



ITESO

ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2015

ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
EN EL PROCESO ELECTORAL

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA
COORDINADORA



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2015

**ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
EN EL PROCESO ELECTORAL**



ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

**MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
Y DERECHO A LA
INFORMACIÓN
EN JALISCO,
2015**

**ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
EN EL PROCESO ELECTORAL**

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA
COORDINADORA



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

[Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco]

Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2015: Análisis del sistema de comunicación política en el proceso electoral / Coord. y presen. de M.M.S. Paláu Cardona ; presen. de G. Bernal Loaiza.-- Guadalajara, México : ITESO, 2016.

299 p.

ISBN 978-607-9473-42-6

ISBN de la colección 978-607-9473-41-9

1. Candidatos Políticos Independientes Mexicanos. 2. Candidatos Políticos Mexicanos. 3. Jueces Mexicanos. 4. Campaña Electoral - Jalisco. 5. Campaña Electoral - México. 6. Delitos Electorales - Jalisco. 7. Delitos Electorales - México. 8. Elecciones - Jalisco - Historia - 2012-2018 - Tema Principal. 9. Elecciones - México - Historia - 2012-2018. 10. Proceso Político - Jalisco. 11. Proceso Político - México. 12. Análisis del Discurso. 13. Propaganda - Jalisco. 14. Propaganda - México. 15. Encuestas de Opinión - Jalisco. 16. Encuestas de Opinión - México. 17. Periodismo Político - Jalisco. 18. Periodismo Político - México. 19. Derecho a la Información - Jalisco - Tema Principal. 20. Derecho a la Información - México. 21. Redes Sociales (Internet) - Aspectos Políticos. 22. Comunicación y Derecho - Jalisco. 23. Comunicación y Derecho - México. 24. Comunicación y Política - Jalisco - Tema Principal. 25. Comunicación y Política - México. 26. Medios de Comunicación - Jalisco - Historia - 2012-2018 - Tema Principal. 27. Medios de Comunicación - México - Historia - 2012-2018. 28. Comunicación Masiva - Jalisco - Historia - 2012-2018. 29. Comunicación Masiva - México - Historia - 2012-2018. 30. Política Municipal - Guadalajara, Jalisco - Historia - 2012-2018. 31. Política - Jalisco - Historia - 2012-2018. 32. Política - México - Historia - 2012-2018. 33. Sociología de la Comunicación. 34. Cienfuegos Pérez, Guillermo. 35. Kumamoto, Pedro. 36. Sandoval Figueroa, Jorge Leonel. I. Paláu Cardona, María Magdalena Sofía (coord. y presen.) II. Bernal Loaiza, Graciela (presen.) III. t.

[LC]

302. 23097235 [Dewey]

COORDINACIÓN GENERAL

María Magdalena Sofía Paláu Cardona

Diseño original: Danilo Design

Diseño de portada y diagramación: Eduardo Cruz

La información contenida en este informe puede ser reproducida total o parcialmente, siempre y cuando se respete y cite la autoría de todos los que colaboraron en la construcción de este texto. Además, se solicita que en caso de utilizarlo se informe a su editor al siguiente correo electrónico: qmedios@iteso.mx

Primera edición, Guadalajara, 2016

DR © Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

Periférico Sur Manuel Gómez Morán 8585, Col. ITESO

Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604

www.publicaciones.iteso.mx

ISBN 978-607-9473-42-6

ISBN de la colección 978-607-9473-41-9

Índice

PRESENTACIÓN / Graciela Bernal Loaiza
y Madgalena Sofía Paláu Cardona **9**

I. EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS ELECCIONES LOCALES

CAMBIOS EN EL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DE JALISCO EN LA COYUNTURA ELECTORAL 2015 / Sergio René
de Dios Corona y Stephanie Montserrat Ibarra Palafox **23**

EQUIDAD Y PROFUNDIDAD EN LA COBERTURA
MEDIÁTICA: EL TRABAJO DE LOS PERIÓDICOS DE GUADALAJARA
DURANTE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE 2015 /
Iván González Vega **51**

