

Caracterización de la cobertura y tratamiento de los medios impresos locales durante la campaña electoral ordinaria en 2021

MARÍA QUINN CERVANTES

Este ejercicio contempla una caracterización de la cobertura y el tratamiento de cada uno de los medios locales, es decir, los pertenecientes al área metropolitana de Guadalajara, con respecto a las elecciones ordinarias 2020–2021 ocurridas en el estado de Jalisco, donde se eligieron presidentes municipales y diputados y diputadas. La información presentada en este artículo se origina en el informe *Monitoreo de medios impresos. Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021* (Larrosa–Fuentes et al., 2021), comisionado al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco (IEPCJ). Se trata de la tercera ocasión en la que la universidad realiza un trabajo de este tipo para el Instituto.

En este monitoreo se observaron 13 publicaciones del área metropolitana de Guadalajara, lo cual implica una reducción de medios con respecto a los 16 que se monitorearon en 2018, en particular por la migración a formatos web (exclusivamente) de periódicos como *El Respetable*, *El Financiero* y *La gaceta de la Universidad de Guadalajara*. Algunos medios fueron monitoreados en formato digital

en 2021, pero fueron aquellos con ediciones en formato PDF los que permitieron mantener una metodología similar. Los medios locales que el IEPCJ determinó en el Anexo técnico fueron: *El Informador*, *Mural*, *El Occidental*, *El Diario NTR*, *Jalisco Publica*, *Página 24*, *Milenio*, *Semanario Conciencia Pública*, *La Crónica de Hoy Jalisco*, *Publimetro*, *Semanario Arquidiocesano*, *Cuarto Poder* y *Reporte Índigo*.

Algunos aspectos que cambiaron fue la periodicidad (algunos medios comenzaron a editarse solo de lunes a viernes, como *El Diario NTR* y *La Crónica de Hoy Jalisco*); otros, como *Jalisco Publica*, es un semanario que publicó 38 ediciones en nueve semanas. Los medios que se analizaron en formato digital fueron *Jalisco Publica*, *Página 24*, *Semanario Conciencia Pública*, *La Crónica de Hoy Jalisco*, *Cuarto Poder* y *Reporte Índigo*. Los únicos medios del área metropolitana de Guadalajara que continúan teniendo ediciones impresas todos los días son *El Informador* y *Mural*.

Como apunte metodológico, es importante mencionar que hay tres unidades de análisis: piezas periodísticas, menciones a sujetos institucionales (partidos políticos) y menciones a sujetos individuales (candidatos y candidatas). El número total de menciones a sujetos individuales no coincide con el de piezas periodísticas porque, por ejemplo, una pieza puede mencionar a más de un candidato o candidata, o no hablar de ninguno.

COBERTURA ELECTORAL DE LOS MEDIOS LOCALES

A partir de la información recabada en el monitoreo de publicaciones impresas (y algunas digitales), presento en primera instancia el comportamiento general de los 13 medios seleccionados por el IEPCJ.

FIGURA 1.1 NÚMERO DE NOTAS POR CADA MEDIO DEL ÁREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA



Se codificó un total de 3,511 piezas, 5,898 menciones a aspirantes a distintos puestos y 2,943 menciones a partidos políticos en calidad de sujetos institucionales.

Dos medios (*El Informador* y *Mural*) abarcan 31.8% de las publicaciones a lo largo del periodo monitoreado. Sin embargo, cuando se analiza el espacio que se dedica al tema electoral, observamos que el *Semanario Conciencia Pública*, a pesar de ocupar el octavo lugar en términos de número de notas, utilizó casi la mitad de su espacio disponible (47.2%) para la cobertura de las elecciones.

En cuanto a los géneros periodísticos más empleados, destaca (por mucho) la nota informativa, que corresponde a 65.2% de las capturas. Aunque las condiciones de generación de información noticiosa dependen de una multiplicidad de factores, se trata del género más básico y que, por lo general, requiere de menos recursos. Le sigue la columna

de opinión, con 12% del total. El artículo de opinión (1.7%), el reportaje (0.6%) y la crónica (0.1%) fueron los géneros con menor incidencia.

Una tendencia en varias características de la cobertura de los medios locales es la concentración dependiendo del tipo de elección. Por ejemplo, tres de cada cuatro notas hablan de las elecciones a municipales (presidentes municipales y regidores): 65.6% se refieren únicamente a este tipo de elección y 13.6% incluyen también a aspirantes a diputaciones. Únicamente el 6.8% de las piezas hablaron exclusivamente de las elecciones a diputaciones.

Las variables relacionadas con género (ya sea de la pieza periodística como unidad de análisis o de las menciones a aspirantes) arrojan resultados que a primera vista podrían parecer prometedores. El 99.4% de las piezas codificadas no hacen uso de un lenguaje que sea explícitamente excluyente, tanto por razones de género, etnicidad o racialidad, creencias religiosas, estatus migratorio, discapacidad, pertenencia a la comunidad de la diversidad o personas que viven con VIH. Sin embargo, el pequeño porcentaje de piezas que sí incurren en este tipo de lenguaje pueden dar pistas sobre algunas particularidades que esta investigación (por sus propias características) no puede medir.

Por ejemplo, en la nota titulada “Pueden determinar el resultado electoral: Agua, mujeres y pandemia” del *Semanario Conciencia Pública*, con fecha del 26 de abril, que minimiza las problemáticas que abordan los movimientos feministas y el papel de las mujeres como ciudadanas que conforman una democracia:

En el caso de la participación de las mujeres, el académico Gabriel Torres planteó lo siguiente:

Es necesario no perder de vista que en el padrón electoral son mayoría, y si en la jornada del domingo 6 de junio salen a votar, así como salieron a marchar, aguas, bien podrían mover el tablero electoral si el movimiento feminista se aplica y aquí la pregunta sería ¿las mujeres realmente van a hacer valer algún tipo de voto en razón de lo que los partidos y los gobiernos de esos partidos están haciendo?, o ¿nada más es pose y nada más es discurso y a la hora de ir a votar están dispuestas a votar por un perfil machista que violenta derechos y que está en contra de las libertades de las mujeres? (Ávila, 2021).

