Públicas	Economía	Medio Ambiente	Género	Otros temas	TOTAL
Juan José Frangie Saade	9	6	7	0	7	9	38
José Pedro Kumamoto Aguilar	2	3	0	2	0	8	15
Alberto Uribe Camacho	10	2	0	2	0	4	18
Salvador Cosío Gaona	8	2	1	5	0	6	22
Omar Antonio Borbóa Becerra	6	1	1	0	0	2	10
María Gómez Rueda	3	0	0	0	0	1	4
Dulce Sarahí Cortes Vite	0	0	0	0	0	0	0
José Alberto Martínez Hernández	2	0	0	0	0	0	2
Francisco Javier Velasco Macías	1	0	0	0	0	0	1
Ramón Reyes García	1	0	0	0	0	2	3
Beatriz Gómez Tolentino	0	0	0	0	0	0	0
Ana Julia Medina Iñiguez	0	0	0	0	0	0	0
Martina Beltrán Ayala	0	0	0	0	0	0	0

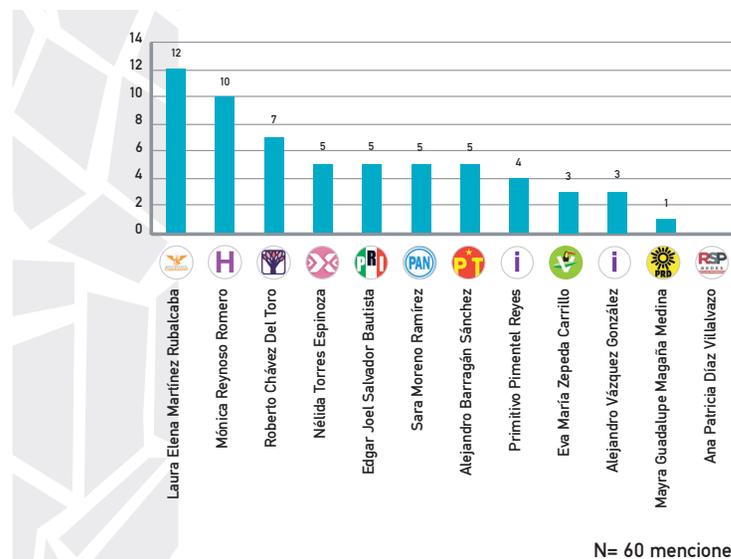
Tabla No. 8 Distribución de 5 temas más relevantes por candidato a la alcaldía de Zapopan

Zapotlán el Grande

Zapotlán el Grande fue el tercer municipio en donde hubo más menciones a aspirantes por la alcaldía, con 60 piezas observadas en el monitoreo. Para esta localidad se registraron 12 candidatas y candidatos (los partidos PRD, Somos y Morena no registraron aspirantes). De esas 12 personas, solo una candidata no apareció (Ana Patricia Díaz Villalvazo, por Redes Sociales Progresistas), y los tres con más menciones acumularon casi 50% del total.

El tratamiento para candidatas y candidatos implicó contrastes: siete de las 11 personas mencionadas merecieron solo tratamiento Neutral; las otras cuatro, Neutral y Positivo.

Solo hubo cuatro piezas informativas en donde se registrara alguna propuesta, repartidas, a razón de una por persona, entre cuatro aspirantes.



Gráfica No. 35 Cobertura de los candidatos a la alcaldía de Zapotlán el Grande

Candidato	Economía	Salud	Impuestos	Participación ciudadana	TOTAL
Laura Elena Martínez Rubalcaba	1	0	0	0	12
Mónica Reynoso Romero	0	0	0	0	10
Roberto Chávez Del Toro	0	0	0	0	7
Nélida Torres Espinoza	0	0	0	0	5
Edgar Joel Salvador Bautista	0	0	0	0	5
Sara Moreno Ramírez	0	0	0	0	5
Alejandro Barragán Sánchez	0	0	0	0	5
Primitivo Pimentel Reyes	0	1	0	0	4
Eva María Zepeda Carrillo	0	0	0	0	3
Alejandro Vázquez González	0	0	1	1	3
Mayra Guadalupe Magaña Medina	0	0	0	0	1
Ana Patricia Díaz Villalvazo	0	0	0	0	0

