

"Equidad y determinancia del modelo de comunicación política en elecciones federales: el caso de 2015"

Por:

Lic. Alejandro Vergara Torres

Mtro. Patricio Ballados Villagómez

Introducción

En México, el acceso a la radio y televisión de los partidos políticos y sus candidatos, así como de los candidatos independientes, está regulado desde la Constitución. A partir de 2009 este acceso -durante el proceso electoral- se concreta mediante la utilización de los tiempos del Estado correspondientes a 48 minutos diarios que administra el Instituto Nacional Electoral en cada canal de televisión y estación de radio a nivel nacional. De esta manera, el Estado establece las reglas de acceso a los medios de comunicación masiva bajo criterios de equidad y racionalidad garantizando así que ningún partido político o candidato independiente quede sin cobertura en los medios de comunicación del país.

Sin embargo, la presencia de los partidos y candidatos en la radio y televisión no se limita a los tiempos del Estado que administra el INE sino que también se accede a estos medios, aunque de manera indirecta, a partir de la cobertura noticiosa que los medios efectúan durante los procesos electorales. Como en cualquier país de convicciones democráticas, en México se considera que los medios de comunicación desarrollan un importante papel en la vida política y electoral, ya que a través de ellos los actores políticos pueden manifestar sus planteamientos de cara a la sociedad. En este sentido, los medios de comunicación son el puente que permite acerca a los candidatos y a la sociedad.

Así, los medios electrónicos de comunicación desempeñan un papel trascendente en los procesos electorales, pues más allá del rol informativo podrían convertirse en formadores o transformadores de opinión e incidir en el sentido de la preferencia que asumen los ciudadanos antes, durante y después de cualquier jornada electoral. Siendo conscientes de este hecho, desde 1994 la legislación electoral prevé un marco institucional que promueve que la cobertura noticiosa de los hechos y acontecimientos políticos durante los procesos electorales se desarrolle en un ambiente de equidad y pluralidad.

Así pues, el monitoreo de noticieros que realiza el INE es la herramienta clave con que cuenta la autoridad electoral y la ciudadanía, que sin ser un ejercicio vinculante, promueve en los medios de comunicación una cobertura del acontecimiento electoral dentro de márgenes de imparcialidad y equilibrio. De esta manera, se pretende que el monitoreo sea un instrumento que incida positivamente en el trato que den los responsables de comunicar las noticias en

radio y la televisión a la información de campaña de los partidos políticos y candidatos independientes.

Para el presente Proceso Electoral Federal 2014-2015 el monitoreo de noticieros comprendió las etapas de precampaña y campaña electorales. Sin embargo, esta reflexión se centra únicamente a la etapa de campañas. En este sentido, el presente busca reflexionar sobre los resultados más relevantes del monitoreo de noticieros en la campaña federal, y analizar y contrastar dichos datos con los correspondientes al tiempo en radio y televisión en comparativa con las prerrogativas constitucionales y, por último, con los resultados electorales de la elección federal.

Para lo anterior, a partir de la reflexión de los resultados obtenidos se intenta responder a preguntas como las siguientes:

- ¿Qué resultados arroja la cobertura noticiosa?
- ¿Existió igualdad en el tratamiento que dieron los medios a las campañas electorales?
- ¿Cómo se observan las valoraciones positivas o negativas al dar las noticias?
- ¿Los tiempos constitucionales otorgados en radio y televisión guardan sintonía con los tiempos de la cobertura noticiosa?
- ¿Es posible vincular el tiempo de exposición en medios de comunicación de los partidos políticos con los resultados electorales?

Para responder los cuestionamientos planteados la información se divide en los siguientes apartados:

- I. Antecedentes y resultados del monitoreo de noticieros
- II. Tiempo otorgado en radio y televisión a través de los tiempos del Estado
- III. Presencia en medios de comunicación y los resultados electorales
- IV. Conclusiones

I. Antecedentes y resultados del monitoreo de noticieros

En cada proceso electoral federal, el Instituto Nacional Electoral realiza un monitoreo a los medios de comunicación, cuyo propósito es conocer la forma en que los principales noticieros de la radio y televisión del país dan cobertura a las campañas electorales federales, con la finalidad de conocer el espacio otorgado a las y los precandidatos, las y los candidatos de partido político e independientes.

Esta labor se realiza desde el año de 1997 y desde el 2009 se ha contado con el apoyo y colaboración de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Para ello, se integra un equipo de académicos especialistas en el área de la comunicación, así como estudiantes de dicha institución, quienes tienen la labor de analizar las notas periodísticas de los noticieros que conforman el catálogo aprobado y aplicar la metodología que emite el Consejo General del INE para su valoración.

La metodología que se utiliza para realizar dicho monitoreo se construyó con base en la experiencia del Proceso Electoral Federal 2011-2012 así como con el Acuerdo INE/CG133/2014 aprobado por el Consejo General el 20 de agosto de 2014, mediante el cual se aprobaron los Lineamientos Generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomiendan a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes.

En esencia, la metodología permite conocer de los noticieros y la cobertura del proceso electoral: el número de menciones; los tiempos de transmisión; la ubicación dentro de las notas; recursos técnicos utilizados para exponer la nota; y el sentido de valoración que se identifica al interior de las notas.

En el caso del Proceso Electoral Federal 2014-2015, este monitoreo dio seguimiento puntual durante las campañas electorales a 493 noticieros de radio y televisión de todo el país, tanto nacionales como locales, así como a 10 programas de espectáculos (5 de radio y 5 de televisión) con mayor nivel de audiencia a nivel nacional.

La metodología que se aplica valora principalmente dos aspectos de la cobertura noticiosa. La primera, es el tiempo que los noticieros dedican a cada partido político o candidato. La segunda es la revisión de la nota informativa para observar si ésta se acompaña de valoraciones negativas o positivas. Sobre este monitoreo, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales emite informes semanales y acumulados que dan cuenta de los resultados.

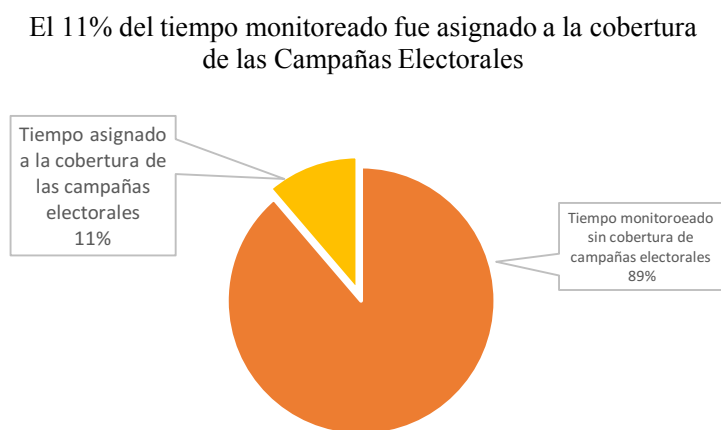
La importancia del monitoreo de noticieros reside en que promueve una cobertura noticiosa con equidad y equilibrio, ya que incentiva que los programas noticiosos difundan

información de todos los partidos y candidatos, sin excluir a alguno, con lo cual se logra que la ciudadanía cuente con medios informativos más plurales.