Por otra parte, 6,7% de las piezas recurren al masculino genérico. Es decir, a pesar de que las candidatas estén mencionadas o aparezcan en fotografías, el medio se refiere únicamente a “los candidatos” para hablar del conjunto. Aunque la discusión acerca de la relación entre el lenguaje —y su categorización como incluyente o no incluyente— y la discriminación de género no está del todo resuelta, la acumulación de maneras en las que hay un tratamiento diferenciado entre hombres y mujeres —ya sea por el uso del masculino genérico, como por otras maneras en las que se puede analizar el tratamiento diferenciado a través de distintas construcciones gramaticales— permite ubicar líneas generales que podrían orientar investigaciones posteriores. Sin embargo, faltaría ahondar en la reflexión sobre el lenguaje incluyente, sobre todo si es suficiente que no se use masculino genérico o que el lenguaje utilizado no sea explícitamente excluyente con mujeres y grupos vulnerables.

Otro aspecto de concentración de la cobertura de los medios locales es la preponderancia de dos partidos —Movimiento Ciudadano (MC) y Movimiento de Rege-

neración Nacional (Morena)— que acumulan la mitad de las menciones a los partidos políticos como sujetos institucionales. El otro 50% se distribuye entre los 12 partidos restantes. MC y Morena tienen, además, el tratamiento más editorializado: 29.3% y 22.8% de tratamiento negativo, respectivamente.

En la misma línea, los medios locales dedicaron una cobertura desproporcionada en términos de los sujetos individuales, es decir, los candidatos y las candidatas. La tabla 1.1 muestra a los 10 aspirantes más mencionados a lo largo del periodo monitoreado, de los cuales solo dos son mujeres. Estos 10 aspirantes acumulan 45.8% de las menciones. El resto está conformado por 543 personas.

En cuanto a las referencias geográficas a las que se adscriben las candidaturas (municipios y distritos), la centralización vuelve a hacerse presente: Guadalajara y Zapopan concentran 60% de la cobertura.

Como se mencionó anteriormente, la presencia de lenguaje excluyente por razones de género fue poco frecuente. Sin embargo, al analizar los datos que arroja el ejercicio del monitoreo en términos del número de menciones a hombres y mujeres nos permite ver que hay cierta invisibilización de las candidatas. A pesar de que (por ley) conforman 50% de las planillas, corresponden únicamente al 28.8% de las menciones en medios de comunicación. Es decir, más de 20% por debajo de sus contrapartes masculinas. En las piezas analizadas, es más de nueve veces más probable que se enfatice el género de una mujer al de un hombre. Y, aunque el porcentaje es bajo en general, una mujer tiene cerca de 50% más probabilidad de que se hable de su aspecto físico (3.2% de las menciones) que un hombre (1.9%). El monitoreo también registró, cuando

TABLA 1.1 DIEZ CANDIDATOS Y CANDIDAS CON MÁS MENCIONES DURANTE EL MONITOREO

Aspirante	Número de menciones	Porcentaje del total
Jesús Pablo Lemus Navarro "Pablo Lemus"	708	12.00%
Carlos Lomelí Bolaños "Dr. Carlos Lomelí"	563	9.55%
Juan José Frangie Saade "Frangie"	394	6.68%
José Pedro Kumamoto Aguilar	290	4.92%
Alberto Uribe Camacho "Uribe"	279	4.73%
I. Tonatiuh Bravo Padilla	128	2.17%
Sofía Berenice García Mosqueda "Sofía García"	119	2.02%
Dolores Eugenia Pérez Lazcarro	111	1.88%
Salvador Cosío Gaona "Chava"	110	1.87%

se mencionaban las posibilidades de triunfo de los y las aspirantes, que en el caso de los hombres sucedió en 7.2% de las ocasiones, comparado con el 2.7% en el caso de las mujeres. El total de menciones a candidatas corresponde en mucho mayor proporción a aspirantes a diputaciones que en el caso de los candidatos: 38.7% y 11.6% respectivamente. Como se mencionó algunos párrafos atrás, las campañas por las diputaciones recibieron mucho menor cobertura en comparación con las campañas a presidentes municipales y regidores. Es decir, las medidas de la paridad de género en términos de la conformación de las candidaturas no se ven reflejadas en la cobertura de los medios de comunicación, además de que el tratamiento es diferenciado para candidatos.

Los medios locales hablaron de propuestas únicamente en tres de cada 10 de las menciones de los y las aspirantes,

en proporciones similares para hombres y mujeres. Sin embargo, si las desglosamos por temas, podemos observar que 12.1% de las propuestas de las mujeres giraban en torno al género, en comparación con 3.9% de los hombres. Por otra parte, las propuestas de obras públicas en hombres correspondieron al 9.8% del total de propuestas de los varones, comparado con 5.6% en mujeres. En términos generales, podemos ubicar las propuestas de las mujeres con una tendencia mayor a las relaciones sociales, el ámbito privado o doméstico y otros temas orientados a los roles de género tradicionales, mientras que las propuestas de los hombres se orientan a la vida pública. Al considerar todas las candidaturas y todos los medios, el tema más frecuente en las propuestas es seguridad, que contempla una de cada cinco propuestas, lo cual podría vincularse con la situación de violencia por la que atraviesa México.