EL IDEARIO POLÍTICO EN TREINTA SEGUNDOS.
ANÁLISIS DISCURSIVO DE LOS SPOTS DE LOS CANDIDATOS
A LA ALCALDÍA DE GUADALAJARA /
Bernardo Masini Aguilera, María Bayardo Parra,
Gloria Llamas Figueroa y Ana Rosa Marmolejo Cervantes **63**

LA PUBLICACIÓN DE ENCUESTAS ELECTORALES
EN LOS DIARIOS IMPRESOS LOCALES /
Ana Vicencio Huerta **113**

NI TODOS PUEDEN NI TODOS QUIEREN PARTICIPAR.
USO Y EXPLOTACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA MATERIAL
DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA INTERNET DURANTE
EL PROCESO ELECTORAL GUADALAJARA 2015 /
Juan S. Larrosa-Fuentes **139**

EL DEBATE DE LOS DEBATES ELECTORALES
EN TWITTER DURANTE LAS CAMPAÑAS A PRESIDENTE
MUNICIPAL DE GUADALAJARA 2015 /
Juan S. Larrosa-Fuentes **163**

LA AUDIENCIA TAPATÍA EN TIEMPOS
ELECTORALES: CONSUMO MEDIÁTICO Y PERCEPCIONES
SOBRE LAS CAMPAÑAS / Yasodhara Silva Medina
y Magdalena Sofía Paláu Cardona **189**

II. ANÁLISIS POLÍTICO DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL DE 2015

UN ESFUERZO CUESTA ARRIBA: CANDIDATURAS Y CANDIDATOS
INDEPENDIENTES / Jorge A. Narro Monroy **217**

SPOTS PUBLICITARIOS Y PROPUESTAS ECONÓMICAS
PARA GUADALAJARA: LAS CAMPAÑAS DE 2015 /
Luis Ignacio Román Morales **233**

LAS AVENTURAS DE “PAPÁ LEONEL”, IMPUNE VIOLADOR DE LA LEY / Pedro Mellado	253
ANÁLISIS DE LAS ELECCIONES EN JALISCO DEL AÑO 2015 / Jorge Rocha	265
ACERCA DE LOS AUTORES	285
CONSEJO EDITORIAL	291
QUITESO, ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS. MISIÓN Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS	295

Presentación

GRACIELA BERNAL LOAIZA
Y MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA

El Observatorio de Medios de Comunicación, Q ITESO, Análisis crítico de medios, en el marco de las elecciones de 2006, emprendió como parte de sus objetivos la observación del comportamiento mediático local de la competencia política electoral, que en aquel año fue para la gubernatura del estado, diputados, alcaldes y regidores. Los resultados de esa experiencia fueron fuente de aprendizaje en el diseño de los proyectos de observación de las elecciones de 2012. Gracias a esos esfuerzos académicos y universitarios el Observatorio ha logrado consolidar teórica y metodológicamente sus objetos de observación y ha dado pasos significativos para arribar a proyectos de mayor alcance.

Lo que se presenta en esta octava edición del Informe *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2015*, son once textos cuyos temas se abocan al estudio y análisis de algunos componentes del comportamiento de la radio, la televisión, la prensa y la Internet durante el proceso electoral ordinario local 2014–2015, así como de los resultados de la Primera Encuesta sobre audiencias y preferencias electorales realizada en el municipio de Guadalajara.