A continuación se presenta la información que nos permita en primer lugar responder a cada una de las preguntas previamente planteadas como punto de partida hacia una reflexión más profunda al respecto:

- **¿Qué resultados arroja la cobertura noticiosa?**

El monitoreo realizado durante las campañas electorales, permite conocer el tiempo que los espacios noticiosos dedicaron a la cobertura del proceso electoral. En este sentido, durante la campaña electoral, el tiempo total monitoreado fue de **26,627 horas y 32 minutos**, dentro del cual, se identificó que el tiempo otorgado a la cobertura de las campañas electorales fue de **2,997 horas, 15 minutos, 15 segundos**.



GRÁFICA 3
TIEMPO DE MONITOREO TOTAL Y TIEMPO OTORGADO
A LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

De acuerdo a la metodología aprobada, el monitoreo parte de una unidad de análisis denominada pieza de monitoreo.¹ En este sentido, el monitoreo registró un total de **95,349** piezas de monitoreo en general para todos los partidos o coaliciones, de las cuales, 82,437 corresponden a radio y 12,912 a televisión.

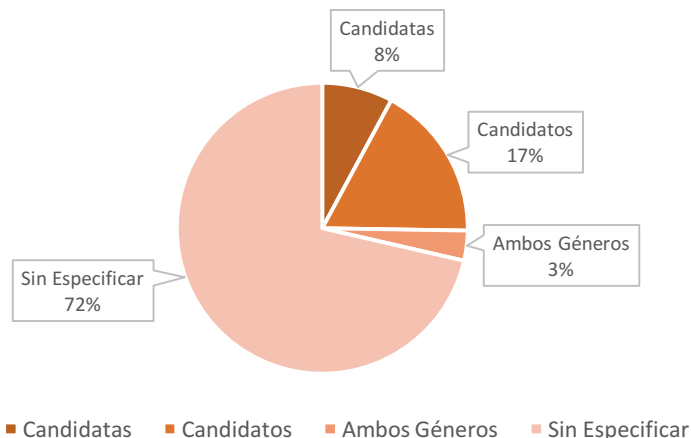
¹ Pieza de monitoreo. Unidad de análisis que contiene todas las variables, es decir, la fracción o las fracciones generadas por la división de la información presentada a lo largo de la transmisión del noticiero. En la nomenclatura de esta metodología pieza de monitoreo equivale a mención.

Pieza informativa. Unidad completa de información que se define por las características propias del género periodístico del que se trate. Por ejemplo, un reportaje puede presentarse en el cuerpo del noticiero y en el resumen informativo. En ese caso, se trata de una sola pieza informativa pero se toman como dos piezas de monitoreo porque se suman los tiempos que haya registrado en ambos casos, lo cual permite una mayor precisión.

El género periodístico más utilizado en ambos medios fue la nota informativa.

Ahora bien, de las 95,349 piezas de monitoreo en radio y televisión, se registraron 7,502 piezas de monitoreo para candidatas y 16,581 para candidatos; 3,173 piezas de monitoreo se dedicaron a ambos y 68,093 piezas de monitoreo no incluyeron especificación de género, como se aprecia en la siguiente gráfica.

En su mayoría no se especifico el género de los sujetos de la pieza de monitoreo



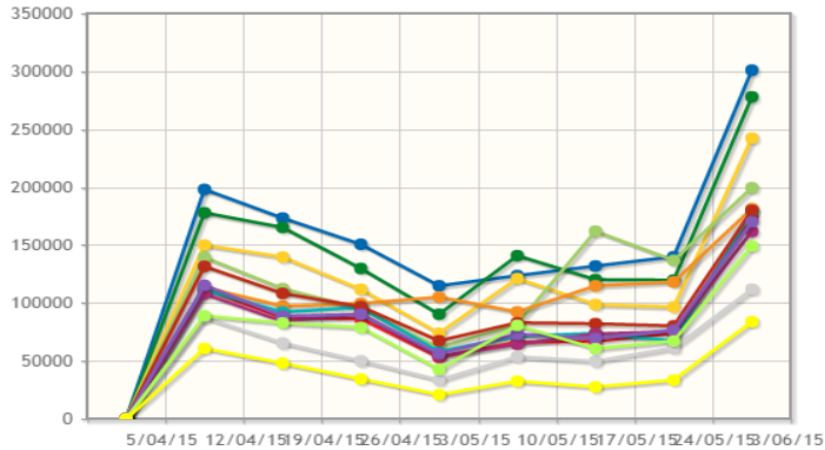
GRÁFICA 4
PIEZAS DE MONITOREO POR GÉNERO

Se registraron también 98 piezas de monitoreo en general para todos los partidos o coaliciones en los programas de Espectáculos y Revista, de las cuales 82 corresponden a radio y 16 a televisión.

El tiempo total otorgado a las campañas en los programas de espectáculos y revista fue de 4 horas, 48 minutos, 39 segundos.

Ahora bien, el tiempo de monitoreo otorgado a la cobertura de las campañas, fue distribuyéndose durante la duración de las campañas de la siguiente manera:

Tiempo de cobertura de campañas por periodo



GRÁFICA 5
TIEMPO DEL MONITOREO

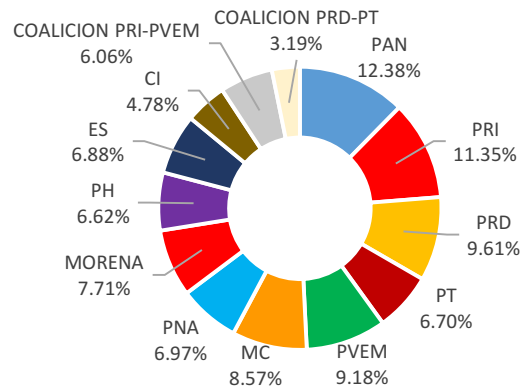
La gráfica 5, muestra que la cobertura del monitoreo despuntó una vez que iniciaron las campañas electorales, pero fue disminuyendo una vez que fue desarrollándose dicha etapa electoral. Nuevamente hacia el cierre del periodo, del 24 de mayo al 3 de junio, la cobertura noticiosa cobró relevancia.

