

**HUGO  
GONZÁLEZ**

TECNOEMPRESA

## Precampañas, cobertura en medios e inexperiencia

**S**i piensas que usaré este espacio para escribir de política, lamento corregirte, pues escribiré de radio y televisión. Ya tenía mucho tiempo que no se me presentaba la oportunidad de escribir sobre este sector que es otro de mis consentidos. Hoy, gracias a la oportuna investigación del Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones (IDET), podemos ver que, en cuestión de medios, la experiencia será trascendental en la comunicación política de este año electoral.

Según el documento del IDET elaborado con los silenciosos reportes sobre el monitoreo de medios que hace el INE con la UANL; es marcada la sabiduría con la que actúan las estaciones de radio y televisión tradicionales en la cobertura mediática de las precampañas de las (ahora los) precandidatas presidenciales.

Los datos indican que medios consolidados como Tv Azteca, Televisa (N+), Grupo Imagen, Grupo Fórmula y MVS son los que tuvieron una cobertura muy equilibrada entre las dos precandidatas, Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez. El fosfo bateador emergente no es relevante porque apenas entró a la carrera.

En sentido contrario, el Sistema Público de Radiodifusión (SPR), reportado por el INE como “Televisoras estatales”, dedicó el 71 por ciento del tiempo a la precandidata Sheinbaum. Pero si crees que este desbalance se observa solo en los medios públicos, la investigación del IDET destaca a un grupo de “Radio Concesionarios Comercial” (no identificados) que tiene un marcado desequilibrio en su tiempo de cobertura a favor de Xóchitl Gálvez.

Además, la transmisión de información editorializada también marca una gran diferencia con los inexpertos. Televisa (N+) es el medio que tiene el porcentaje más reducido de notas editorializadas, con sólo 3 notas negativas para cada una de las candidatas para sumar sólo 6 desde el 20 de noviembre al 14 de enero. Las notas “valoradas” como información editorializada son aquellas que se transmiten con adjetivos calificativos, ya sea de manera verbal o con gesticulaciones.

En este rubro de notas valoradas como editorializadas, el Heraldo Media Group es el que más ataca a Sheinbaum y el IPN es el que más la favorece. Por cierto, la televisora del Instituto Politécnico Nacional es la más desequilibrada en su cobertura, pues, además de ser la que tiene más notas editorializadas y positivas de Sheinbaum, no tiene ni una nota editorializada positiva y de Gálvez, puras negativas. Tache.

Apenas terminaron las precampañas, pero se viene lo más intenso de la campaña presidencial. Con ello, los medios estarán en una constante tela de juicio no sólo por parte de los grupos de políticos y de los grandes poderes del país, sino que estarán vigilados por una ciudadanía que cada vez es más consciente y politizada. Por eso, en estos momentos en que el manejo de la información está cuestionado, recuerdo con claridad el meme de esa niña que dice: “La que sabe, sabe, la que no, critica”.

• Director de tecnoempresa.mx  
@hugogonzalez0 / Columnista de EL UNIVERSAL,  
CONTRARÉPLICA / M.- 55 17733240