El contexto político–electoral de 2015 cambió con relación al de 2006 y de 2012. Con el regreso del PRI a la presidencia de la república y a la gubernatura del estado de Jalisco en 2012, después de 18 años de gobiernos panistas en la entidad, en 2014, en el marco de las reformas estructurales

promovidas por el fallido Pacto por México del presidente Enrique Peña Nieto, el Congreso de la Unión aprobó la Reforma Política Electoral. Con esta reforma, y después de 25 años de operación del Instituto Federal Electoral (IFE), se crea el Instituto Nacional Electoral (INE), al cual se le otorgan facultades en los procesos electorales locales: la responsabilidad de fiscalización de finanzas de los partidos en el ámbito federal y local; de investigar las infracciones por presuntas violaciones a la normativa relativa al acceso a los medios de comunicación y de propaganda; de imponer, entre otras medidas cautelares, la orden de suspender o cancelar de manera inmediata las transmisiones en radio y televisión, así como de nombrar a los consejeros de los institutos electorales locales, entre otras.

La reforma en materia de comunicación política introdujo, como causal de nulidad de las elecciones, la compra de cobertura informativa en radio y televisión, y en materia de propaganda política y electoral estableció que la propaganda de partidos políticos y candidatos deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas, y obliga al poder legislativo a emitir una ley que regule la propaganda gubernamental, esta última aún pendiente en la agenda legislativa, y de escaso o nulo interés político de los representantes populares dada su visión desenfocada de creer que a través de los medios de comunicación se ganan las elecciones. Por último, la reforma reconoció las candidaturas independientes, figura que abre nuevas opciones para que los actores políticos o representantes de la sociedad civil organizada puedan, eventualmente, configurarse en alternativas para el electorado.

La Reforma Política Electoral produjo la definición de nuevas bases legales para regular la competencia política

y lo que ella implica para las autoridades electorales y judiciales. En mayo de 2014 el Congreso de la Unión aprobó la Ley General de Partidos Políticos; la Ley en materia de Delitos Electorales y Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como modificaciones en la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y en la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.

Adicionalmente, también en 2014, como resultado de la Reforma en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2013, el Legislativo aprobó la Ley secundaria que entró en vigor en julio de 2014. Con esta ley el Instituto Federal de Telecomunicaciones —y lo que por norma faculta al Poder Ejecutivo— ha tomado decisiones que confirman el modelo de comunicación fincado en los intereses de los más poderosos; situación que aleja y hace más difícil la democratización del sistema de medios de comunicación en el país, así como el pleno ejercicio de los derechos a la información, de libertad de expresión y de las audiencias de los mexicanos.

Con estas nuevas reglas del juego político electoral y del sistema de medios, en Jalisco el proceso electoral arrancó el 5 de octubre de 2014, cuyos resultados del 7 de junio de 2015 dispararon a los partidos políticos en la preparación de las elecciones de 2018.

En este marco, el Observatorio QITESO, Análisis crítico de medios centró sus esfuerzos en el proceso electoral local, con la participación de 18 estudiantes de licenciatura, dos de maestría y 14 profesores. El proyecto de observación comprendió siete líneas de investigación con el propósito de conocer algunos componentes del sistema de comunicación política local durante ese proceso.

Además de la trascendencia y las implicaciones que tienen los nuevos marcos regulatorios del sistema electoral y mediático, es indispensable no perder de vista que los medios masivos de comunicación (prensa, radio y televisión) y recientemente las redes sociales (blogs, Facebook, Twitter), son instrumentos imprescindibles para las tareas de administración de la vida pública que llevan a cabo los Estados modernos. Particularmente, los medios de comunicación convencionales, y lo que incipientemente se produce en las redes sociales, desempeñan un papel central en la difusión de información y visibilización de los competidores políticos en los procesos de elección de servidores públicos en las sociedades democráticas. Por lo que es menester que los investigadores sociales observen críticamente el desempeño de los medios de comunicación en los procesos democráticos. A la base está la concepción de que el sistema de comunicación política es un sistema complejo y dinámico que, en los procesos electorales concebidos como excepcionales, opera de forma acelerada y que, quizá por ello mismo, permite ver con mayor nitidez y en un tiempo corto los rasgos o características de su funcionamiento ordinario.