- **¿Existió igualdad en el porcentaje de tiempo que dieron los medios a los actores dentro de las campañas electorales?**

Para poder determinar si existieron condiciones de igualdad en la cobertura noticiosa es indispensable que se cumpla con dos premisas: la primera es que todos los partidos políticos hayan sido incluidos en las transmisiones de los programas noticiosos y la segunda, que la participación de todos los partidos y actores políticos haya sido razonablemente igualitaria. En virtud de que el tiempo que destinan los noticiarios a las campañas no están sujetos a regulación alguna, se entiende que **el trato igualitario guarda relación entre el tiempo que se otorga dividido entre el número de actores involucrados en la contienda**. Por lo tanto, si para el PEF 2014-2014 existió una participación a nivel federal de 13 actores, integrados por 10 partidos políticos, 2 coaliciones y los candidatos independientes, significaría que los medios debieran otorgar a cada uno de estos un porcentaje que ronde alrededor del a) **7.69%** del tiempo otorgado total para poder decir que se otorga un trato estrictamente igualitario a cada uno de ellos, o bien del b) **9.09%** si los porcentajes otorgados a las dos coaliciones se le distribuyen por igual a cada uno de los partidos políticos que las integran.

Durante las campañas federales el porcentaje de tiempo otorgado a cada uno de los 13 actores involucrados fue el siguiente:

Tiempo total dedicado a cada actor político



GRÁFICA 1
TIEMPO DE MONITOREO POR ACTOR POLÍTICO

Con el objetivo de poder comparar la diferencia entre los partidos políticos sin distingo de la coalición de la cual formaban parte es importante realizar un análisis más detallado identificando el porcentaje de tiempos otorgado para los 13 y para los 11 actores, de lo cual se identifica lo siguiente:

CUADRO 1
COMPARATIVO DESCENDENTE DE PORCENTAJES DE TIEMPO
EN EL PEF 2015 CONSIDERANDO 13 Y 11 ACTORES

13 ACTORES (promedio 7.69%)		11 ACTORES (promedio 9.09%)	
Partido	Porcentaje	Partido	Porcentaje
PAN	12.38	PRI	14.38
PRI	11.35	PAN	12.38
PVEM	9.18	PVEM	12.21
PRD	9.61	PRD	11.21
MC	8.57	MC	8.57
MORENA	7.71	PT	8.30
PNA	6.97	MORENA	7.71
ES	6.88	PNA	6.97
PT	6.70	ES	6.88
PH	6.62	PH	6.62
PRI-PVEM	6.06	CI	4.78
CI	4.78	PRI-PVEM	-
PRD-PT	3.19	PRD-PT	-

	Arriba del promedio
	Debajo del promedio

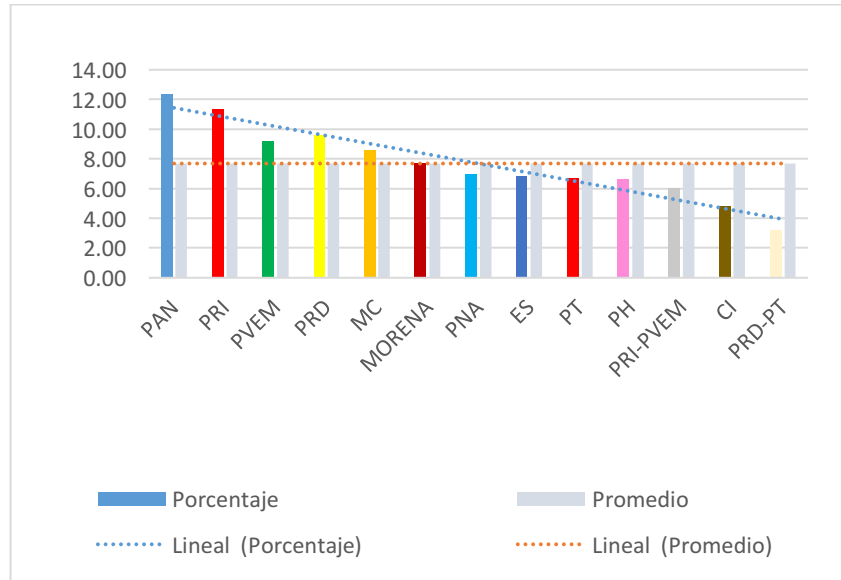
Fuente: Informes de monitoreo elaborados por la FCPyS de la UNAM para el monitoreo de noticiarios del PEF 2015

Como se observa en el cuadro 1, el tiempo de transmisión se concentró de manera importante en los partidos de mayor votación, de tal suerte que el **58.80%** del tiempo en radio y televisión, fue dedicado a la cobertura del PAN, PRI, PVEM, PRD, MC y MORENA considerando los 13 Actores y el **50.18%** del tiempo para el PRI, PAN, PVEM y PRD considerando los 11 Actores.

Asimismo, considerando a los 13 Actores, 6 partidos políticos superan el promedio de tiempo igualitario del 7.79%: PAN, PRI, PVEM, PRD, MC y MORENA, sin embargo al distribuir el tiempo otorgado a las coaliciones entre los partidos que las conforman en donde el promedio de tiempo es del 9.09% para los 11 Actores, siendo sólo 4 los partidos políticos los cuales tienen una presencia en porcentaje de tiempo mayor al promedio: PRI, PAN, PVEM

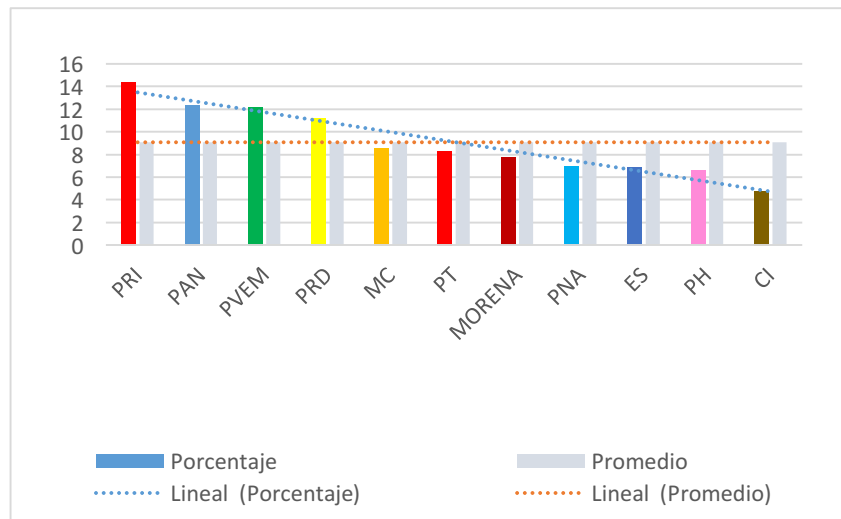
y PRD. Lo cual se vuelve más ilustrativo si lo mostramos la relación lineal que guarda cada partido político con respecto al promedio como se observa en las siguientes gráficas:

Porcentaje de tiempo otorgado



GRÁFICA 2

PORCENTAJE DE TIEMPO CONSIDERANDO A LOS 13 ACTORES



GRÁFICA 3
PORCENTAJE DE TIEMPO CONSIDERANDO A LOS 11 ACTORES

A partir del análisis de la gráfica 1, 2 y 3, y tomando como información la correspondiente a los 11 Actores observamos lo siguiente:

1. Todos los partidos políticos y candidatos tuvieron participación en la cobertura noticiosa.
2. La mayor parte de la cobertura noticiosa se otorgó a los partidos con mayor votación histórica (PAN, PRI, PVEM y PRD)
3. MC y PT estuvieron muy cerca del promedio, por debajo del mismo por menos del 1% del tiempo otorgado, .52% y .79% respectivamente.
4. MORENA por debajo del promedio en un 1.38%.
5. PNA, ES y PH por debajo del promedio 2.12, 2.21 y 2.47% respectivamente.
6. Los candidatos independientes 4.09% por debajo del promedio.
7. La desviación estándar en 2015 fue de 2.99.

