

Licencia Creative Commons (CC BY-NC 4.0)

Observatorios

DOI: <https://doi.org/10.25009/uvs.vi18.3056>

Monitoreo de la campaña electoral por la presidencia de México 2024

Monitoring of the electoral campaign for the presidency of Mexico 2024

Carmen Dolores Patricia Andrade del Cid ^a | Mariangel Pablo Contreras ^b

Recibido: 23 de agosto de 2024.

Aceptado: 23 de septiembre de 2024.

^a Observatorio Veracruzano de Medios (OBVIO), Universidad Veracruzana. Xalapa, México. Contacto: paandrade@uv.mx | ORCID: 0000-0001-6404-1678

^b Observatorio Veracruzano de Medios (OBVIO), Universidad Veracruzana. Xalapa, México. Contacto: mpablo@uv.mx | ORCID: 0000-0002-0809-289X *Autora para correspondencia.

Cómo citar:

Andrade-del Cid, P. y Pablo-Contreras, M. (2024). Monitoreo de la campaña electoral por la presidencia de México 2024. *UVserva*, (18), 5-16. <https://doi.org/10.25009/uvs.vi18.3056>

Resumen: El Observatorio Veracruzano de Medios llevó a cabo el monitoreo de noticias emitidas en Portales Digitales: *SDP Noticias, Milenio, Infobae, El Reforma, El Financiero, La Jornada, La Silla Rota, Sin Embargo, Uno TV y Aristegui Noticias*, sobre la campaña electoral 2024. Los resultados del seguimiento muestran las estadísticas de cobertura de cada portal analizado –y otras variables– acerca de tres candidatas y un candidato: Claudia Sheinbaum (MORENA), Xóchitl Gálvez (PRI/PAN/PRD) y Jorge Máynez (Movimiento Ciudadano). El estudio resulta en una mayor cobertura para la candidata Claudia Sheinbaum (MORENA).

Palabras clave: México; elecciones 2024; monitoreo; portales digitales; análisis de contenido.

Abstract: *The Observatorio Veracruzano de Medios monitored news coverage on digital portals, including SDP Noticias, Milenio, Infobae, El Reforma, El Financiero, La Jornada, La Silla Rota, Sin Embargo, Uno TV, and Aristegui Noticias, regarding the 2024 electoral campaign. The monitoring results present the coverage statistics of each analyzed portal, along with other variables, focusing on three candidates: Claudia Sheinbaum (MORENA), Xóchitl Gálvez (PRI/PAN/PRD), and Jorge Máynez (Movimiento Ciudadano). The study reveals that candidate Claudia Sheinbaum (MORENA) received the greatest coverage.*

Keywords: *Mexico; Elections 2024; Monitoring; Digital portals; Content analysis.*

Introducción

Desde el 2012, el Observatorio Veracruzano de Medios (OBVIO)¹ es un espacio para el análisis y la reflexión de los mensajes que emiten medios de comunicación y redes sociales sobre asuntos públicos. Su objetivo ha sido generar un amplio debate y discusión sobre el papel de los medios de comunicación en la construcción de la cultura política y democrática de la sociedad veracruzana y de México. La construcción de bases de datos elaboradas bajo la confluencia de las metodologías cualitativas y cuantitativas ha permitido llevar a cabo estudios longitudinales para observar el comportamiento del contenido de la comunicación mediada. Desde aquel 2012 se han utilizado técnicas del análisis de contenido para la creación de indicadores que permitan monitorear la campaña electoral mediante un libro de códigos diseñado con las características de cada soporte comunicativo y guiado por preguntas de investigación (Andrade, 2016).

El primer monitoreo sobre los candidatos a la presidencia de México² se realizó en seis periódicos veracruzanos. En el 2018, el libro de códigos se adaptó a las características de los portales digitales³ obteniendo así la herramienta de partida para el ejercicio realizado en la campaña electoral para la presidencia de México 2024.

¹ Para acceder a el sitio oficial consulte: www.uv.mx/blogs/obvio

² <https://www.uv.mx/blogs/obvio/category/elecciones-nacionales/page/11/>

³ <https://www.uv.mx/blogs/obvio/category/elecciones-nacionales/page/2/>

1. Metodología del monitoreo de portales digitales

El monitoreo sobre la campaña presidencial 2024 tuvo por objetivo de analizar el comportamiento de portales digitales respecto a las candidatas y candidato a la presidencia de México: Claudia Sheinbaum, por el partido de Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA); Xóchitl Gálvez, de la Coalición Fuerza y Corazón por México –integrada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido de Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD)–, y Jorge Máynez del partido Movimiento Ciudadano (MC).

