



UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA
CIUDAD DE MÉXICO

®

¿QUÉ ES OMCIM?

Es el observatorio de medios de la
Universidad Iberoamericana

**SEGUNDO ESTUDIO DE CASO: VOTAR
POR LOS CANDIDATOS O BOTAR A LOS
CANDIDATOS. EL DILEMA DEL VOTO EN
BLANCO.**

**EL FANTASMA DE ANULAR EL VOTO
RECORRE INTERNET**

<http://omcim.org/>



OBSERVATORIO Y MONITOREO CIUDADANO DE MEDIOS, OMCIM A.C.

1 - 5 de junio de 2009

SEGUNDO REPORTE SEMANAL
SOBRE LA COBERTURA INFORMATIVA DEL PROCESO ELECTORAL

ESTUDIO DE CASO: EL DILEMA DEL VOTO EN BLANCO

¿Quién y cómo se decide qué vale la pena comentar en un noticario de radio o de televisión? Una de las tareas fundamentales de un observatorio de medios es ayudar al público a comprender que la comunicación es un proceso complejo y que todo lo que se transmite tiene sesgos. Esos sesgos derivan de los múltiples intereses que se ponen en juego en el momento en que los datos se convierten en información y ésta en la noticia que llega a las pantallas de televisión o de computadora, o a los receptores de radio.

Esta reflexión es necesaria antes de entrar de lleno a nuestro segundo estudio de caso que hemos denominado: El dilema del voto en blanco.

Durante el período analizado, la campaña para anular el voto en blanco que se había desarrollado básicamente a través de internet, irrumpió con gran fuerza en algunos noticarios de la radio comercial, para ubicarse como elemento clave en la agenda político-mediática. Políticos y líderes sociales que antes no habían tomado en cuenta este movimiento, comenzaron a reaccionar, realizando declaraciones a favor o en contra e incluso difundiendo sus posturas a través de YouTube (como César Nava del PAN, en contra, y Dulce María Sauri, del PRI, a favor).

[\(Para ver la relación de declaraciones favor de seguir este vínculo\).](#)

El debate sobre el voto en blanco desplazó otros temas que habían acaparado anteriormente los reflectores, como fue el caso de los operativos en Morelos, Michoacán y Nuevo León, así como las pugnas intrapartidistas y el monitoreo del IFE sobre la calidad de la cobertura que han hecho radio y televisión del proceso electoral 2009 (que fue el primer estudio de caso de OMCIM).

La campaña por la organización de una protesta activa que se exprese mediante la anulación del voto –originada en internet y retomada en la primera semana de junio por los medios tradicionales – envía un mensaje de descontento con la reforma electoral en lo particular y con la política en general. Ese es el diagnóstico en el que han coincidido muchos de los análisis del fenómeno. El

consenso se rompe cuando se reflexiona sobre la eficacia de una protesta de este tipo y se plantea la necesidad de encontrar mecanismos concretos para hacer efectiva la protesta.

De los noticiarios a los que este observatorio de medios hace un seguimiento, los que más atención prestaron al tema fueron Hoy por Hoy primera emisión, conducido por Carlos Puig, y Atando Cabos, conducido por Denise Maerker. Puig realizó numerosas entrevistas, entre la que destaca la que le hizo a López Obrador. Maerker, por su parte, inauguró una sección especial en su noticario con el propósito explícito de impulsar la reflexión sobre el tema.

La radio pública también hizo una importante cobertura del tema; Antena Radio (conducido por Mario Campos) presentó entrevistas para explicar y contextualizar lo que podríamos llamar el fenómeno. En estos noticiarios los conductores insistieron en la complejidad del tema y retomaron diversos puntos de vista, buscando presentar la información contextualizada. La actitud de la radio contrasta con el silencio de las televisoras, donde el tema tuvo una presencia mínima. Por ejemplo, Joaquín López Dóriga en radio hizo una breve mención del tema, dejando ver que está entre los que se identifican con la campaña. Sin embargo, en televisión no tocó el tema.

Entre los noticiarios que este observatorio no está siguiendo de manera sistemática (pero que no por ello quedan totalmente fuera del monitoreo) está el de Noticias MVS. Carmen Aristegui entrevistó a Alejandro Navarrete, analista de medios, quien investigó una de las aristas políticas que estarían impulsando la campaña por el voto blanco. Sus pesquisas la llevaron hacia gente cercana a Fox. Al día siguiente, Aristegui concedió el derecho de réplica a Luis Manuel Pérez Acha, dueño del blog al que se identificaba con el grupo de Fox. (Sigue el link si quieres ver transcripción de la entrevista).