Un aspecto importante por considerar en la cobertura que realizaron los medios de comunicación locales es el uso que se dio a las encuestas. A lo largo del periodo analizado, se publicaron 118 encuestas o sondeos de opinión. Los medios que tuvieron el mayor número de piezas fueron *Jalisco Publica* (32), *El Diario NTR* (26) y *Mural* (17). Sin embargo, 55.9% del total de publicaciones no mencionaron la organización que produjo la encuesta o sondeo y 92% no hicieron público qué organización la financió. 83% no dieron cuenta de la fecha original de publicación y solamente 8.4% incluyeron todos los datos de la vitrina metodológica (método usado para aplicar la encuesta, fecha en que se aplicó, universo de la población, tamaño de la muestra, nivel de confianza, y error muestral). Esto nos habla de que los consumidores de estos medios por lo general no tuvieron acceso a la información que les

permitiría evaluar críticamente las condiciones en las que se generaron los datos publicados, como encuestas o sondeos de opinión.

Por motivos de espacio, no desarrollaré estas mismas variables para los 13 medios locales que se analizaron en este monitoreo. En lugar de esto, presentaré algunas características de la cobertura de cada medio que podrían ser elocuentes para desglosar algunos aspectos. Los medios serán listados comenzando por aquellos con mayor número de notas.

El Informador

El Informador tuvo una mayor proporción de notas informativas respecto al promedio de los medios locales (77.8%) y menor en columnas de opinión (8.4%). También dedicó más piezas que se refirieron únicamente a la elección de municipales (9.2% más). En cuanto al tratamiento de los sujetos institucionales, es decir, los partidos políticos, tiene (en general) un tratamiento más editorializado. Comparado con el porcentaje de menciones neutrales del promedio de todos los medios locales (71.8%), *El Informador* fue neutral en 61.8% de los casos. En el caso de mc, el porcentaje baja a 50.4%. Hay algunos casos de tratamiento positivo (9.6%), por ejemplo, el editorial publicado el 7 de junio, día posterior a la elección, titulado “¿La ola naranja *reloaded*?”, en el que se celebra la victoria de MC: “La ola naranja de 2018 no perdió impulso” (Allá en la fuente, 2021). Sin embargo, son cuatro veces más frecuentes las menciones negativas:

“Se tiene que sacar al partido en el Gobierno del Estado “a patadas”. ‘No me voy a ir de aquí hasta que acabemos

con Movimiento Ciudadano' lanzó Polevnsky". "Movimiento Ciudadano tiene a Guadalajara de rodillas por la inseguridad" ("Lomelí atrasa arranque para cumplir con tiempos", 2021). Esta cita proviene de la nota informativa titulada "Lomelí atrasa arranque para cumplir tiempos", publicada en la versión impresa del diario, el 4 de abril de 2021, cerca del inicio de las campañas electorales.

Un aspecto que destaca en la cobertura particular de *El Informador* es que tienen una proporción mayor de menciones a aspirantes con propuestas (53.7%) comparado con 28.8% del promedio de todos los medios locales. Juan José Frangie Saade, abanderado de MC para Zapopan, y Salvador Cosío Gaona, candidato del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) para el mismo municipio, fueron mencionados con propuestas siete de cada 10 veces.

El Informador tiene una proporción de menciones entre hombres y mujeres similar al conjunto de medios locales, destaca que es menor el porcentaje de mujeres que se mencionan con atributos físicos (0.76% en *El Informador* contra 3.24% del conjunto de medios locales). Sin embargo, cuando se habla de los y las aspirantes en relación con sus posibilidades de triunfo, es casi 11 veces más frecuente en hombres que en mujeres. Las candidatas a diputaciones acumulan 38.7% de las menciones a mujeres, en comparación con los candidatos a diputaciones con 9.9% de las menciones a hombres.

Mural

Mural tuvo una mayor presencia de cobertura electoral en las columnas de opinión, con una cuarta parte de las piezas correspondientes a este género periodístico. Aunque este género podría ser más abierto a tratamientos no neutrales

(positivos o negativos), en el caso de las menciones que hace a los partidos en su calidad de sujetos institucionales hay una proporción mayor de neutrales (93%), en comparación con el total de los medios locales con 71.8%. En el caso de los sujetos individuales, la proporción de menciones neutrales es de 91.8% en *Mural* y 83.8% en el promedio total.

La candidata con mayor porcentaje de menciones positivas (10.5%) en *Mural* es Sofía García, abanderada del Partido Revolucionario Institucional (PRI) por Guadalajara. Por ejemplo, en el artículo de opinión titulado “Campañas y crisis”, publicado el 29 de mayo, destaca esta cita textual: “Sofía García del PRI es una mujer que comunica fuerza y ganas [...] se le ha visto mejor y creciendo al ser oposición” (Lamas, 2021). Quienes tuvieron más menciones negativas fueron Juan José Frangie Saade (18.4%) y Carlos Lomelí (10.8%). Sobre el aspirante a la alcaldía de Zapopan por Movimiento Ciudadano, la nota informativa “Tunden a Frangie” (del 27 de mayo) refiere: “los candidatos de Morena, Futuro y PRI a la alcaldía de Zapopan ‘tundieron’ con críticas al aspirante de MC, Juan José Frangie, ayer durante el Encuentro Ciudadano realizado en *Mural*” (Aquino, 2021). En *Cúpula*, columna de opinión con fecha del 16 de mayo, dicen sobre Carlos Lomelí que “hay candidatos que no necesitan que les hagan guerra sucia, pues solitos se meten el pie” (Cabañas, 2021).