En México, la estructura de control y poder de los medios de comunicación masivos (particularmente en el caso de la televisión) se ha caracterizado históricamente por estar altamente concentrada y por responder a intereses políticos y económicos, en detrimento de un interés público y ciudadano. El marco legal que sostiene esta estructura monolítica se ha modificado paulatinamente a través del reconocimiento de derechos fundamentales de la comunicación, y algunos de estos cambios se han debido al trabajo académico y ciudadano de diversas organizaciones que

han alentado la democratización del sistema de medios de comunicación, aunque se reconoce que para lograrlo falta mucho trecho por andar.

Uno de los objetivos de QITESO es sumarse a ese grupo de organizaciones académicas y ciudadanas que trabajan por la transformación democrática del sistema de comunicación mexicano, y su manera de contribuir a ese propósito es precisamente, mediante la realización de trabajos como los que se presentan en esta edición.

El vacío de información sobre el comportamiento mediático en los procesos electorales locales procura ser atendido mediante este observatorio de medios. Adicionalmente, para QITESO el observatorio electoral se configuró en un espacio de aprendizaje para alumnos de Ciencias de la Comunicación, Periodismo y Comunicación Pública, Comunicación y Artes Audiovisuales, Diseño, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Para los universitarios esta experiencia de trabajo les permitió desarrollar habilidades profesionales en el campo de la investigación académica, la gestión de la comunicación política y el análisis político. Por otro lado, QITESO, como espacio formativo, asume el sentido social y de participación ciudadana que la universidad alienta en sus estudiantes. Los universitarios que participaron en la observación electoral se colocaron como futuros profesionales egresados del ITESO y como ciudadanos activos en un proceso electoral de gran trascendencia para la vida pública del país, del estado de Jalisco y del Área Metropolitana de Guadalajara.

Con estos principios y propósitos, en otoño de 2014 fueron convocados profesores provenientes de los Departamentos de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos, de Economía, Administración y Mercadología, del Centro

de Formación Humana y del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO para invitarlos a participar en el Observatorio Electoral 2015.

Estudiantes y profesores conformaron un equipo interdisciplinario alrededor de un proyecto de observación orientado al estudio de la operación del sistema de comunicación política en el marco del proceso electoral 2015. Para ello se revisaron algunos de sus componentes más importantes, considerando las tres instancias de la comunicación: producción (instancia de las instituciones), circulación (instancia de los mensajes-contenidos), y recepción-consumo (instancia de los sujetos-audiencias/usuarios). El resultado de ese esfuerzo cristalizó en siete líneas de investigación que en su conjunto abonaron a la comprensión de la comunicación política en lo general y de cada instancia de la comunicación, en lo particular.

El informe está compuesto por dos grandes apartados. El primero de ellos, denominado “El sistema de comunicación política en las elecciones locales”, presenta los resultados de seis proyectos de investigación. Estos textos exponen los objetivos, la metodología y los resultados obtenidos de cada uno de los estudios realizados. El segundo apartado, “Análisis político del proceso electoral local de 2015”, comprende cuatro artículos orientados al examen de algunos de los acontecimientos más relevantes que emergieron en la contienda electoral local.

El octavo informe del Observatorio Q ITESO revela los esfuerzos de 34 universitarios, 14 profesores y 20 estudiantes. Un equipo interdisciplinario que a lo largo de la primavera de 2015 y mediante un proceso de trabajo intenso y permanente logró culminar satisfactoriamente los proyectos en los que colaboraron. A todos ellos, Q

ITESO agradece su entusiasmo, entrega y la calidad de su trabajo.

El Informe abre con el artículo “Cambios en el sistema de medios de comunicación de Jalisco en la coyuntura electoral 2015”, en el cual se analizan las transformaciones que experimentó el sistema de comunicación en los meses previos y durante las campañas electorales. Como ha sucedido en procesos electorales anteriores, en 2015 se constató la emergencia de nuevas publicaciones periódicas orientadas a intervenir políticamente en la contienda, la mayor parte de ellas efímeras. Sin embargo, en este estudio se encontró que la coyuntura electoral fue momento de lanzamiento de nuevos medios de comunicación, como fue el caso de un nuevo diario que hasta la fecha mantiene su proyecto editorial. En la radio se crearon programas de análisis político, así como secciones especiales en la programación existente. La televisión abierta comercial se distinguió por la escasa cobertura que le dio al proceso electoral, y el Canal 7, del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, por la ausencia absoluta de información sobre la contienda electoral, como resultado de las decisiones de sus operadores, al margen del respeto al derecho a la información de los jaliscienses.