La muestra se realizó durante 18 días aleatorios comprendidos entre el 1 de marzo y el 29 de mayo de 2024, periodo señalado por el Instituto Nacional Electoral (INE) como “Campaña Electoral”.

Se descargaron 1 306 noticias en las que se encontró el nombre de al menos uno de los aspirantes a la presidencia. Al ser un monitoreo que pretende ser comparativo, el listado de portales digitales monitoreados se integró por aquellos contemplados para el ejercicio 2018: *SDP Noticias, La Silla Rota, Sin Embargo y Aristegui Noticias*; además de los sitios destacados por el ranking de Medios Digitales de “Comscore” 2023: *Infobae, Uno TV, Mileno, El Reforma, El Financiero y La Jornada*.

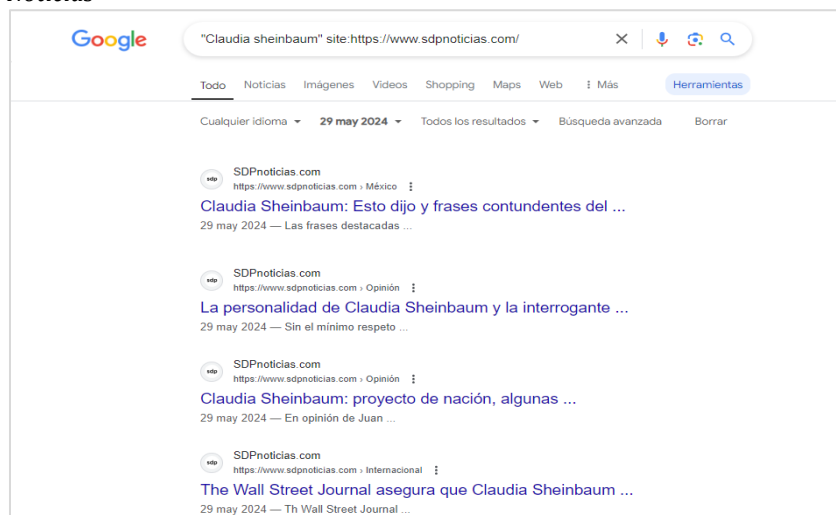
Para la búsqueda de las noticias se realizaron los siguientes pasos:

1. Identificación de la palabra filtro o clave, en esta ocasión se utilizaron los nombres de las candidatas y del candidato: Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Máynez.
2. Uso del buscador de *Google* con un *scrip* compuesto de la palabra filtro y el url del sitio, ejemplo: “Jorge Máynez” <https://www.sdpnoticias.com/>.
3. Selección por día de las noticias mediante la herramienta de *Google*: “Fecha personalizado”, lo que permitió el filtro y la ubicación de la noticia de acuerdo a los días aleatorios.

En la **Figura 1** se muestra un ejemplo de búsqueda:

Figura 1

Resultado de la búsqueda de la candidata Claudia Sheinbaum en el sitio SDP Noticias



Fuente: Captura de pantalla. Buscador de Google.

2. El análisis de contenido de las noticias

El libro de código se diseña a partir de las preguntas de investigación (**Tabla 1**), más las características propias del medio analizado y los intereses de la investigación (**Tabla 2**):

Tabla 1

Descripción de las preguntas de investigación y las variables del libro de códigos