En cuanto a las propuestas de los y las aspirantes, se observa menor presencia en *Mural* (23.8%) que en el promedio de todos los medios locales (30.8%). Algunos candidatos y candidatas tienen propuestas en un porcentaje mucho mayor al de sus menciones, en especial aspirantes a la alcaldía de Guadalajara y Zapopan. *Mural* habló de

las propuestas de Tonatiuh Bravo Padilla —candidato de Hagamos por Guadalajara— en la mitad de sus menciones. Carlos Adolfo Flores Delgadillo (aspirante de Futuro por Guadalajara) tuvo propuestas en 38.4% de sus menciones; Salvador Cosío Gaona —aspirante a la alcaldía de Zapopan por el PVEM— registró propuestas en 37.5% de sus menciones. Sofía García, de la que se habló antes, también tuvo mayor presencia de propuestas en relación con el resto de las candidaturas presentes en la cobertura de *Mural*.

En cuanto a las variables de género, se observa un comportamiento más o menos equivalente en *Mural* en relación con el resto de los medios. Hay una menor cantidad de menciones de candidatos y candidatas con posibilidades de triunfo; sin embargo, sigue siendo el doble de probable que a quien se le asignen posibilidades de ganar en la elección sea un hombre. En cuanto al tipo de propuestas, destaca que las mujeres hicieron propuestas sobre empleo nueve veces (7.8% del total de propuestas hechas por mujeres) en comparación con la única propuesta de un hombre en este rubro (0.5% del total de propuestas de los varones). También tienen una proporción mayor de propuestas en género: las mujeres abordaron el tema en 11.4% de sus propuestas y los hombres en 2%. En cuanto a seguridad, los varones hicieron propuestas en 56 de sus menciones, lo cual equivale a 28.8%, comparado con 23 propuestas por las mujeres, equivalente a 20.1%.

Uno de los aspectos que más destaca en *Mural* es el uso de encuestas, que mencionó en 17 ocasiones a lo largo del periodo monitoreado. Aunque corresponden al tercer lugar en número de piezas que aluden a estos instrumentos (después de *Jalisco Publica* con 32 y *El Diario NTR* con 26), es el medio que otorgó a su audiencia la mayor cantidad

de información para validar los datos: 88.3% de sus publicaciones mencionaron quién la produjo, comparado con 44.1% de la tendencia del conjunto de los medios locales. De igual manera, son el medio que en más ocasiones dio cuenta de quién financió el ejercicio (8 veces de 17). En 10 ocasiones especificaron la fecha de publicación original. En 58.8% de los registros publicaron algunos o todos los datos de la vitrina metodológica.

El Occidental

El Occidental, en términos de géneros periodísticos, se centró mayoritariamente en la nota informativa (83.5%). Sin embargo, tuvo un tratamiento mucho más editorializado de los partidos en su calidad de sujetos institucionales: fue neutral en poco menos de la mitad de las ocasiones. Destaca el tratamiento positivo del partido Hagamos, el 73.3% de las veces. Por ejemplo, en el editorial *Bitácora política* del 5 de abril, el periódico dijo que “el Partido Hagamos dejó con buen sabor de boca a la Canaco” (Zurisdai, 2021a).

En cuanto al tratamiento de los sujetos individuales, destacan María Gómez Ruda, candidata de Hagamos al municipio de Guadalajara, y Alberto Maldonado Chavarrín, aspirante a la alcaldía de Tlaquepaque por Morena, quienes tuvieron menciones positivas en 42.8% y 30.7%, respectivamente. En el editorial *Bitácora política* del 10 de mayo, *El Occidental* incluyó que “Gómez Rueda sorprendió nuevamente, dejando un mensaje concreto, retos específicos y reclamos al gobierno federal” (Zurisdai, 2021b).

Las propuestas de los y las aspirantes a cargos públicos tuvieron mayor presencia en *El Occidental* que en otros

medios. Al igual que en los tratamientos editorializados, hay algunas candidaturas que concentraron un mayor porcentaje de menciones con propuestas: las del candidato independiente José Francisco Castillo Navarro, por ejemplo, aparecieron en 29 de 30 ocasiones, es decir, el 96.6% de las veces. Juan Carlos Villarreal Salazar, aspirante a la alcaldía de Tonalá por Hagamos, fue mencionado con propuestas en 94.4% de sus apariciones en *El Occidental*.

Las variables de género muestran, en general, un panorama similar al conjunto de medios locales. Sin embargo, destaca que fue el doble de probable que se incluyeran atributos de personalidad en hombres que en mujeres (aunque fue una proporción baja en ambos casos). Sin embargo, una de cada 10 veces que se habló de una mujer en el medio se incluyeron atributos físicos. En el caso de los varones, este porcentaje fue de apenas 0.25%. Esto también se refuerza en cierta medida con la presencia de estereotipos de género hacia las mujeres en su calidad de candidatas: en cuatro ocasiones se enfatizó la edad de las candidatas y en tres se minimizaron sus logros y capacidades. Por ejemplo, a Juncal Solano Flores, aspirante de Morena a la diputación del distrito 6, se le atribuyó su éxito a su canal de YouTube, pero se dijo que “no tiene ninguna experiencia en el gobierno o en la política” (Ceja, 2021).

El Diario NTR

El Diario NTR, que ocupa el cuarto lugar en cuanto a número de notas, tiene un comportamiento que, por lo general, corresponde al del conjunto de medios locales. Destaca en un tratamiento que tiende más a lo neutral, tanto hacia los partidos políticos (90.2% en *NTR* y 71.8% en el promedio de

los locales) como hacia aspirantes a diputaciones y alcaldías (93.5% contra 83.8%, respectivamente). Sin embargo, tiene una menor proporción de menciones a candidatos y candidatas que incluyan sus propuestas: 20.2% comparado con 30.8% del total de los medios monitoreados. En este rubro, algunos candidatos y candidatas tienen un porcentaje significativamente mayor de menciones con propuestas, en particular quienes contendieron por la alcaldía de Tlaquepaque. Citlalli Amaya de Luna, candidata de MC, tiene 44.4% de menciones con propuestas; Roberto Gerardo Albarrán Magaña, del PRI, tiene 43.7%; Jorge Montoya Orozco, de Futuro, con 41.6%; Miriam Yolet Wiedfelt Barrera, del PRD, con 50%. Salvador Cosío Gaona, candidato del PVEM, fue mencionado con propuestas en 72.7% de las ocasiones, el más alto en esta categoría.