Llama la atención que hayan sido dos publicaciones con sede en Monterrey (Reforma y Reporte Índigo) las que lograran detonar en medios tradicionales el tema del voto en blanco, que ya había prendido desde hace tiempo en blogs de Internet. El 18 de mayo, José Antonio Crespo había tratado de detonar la discusión sobre el tema, pero no tuvo el mismo éxito que Reporte Índigo y su red de apoyo, que sí lograron su cometido con la publicación del informe del 29 de mayo.



EL FANTASMA DE ANULAR EL VOTO RECORRE INTERNET

La campaña que circula por Internet “Para políticos nulos un voto nulo”, ha puesto en cuestionamiento a la clase política y por consecuencia las campañas electorales. Este llamado a los electores para que el 5 de julio anulen su voto o en su caso no acudan a sufragar fue el tema que hizo que la agenda de los medios de comunicación tradicionales abriera la discusión el fin de semana pasado, a tal grado que el Consejero Presidente del IFE señalara: “estoy convencido que la Jornada Electoral será un éxito para todos, porque lograremos los partidos políticos, los candidatos y las autoridades electorales motivar a los ciudadanos para que acudan a votar”.... “De esta manera, la participación ciudadana en los comicios se convierte en un elemento crucial para la vigencia y desarrollo de nuestra vida democrática (06/06/09)”¹

En cuanto al comportamiento en los medios de comunicación analizados, la semana del 1 al 7 de junio se pudo constatar que gran parte de la información sobre el tema se ubicó como agenda en los medios tradicionales, principalmente en radio y prensa escrita. En cuanto a la televisión tuvo un bajo perfil muy significativo.

La información en los medios electrónicos empezó a tomar fuerza con los comentarios que realizaron en su momento Carlos Puig, Leo Zuckerman, Ignacio Marván y Jesús Silva Herzog Márquez (Hoy por Hoy, 03/06/09) haciendo alusión al fenómeno que se estaba presentando en Internet meses atrás y que ello era tema de debate.

¹ Llama el IFE a actores políticos a impulsar participación ciudadana en elección federal, en

<http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2>

Carlos Puig en su programa [Hoy por Hoy primera emisión \(04/06/09\)](#), entrevistó al Dr. José Antonio Crespo, quien el pasado mes de mayo, en su columna *Horizonte político* había expresado su opinión con respecto al voto: “el punto personal que yo encontré, es –pues voy y anulo mi voto- así cumple con el deber cívico y al mismo tiempo no me siento obligado de votar por ningún partido, porque ninguno me convence”. Agregó que “el voto nulo, el que yo propongo está contemplado por la ley, entonces yo voy a expresar con mi voto un descontento, me parece un derecho legítimo que muchos tenemos, por una forma contemplada por la ley: el candidato sin registro. Está en la boleta, tiene su espacio, está en el acta....”.

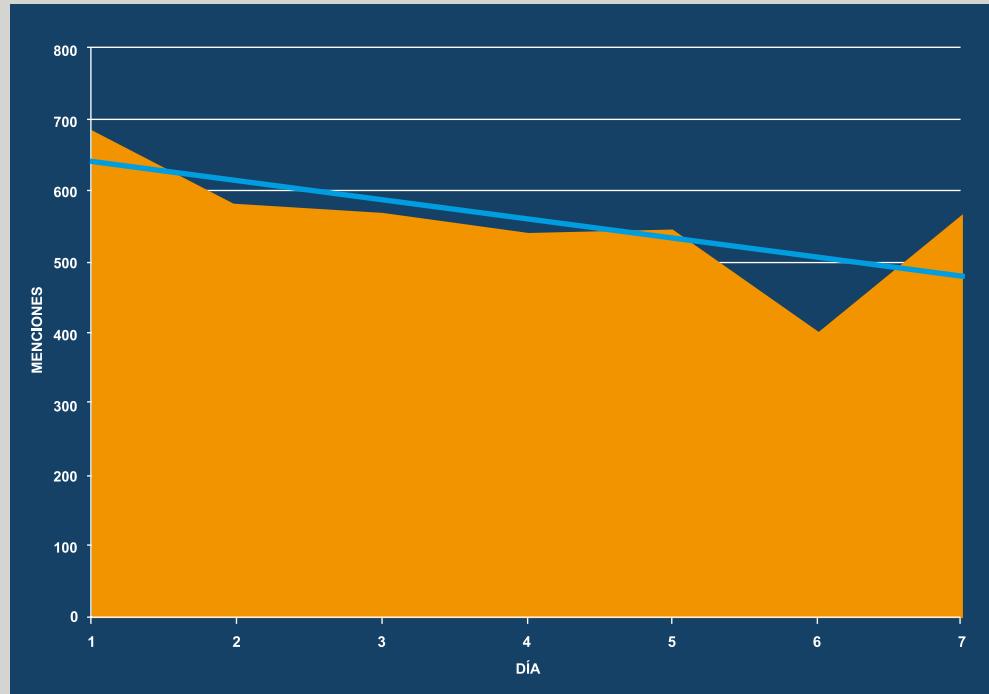
Pedro Ferriz de Con ([Noticias Cadena Tres 05/06/09](#)) informó que en el IFE se organiza un foro entre los representantes consejeros, los partidos políticos y la sociedad civil, para reflexionar sobre el voto en blanco o el voto nulo. Agregó que “se presenta un sitio interactivo de promoción al voto y otros materiales que busca contrarrestar los efectos de otros sectores que están promoviendo el que se haga un voto en blanco”.