Le sigue “Equidad y profundidad en la cobertura mediática: el trabajo de los periódicos de Guadalajara durante las campañas electorales de 2015”, que se orienta al análisis de la cobertura de la prensa. Los resultados exhiben cómo la cobertura de los periódicos favoreció a los dos candidatos que aparecían como punteros en la contienda según los estudios previos de preferencia electoral —Ricardo Villanueva Lomelí, del PRI, y Enrique Alfaro Ramírez, del partido Movimiento Ciudadano, a la postre ganador de la

elección—, pero también reveló que, en la mayoría de los casos, los periódicos se limitaron a reproducir información sobre las actividades de campaña de los candidatos más que a exponer o problematizar sus propuestas de trabajo.

El tercer texto, denominado “El ideario político en treinta segundos. Análisis discursivo de los *spots* de los candidatos a la alcaldía de Guadalajara”, se centra en el análisis discursivo de los *spots* propagandísticos que circularon en televisión y redes sociales, algunos de ellos replicados en la radio. El hallazgo principal de este proyecto reconoce que los *spots* de los candidatos a la alcaldía tapatía tendieron a la profesionalización. En lugar de producir y transmitir piezas elaboradas desde las corazonadas de los publicistas se privilegió la definición de conceptos rectores para la elaboración de los mensajes políticos. La diferencia en sus contenidos discursivos, así como en su producción, dista del amateurismo que prevaleció en contiendas anteriores.

El artículo que ocupa el cuarto lugar en el índice del informe, “La publicación de encuestas electorales en los diarios impresos locales”, hace una evaluación de la presencia y calidad informativa de los resultados de encuestas sobre preferencias del electorado que difundieron diarios locales en el proceso electoral, en específico se analizan las que se centraron en los contendientes a las alcaldías de los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Los siguientes capítulos, quinto y sexto, están dedicados al análisis del impacto de la Internet en el proceso electoral. El primero de ellos, “Ni todos pueden ni todos quieren participar. Uso y explotación de la infraestructura material del sistema de comunicación política en la Internet durante el proceso electoral Guadalajara 2015”, se aboca a develar los elementos de la infraestructura

sobre la que se desarrolló el proceso de comunicación política en la Internet del municipio de Guadalajara. Esto supuso construir un mapa de la infraestructura física que se utilizó durante las campañas electorales. En “El debate de los debates electorales en Twitter durante las campañas a presidente municipal de Guadalajara, 2015” se analiza la actividad en la red social Twitter en el desarrollo de tres debates públicos entre candidatos a la alcaldía de Guadalajara. Se encontró que Twitter fue una plataforma que permitió modestos procesos de comunicación política, en donde ocurrieron algunos episodios de diálogos públicos.

La séptima investigación lleva por título “La audiencia tapatúa en tiempos electorales: consumo mediático y percepciones sobre las campañas”, y es la primera encuesta realizada por el Observatorio QITESO. En este estudio se muestran los resultados del consumo de medios de comunicación de las audiencias del municipio de Guadalajara sobre las campañas de los contendientes a la presidencia municipal de Guadalajara, así como por sus preferencias electorales. La encuesta fue levantada en abril de 2015 y sus resultados confirmaron la voluntad ciudadana emitida el 7 de junio, día de la jornada electoral, que con una amplia mayoría llevó a Enrique Alfaro, de Movimiento Ciudadano, a la presidencia municipal de la capital del estado.