Otro aspecto importante en la cobertura de NTR es su uso de encuestas. Después de *Jalisco Publica*, es el que tiene más publicaciones de este tipo con 26. No se mencionó la organización que produjo la encuesta en 42.3% de las ocasiones, y ni una vez quién financió el ejercicio. Solamente en cuatro ocasiones se dio cuenta de la fecha original de publicación. 57.6% de las publicaciones no mencionaron ningún dato de la vitrina metodológica.

Jalisco Publica

A pesar de estar catalogado como un semanario, publicó 38 ediciones en poco más de nueve semanas, es decir, más de cuatro veces de lo esperado. Lo que distingue su cobertura en relación con otros medios de comunicación, con respecto a los géneros periodísticos, es el uso de las fotonotas, que corresponden al 28.8% de las piezas registradas, en

comparación con 7% del promedio de todos los medios locales. También tienen una mayor preponderancia en las campañas a las alcaldías (76.9%), comparado con 62.3% de los medios locales.

En el tratamiento a partidos políticos, MC tuvo menciones positivas en 14.2% de las ocasiones. En la columna de opinión del 28 de abril, titulada “Alfaro y MC van por carro completo”, se refieren de esta manera al partido: “Así las cosas, MC puede salir, la noche del 6 de junio, como la segunda fuerza política más importante del país, solo detrás de Morena, y con una posición inigualable hacia la sucesión presidencial del 2024” (Ramos, 2021).

Tres candidatos ocupan casi la mitad de las menciones a sujetos individuales, todos del partido Movimiento Ciudadano. Pablo Lemus, aspirante a la alcaldía de Guadalajara, tiene 19.3% de las menciones; Juan José Frangie Saade, candidato para Zapopan, tiene 17.1%; y Lupita Guerrero, candidata a la alcaldía de Puerto Vallarta, 11.5%. Sin embargo, Carlos Lomelí, quien ocupa el cuarto puesto en *Jalisco Publica*, es quien tiene el mayor porcentaje de menciones positivas con nueve de sus 35, es decir, 25.7%.

En cuanto a las variables de género, el género de las mujeres fue enfatizado en 6.1% de las ocasiones que se les mencionó, en comparación con 0.9% de los hombres. Además, a los varones se les mencionó como posibles ganadores de la elección en 18.5% de las veces, comparado con 8.8% para las mujeres. También predominaron las propuestas de hombres con respecto al tema más mencionado (seguridad), quienes se refirieron a este en 18% de sus propuestas, comparado con 7.5% en el caso de las candidatas.

Por último, es importante destacar el uso que el medio le dio a las encuestas y sondeos electorales. A lo largo del periodo monitoreado, publicaron 32 notas que las mencionaron. Se habló de la organización que las produjo solamente en 52.3% de las ocasiones y solo una vez dieron cuenta de la organización que las financió. 90.6% de las veces no dijeron la fecha original de la publicación ni publicaron datos de la vitrina metodológica. En las 32 publicaciones colocaron a MC en primer lugar en la intención de voto.

Página 24

Página 24 destacó por su fuerte cobertura negativa a las amenazas que hizo la madre del candidato de MC por Guadalajara, Pablo Lemus, a la periodista Gloria Reza. Dentro de esta coyuntura, se usó lenguaje excluyente que discrimina a personas por su género y a personas con discapacidad, ya que Lemus atribuyó el episodio a la demencia senil de su madre. El candidato tuvo un tratamiento notoriamente negativo (68.4% de sus menciones), el cual se enmarca hasta cierto punto en esta coyuntura. Sin embargo, también se criticó la gestión de Lemus como alcalde de Zapopan, como lo ejemplifica la columna de opinión “Cuidado con dar alas a los alacranes” publicada el 29 de abril: “Sin embargo, una muestra de lo poco que esto les interesa es que el alcalde electo y hoy candidato de MC a la presidencia municipal de Guadalajara, Pablo Lemus Navarro, dejó una gran cantidad de problemas en el municipio donde juró que haría todo su esfuerzo para mantener el orden” (Rabasa Gamboa, 2021).

Además, Lemus fue mencionado con propuestas en una sola ocasión (1.7%), comparado con 25.3% del conjunto de candidatos en *Página 24*.

Movimiento Ciudadano, como sujeto institucional, tuvo un tratamiento en la misma línea que el abanderado de su partido por Guadalajara. 69.8% de sus menciones fueron negativas. Por ejemplo, la nota informativa “Movimiento Ciudadano tiene a Guadalajara herida” (del 8 de abril) dice que “Movimiento Ciudadano tiene a Guadalajara herida, tiene a Guadalajara de rodillas por la inseguridad, sucia y desordenada, una Guadalajara que, desgraciadamente, estos malos gobiernos nos han llevado a lo que ahora tenemos” (Ríos Chavarría, 2021).

En las variables relacionadas con el género, se observa que hay una proporción menor de mujeres (que representan el 15.3% de las menciones a aspirantes) en relación con el promedio del total de medios locales (28.8%). De las 14 veces que el medio se refirió a un aspirante con posibilidades de ganar una elección, solo en una ocasión se trató de una mujer. Las propuestas de las mujeres giraron sobre todo alrededor de servicios públicos, subsidios, género y empleos. Los varones tuvieron más variedad de temas, en los que destacó seguridad.