Pregunta de investigación	Objetivo	Variable
¿Cuáles son los temas que abordan los declarantes de la información sobre las Elecciones Presidenciales y su relación con los candidatos a la presidencia?	Identificar las principales temáticas que se abordan y relacionan con las candidatas y candidatos a la presidencia de México 2024.	Tematización (se eligió el principal relacionado a la candidata o candidato): 1. Economía 2. Seguridad Pública 3. Sindicatos 4. Transparencia y acceso a la información 5. Educación 6. Paraestatales 7. Relaciones exteriores 8. Participación ciudadana 9. Admón. Pública 10. Deportes 11. Religión 12. Infancia y juventud 13. Grupos vulnerables 14. Minorías y etnias 15. Medios de comunicación 16. Ciencia y Tecnología 17. Empleo 18. Política partidista 19. Infraestructura 20. Agricultura y ganadería 21. Corrupción 22. Salud pública 23. Género 24. Campaña electoral y debate 25. Relaciones México – EE.UU.
¿Qué posturas se observan en las noticias de acuerdo a las tendencias de los discursos?	Identificar las tendencias positivas, negativas y neutrales de las referencias relacionados a las candidatas y candidatos.	Calificación de la noticia: 1. Carácter positivo o favorable 2. Carácter negativo o desfavorable 3. Con carácter positivo y negativo 4. Sin carácter negativo o desfavorable
¿Cuál es el alcance de las noticias de los portales digitales en las redes sociales?	Contabilizar el número de noticias que son replicadas en redes sociales para observar el proceso de mediación de la información.	Si la noticia se identificó en Facebook o X (antes Twitter), anotar: 1. El texto utilizado para compartir la noticia 2. Total de reacciones 3. Link de la publicación

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2
Variables del libro de código creado por las características del soporte y de la investigación

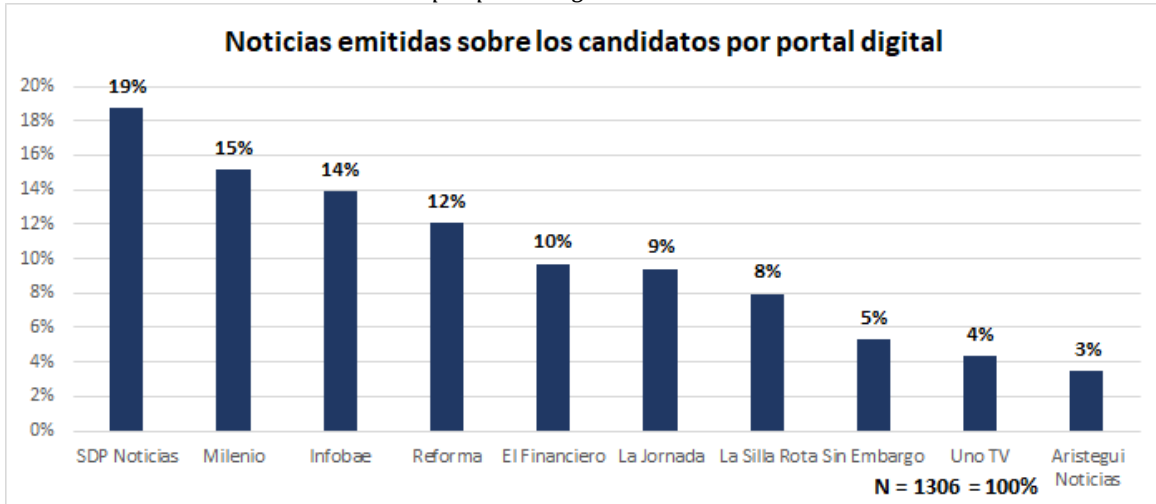
Variable	Categorías
Género periodístico	Es el tipo de texto periodístico monitoreado: <i>Nota informática, cónica, reportaje o entrevista.</i>
Fecha	Día en que se publica la noticia. Elegido dentro de los 18 días aleatorios establecidos.
Portal digital	Son los portales monitoreados: <i>Sin Embargo, Aristegui Noticias, SDP Noticias, La Silla Rota, La Jornada, Milenio, Reforma, Infobae, UnoTV y El Financiero.</i>
Ubicación de la noticia	Sección del portal digital en el que se encontró la noticia: <i>Nacional, Internacional, Estatal y Regional, Local, Cultural, Social, Deportiva, Economía y Finanzas, Tecnología e industria, Elecciones 2024, Política, Principal y Encuestas.</i>
Recurso multimedia	Es el uso de apoyos multimedia dentro de la noticia: <i>Galería fotoFigura, Video, y Galería de videos y fotos.</i>
Título de la noticia	Título textual de la noticia.
Link de la noticia	Link de la noticia.
Declarante	Es la persona que reportó la información sobre la candidata o el candidato
Partido del declarante	Si el candidato pertenece a un partido político, anotarlo.
Candidato	Es el candidato(a) del que se habla en la noticia. Si se menciona más de uno, realizar un registro por cada candidato(a). 1. Claudia Sheinbaum (MORENA/PT/PVEM) 2. Xóchitl Gálvez (Partido Frente Amplio por México) 3. Jorge Álvarez Máynez (Movimiento Ciudadano)

Fuente: Elaboración propia.