El segundo apartado de la publicación, denominado “Análisis político del proceso electoral local de 2015”, está compuesto por cuatro artículos. Ofrece la mirada de académicos del ITESO sobre casos que emergieron en el proceso electoral local, que por su trascendencia política fue necesario recoger para su estudio y documentación.

El primero, “Un esfuerzo cuesta arriba: Candidaturas y candidatos independientes”, examina a la luz del marco regulatorio establecido a los candidatos independientes los casos que se registraron en la entidad, con especial atención a Guillermo Cienfuegos “Lagrimita” y a Pedro Kumamoto.

El segundo texto, “Spots publicitarios y propuestas económicas para Guadalajara: las campañas de 2015”, ofrece un análisis pormenorizado de los mensajes publicitarios de los candidatos a la alcaldía de Guadalajara desde la perspectiva de sus propuestas económicas con base en el contexto socioeconómico del municipio; cuestiona abiertamente el gasto publicitario y somete a la consideración del lector algunas interrogantes.

El penúltimo artículo, “Las aventuras de ‘Papá Leonel’, impune violador de la ley”, presenta un análisis sobre la presencia del Magistrado del Supremo Tribunal de Justicia de Jalisco (STJ), Jorge Leonel Sandoval Figueroa, padre del gobernador Jorge Aristóteles Sandoval Díaz, en el proceso electoral. Examina también su participación ilegal y violatoria de la Ley, así como las consecuencias negativas que ocasionó en los contendientes del PRI, y cuestiona y argumenta el estado de derecho en la entidad y la impunidad sobre el caso.

La edición del octavo informe cierra con el “Análisis de las elecciones en Jalisco del año 2015”, el cual ofrece un contexto documentado sobre la contienda en la entidad, así como un minucioso análisis sobre la situación de crisis por la que atraviesa el sistema político local. El estudio concluye críticamente sobre los saldos arrojados del proceso electoral ordinario 2014-2015 en el estado de Jalisco.

Con las investigaciones y los artículos de análisis integrados en esta publicación el equipo del Observatorio

de Medios del ITESO espera aportar nuevo conocimiento sobre la intrincada y compleja relación entre los sistemas mediático y político. Pretende ofrecer puntos de vista que dinamicen el debate, nutran la reflexión y enriquezcan los marcos de conocimiento sobre el entorno sociopolítico local. Es su propósito generar información sobre el papel de la comunicación en la construcción de la democracia, así como mantener el compromiso con la tarea de documentar algunas prácticas, procesos y productos del sistema de medios de comunicación en su contexto. Por último, espera que esta edición cultive el sentido de la memoria del devenir histórico como recurso de aprendizaje ciudadano en el proceso de democratización en el que nos encontramos. Para consulta en www.qmedios.iteso.mx, se encuentran a disposición los Informes *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco* de 2008 a 2015.

***I. El sistema de comunicación política
en las elecciones locales***

Cambios en el sistema de medios de comunicación de Jalisco en la coyuntura electoral 2015

SERGIO RENÉ DE DIOS CORONA
Y STEPHANIE MONTSERRAT IBARRA PALAFOX

Las elecciones intermedias de 2015 en Jalisco representaron un vuelco político en la entidad, en especial en el área metropolitana de Guadalajara (AMG). El bipartidismo se rompió luego de que los partidos Revolucionario Institucional (PRI) y Acción Nacional (PAN), que desde hacía décadas habían gobernado, uno u otro, las principales presidencias municipales metropolitanas, perdieron ante el avance del Partido Movimiento Ciudadano (PMC). Un fenómeno similar ocurrió con los distritos electorales estatales, en los que el partido naranja triunfó en casi la mitad. La otra sorpresa es que por primera ocasión un candidato independiente ganó en un distrito, el 10, que tradicionalmente era panista.

Durante los dos primeros meses de 2015 el sistema de medios del área metropolitana de Guadalajara lo integraban 45 periódicos, de los cuales 26 eran diarios; además de 36 revistas, 49 estaciones de radio y 20 estaciones de televisión, sin contar a los exclusivamente digitales. Las cifras son resultado de un censo elaborado para la investigación, lo cual se detalla más adelante.