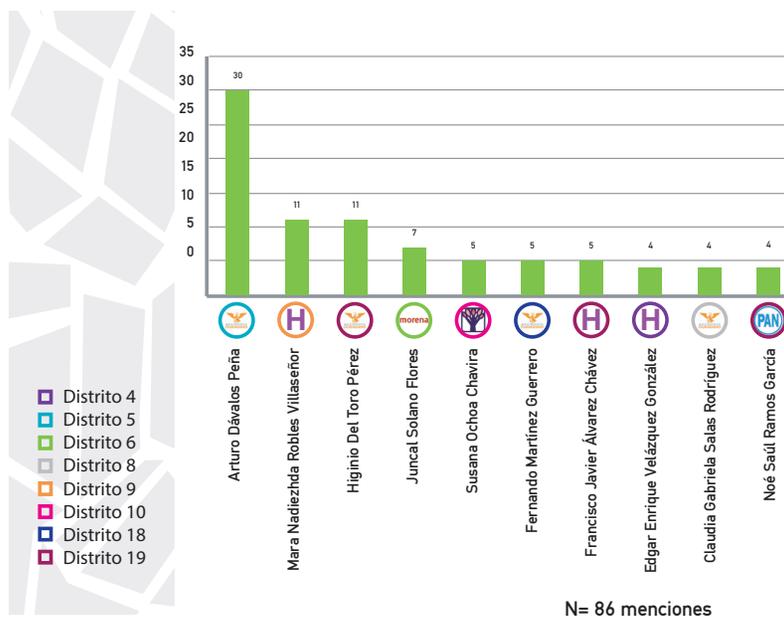
N= 60 menciones

Tabla No. 9 Distribución de 5 temas más relevantes por candidato a la alcaldía de Zapotlán el Grande

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

El monitoreo permitió identificar 181 piezas en que se hicieron menciones a candidatas y/o candidatos a diputaciones locales. Los y las 10 aspirantes con más apariciones acumularon 47.5% del total, y el más mencionado de todos (Arturo Dávalos Peña, candidato por Movimiento Ciudadano en el distrito 5) acumuló una de cada seis del total; además destaca que cuatro fueron presentados por Movimiento Ciudadano y tres representan al partido Hagamos.

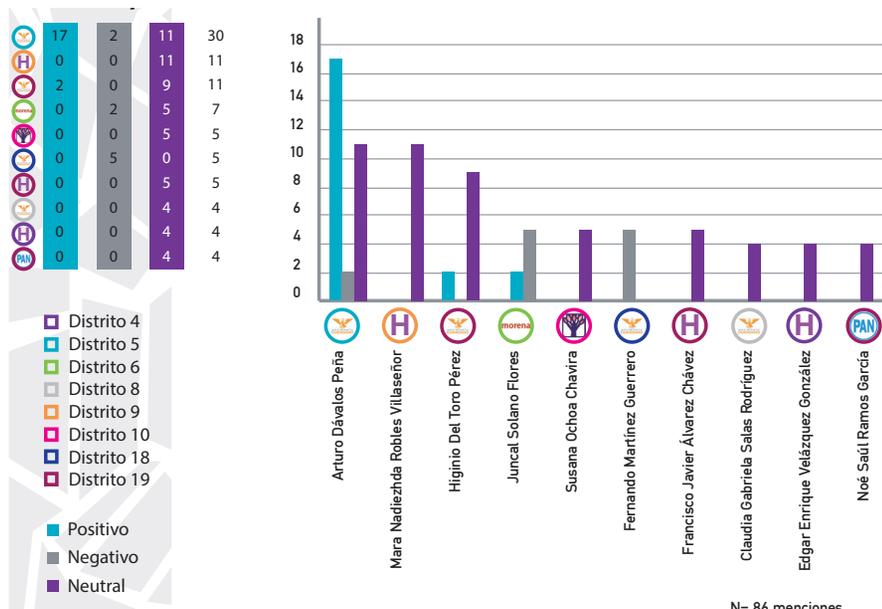
El tratamiento que los medios ofrecieron en este caso fue principalmente neutral (67.4% de las menciones); seis de las 10 personas con más apariciones tuvieron menciones solo de este tipo. Sin embargo, también se dio el caso de Fernando Martínez Guerrero (Movimiento Ciudadano, distrito 18), candidato que recibió cinco menciones, todas de tipo Negativo.



Gráfica No. 36 Cobertura de candidatas a diputados locales

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

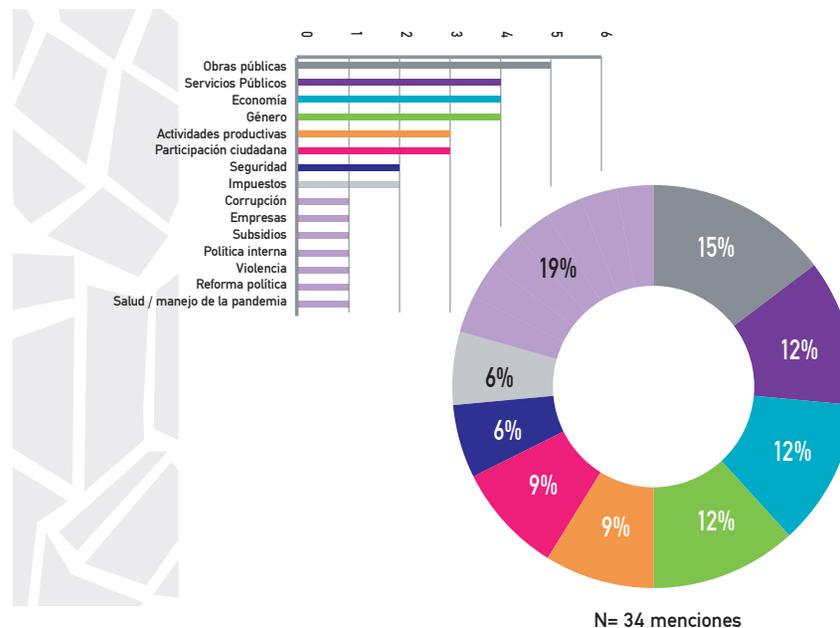
Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