3. El abordaje de la campaña política 2024 en los portales digitales

De las 1306 noticias analizadas de los 10 portales digitales, el 19 % fueron emitidas por *SDP Noticias*, seguido de *Milenio* con el 15 %, *Infobae* con el 14 %, *El Reforma* con el 12 %, y *El Financiero* con el 10 %, cómo lo muestra la **Figura 2**.

Figura 2
Noticias emitidas sobre los candidatos por portal digital



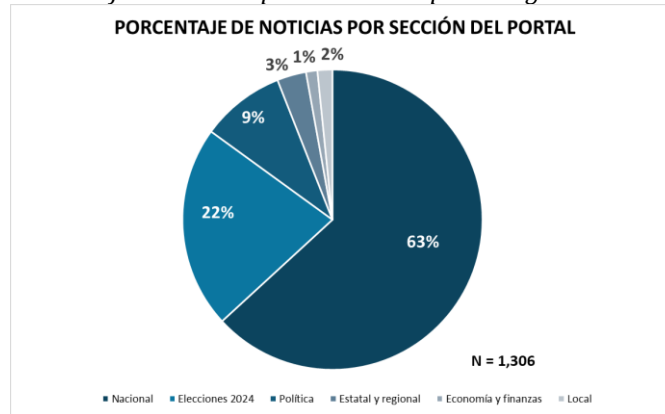
Fuente: Elaboración propia.

Las noticias sobre las campañas políticas de las candidatas y candidato a la presidencia de México se observaron con un mayor porcentaje en la sección *Nacional* con un 63 %.

También se identificó la creación de la sección “Elecciones 2024”, en la que se agrupó el 22 % de las 1 306 noticias analizadas (**Figura 3**).

Las menciones hacia las candidatas y candidato se registraron de acuerdo a su aparición dentro del cuerpo del texto, por lo que, en 1 306 noticias se encontraron 1 576 menciones.

Figura 3
Porcentaje de noticias por sección del portal digital



Fuente: Elaboración propia.

Del total de menciones, el 41 % correspondió a Claudia Sheinbaum, el 39 % a Xóchitl Gálvez y el 19 % a Jorge Máynez.

En la **Tabla 3** se muestra la distribución de las 1 576 menciones de cada candidata y candidato por portal digital.

Tabla 3
 Porcentaje de noticias sobre las candidatas y candidato por portal digital

Porcentaje (%) de noticias emitidas por portal digital y candidato				
Portal digital	Candidata(o)			Total
	Claudia Sheinbaum	Xóchitl Gálvez	Jorge Máynez	
SDP Noticias	6.7 %	6.9 %	2.8 %	16 %
Milenio	5.7 %	6.0 %	2.8 %	15 %
Infobae	6.4 %	4.1 %	3.1 %	14 %
Reforma	4.9 %	4.6 %	1.8 %	11 %
El Financiero	4.7 %	4.4 %	2.0 %	11 %
La Jornada	3.7 %	3.4 %	1.3 %	8 %
La Silla Rota	3.2 %	3.2 %	1.7 %	8 %
Sin Embargo	2.6 %	3.4 %	1.1 %	7 %
Aristegui Noticias	2.0 %	1.7 %	1.5 %	5 %
Uno TV	1.5 %	1.4 %	1.3 %	4 %
TOTAL	41 %	39 %	19 %	100 %

Fuente: Elaboración propia.