En ese contexto político electoral y mediático, resultaba interesante para Q ITESO, Análisis crítico de me-

dios, investigar el sistema de medios de comunicación luego de que durante los periodos electorales éste suele registrar cambios que se advierten, entre otros indicadores, en el surgimiento de nuevos medios o bien en la modificación de sus espacios y tiempos. La presente investigación precisamente documentó los cambios que ocurrieron en los medios de comunicación del área metropolitana de Guadalajara durante el proceso electoral.

El proceso de investigación, su metodología y resultados se exponen enseguida:

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación comenzó con la búsqueda de respuesta a una interrogante:

¿Cómo está conformada la oferta de medios de comunicación del área metropolitana de Guadalajara?

A partir de ahí se trabajó en responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los nuevos medios y espacios informativos o de opinión que surgen en el sistema de comunicación masiva (prensa, radio y televisión) de Guadalajara, en el contexto del proceso electoral 2015 municipal, estatal y federal en Jalisco?
- ¿Cuáles son los nuevos medios de comunicación que surgen en Jalisco en el contexto del proceso electoral 2015? ¿Presentaron su política editorial para el periodo electoral? De ser así, ¿cuál fue ésta?

- ¿Cuáles son los nuevos espacios informativos o de opinión que surgen en Jalisco en su sistema de medios (prensa, radio y televisión) en el contexto del proceso electoral 2015?
- ¿Cuáles son los lineamientos editoriales de los nuevos medios y los nuevos espacios en el contexto del proceso electoral 2015?

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Identificar, recopilar y analizar críticamente la emergencia de nuevos medios y espacios de información o de opinión en el sistema de medios de comunicación de Jalisco en el contexto de las campañas políticas de 2015.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación constó de dos fases. En la primera se recopiló e identificó a los medios informativos impresos, radiofónicos y televisivos del área metropolitana. Con base en la anterior información, en la segunda fase se identificaron los nuevos espacios informativos o de opinión que surgieron en Jalisco en su sistema de medios (prensa, radio y televisión) en el contexto del proceso electoral 2015.

Primera fase

El documento integra los principales hallazgos del censo que se realizó de la prensa, la radio y la televisión del área metropolitana de Guadalajara, que se hizo del 24 de enero al 18 de febrero de 2015.

El estudio abarcó la recopilación y la identificación de medios informativos impresos, radiofónicos y televisivos del área metropolitana de Guadalajara. Como medios informativos impresos definimos a las publicaciones impresas que tienen determinada periodicidad e informan sobre acontecimientos diversos, con lo cual excluimos a los impresos comerciales no informativos.

El corpus lo integraron el conjunto de medios informativos (prensa escrita, radiodifusoras y televisoras) editados en el área metropolitana que estaban vigentes en enero y febrero de 2015.

Para efectos de este trabajo se entiende por unidad de análisis cada uno de los medios informativos locales identificados.

El método de búsqueda utilizado consistió en:

- Observación de campo y registro en tres de los puestos de periódicos más importantes del área metropolitana de Guadalajara, ubicados en el cruce de la avenida Américas y la calle Pedro Moreno; en Pedro Moreno y Colón, y en avenida Juárez y 16 de Septiembre, todos en Guadalajara.

Salvo en el último expendio, donde el voceador impidió el registro completo de los impresos, de los otros dos se obtuvo la información.

- Registro directo en el cuadrante de cada una de las estaciones radiofónicas que se escuchan en el área metropolitana, tanto de amplitud modulada (AM) como de frecuencia modulada (FM).
- Recopilación de datos en el sitio web del padrón nacional de medios de la Secretaría de Gobernación.