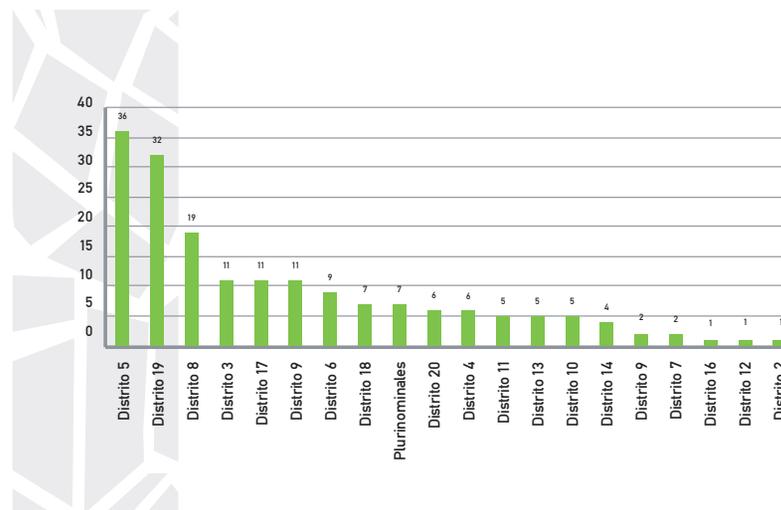
Gráfica No. 37 Tratamiento a los 10 candidatos a diputados locales con mayor cobertura

De las 181 menciones, en 34 (18.7%) se registraron propuestas de las y los aspirantes; Obras públicas fue el tema con más menciones.

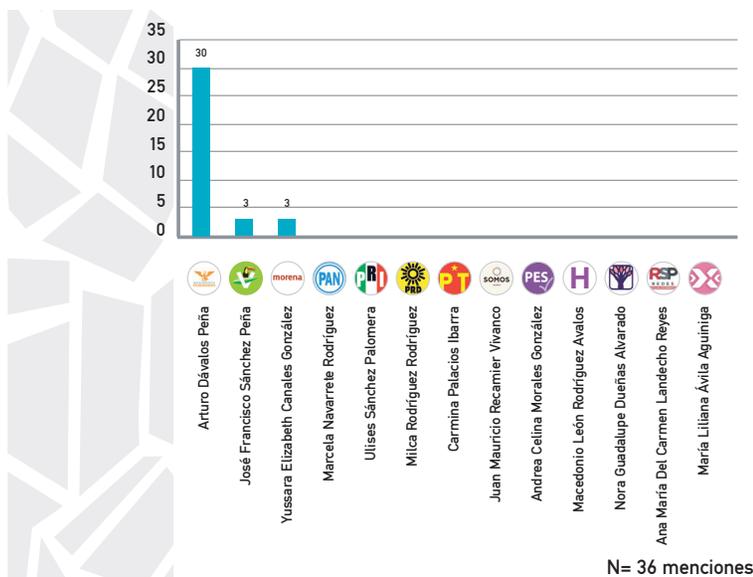
La mayoría de las publicaciones se refirieron a aspirantes en campaña por los distritos 5 (con cabecera en Puerto Vallarta), 19 (Zapotlán el Grande) y 8 (Guadalajara), que acumularon casi la mitad de las menciones.



Gráfica No. 38 Distribución de piezas informativas de diputados por tema



Gráfica No. 39 Cobertura a diputados locales por distrito



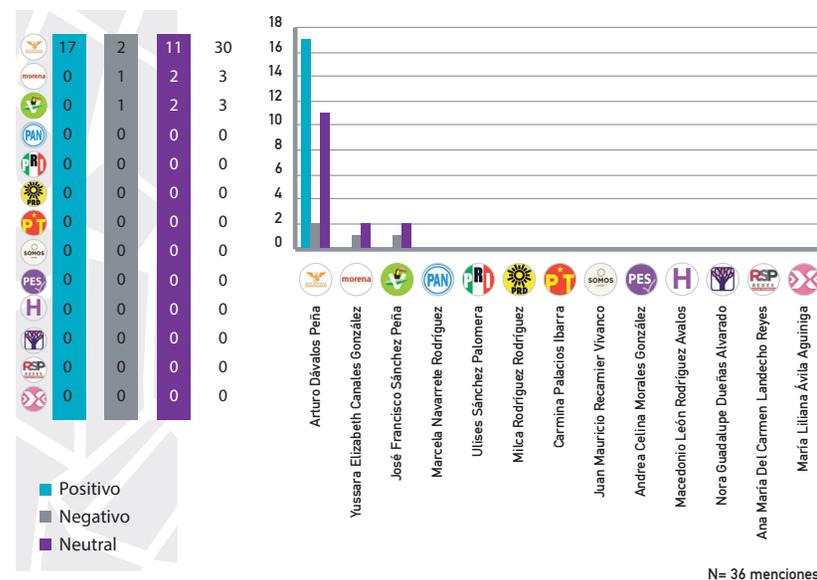
Gráfica No. 40 Tratamiento otorgado en los medios impresos a los candidatos a municipales en Jalisco.