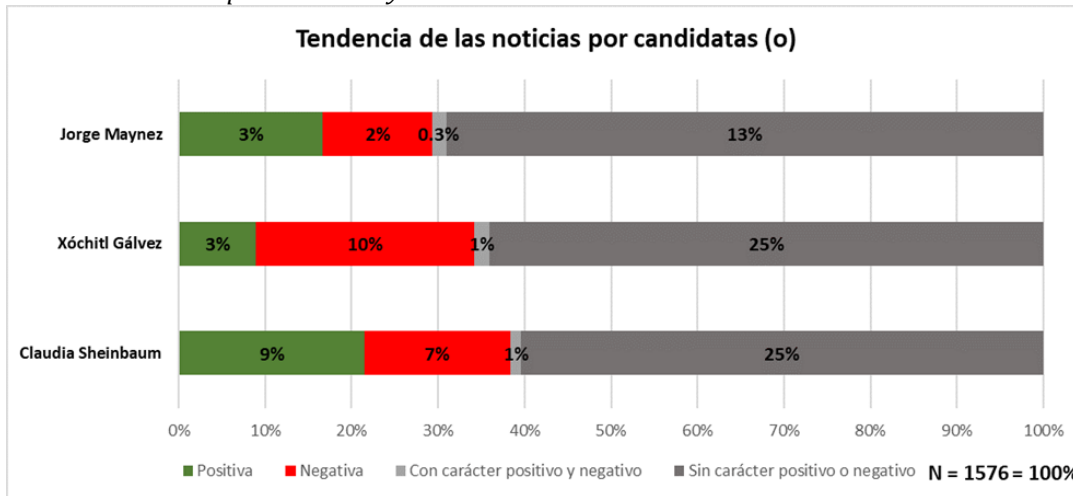
El análisis de las tendencias de las referencias sobre las candidatas y candidato en el comportamiento de las noticias, se realizó a partir de los criterios:

- *Carácter Positivo*: Cuando en la noticia se identifica que el candidato/candidata, o partido que representa es alabado por sus acciones, o asociado con aquellas acciones que puedan incrementar su reputación, o presentado con calificativos positivos.
- *Carácter Negativo*: Cuando en la noticia se identifica que el candidato/candidata o partido es criticado por sus acciones, asociado con aquellas que puedan disminuir su reputación o presentado con calificativos negativos
- *Con Carácter Positivo Negativo*: En el texto de la noticia se identifican calificativos positivos y negativos hacia el candidato o candidata.
- *Sin carácter Positivo o Negativo*: En el texto de la noticia se identifica un lenguaje neutral sobre el candidato o candidata, no se utilizan calificativos.

En la **Figura 4** se muestran las tendencias generales por los tres contendientes a la presidencia, donde se destaca que:

- Claudia Sheinbaum tiene el porcentaje más alto en noticias con carácter positivo (9 %).
- Xóchitl Gálvez presentó mayor porcentaje con tendencia negativa (10 %).
- En los tres candidatos predominó el criterio “Sin carácter positivo o negativo”.

Figura 4
Total de tendencias por candidato y candidatas



Fuente: Elaboración propia.

De las 1 306 noticias analizadas, el 25 % se compartió en Facebook y el 61 % en X (antes Twitter). La **Tabla 4** muestra la distribución del porcentaje de noticias por portal digital que se encontró en cada red social.

Tabla 4
Noticias compartidas en Facebook y X (Twitter)

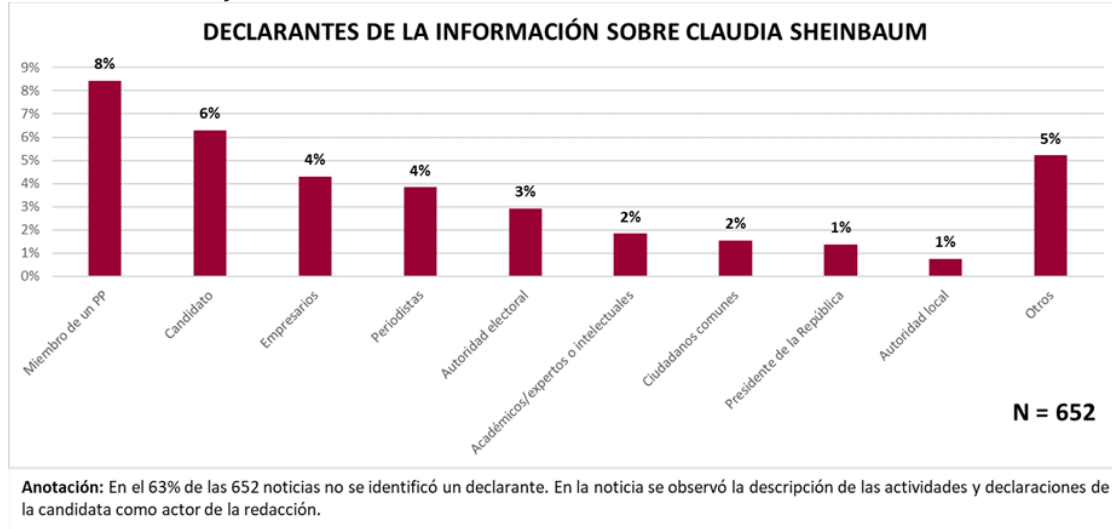
Referencia de las noticias en redes sociales		
Portal digital	% noticias compartidas en Facebook	% noticias compartidas en X
SDP Noticias	3 %	12 %
Milenio	4 %	5 %
Infobae	6 %	11 %
Reforma	1 %	10 %
El Financiero	0 %	5 %
La Jornada	0 %	4 %
La Silla Rota	4 %	6 %
Sin Embargo	1 %	5 %
Aristegui Noticias	0 %	3 %
Uno TV	6 %	0.4 %
Total	25 %	61 %