Gabriela Warkentin y José Carreño ([Zigma Medios 05/06/09](#)) contextualizaron la problemática de la propuesta de los cibernautas, asegurando que no es la primera vez que la sociedad mexicana se organiza, pero que en esta ocasión resulta diferente por el tipo de medio de comunicación que se utiliza. Coincidieron que más allá si existe una preferencia por anular o no el voto, lo importante es que se eviten posiciones intolerantes hacia quienes promueven esa opción.

COMPORTAMIENTO EN INTERNET VOLUMEN OBSERVADO

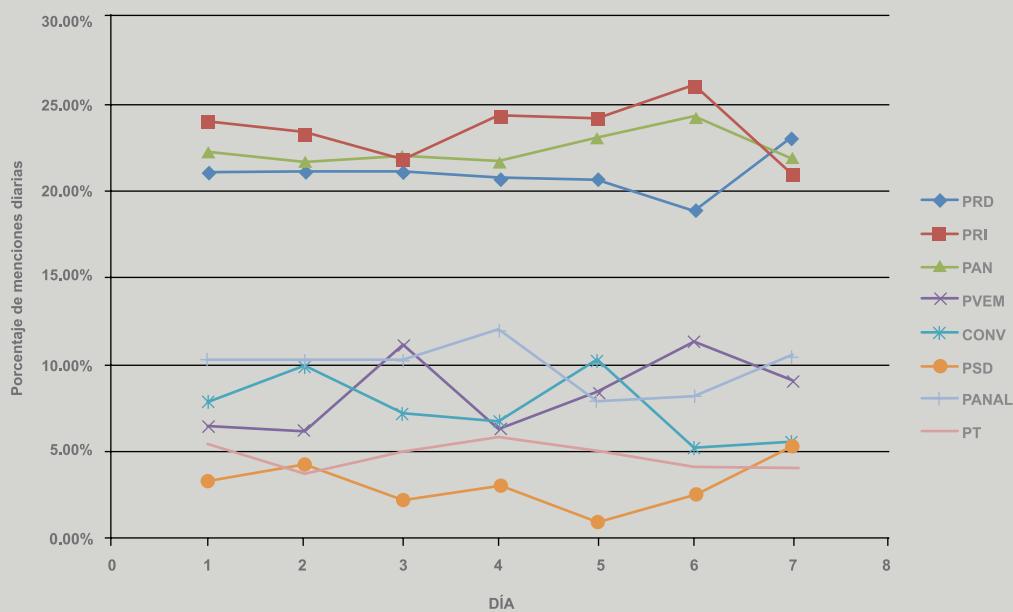
- Gran incremento de tráfico político-electoral en Internet
- Diferenciación de las menciones de los partidos políticos
- Predominancia del sitio del PRD en el tráfico
- Lista de los sitios más activos con contenido político
- Datos del voto nulo

Durante este período se observó un aumento en el volumen semanal promedio registrado en los sitios electrónicos. En comparación con la semana anterior, se registró un incremento en proporción de 12:1 (3 910 menciones en esta semana). La siguiente gráfica muestra el tráfico semanal registrado. Ahí podemos ver, que la tendencia es decreciente en la semana.