Distrito 5

Hubo 36 menciones para aspirantes por el distrito 5: 30 fueron para el candidato Arturo Dávalos y las seis restantes se dividieron a partes iguales entre José Francisco Sánchez Peña (Partido Verde Ecologista de México) y Yussara Elizabeth Canales González (Morena). Otras 10 personas registradas para este cargo no fueron mencionadas.

En relación con el tratamiento, José Francisco Sánchez y Yussara Elizabeth Canales merecieron dos de tipo Neutral y una de tipo Negativo; en cambio, Arturo Dávalos mereció mayoría de menciones positivas: 17 de las 30 en que apareció.

En nueve de las menciones relativas a este distrito se incluyeron propuestas, todas presentadas por el mismo candidato.



Gráfica No. 41 Tratamiento a los candidatos a diputados locales por el Distrito 5

Distrito 19

En el caso del distrito 19 hubo 29 menciones a candidatas y candidatos; cuatro de las 13 personas registradas como aspirantes no aparecieron en ninguna pieza; en contraste, dos candidatos acumularon más de 55% de las menciones.

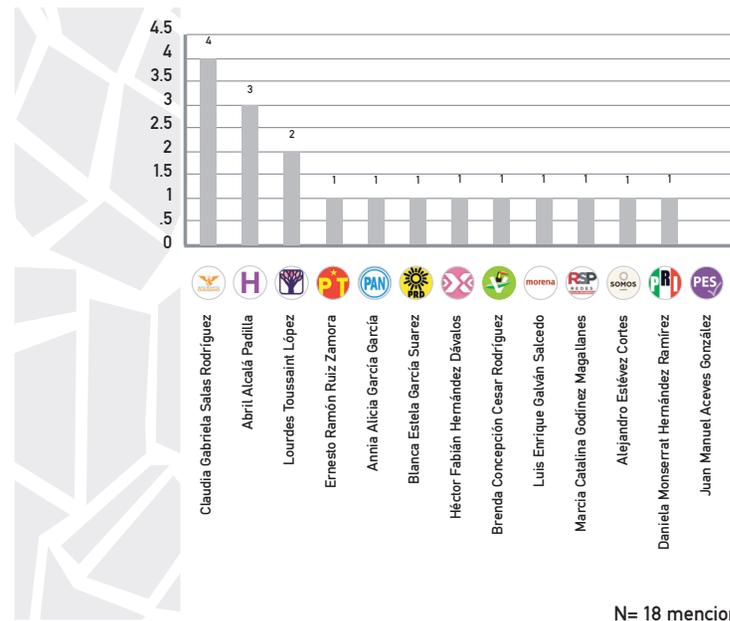
De las 29 menciones, 27 fueron neutrales y solo dos, positivas, ambas para el candidato más mencionado: Higinio del Toro Pérez (Movimiento Ciudadano).

Solo en una de estas 29 piezas informativas se registró una propuesta, presentada por uno de los candidatos.

	Actividades productivas	Economía	Obras Públicas	Participación ciudadana	Política interna	TOTAL
Arturo Dávalos Peña	3	1	2	1	1	7
José Francisco Sánchez Peña	0	0	0	0	0	0
Yussara Elizabeth Canales González	0	0	0	0	0	0
Marcela Navarrete Rodríguez	0	0	0	0	0	0
Ulises Sánchez Palomera	0	0	0	0	0	0
Milca Rodríguez Rodríguez	0	0	0	0	0	0
Carmina Palacios Ibarra	0	0	0	0	0	0
Juan Mauricio Recamier Vivanco	0	0	0	0	0	0
Andrea Celina Morales González	0	0	0	0	0	0
Macedonio León Rodríguez Avalos	0	0	0	0	0	0
Nora Guadalupe Dueñas Alvarado	0	0	0	0	0	0
Ana María Del Carmen Landecho Reyes	0	0	0	0	0	0
María Lilitiana Ávila Aguiniga	0	0	0	0	0	0