Fuente: Elaboración propia.

4. Las noticias sobre la candidata Claudia Sheinbaum (MORENA)

Se registraron 652 menciones sobre la candidata Claudia Sheinbaum. En ellas el 8 % fue emitido por el declarante “Miembro de un Partido Político”, seguido de “Otro candidato” con el 6 % (**Figura 5**).

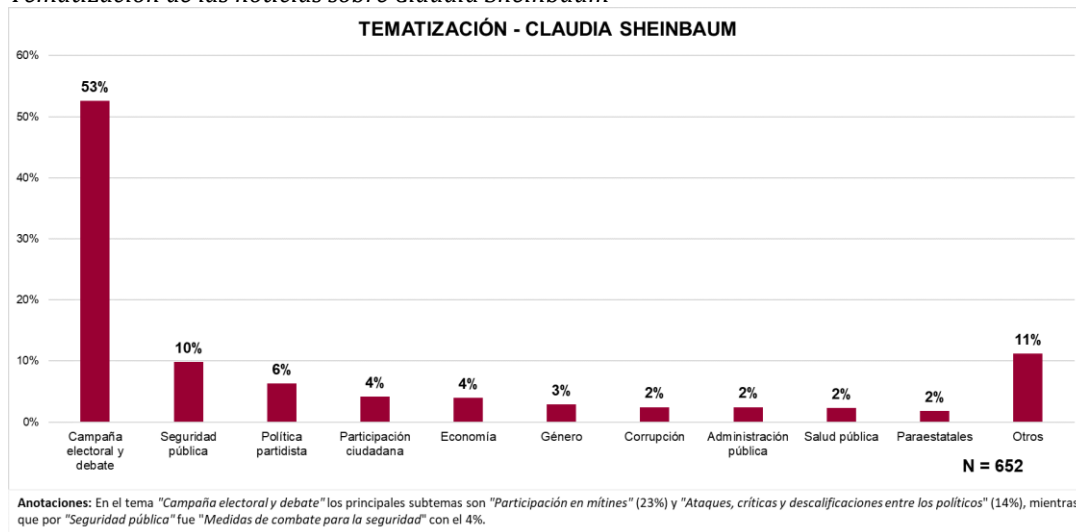
Figura 5
Declarantes de la información sobre Claudia Sheinbaum



Fuente: Elaboración propia.

El tema “Campaña electoral y debate” referido a la participación en mítines, debates, presupuesto de campañas y declaraciones con ataques, críticas y descalificaciones entre candidatos, fue la tematización más abordada y relacionada con la candidata con el 53 %; mientras que el 10 % abordó a la “Seguridad Pública” (**Figura 6**).