En cuanto a las encuestas, *Página 24* solo publicó tres ejercicios de este tipo. En ninguna ocasión mencionó las organizaciones que las produjeron o financiaron, la fecha original de publicación o algún dato de la vitrina metodológica. Las tres encuestas se enfocaron en elecciones de municipios y en todas Morena apareció en primer lugar.

Milenio

Milenio tuvo mayor balance que otros medios con respecto al uso de géneros periodísticos, pues las notas informativas conformaron solamente 36% del total. Tuvo también una cobertura poco neutral de los partidos políticos, con solo 41.2% de las menciones correspondientes a este rubro. Movimiento Ciudadano, su partido más mencionado, tuvo una cobertura negativa en 48.4% de las ocasiones y positiva en 23.4%. Los partidos Futuro y Hagamos gozaron de tratamiento positivo en 30.7% y 41.6% de sus menciones, respectivamente.

Los dos candidatos con más menciones —Pablo Lemus y Carlos Lomelí— fueron también quienes tuvieron más negativas: 34.4% y 44.4%, respectivamente. Citlalli Amaya de Luna, abanderada de MC por la alcaldía de Tlaquepaque, recibió un tratamiento positivo en dos terceras partes de sus apariciones. Esta misma candidata tuvo un índice por encima del promedio en menciones con propuestas (75%). Las candidaturas a diputaciones mencionadas en *Milenio* acumularon apenas 2.8% de las menciones totales.

Todas las ocasiones en las que se hizo explícito el género fue en el caso de las mujeres (5.45%). Con casi el doble de probabilidad, se enfatizaron los atributos de personalidad a hombres. En los candidatos varones, 14.7% de las veces que se les mencionó fue aludiendo a sus posibilidades de triunfo, comparados con 4.5% de las mujeres. Estas enfocaron sus propuestas en economía (36.8%), género (15.7%) y seguridad (15.7%). Los hombres en seguridad (22.9%), servicios públicos (17.5%) y obras públicas (10.8%).

En cuanto a sondeos y encuestas, reprodujeron ocho ejercicios. Ninguno mencionó quién la financió y solo tres

dieron cuenta de la organización que las produjo. Tampoco informaron de la fecha original de publicación en siete ocasiones. *Milenio* proveyó solo en una ocasión algunos de los datos de la vitrina metodológica.

Semanario Conciencia Pública

El *Semanario Conciencia Pública* es el que dedica la mayor proporción de espacio a temas electorales de todos los temas locales. Al igual que *Jalisco Publica*, tiene una importante presencia de fotonotas, que son el género con mayor porcentaje (30.6%).

Morena es el partido con más menciones, pero una tercera parte de ellas son negativas. Por ejemplo, la columna de opinión “El primer *round* Lemus–Lomelí”, publicada el 19 de abril, dice: “Sin embargo, los morenos también hacen uso de esas prácticas de utilizar los programas sociales para hacer proselitismo, como lo pueden documentar personas que están inscritas en estos programas al recibir llamadas en las que les piden que voten por los candidatos de Morena, si es que no quieren perder esos apoyos” (Ibarra Bourjac, 2021b).

El candidato de Morena a la alcaldía de Guadalajara, Carlos Lomelí, es también quien tiene la mayor proporción de tratamiento negativo, con 10 piezas. En una entrevista publicada el 17 de mayo, titulada “Pablo Lemus: A Lomelí lo vamos a derrotar en sus artimañas legales y en las urnas”, el medio publicó que Lomelí

no tiene ninguna propuesta de solución, [...] va a los debates a atacar, al no tener ideas, ni propuestas y al tener un expediente negro durante toda su vida, trata

de atacar, de mentir, hacer guerra sucia y esto no ayuda a tener un debate de ideas y propuestas que solucione la vida de las personas en Guadalajara (Ibarra Bourjac, 2021c).

Otros candidatos y candidatas gozaron de un tratamiento positivo en la mitad de sus menciones, en particular Alberto, a la alcaldía de Tlaquepaque por Morena, y Dolores Eugenia Pérez Lazcarro, candidata a la alcaldía de Guadalajara por Futuro.

El *Semanario Conciencia Pública*, a pesar de haber dedicado buena parte de sus ediciones a la contienda electoral, mencionó propuestas en una proporción significativamente menor al promedio de todos los medios locales: 7.4% contra 30.8%. Dolores Eugenia Pérez Lazcarro destacó por tener propuestas en una tercera parte de sus menciones, y Juncal Solano Flores —aspirante de Morena a la diputación del distrito 6— tuvo 40% de menciones con propuestas.

Aunque la proporción de hombres y mujeres es similar al conjunto de los medios locales, destacan algunos aspectos. En primera instancia, hay una mayor presencia de lenguaje que excluye a personas por su género, en particular una columna de opinión del 5 de abril, titulada “Desorden electoral: Morena en aprietos”, en la que mencionan que “de tal suerte que se tendrá que cambiar un candidato por mujer. O sea, al propio Chávez, junto con Carlos Lomelí, Alberto Maldonado y Alberto Uribe, podrían perder la candidatura ante una mujer” (Ibarra Bourjac, 2021a). Además, una de cada cinco menciones de mujeres enfatizó el género de la candidata. Fue el doble de probable que aparecieran atributos de personalidad y cuatro veces más probable que se mencionaran atributos

físicos de mujeres que de hombres. De las 39 veces que el *Semanario Conciencia Pública* explicitó posibilidades de triunfo, 38 fueron para varones. También hay una mayor representación de las mujeres en candidaturas a diputaciones, tipo de elección que tuvo un peso significativamente menor en la cobertura.