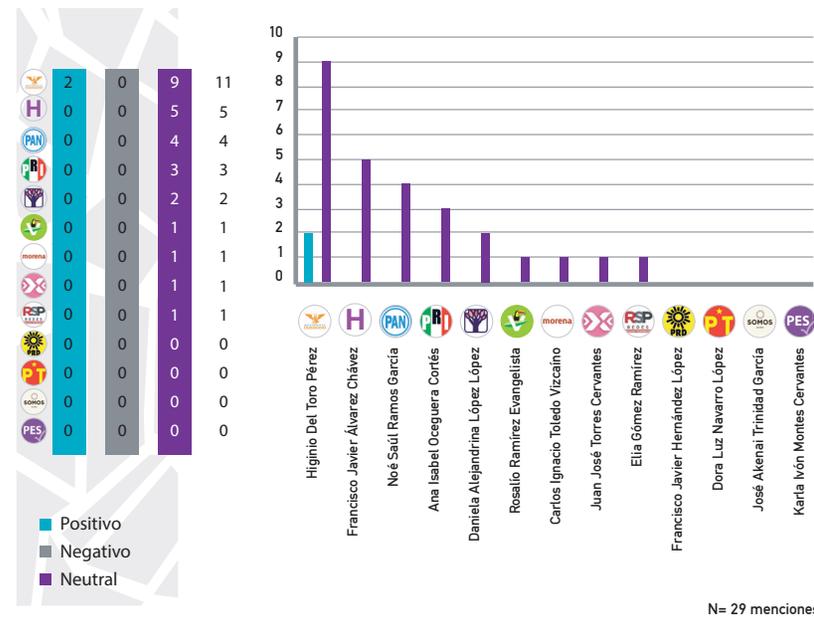
N= 36 menciones

Tabla No. 10 Distribución de 5 temas más relevantes por candidato a diputado locales por el Distrito 5



N= 18 menciones

Gráfica No. 42 - Cobertura de los candidatos a diputados locales por el Distrito 19

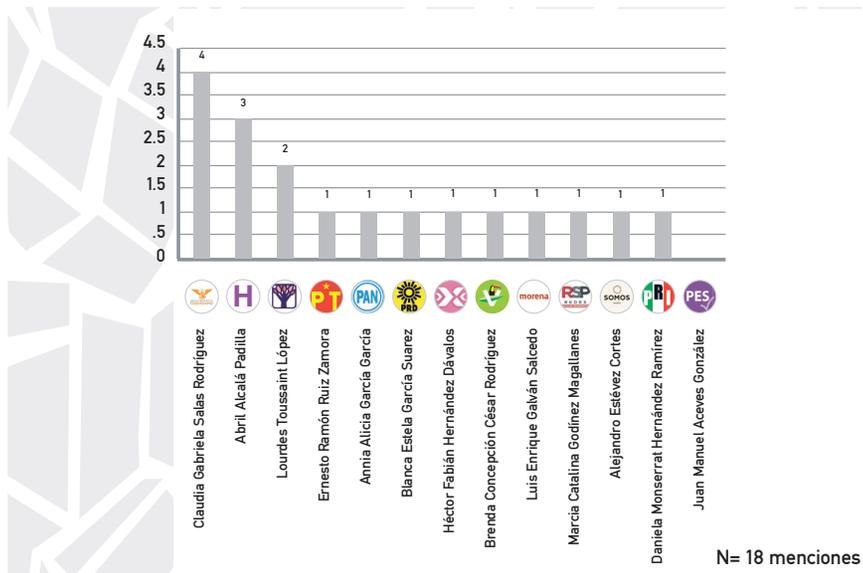


N= 29 menciones

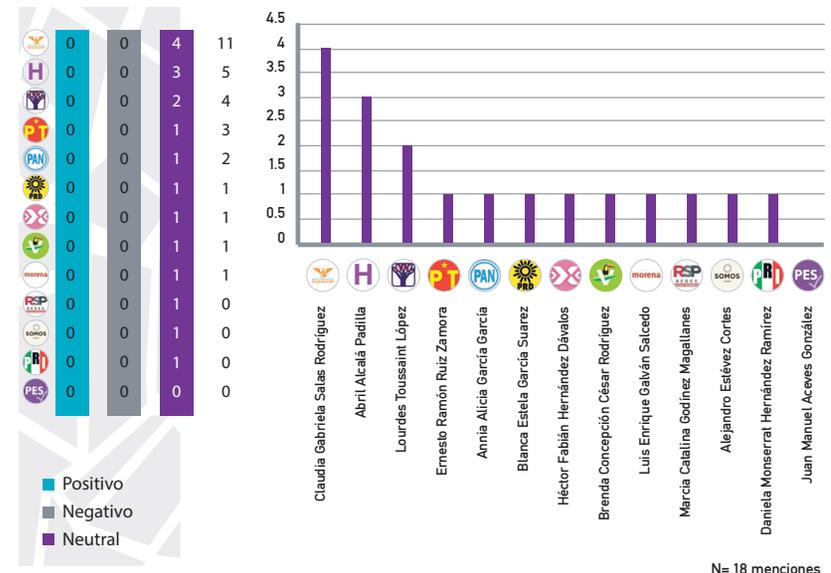
Gráfica No. 43 Tratamiento a los candidatos a diputados locales por el Distrito 19

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021



Gráfica No. 44 Cobertura de los candidatos a diputados locales por el Distrito 8



Gráfica No. 45 Tratamiento a los candidatos a diputados locales por el Distrito 19

Distrito 8

Finalmente, para el caso del distrito 8 se detectaron 18 menciones a candidatas y candidatos. En esta demarcación se registraron aspirantes por 13 partidos y todos, excepto el representante del Partido Encuentro Solidario, merecieron menciones.