Tráfico diario estimado en sitios con contenido político-electoral

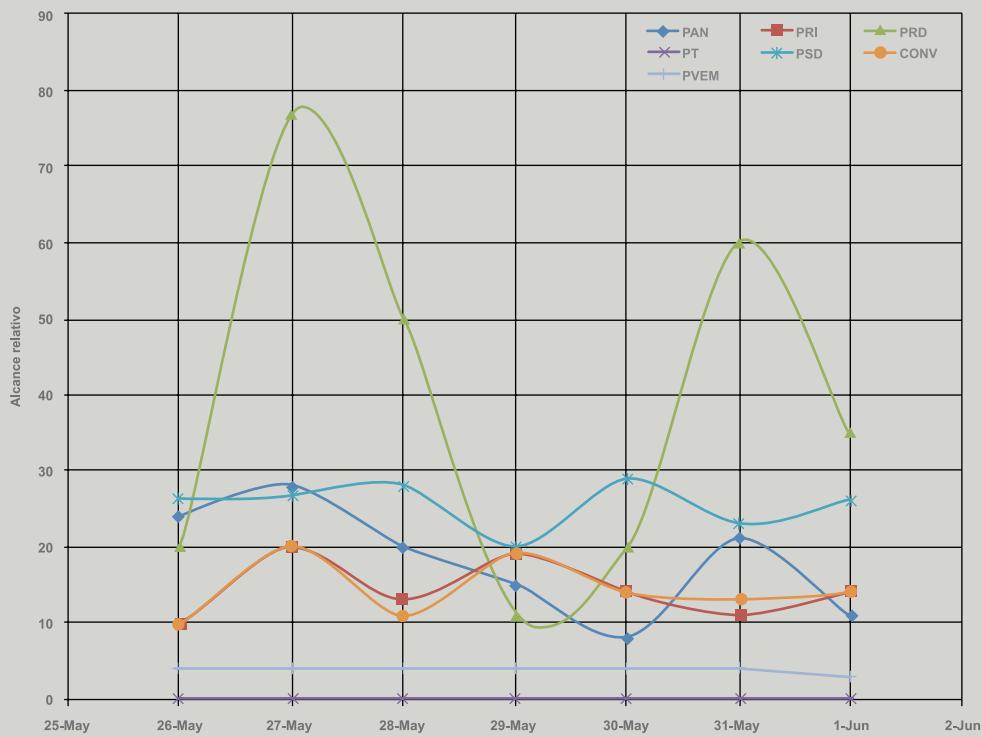
La desagregación de este volumen de menciones semanal nos indica que la mayoría de las discusiones involucra a los tres partidos “grandes” PRD, PRI y PAN, tal como se muestra en la siguiente gráfica. De esta forma, se aprecia que se han formado dos grupos por número de menciones semanales.



Tráfico diario estimado en sitios con contenido político-electoral (por partido)

SITIOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Observamos que el tráfico relativo en los sitios oficiales de los partidos tiene un comportamiento como se muestra en la siguiente gráfica. De acuerdo a esta estadística, predomina el tráfico en el sitio del PRD.



Alcance diario estimado (datos de Alexa.com)

3. SITIOS MÁS RELEVANTES

Se evaluó la relevancia de los sitios en Internet con contenido político. A continuación se listan en función de una figura de mérito proporcional al volumen generado y al tráfico estimado. Se distinguen los medios convencionales (con presencia en Internet) de los canales de difusión que utilizan las nuevas tecnologías (blogs, páginas electrónicas).

Sitios electrónicos (blogs, páginas) con contenido político

URL	FMi	Denominación
sdpnoticias.com	203.5	SDP Noticias
www.unafuente.com	67.3	Una Fuente.com
www.notisistema.com	52.6	Notisistema
www.ntrzacatecas.com	32.8	Noticias en Tiempo Real
afntijuana.info	22.0	Agencia Fronteriza de Noticias
www.noticiaspv.com	19.0	NoticiasPV.com
www.periodicodigital.com.mx	15.8	Periodicodigital.com.mx
kikka-roja.blogspot.com	14.9	Kikka Roja
www.zacatecashoy.com	12.4	ZacatecasHoy
www.noticia24.org	9.0	Tiradero del Bote
www.noticia24.org	9.0	Tiradero del Bote

Sitios electrónicos de medios convencionales con contenido político

URL	FMi	Medio
www.vanguardia.com.mx	206.2	La Vanguardia (Impreso)
www.elporvenir.com.mx	131.9	El Porvenir (Impreso)
www.tabascohoy.com	69.5	Tabasco Hoy (Impreso)
eleconomista.com.mx	58.6	El Economista (Impreso)
www.radiotrece.com.mx	46.1	Radio Trece (Radio AM)
www.wradio.com.mx	39.4	W Radio (Radio FM)

4. VOTO NULO

Dado el reciente interés en el voto nulo o en la anulación de los votos, observamos un incremento de las menciones sobre este tema en los sitios en Internet. Actualmente, estimamos el incremento en una proporción de 20:1 respecto a Mayo. A la fecha observamos actividad en los blogs a razón de más de 100 posts por día.