En cuanto a las encuestas, se registraron siete piezas, de las cuales ninguna hizo explícita la organización que las financió y solo una la organización que la produjo. Ninguna mencionó la fecha original de publicación ni datos de la vitrina metodológica. Todas se refirieron a elecciones de municipios.

La Crónica de Hoy Jalisco

Al igual que el *Semanario Conciencia Pública*, Carlos Lomelí es quien aparece con mayor proporción de menciones negativas, en una cuarta parte de ellas. Sin embargo, concentra la mayor cantidad de menciones con 18.4%, con Pablo Lemus en segundo lugar con 13.7%. El candidato emecista fue mencionado con rasgos positivos en 10.3% de sus apariciones, por ejemplo, en la nota “La disputa por la alcaldía de Guadalajara es una disputa entre dos”, se le calificó de ser “extrovertido, de hablar directo, de buena presencia en redes sociales” (Pérez Vega, 2021).

El resto de las categorías analizadas en *La Crónica de Hoy Jalisco* se presentan de forma bastante similar al conjunto de medios locales.

Publimetro

El género periodístico con más presencia en este medio fue el editorial, con 52.9% de las piezas codificadas. *Publimetro* presenta una concentración mayor en términos de las menciones a los partidos políticos como sujetos institucionales, ya que Morena y MC acumulan el 73.2%. Ningún partido recibió tratamiento positivo en el periodo monitoreado.

Uno de los aspectos más distintos en este medio es que tiene una proporción de menciones con propuestas mucho menor al promedio de todos los medios locales: solo cuatro, equivalente a 2.3%,

En términos de género, todas las veces que se refirió a un candidato en función de sus posibilidades de triunfo, se trató de un hombre. 11.5% de las menciones a varones fueron de este tipo. Las cuatro propuestas también se adjudicaron a hombres.

Publimetro tuvo un uso poco transparente de las encuestas y sondeos, pues de las siete publicaciones, ninguna mencionó la organización que financió el ejercicio ni la fecha original de publicación. Seis tampoco mencionaron la organización que produjo la encuesta ni publicaron datos de la vitrina metodológica.

Semanario Arquidiocesano

El *Semanario Arquidiocesano* tuvo poco contenido electoral en general, con un promedio de 7.7 piezas por edición. El partido que más destacó fue el Partido Acción Nacional (PAN), con 23% de las menciones a sujetos institucionales y con tratamiento positivo en la mitad de sus menciones. Por

ejemplo, en la nota “Defendiendo la vida y las familias”, publicada el 30 de mayo, el medio afirma que “los candidatos del PAN defenderán a la vida y las familias, como lo han hecho desde sus inicios” (Lozano, 2021).

Los tres candidatos con mayor número de menciones fueron Juan José Frangie Saade y Pablo Lemus de MC aspirantes a las alcaldías de Zapopan y Guadalajara, respectivamente, y Carlos Lomelí, aspirante de Morena a la alcaldía de Guadalajara. Los primeros dos tuvieron un tratamiento positivo en 23% y 25% de sus menciones, mientras que el morenista no tuvo ninguna mención positiva y 28.5% de menciones negativas.

Otro aspecto importante, sobre todo comparado con *Publimetro*, es la presencia de propuestas de campaña, con el porcentaje más alto de todos los medios: 81.3%.

Cuarto Poder

Cuarto Poder tuvo una presencia significativa de entrevistas, que corresponden a poco más de una tercera parte de las piezas registradas. También fue el medio que dio más cobertura a piezas que abordan exclusivamente las campañas por diputaciones, en 13.9% de las piezas. En calidad de sujetos institucionales, mencionó solamente a tres partidos (una vez cada uno): Morena, el Partido del Trabajo (PT) y el PAN.

En su tratamiento a candidatos y candidatas, destaca que solamente tuvo menciones positivas de algunos candidatos y ninguna mención negativa. Quien tuvo más cobertura fue Gonzalo Álvarez Barragán, abanderado por Morena para la alcaldía de Zapotlanejo. Sin embargo, Ricardo Morales Sandoval (de MC) tuvo el triple de menciones positivas,

por ejemplo, una entrevista titulada “UNAG Zapotlanejo: el reflejo del esfuerzo y una historia de éxito”, publicada el 15 de abril, que dice:

Como ciudadano común, simpatizo y promuevo la continuidad de un gobierno de resultados y con experiencia, como el que hasta el día de hoy ha llevado nuestro presidente Héctor Álvarez Contreras, y que estoy seguro seguirá llevando Ricardo Morales Sandoval de resultar electo (Redacción, 2021).

Las propuestas que recoge *Cuarto Poder* tienen mucha mayor proporción que otros medios para los temas de actividades productivas y obras públicas. Como es de esperarse, la referencia geográfica que prevalece es el municipio de Zapotlanejo, que corresponde al 83% de las candidaturas.

En todas las notas donde se hizo énfasis en el género, se trató de mujeres. Solo a una mujer se le dio espacio para propuestas (hizo una propuesta de educación), comparada con 16 hombres.

Reporte Índigo

Reporte Índigo publicó únicamente 24 piezas a lo largo de las poco más de nueve semanas del monitoreo. Sin embargo, siete de estas (29.1%) fueron reportajes. Carlos Lomelí recibió un tratamiento positivo en cinco de sus siete menciones. En la nota publicada el 6 de abril, titulada “Transformación tapatía”, reprodujeron la declaración de Lomelí cuando dijo que “a diferencia de otros partidos, la importancia de votar por Morena radica en que sus candidatos representan un proyecto nacional” (Índigo Staff,

2021). Cuatro de las cinco propuestas que este medio colocó en su cobertura fueron de este candidato, en temas de economía, obras públicas y seguridad.

En las dos encuestas publicadas, no se mencionó la fecha original de publicación. En ambas, el partido que puso en primer lugar fue Morena.

