



¿Sesgo informativo?



Por **Alberto Aguirre**

Martes 23 de Enero de 2024 - 23:46

Una semana antes del cierre de las precampañas, el Consejo General del INE aprobó el primer informe sobre el monitoreo de los noticieros difundidos en los medios electrónicos, que abarcó 3,093 horas con 51 minutos de programación transmitida entre el 20 de noviembre y el 24 de diciembre del 2023.

La captura de la información y su posterior análisis está a cargo de la Universidad Autónoma de Nuevo León. En ese periodo quedó registro de 295 horas y 8:24 minutos de contenidos relacionados a las precampañas por la Presidencia de la República; de estos, 82% (241 horas 53:09 minutos) fueron difundidos en radio y sólo 18% (53 horas 15:15 minutos) en televisión.

Claudia Sheinbaum recibió 40.83% del tiempo de transmisión, mientras que Xóchitl Gálvez quedó con 36.12% y Samuel García, con 23.05%. El informe, aprobado por los consejeros por unanimidad, resaltó que el género más usado —tanto en radio como en televisión— fue la nota informativa, con 144 horas 4:21 minutos. Por su tipología, los programas se clasificaron en: noticieros, espectáculos y revistas, y debate, opinión y análisis.

Ya con las precampañas cerradas, y con los insumos proporcionados por la UANL, el Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones elaboró un análisis sobre la cobertura noticiosa radiodifundida por medios públicos y comerciales en esta primera etapa del proceso electoral.

Durante la precampaña, los medios electrónicos dedicaron 147 horas 28:15 minutos a Sheinbaum, mientras que Gálvez quedó con 134 horas 48:55 minutos. Al precandidato de Movimiento Ciudadano, Jorge Álvarez Máynez, únicamente le destinaron 10 horas 27:27 minutos, por su tardía inscripción como precandidato. Hubo otras 52 horas 18:06 minutos que quedaron bajo el rubro “sin especificar”. Ni la UANL ni el IEDT especificaron sobre este segmento del monitoreo.



Para el Instituto, los medios “convencionales” —TV Azteca, Televisa (N+), Grupo Imagen, Grupo Fórmula y MVS— una cobertura “muy equilibrada” entre las dos precandidatas. Y subraya que el Sistema Público de Radiodifusión (SPR) —que en el monitoreo del INE está inscrito en el rubro de “televisoras estatales”— dedicó 71% de su cobertura de las precampañas a la aspirante de la coalición Juntos hacemos Historia. En el extremo opuesto, identifican un subconjunto “radio concesionarios comercial” —sin especificar las emisoras que lo integran—, con un marcado desequilibrio en su tiempo de cobertura, a favor de Xóchitl Gálvez.

A partir de los datos disponibles en el monitoreo oficial, el IEDT identificó los elementos que permiten hacer una “valoración de la información”, es decir, información editorializada. A su juicio, el SPR registró el mayor desequilibrio en el tiempo de cobertura de las precampañas presidenciales. Grupo Milenio fue el medio con mayor tendencia a editorializar (valorar) las noticias. Once TV destacó por su tendencia a editorializar noticias con negatividad hacia Xóchitl Gálvez y positividad a Claudia Sheinbaum. Y Televisa (N+) registró el porcentaje más reducido de notas editorializadas.

Efectos secundarios

PREOCUPACIÓN. *Conjuntamente, los representantes del PAN, Víctor Hugo Sondón, y del PRD, Ángel Ávila Romero, ante el Consejo General del INE, requirieron a la titular del organismo, Guadalupe Taddei, un informe pormenorizado sobre los convenios de coordinación suscritos con autoridades de seguridad pública, de cara al proceso electoral; si se han generado mapas de riesgo con acciones específicas; si se han creado filtros de investigación que sean aplicables a los candidatos y si se ha elaborado un protocolo-guía para salvaguardar la integridad física de los servidores públicos y de los electores en zonas con presencia del crimen organizado.*