Figura 6
Tematización de las noticias sobre Claudia Sheinbaum

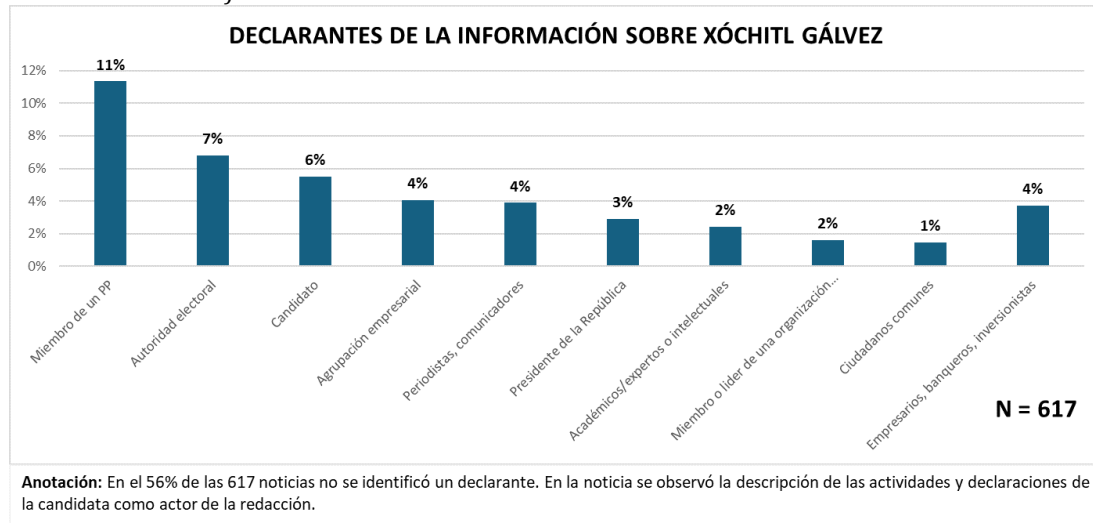


Fuente: Elaboración propia.

5. Las noticias sobre la candidata Xóchitl Gálvez (PRI/PAN/PRD)

De las 617 noticias en las que fue mencionada la candidata Xóchitl Gálvez, el 11 % fue emitido por el declarante “Un miembro de un Partido Político”, seguido de un 7 % correspondiente a declaraciones de la “Autoridad Electoral” y el 6 % de “Otro candidato” (Figura 7).

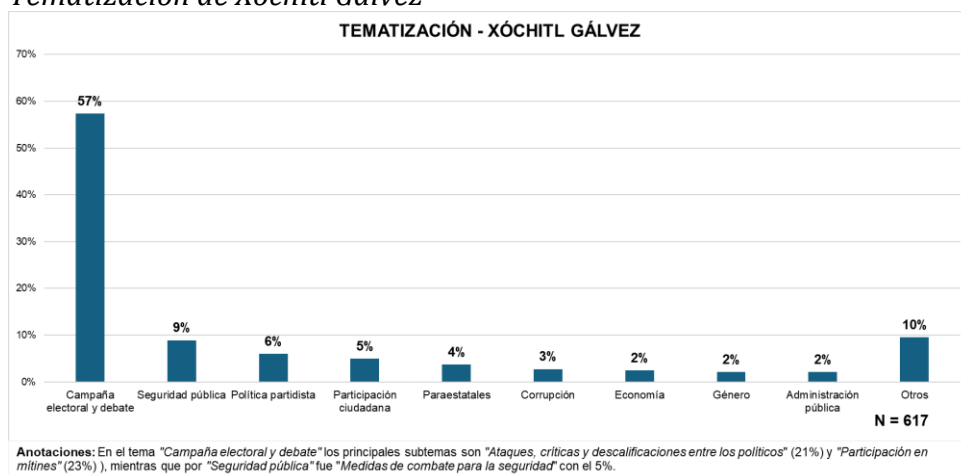
Figura 7
Declarantes de la información sobre Xóchitl Gálvez



Fuente: Elaboración propia.

Sobre la tematización abordada y/o relacionada con la candidata, destaca el tema “Campaña electoral y debate” con 57% de las 617 menciones hacia Xóchitl Gálvez. En la Figura 8 se muestra la distribución de temas.