Discusión y conclusiones

Aunque hay diferencias importantes entre los medios de comunicación, podemos observar ciertas regularidades que dan elementos para tener un panorama sobre el papel que juegan en las democracias contemporáneas. A pesar de que el análisis de contenido tiene limitaciones en términos de la especificidad y profundidad con las que puede observarse el ejercicio periodístico, da pistas para plantear cómo queda a deber el ejercicio periodístico en esta coyuntura electoral.

En primera instancia, la centralización (en ciertos partidos, aspirantes y tipo de elección) limita la posibilidad de que la ciudadanía conozca todo el espectro de propuestas políticas para poder tomar una decisión informada. Sin embargo, una elección que tiene 14 partidos dificulta la logística de la cobertura para los medios de comunicación, en particular en el panorama actual, donde hay cada vez menos medios impresos, menos periodistas y prácticas sumamente complejas de generación de información noticiosa. En este sentido, una línea de investigación provechosa podría orientarse a comprender el uso de recursos humanos y el esfuerzo creativo, y otro tipo de recursos, que los periódicos pueden dedicar a las contiendas electorales.

Esto está ligado también con el bajo porcentaje de propuestas de los candidatos y las candidatas. Es difícil hacer conclusiones más contundentes, pues el instrumento de análisis de contenido midió únicamente las veces que se mencionaron propuestas, no si hubo una perspectiva crítica o si solamente se reprodujeron las declaraciones de los y las aspirantes en actos públicos como mítines o en boletines de prensa.

En cuanto al tratamiento de las mujeres en su calidad de candidatas, podemos observar que hay relativamente pocas ocasiones en las que se hagan explícitos los estereotipos de género o se use un lenguaje que sea explícitamente discriminatorio. Sin embargo, en ninguno de los medios hubo una presencia igualitaria de hombres y mujeres. Además, recibieron un tratamiento diferenciado con respecto a la inclusión de atributos físicos, de personalidad, posibilidades de triunfo y presencia de propuestas de campaña. Los temas de las propuestas que sí aparecieron tendieron a temas de género, educación y empleo. Los hombres tuvieron temas más variados.

Hay, además, un uso poco transparente de encuestas y sondeos de opinión. Se muestran a la audiencia únicamente como resultados, pero no se reflejan los elementos que podrían permitir una apreciación crítica sobre las condiciones en las que se genera esta información.

Sin embargo, no se trata solamente de responsabilizar a los medios de comunicación y a los periodistas sobre la discusión pública de la coyuntura electoral. Es indispensable considerar los factores estructurales en la economía de medios, los retos que implican las nuevas plataformas y otros aspectos que van más allá de lo que un reportero o reportera puede controlar en su quehacer cotidiano.

REFERENCIAS

- Allá en la fuente. (2021, junio 7). ¿La ola naranja *reloaded*? *El Informador*, 10-A.
- Aquino, M. (2021, mayo 27). Tunden a Frangie. *Mural*, 2.
- Ávila, M. (2021, abril 26). Pueden determinar el resultado electoral: Agua, mujeres y pandemia. *Semanario Conciencia Pública*, 8.
- Cabañas, S. (2021, mayo 16). Cúpula. *Mural*, 6.
- Ceja, J. A. (2021, mayo 12). La juventud en campaña. *El Occidental*, 10.
- Ibarra Bourjac, G. (2021a, abril 5). Desorden electoral: Morena en aprietos. *Semanario Conciencia Pública*.
- Ibarra Bourjac, G. (2021b, abril 19). El primer *round* Lemus-Lomelí. *Semanario Conciencia Pública*, 2.
- Ibarra Bourjac, G. (2021c, mayo 18). Pablo Lemus: A Lomelí lo vamos a derrotar en sus artimañas legales y en las urnas. *Semanario Conciencia Pública*, 6-7.
- Índigo Staff. (2021, abril 6). Transformación tapatía. *Reporte Índigo*, 5.
- Lamas, A. (2021, mayo 29). Campañas y crisis. *Mural*, 2.
- Larrosa-Fuentes, J. S., Quinn Cervantes, M. I., Becerra Zendejas, J. R., Blas Alvarado, P. A., Diéguez Martínez, K., Ortiz González, V., Ayala España, N. G., Avilés Padilla, L. D., Vázquez Salcedo, L. D., Schmal Camarena, B. F., Morales Ruiz, L. E., Encinas Aguilar, P. R., Luna Bernal, L. E., González Vega, J. I., & Zerón Medina Rizo, L. (2021). Monitoreo de medios impresos. Sobre las campañas políticas del proceso electoral en Jalisco 2021. ITESO.
- Lomelí atrasa arranque para cumplir con tiempos. (2021, abril 4). *El Informador*, 2-A.
- Lozano, A. (2021, mayo 30). Defendiendo la vida y las familias. *Semanario Arquidiocesano de Guadalajara*, 26.

- Pérez Vega, I. (2021, abril 6). La disputa por la alcaldía de Guadalajara es una lucha entre dos. *La Crónica de Hoy*, 2.
- Rabasa Gamboa, E. (2021, abril 29). Cuidado con dar alas a los alacranes. *Página 24*, 3.
- Ramos, A. (2021, abril 28). Alfaro y MC van por carro completo. *Jalisco Publica*, 3.
- Redacción. (2021, abril). UNAG Zapotlanejo: El reflejo del esfuerzo y una historia de éxito. *Cuarto Poder*, 14.
- Ríos Chavarría, E. (2021, abril 8). Movimiento Ciudadano tiene a Guadalajara herida. *Página 24*, 7.
- Zurisdai, J. (2021a, abril 5). Bitácora política. *El Occidental*, 2.
- Zurisdai, J. (2021b, mayo 10). Bitácora política. *El Occidental*, 2.