- Recopilación de datos en el sitio web de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión.
- Registro directo, en una televisión, de cada uno de los canales televisivos abiertos y de paga.
- Registro del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2014 del Instituto Nacional Electoral (INE).
- Registro en Google de los periódicos de Guadalajara.
- Registro en Facebook en busca de medios informativos.
- Registro del padrón de Infraestructura de Estaciones del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifotel).
- Padrón elaborado por estudiantes del periodo Otoño 2014 del Proyecto de Aplicación Profesional Q ITESO: Análisis Crítico de Medios.
- Consulta a periodistas locales, como informantes clave, para precisar algunos datos.

Una vez identificados y registrados los medios se diseñó una matriz de codificación en Word para su correspondiente procesamiento.

Resultados de la primera fase

En la tabla 1.1 se presentan los principales hallazgos.

Sin incluir a tres periódicos impresos de reciente aparición en ese periodo, en el área metropolitana de Guadalajara entonces circulaban 45 periódicos, dato que se obtiene de cruzar los distintos registros obtenidos en la investigación.

De los 45 periódicos, 26 son diarios, dos se ofrecen tres días a la semana, cuatro solo cinco días a la semana, uno se publica seis días por semana, diez son semanarios, uno es

TABLA 1.1 PERIÓDICOS QUE CIRCULAN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Febrero 2015	
Nombre	Periodicidad
<i>Capital</i>	Lunes-viernes
<i>Excélsior</i>	Diario
<i>El Universal</i>	Diario
<i>El País</i>	Diario
<i>Estadio</i>	Diario
<i>Unomásuno</i>	Diario
<i>La Razón</i>	Diario
<i>El Economista</i>	Lunes-viernes
<i>The News</i>	Lunes-viernes
<i>Ovaciones</i>	Diario
<i>La Crónica de México</i>	Diario
<i>El Sol de México</i>	Diario
<i>El Financiero</i>	Diario
<i>Reforma</i>	Diario
<i>Récord</i>	Diario
<i>Reporte Índigo Guadalajara</i>	Lunes-viernes
<i>Polideportivo</i>	Lunes-miércoles-viernes
<i>El Informador</i>	Diario
<i>Occidental</i>	Diario
<i>Esto</i>	Diario
<i>Milenio Jalisco</i>	Diario
<i>Metro</i>	Diario
<i>Página 24</i>	Diario
<i>Mural</i>	Diario
<i>La Prensa</i>	Diario
<i>La Jornada Jalisco</i>	Diario

TABLA 1.1 CONTINUACIÓN

Febrero 2015	
Nombre	Periodicidad
<i>Crónica Jalisco</i>	Diario
<i>Tribuna Libre</i>	Semanario
<i>Buenas Noticias</i>	Mensual
<i>El Sol de Guadalajara</i>	Diario
<i>Metro</i>	Diario
<i>Más por Más Edición Guadalajara</i>	Diario
<i>El Tren</i>	Lunes-miércoles-viernes
<i>Publimetro Edición Guadalajara</i>	Lunes-sábado
<i>24 Horas</i>	Diario
<i>Semanario del Arzobispado de Guadalajara</i>	Semanario
<i>La Gaceta de la Universidad de Guadalajara</i>	Semanario
<i>Conciencia Pública</i>	Semanario
<i>Guadalajara Reporter</i>	Semanario
<i>Zeta</i>	Semanario
<i>Crítica</i>	Semanario
<i>Trayecto Informativo</i>	Semanario
<i>Semanario Informante</i>	Semanario
<i>El Respetable</i>	Semanario
<i>Mi Pueblo Vida y Expresión de la Providencia</i>	Bimensual

mensual y uno bimensual. Los 26 diarios representan casi 58% del total de la oferta en el AMG.

De los 45 periódicos, 15 provienen de la Ciudad de México y uno de Tijuana, y representan 33% del total; es decir, una tercera parte. Los restantes 29 son editados en el AMG, salvo uno de la ribera de Chapala, y significan 64%. Es decir, que uno de cada tres periódicos se edita en la capital del país.