Figura 8
Tematización de Xóchitl Gálvez



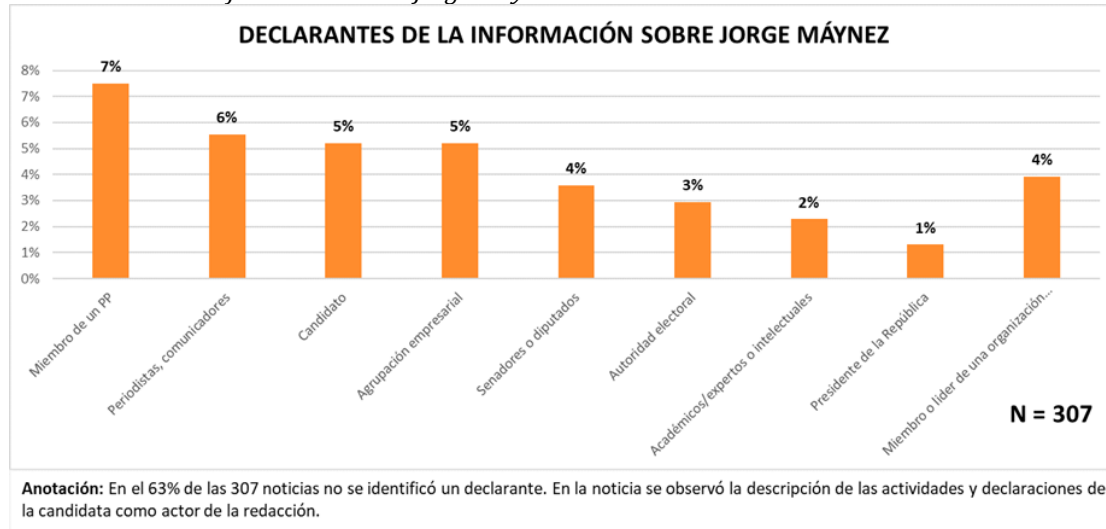
Fuente: Elaboración propia.

6. Las noticias sobre el candidato Jorge Máynez (MC)

El candidato Jorge Máynez se identificó en 307 menciones en las que el 7 % fue emitido por el declarante “Un Miembro de un Partido Político”, seguido de un 6 % por “Periodistas o comunicadores” y un 5 % por “Otro candidato” y “Agrupación empresarial” (Figura 9).

Figura 9

Declarantes de la información sobre Jorge Máynez

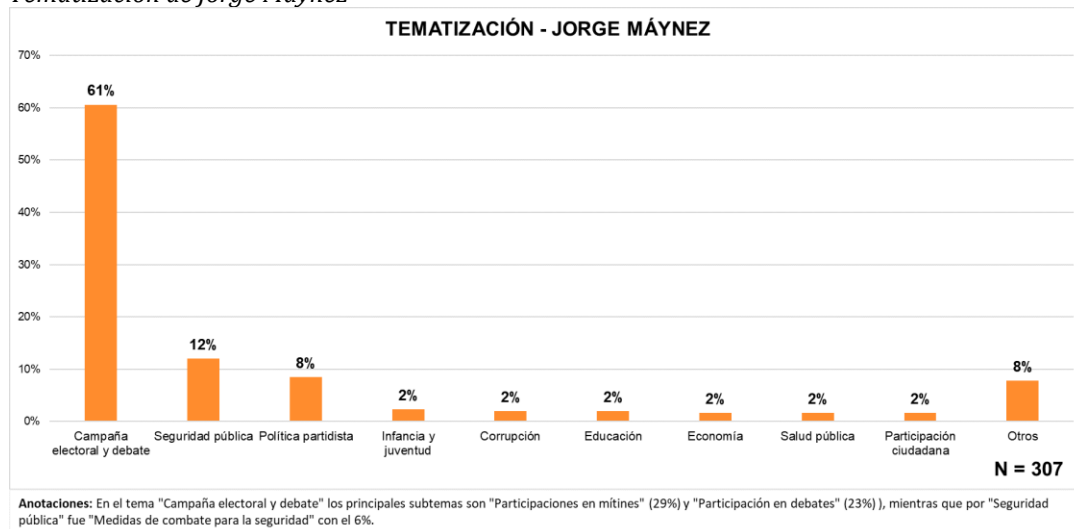


Fuente: Elaboración propia.

De las menciones sobre Jorge Máynez, el 61 % abordó la “Campaña electoral y debate”, seguido del 12 % sobre “Seguridad Pública” y “Política partidista” (8 %) (Figura 10).

Figura 10

Tematización de Jorge Máynez



Fuente: Elaboración propia.

Referencias

- Andrade del Cid, P.** (2016). Teoría y práctica del monitoreo de información a través del ObVio, Observatorio Veracruzano de Medios. *UVserva*, (1).
<https://doi.org/10.25009/uvs.v0i1.2141>
- Comscore** (abril 2023). Top 15 Propiedades Digitales de Noticias e Información Multiplatform (Desktop and Mobile). Comscore.
<https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Market-Rankings>