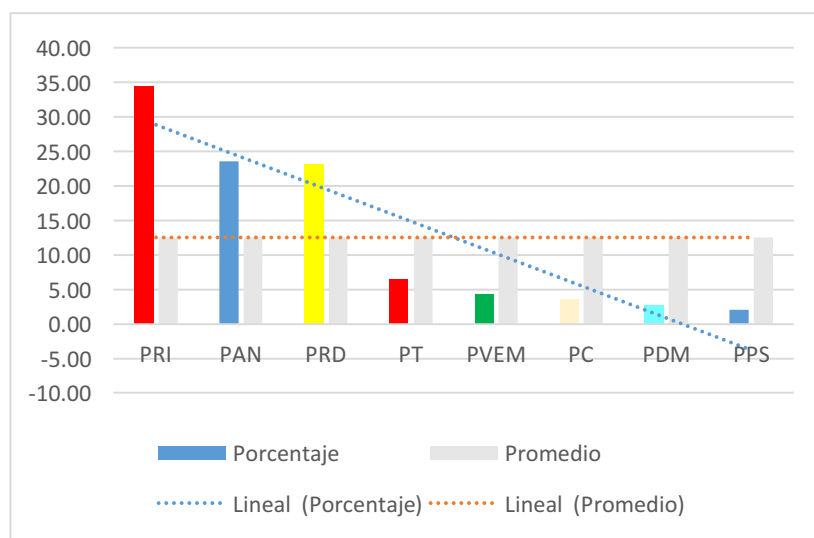
Ahora bien, respondiendo a la pregunta de si ¿Existió igualdad en el porcentaje de tiempo que dieron los medios a los actores dentro de las campañas electorales? Podemos decir que no, sin embargo la desviación estandar nos indica que no existe una dispersión tan amplia entre el promedio esperado y el porcentaje final otorgado a cada uno de los actores que intervinieron en las campañas federales, por lo cual podemos decir que si bien no es totalmente igualitario, el tratamiento que otorgan los medios ha privilegiado un tratamiento igualitario a los actores políticos, fomentando la igualdad.

Este argumento puede verse fortalecido si comparamos los resultados de 2015 con algún ejercicio previo, por lo tanto, y para poder confirmar esto, a continuación comparamos esta información contra el ejercicio realizado en el Distrito Federal y a nivel nacional en 1997 para así identificar qué tanto han variado estos resultados, e identificar información adicional que pueda mostrarnos de mejor forma la igualdad que se otorga a los partidos políticos y candidatos independientes dentro de los noticiarios en 2015.

CUADRO 2
COMPARATIVO DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL MONITOREO REALIZADO
EN EL DISTRITO FEDERAL Y A NIVEL NACIONAL EN 1997

Partido	Distrito Federal		Nacional		Porcentaje
	Radio	Televisión	Radio	Televisión	
PRI	29.50	24.08	42.77	41.32	34.42
PAN	26.73	23.94	22.65	20.86	23.55
PRD	27.64	24.83	22.07	17.71	23.06
PT	4.37	5.64	5.47	10.37	6.46
PVEM	4.71	7.65	2.45	2.28	4.27
PC	3.71	5.18	1.75	3.53	3.54
PDM	2.11	5.08	1.39	2.02	2.65
PPS	1.24	3.61	1.45	1.91	2.05

Fuente: Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, Anteproyecto Monitoreo de noticieros de radio y televisión sobre los tiempos dedicados a cada partido político durante las campañas electorales de los partidos políticos en el año 2000, 14 de abril de 1999, p. 5.



GRÁFICA 4
PORCENTAJE DE TIEMPO EN 1997

Como se observa en el cuadro 2, el tiempo de transmisión se concentró de manera importante en los tres partidos de mayor votación, de tal suerte que el **81.03%** del tiempo en radio y televisión, fue dedicado a la cobertura del PAN, PRI y PRD, mientras que en 2015 esto apenas alcanzó el **50.18%** para el PRI, PAN, PVEM y PRD, correspondiendo al PAN, PRI

y PRD sólo el **33.34%** del total del tiempo monitoreado, menos de la mitad del tiempo que en 1997.

En 1997 se identifica una desviación estandar de 12.56, mientras que en 2015 el valor es tan solo de 2.99, lo cual refleja el grado de dispersión respecto al promedio ideal de tiempo que otorgaría igualdad a todos los actores que se encuentran en contienda, por lo cual podemos afirmar que hoy en día existe un tratamiento mucho más igualitario que hace 15 años.

Así se puede afirmar que en términos generales, es decir, en datos acumulados, sí existieron condiciones de igualdad en la cobertura noticiosa, y que hoy como sociedad contamos con un acceso a los noticiarios mucho más equilibrado que en el pasado. Un modelo perfectamente igualitario es imposible, en razón de que las noticias no se presentan por igual a los diferentes actores, sino que mucho depende las situaciones que se presentan durante las campañas, lo que favorece hablar más de un contendiente, ya sea de manera positiva o negativa. Por lo tanto, en términos de igualdad, y de seguir así el modelo en México está muy cerca de lograrlo.

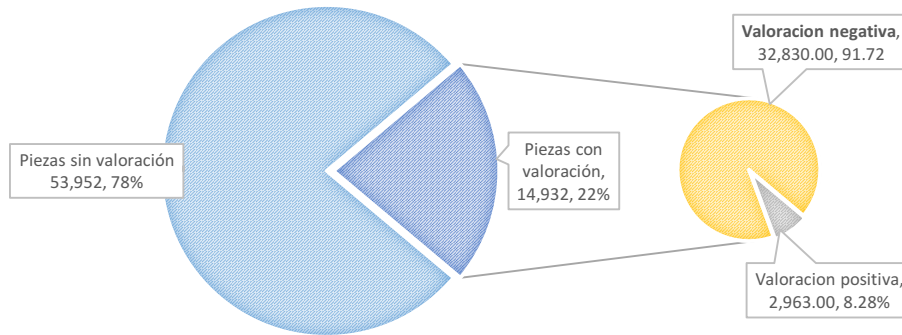
- **¿Cómo se observan las valoraciones positivas o negativas al dar las noticias?**

Uno de los aspectos a destacar de la metodología del monitoreo de noticieros es que permite conocer si la nota informativa presenta algún tipo de adjetivación, es decir, se califica si las notas informativas presentan frases o palabras con una connotación positiva o negativa.