Las 18 menciones detectadas fueron todas de tipo Neutral.

Destaca en este distrito que se registró al menos una propuesta presentada por cada candidata y candidato que tuvieron menciones en las piezas informativas.

MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021

		Género	Economía	Impuestos	Seguridad	Corrupción	TOTAL
Claudia Gabriela Salas Rodríguez		2	0	0	0	0	4
Abril Alcalá Padilla		0	1	1	0	0	3
Lourdes Toussaint López		0	0	0	0	0	2
Ernesto Ramón Ruiz Zamora		0	0	0	0	0	1
Annia Alicia García García		0	1	0	0	0	1
Blanca Estela García Suarez		0	0	0	1	0	1
Héctor Fabián Hernández Dávalos		0	0	1	0	0	1
Brenda Concepción Cesar Rodríguez		0	0	0	0	0	1
Luis Enrique Galván Salcedo		1	0	0	0	0	1
Marcia Catalina Godínez Magallanes		0	0	0	1	0	1
Daniela Monserrat Hernández Ramírez		0	0	0	0	1	1
Juan Manuel Aceves González		0	0	0	0	0	1

N= 18 menciones

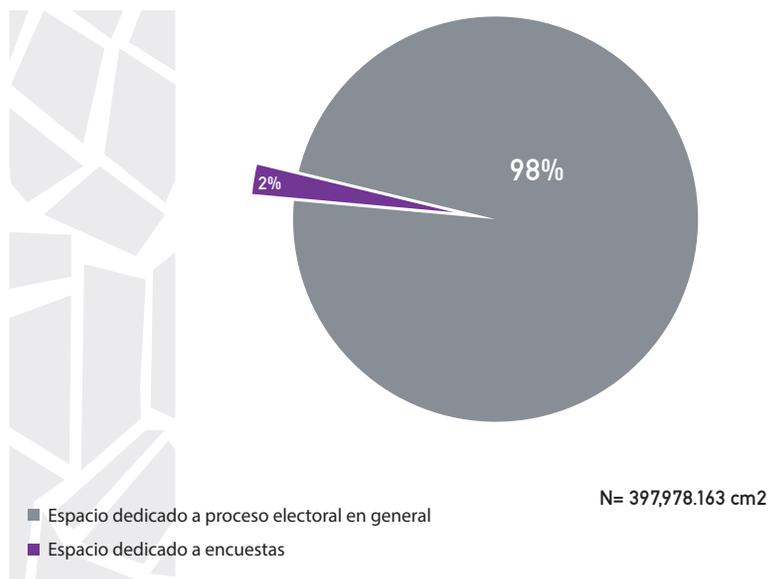
Tabla No. 11 Distribución de 5 temas más relevantes por candidato a diputado locales por el Distrito 8

IX. Encuestas

El monitoreo también identificó 14 piezas informativas en las que se publicaron o se hizo mención de encuestas y sondeos de preferencias electorales. Este conjunto de publicaciones cubrió un área de las ediciones impresas equivalente a 2.3% del total del espacio dedicado a información sobre las elecciones.

Estas piezas fueron publicadas por seis medios: tres del ÁMG, dos de Puerto Vallarta y uno de Chapala.

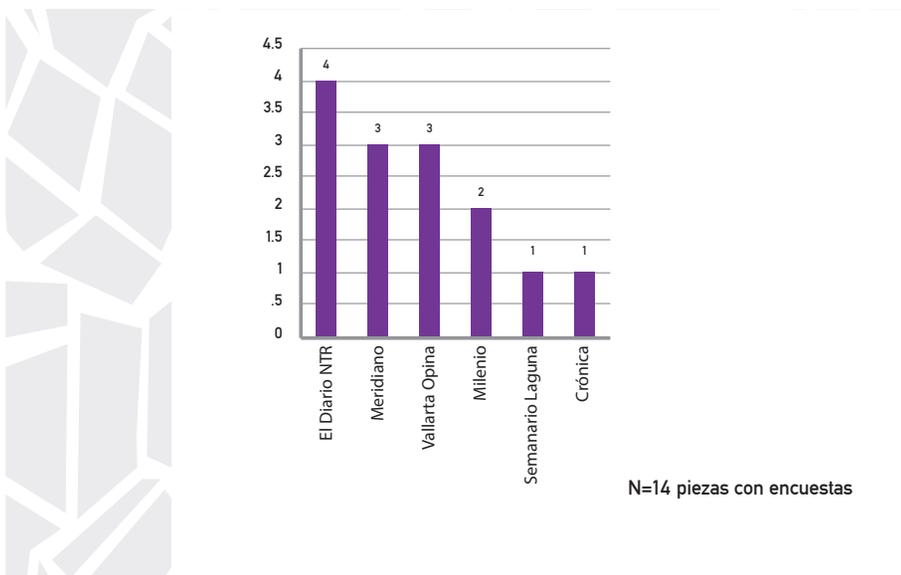
Entre otras cosas destacó que solo la mitad de las piezas especificaron la información relativa a los productores de la encuesta mencionada y que solo cinco de las 14 piezas presentaron la vitrina metodológica. Además, ninguna pieza aclaró quién financió cada uno de esos ejercicios.