De acuerdo a la información presentada por la UNAM, a las **75,959** piezas informativas transmitidas en radio y televisión para candidatas y candidatos federales, se restaron las que corresponden a los géneros “opinión y análisis”, y “debate” en virtud de que estos generos no son considerados para ser valorados con base en la metodología aprobada, resultando una cifra final de **68,884** piezas informativas a ser valoradas. Sobre este universo, 53,952 (78.32%) no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticiarios, lo que si aplica para las 14,932 (21.68%) piezas informativas restantes.

Al interior de estas 14,932 piezas informativas con alguna valoración, se identificaron un total de 2,963 valoraciones positivas y 32,830 valoraciones negativas. Dicho número se incrementa en razón de que una pieza informativa puede incluir más de una frase o adjetivo con connotación positiva o negativa. La gráfica siguiente nos muestra las valoraciones identificadas en las piezas informativas analizadas:

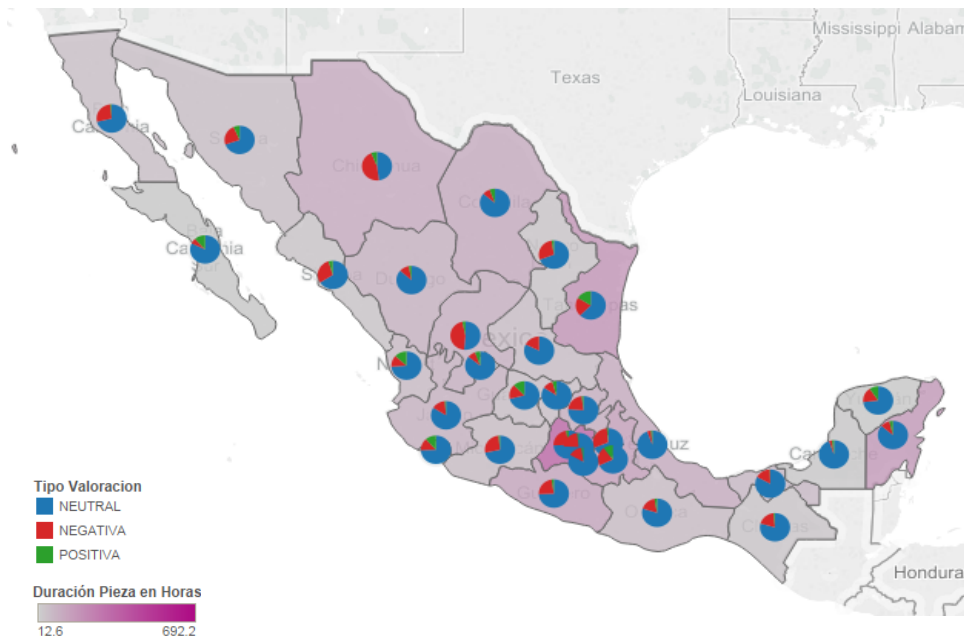
Valoración de las piezas monitoreadas



GRÁFICA 6
VALORACIÓN DE LAS PIEZAS MONITOREADAS

Si bien el total de las piezas informativas con valoraciones solo representa el 22% del total de piezas monitoreadas, es de resaltar que el **91.72%** de ellas registró valoraciones negativas. A continuación se presenta de manera gráfica el sentido de las valoraciones que se integraron por entidad federativa, distinguiéndose el grado de valoración que otorgaron los medios de comunicación en cada entidad a sus candidatos y actores en contienda:

Valoraciones a nivel estatal



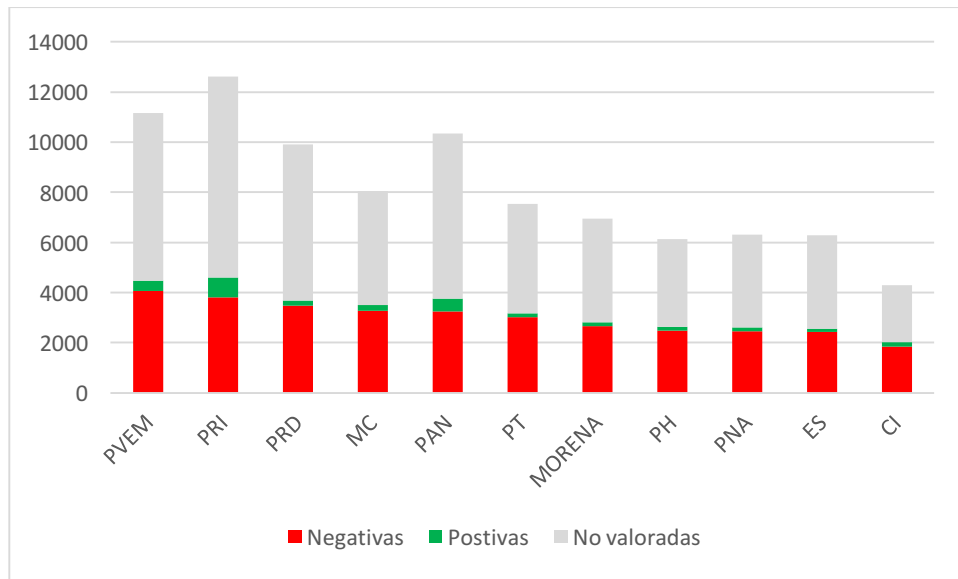
GRÁFICA 8

VALORACIONES ACUMULADAS POR ENTIDAD FEDERATIVA

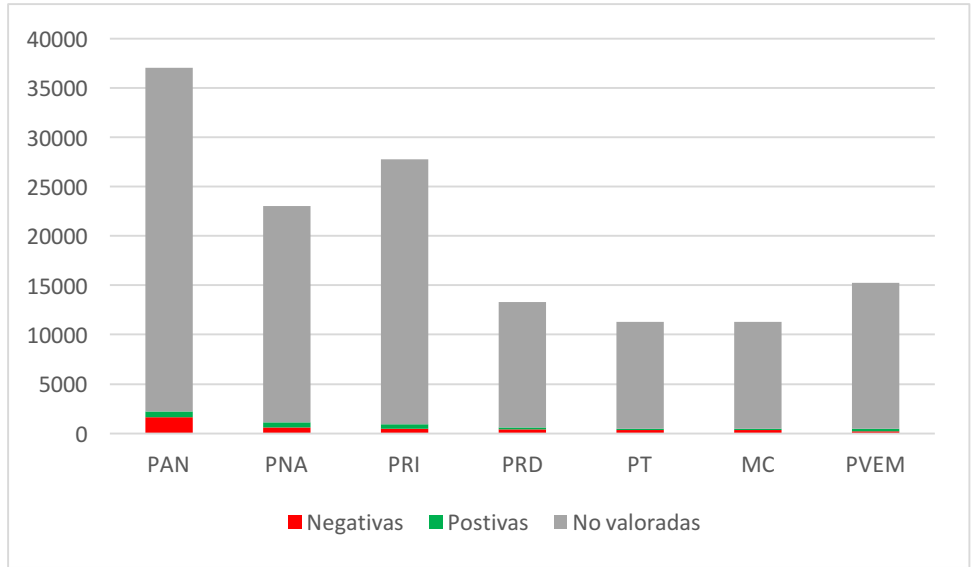
Fuente: Base de Datos publicada en el Portal para el monitoreo de noticiarios del PEF 2015 <https://monitoreo2015.ine.mx>

Esto aumenta de importancia, si contrastamos estos datos con los obtenidos en el monitoreo del Proceso Electoral Federal de 2012. En dicho proceso electoral, las piezas con valoraciones negativas fueron mucho menores, como se observa en el Cuadro 2, siendo que el universo de piezas monitoreadas fue mayor.

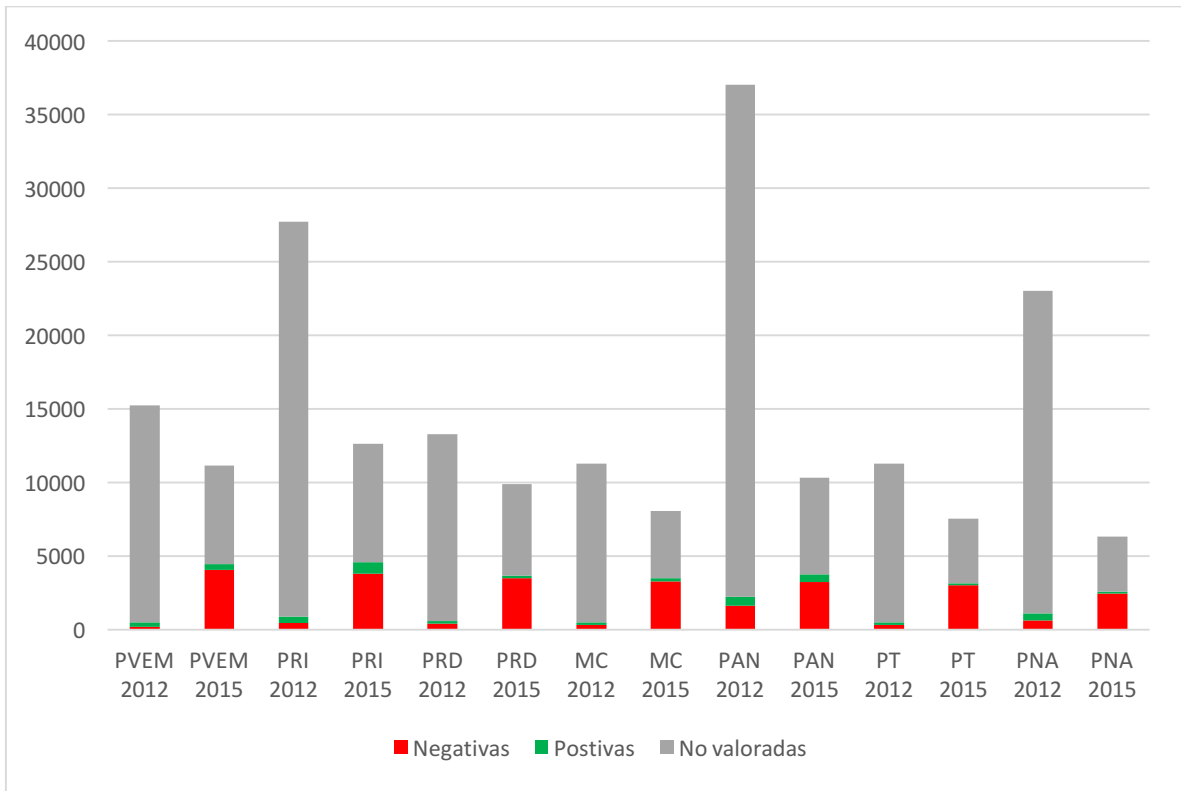
VALORACIONES EN 2015



VALORACIONES EN 2012



COMPARATIVO DE VALORACIONES 2012 VS. 2015



GRÁFICA 7
VALORACIÓN DE LAS PIEZAS MONITOREADAS 2012 Y 2015

Por lo tanto, el hecho de observemos que se le destine mayor tiempo o menciones a un determinado actor en los noticiarios esto no implica que se hable de ellos positivamente sino también significa que se habla de ellos de manera negativa, y esto tampoco implica que tendrá

afectación significativa en el sentido de la votación como podremos ver más adelante. Esto habla de la percepción que tiene la sociedad hacia los partidos políticos, la cual ha cambiado sustancialmente de 2012 a 2015 en sentido negativo y de manera significativa.

II. El tiempo en radio y televisión a través de los tiempos del Estado.

- **¿Los tiempos constitucionales otorgados en radio y televisión guardan sintonía con los tiempos de la cobertura noticiosa?**

El acceso a la radio y televisión por parte de partidos políticos y candidatos, se materializa de manera indirecta, a través de la cobertura noticiosa de las campañas electorales, y de manera directa, a través del ejercicio de las prerrogativas constitucionales de acceso a radio y televisión mediante los tiempos del Estado.

En este tenor, en tiempos electorales, el INE administra 48 minutos diarios en cada una de las emisoras de radio y televisión que existen en el país. Estos minutos son distribuidos entre los partidos políticos, candidatos independientes y autoridades electorales, conforme a lo que establece la legislación electoral para cada una de las etapas del proceso electoral.

Para el caso que nos ocupa, en el siguiente cuadro (3) se detalla el número de promocionales pautados para cada partido político en radio y televisión durante la etapa de campaña electoral, así como su equivalente en horas, tomando en cuenta que la duración de cada promocional es de 30 segundos.

CUADRO 3
ASIGNACIÓN DE PROMOCIONALES PAUTADOS POR ACTOR POLÍTICO

Partido	Pautados	Tiempo (Horas)
PAN	1,732,629	14,439
PRI	2,032,196	16,935
PRD	1,224,201	10,202
PT	474,369	3,953
PVEM	569,084	4,742
MC	457,470	3,812
PNA	463,077	3,859
MORENA	225,621	1,880
PH	225,254	1,877
ES	225,499	1,879
Candidatos Independientes	92,192	768
Total	7,721,592	64,346

Fuente: Sistema Integral de Verificación y Monitoreo del INE

El tiempo que tienen los partidos políticos y candidatos en radio y televisión a través de los espacios de la pauta, presenta características que pueden ser semejantes a la cobertura noticiosa, por las siguientes razones.

1. Los promocionales que son difundidos por los partidos políticos presentan entre si valoraciones positivas, negativas y también neutrales, al igual que los noticieros.
2. Se transmiten en los horarios estelares y no estelares al igual que sucede con los noticieros.
3. La cobertura es nacional al igual que en los noticieros.
4. No presentan un contenido informativo profundo al igual que en los noticieros
5. Se utilizan diversas herramientas comunicativas, (imagen, cita, solo voz) al igual que en los noticieros.

Por estas razones, es factible considerar que tanto la cobertura noticiosa como los promocionales pautados, en su conjunto integran la presencia mediática de los partidos y candidatos en la radio y televisión del país. Por ello, para este análisis, consideraremos el tiempo de exposición en radio y televisión por ambas vías, como parte del tiempo total que tuvo cada partido político durante las pasadas campañas federales.

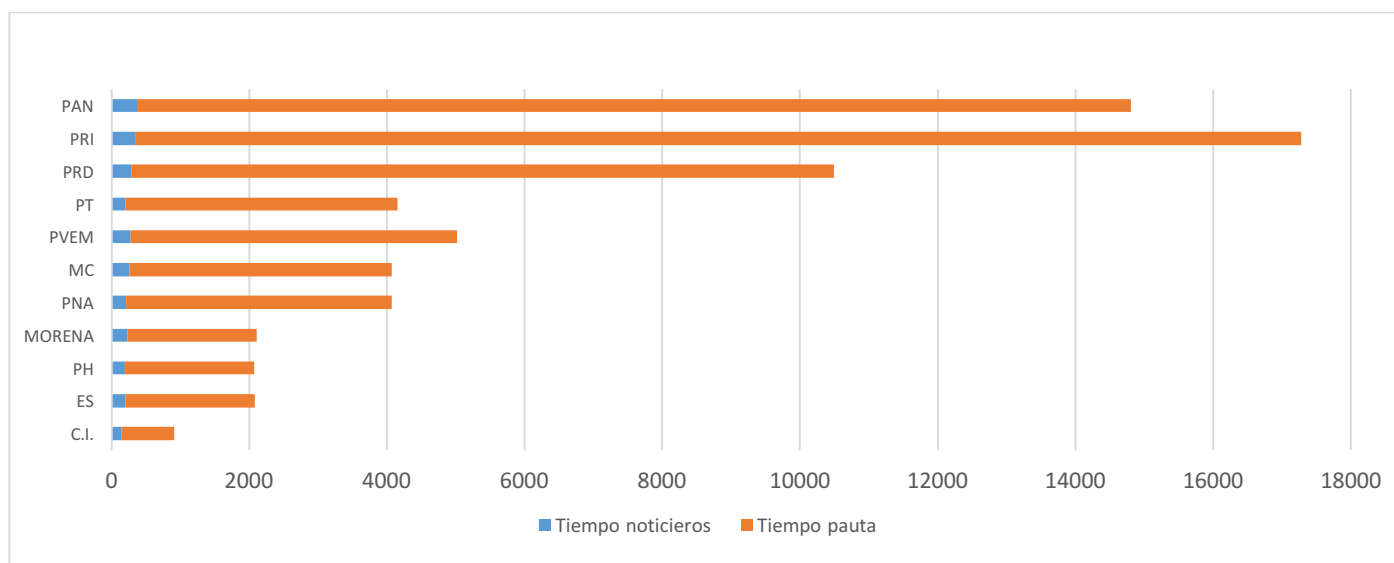
En esta lógica, el siguiente cuadro (4), muestra el tiempo total en horas, que tuvo cada partido político en radio y televisión por ambas vías.

CUADRO 4
TIEMPO ACUMULADO EN RADIO Y TELEVISIÓN POR PARTIDO POLÍTICO

Partido	Tiempo noticieros	Tiempo pauta electoral	Total
PAN	371.10	14,439	14,810.1
PRI	340.14	16,935	17,275.14
PRD	287.59	10,202	10,489.59
PT	200.43	3,953	4,153.43
PVEM	275.16	4,742	5,017.16
MC	256.57	3,812	4,068.57
PNA	208.54	3,859	4,067.54
MORENA	231.10	1,880	2,111.1
PH	198.20	1,877	2,075.2
ES	206.08	1,879	2,085.08
Candidatos Independientes	143.14	768	911.14
Total	2718.05	64,355	64,355

Fuente: Elaboración propia

Horas acumuladas en noticieros y tiempos de prerrogativas por partido político



GRÁFICA 9
TIEMPO DE RADIO Y TELEVISIÓN ACUMULADOS

Como se observa en el cuadro 4 y gráfica 6, el tiempo de radio y televisión de las prerrogativas constitucionales, es muchísimo mayor en términos reales que el tiempo dedicado en los noticieros monitoreados.

Sin embargo, la proporción que se registra para cada partido no es la misma en el tiempo de noticieros que en el tiempo de prerrogativas. Evidentemente la distribución de tiempo en los noticieros resultó ser más equitativa que la distribución del tiempo de las prerrogativas, sin que pudiera identificarse alguna tendencia que pudiera alterar el porcentaje de exposición que guardan los partidos políticos con base en sus prerrogativas.

Si a esto añadimos que la aparición en los espacios noticiosos agregó valoraciones negativas en su gran mayoría, y de manera similar a los diversos partidos políticos.