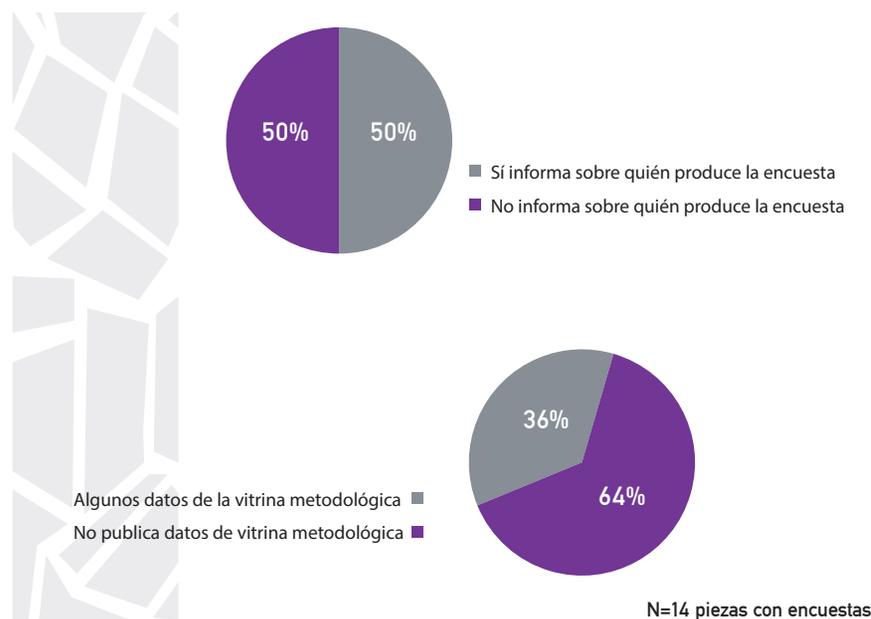
Gráfica No. 46 Espacio dedicado a encuestas

Al revisar los datos mencionados en las piezas en relación con cada partido político, destaca que el partido Morena aparece en 12 casos: 10 veces en el primer lugar de las intenciones de voto y otras dos, en segundo lugar. Le sigue el partido Movimiento Ciudadano, que aparece en 10 de las 14 piezas, tres veces como primer lugar de las intenciones de voto, seis veces en segundo lugar y una vez, en tercera posición.

De las 14 piezas en que se mencionan encuestas, solo otro partido apareció señalado en primer lugar de intenciones de voto: Futuro.



Gráfica No. 47 Distribución de piezas con encuesta por publicación



Gráfica No. 48 Datos sobre las piezas con encuestas

	Primera posición	Segunda posición	Tercera posición	TOTAL
	10	2	0	12
	3	6	1	10
	1	0	4	5
	0	0	2	2
	0	1	0	1
	0	0	1	1

N= 14 menciones

Tabla No. 12- Distribución de encuestas por partido, con posición por intención de voto

X.- Conclusiones

Los resultados de este primer monitoreo de los medios impresos de Jalisco sobre las campañas electorales del Proceso Electoral Concurrente 2020-2021, en el periodo del 4 al 17 de abril de 2021, muestran el predominio del ÁMG en la generación de información en materia electoral en el estado: dos terceras partes de las piezas informativas identificadas fueron publicadas en medios editados en esta zona y, del total de 25 medios monitoreados, los siete con más publicaciones fueron del ÁMG.

La producción de los medios de otros municipios del estado llegó a 32% y estuvo concentrada en cuatro medios: Sur de Jalisco, de Autlán; El Arandense, de Arandas; y Meridiano y Vallarta Opina, ambos de Puerto Vallarta.

La cobertura de las elecciones quedó concentrada, igualmente, en las campañas de candidatos y candidatas a presidencias municipales, que fueron atendidas de forma exclusiva en 63% de las piezas informativas identificadas. En comparación, los medios monitoreados generaron poca información sobre las campañas de candidatas y candidatos a diputaciones locales.