III. La presencia en medios de comunicación y los resultados electorales.

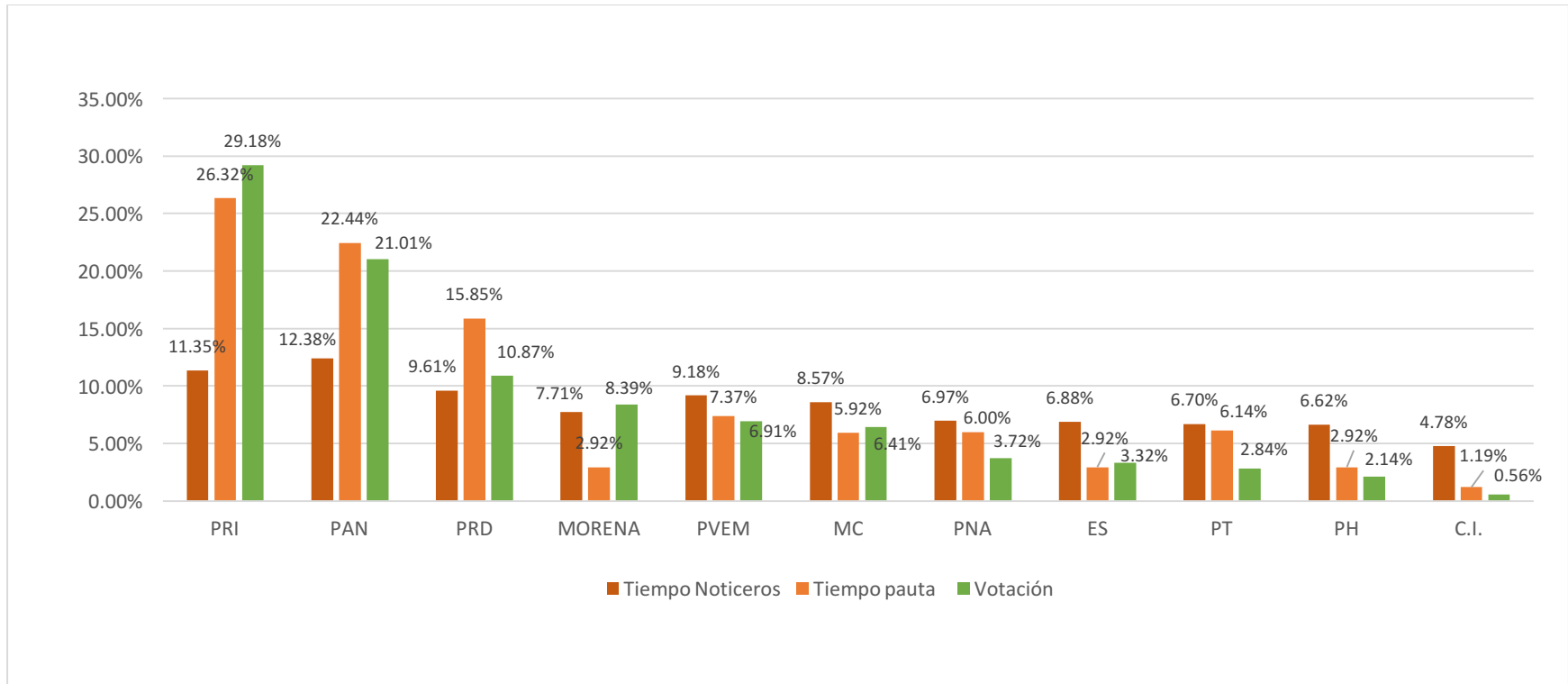
- **¿Es posible vincular el tiempo de exposición en medios de comunicación de los partidos políticos con los resultados electorales?**

El tercer aspecto de este análisis busca responder las preguntas anteriormente planteadas, respecto a qué se puede observar en relación al tiempo en radio y televisión y los resultados electorales recientemente acontecidos.

Si bien la discusión en torno a la influencia de los medios de comunicación en las preferencias electorales es amplia, no podemos negar la influencia de los medios de comunicación, que alcanza su grado máximo tratándose de la televisión, y su relevancia como fuente de información política en la sociedad contemporánea. Hasta el punto de poder hablar, como lo hace Sartori, de telecracia, aludiendo con ello a que “la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral o en la forma de ayudar a vencer al vencedor”.²

² Sartori, G., Partidos y sistemas de partidos, Alianza Editorial, Madrid, 1999, pág. 66

Porcentajes de cobertura en noticieros, pauta y votación para cada partido político



GRÁFICA 10
PORCENTAJE DE TIEMPO DE RADIO Y TELEVISIÓN ACUMULADOS Y PORCENTAJE DE VOTACION OBTENIDO

La gráfica anterior (10) resulta ilustrativa en función de que representa los porcentajes obtenidos por cada partido político, en cada una de las variables consideradas: porcentaje de tiempo dedicado en los noticieros monitoreados; porcentaje de tiempo acumulado de la pauta electoral; y, porcentaje de votación obtenido.

De la revisión de esta gráfica, destaca el hecho de que los tres partidos con mayor votación histórica, (PRI, PAN, PRD) tuvieron mayor exposición en los medios de comunicación e igualmente mayor cantidad de votos en esta elección, no así de manera proporcional. Sin embargo, el partido MORENA, obtuvo el cuarto lugar en obtención de votos, siendo que el tiempo de radio y televisión de los noticieros y de la pauta electoral, no fue tan lejano del que presentaron partidos como PNA, ES, PT y PH, estos dos últimos, quienes por ser de nuevo registro, tuvieron al igual que MORENA, la menor participación en la pauta electoral.

Caso interesante es el del PT, quien al tener una exposición en radio y televisión y noticiarios superior al 6%, no logró obtener ni siquiera la mitad de esa proporción en votos, al punto que hoy en día ha perdido el registro como partido político al no alcanzar el 3% de la votación total.

Lo anterior, permite concluir que si bien es innegable la importancia e influencia de los medios de comunicación en la preferencia electoral, ésta no es determinante, al menos bajo el modelo que existe actualmente en México.

Lo anterior permite identificar que no existe una relación directa en cuanto a la exposición en medios contra la votación final obtenida. Sin duda el acceso a medios por parte de los partidos políticos es un elemento importante para obtener la aprobación de la sociedad, sin embargo no es el factor determinante, y tampoco existe una relación directa entre la proporción de exposición con la votación obtenida. Sin duda hay factores que van más allá del acceso a los medios los que determinan el sentido de la votación.

IV. Conclusiones

1. La introducción de sistemas de monitoreo de noticieros en las elecciones ha permitido influir en que éstos se comporten, en el entorno global, de forma equitativa.
2. La metodología utilizada –incluyendo la muestra de programas de revista por primera vez- permite no sólo valorar de forma objetiva no sólo la cobertura de las campañas de los partidos y los candidatos (incluyendo candidatos independientes), sino también hacer un cruce por género.
3. En las elecciones intermedias de 2015 la cobertura de las campañas por parte de los medios de comunicación disminuyó frente a procesos electorales previos.

4. En los pasados comicios, la tendencia en general fue de dar cuenta de las actividades de campaña de forma no adjetivada. Del 22 por ciento del total de piezas adjetivadas, la tendencia mayoritaria es de valoraciones negativas.
5. Las piezas informativas en general, no presentan una diferenciación en cuanto al sexo. Pero cuando distinguen, se observa una tendencia significativa en favor de dar cobertura a candidatos hombres sobre mujeres.
6. La cobertura mediática por partido es relativamente equitativa, generando mayor igualdad entre los partidos que el tiempo asignado a los partidos políticos en su acceso a tiempos del Estado para la transmisión de promocionales.
7. No existe evidencia para establecer una correlación entre el tiempo destinado a los partidos, ni respecto al trato (positivo o negativo) vs. el resultado electoral.
8. Aun tomando en cuenta la suma de la cobertura en noticieros y la asignación de tiempos para promocionales, no es posible establecer una correlación causal entre el tiempo dedicado a los partidos por los medios masivos de comunicación y los resultados electorales.