Esta característica de la cobertura quedó confirmada con el espacio que los impresos dedicaron a información sobre las elecciones: si bien el promedio de los 25 medios dedicó 9% de su espacio a este tema, las campañas para munícipes merecieron 60% del espacio cubierto.

También fue evidente que los medios dieron preferencia a los géneros periodísticos informativos por encima de los de opinión: casi 80% de las piezas publicadas son notas, fotonotas, entrevistas o reportajes; y en cuanto al espacio cubierto en las ediciones impresas, estos géneros abarcaron casi 83% de lo publicado.

Las menciones a “guerra sucia” aparecieron una octava parte de las publicaciones monitoreadas y en 66% de los casos se refirieron en específico a las campañas por alcaldías.

También puede afirmarse que la difusión de encuestas sobre preferencias electorales no fue sobresaliente en el periodo de monitoreo: solo 14 de las piezas identificadas hablaron de este tipo de instrumentos y que solo cubrieron 2.3% del espacio dedicado por los medios impresos.

En cuanto a la cobertura a actores institucionales, los medios impresos publicaron información sobre todos los partidos políticos que participan en el proceso electoral 2021, pero dedicaron 43% de esas menciones solo a dos

partidos: Morena, con 197 piezas, y Movimiento Ciudadano, con 195. El tercer partido con más menciones, el PRI, tuvo 94, menos de la mitad que los dos anteriores.

El tratamiento editorial que merecieron los partidos políticos fue, en 62% de los casos, de tipo Neutral, pero una cuarta parte de las menciones fueron Negativas. Morena y Movimiento Ciudadano, los dos más mencionados, fueron los que merecieron más desequilibrio y mayor proporción de menciones negativas.

En la cobertura a las candidatas y los candidatos a presidencias municipales, los medios de comunicación favorecieron la presencia de aspirantes a localidades del ÁMG: cinco aspirantes por la alcaldía de Guadalajara y cuatro por la de Zapopan aparecen entre las 10 personas más mencionadas en este grupo. Completa el conjunto una candidata por la alcaldía de Puerto Vallarta.

Las piezas publicadas en este periodo incluyeron información solo sobre 52 de los 125 municipios de Jalisco; de hecho, cinco localidades abarcaron dos terceras partes de esas publicaciones: Guadalajara, Zapopan, Zapotlán el Grande, Chapala y Puerto Vallarta.

El tratamiento editorial de tipo Neutral para estas campañas fue mayor que en el caso de los partidos políticos y llegó a 76% en promedio, aunque la mencionada candidata por Puerto Vallarta llegó a 49% de menciones Positivas.

En contraste, apenas 16.3% 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 las campañas por diputaciones locales, los y las 10 aspirantes con más apariciones acumularon casi la mitad de las menciones; siete de esas personas son representantes de los partidos Movimiento Ciudadano y Hagamos.

Los tres distritos con mayor cobertura abarcaron casi la mitad de las menciones: el 5 con cabecera en Puerto Vallarta, el 19 con cabecera en Zapotlán el Grande y el 8, uno de los distritos con cabecera en Guadalajara.

También en estas campañas el tratamiento editorial fue principalmente Neutral (67.4% de los casos) y solo en 18.7% de los casos se registraron propuestas presentadas por aspirantes.

En este primer periodo de monitoreo 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 cambio, sí fue posible observar la presencia de asuntos de género y uso de lenguaje incluyente en las publicaciones. En este tema, por ejemplo, en casi 13% de las piezas se identificó el uso de lenguaje que discrimina

a personas por su género, principalmente por causa de la utilización de un lenguaje masculino genérico, aun en casos en que había candidatas mujeres presentes en la información.

Además, fue visible que dos terceras partes de las menciones fueron para candidatos varones, con desequilibrios más pronunciados en casos como, por ejemplo, la cobertura de candidatas y candidatos de los partidos Somos, Morena y Redes Sociales Progresistas; y mayor equilibrio en casos como los de los partidos PRI, Fuerza por México y Hagamos.

Otro rubro en que es evidente el desequilibrio en la cobertura es el de las piezas informativas que incluyeron propuestas: una de cada cinco piezas dedicadas a candidatos varones registró sus iniciativas, algo que ocurrió solo en 9% de las publicaciones acerca de candidatas.

El monitoreo permitió observar una cantidad menor, en apariencia, de piezas informativas en las que se emplearon estereotipos de género en relación con la participación de mujeres como candidatas a puestos de elección popular: 22 de 802 publicaciones. Sin embargo, el tipo de alusiones de esta naturaleza merecen observación detallada, pues la mayoría de esos casos producen el efecto de minimizar los logros o las capacidades de las aspirantes, o reducen las descripciones de las personas a atributos como ser pareja de un varón.

Informe elaborado por ETIUS

Observatorio de comunicación y cultura del ITESO

4 - 17 abril 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

23 de abril 2021