

Nicaragua

Daniel Ortega, Frente Sandinista de Liberación Nacional 38% vs

Eduardo Montealegre, Alianza Liberal Nicaragüense 28,3%

5.11.2006

MEDIOS Y ELECCIONES EN NICARAGUA MONITOREO DE PRENSA ESCRITA Y TELEVISIÓN DURANTE LA CAMPAÑA ELECTORAL 2006

Fundación Violeta Barrios de Chamorro

Organización de carácter nacional e internacional, políticamente independiente. Su misión es contribuir a preservar una cultura de reconciliación, paz y democracia a través de la educación, la libertad de expresión y acciones para disminuir la pobreza en los sectores más desprotegidos.

www.violetachamorro.org.ni

La versión completa realizada por la Fundación se encuentra disponible en:

www.c3fes.net/docs/eleccionesnicaragua.pdf

Introducción

Con la apertura democrática en 1990 la prensa nicaragüense logró posicionarse como la institución de más credibilidad en el país. Según la última encuesta realizada por M&R consultores en septiembre 2005, la prensa nacional es la institución más confiable (67%) lo que se puede explicar por la suma de los siguientes factores:

- Los medios de comunicación se pusieron al frente de las reformas democráticas durante el período de la Presidenta Violeta Barrios de Chamorro y lograron ajustarse a los desafíos de la democracia. Desde el 90 emprendieron un proceso de modernización y despartidarización gracias al que hoy día tenemos un periodismo profesional y de servicio público.

- Los medios llenaron el vacío institucional ante la pérdida de credibilidad de todas las instituciones públicas y los poderes del Estado producto del pacto político entre los dos partidos políticos mayoritarios, el Frente Sandinista de Liberación Nacional FSLN liderado por Daniel Ortega y el Partido Liberal Constitucional PLC por el reo ex Presidente Arnoldo Alemán.

- Con valentía, los medios de asumieron su papel de fiscalizadores del poder público y fueron los primeros en denunciar la corrupción del Gobierno de Alemán y los efectos antidemocráticos y corruptos del pacto político entre Ortega y Alemán.

A pesar de la despartidarización del periodismo nicaragüense durante las campañas electorales predomina las tendencias hacia los alineamientos partidarios. La campaña electoral 2006 no fue una excepción. Al igual que en las anteriores tres campañas electorales los Medios de Comunicación no escaparon a la polarización política. No endosaron candidatos abiertamente, pero sí se alinearon con el de sus simpatías.

Paradójicamente ganó la elección el candidato que tuvo la prensa independiente en su contra y la mayoría de la propaganda política en oposición a su candidatura. Con el 38% de los votos resultó electo el ex guerrillero revolucionario, Daniel Ortega, candidato del partido populista de izquierda Frente Sandinista de Liberación Nacional.

Ortega y todos los candidatos de su partido además se negaron a comparecer ante los medios, brindar entrevistas o asistir a debates públicos. No obstante, el candidato Ortega fue el aspirante que más presencia tuvo en la prensa nacional principalmente con información negativa.

Es importante aclarar que su elección fue rechazada por una mayoría de más del 60% de la población y es el resultado de una oposición dividida y del cambio de reglas del juego electorales a favor de Ortega en acuerdo con el reo ex Presidente Arnoldo Alemán.

El pacto político entre Ortega y Alemán permitió la reducción del porcentaje para ganar en primera vuelta pasando del 45 al 35% si el ganador llevaba 5 puntos de ventaja al segundo lugar.

En síntesis, la victoria de Ortega es un hecho político al margen de la agenda de los Medios de Comunicación. Una verdad que coincide con la percepción ciudadana sobre la poca incidencia que tienen los Medios de Comunicación en la dinámica política.

Según la misma encuesta de M&R, cuando se pregunta a los ciudadanos cuales son las instituciones que ejercen más poder en Nicaragua, colocan en primer lugar a los partidos políticos (29%), mientras que a los medios en penúltimo lugar (2%).

A la prensa nacional se les percibe como la institución más confiable, pero con limitado poder de decisión o incidencia en los asuntos políticos y de Estado. Los partidos políticos y los poderes calificados como instituciones poco confiables son quienes ejercen mayor cuota de poder.

Como siempre, las elecciones despertaron expectativas sobre el rol de los medios de comunicación en el proceso electoral. Los medios respondieron abriéndose, por primera vez, a la observación de la sociedad civil y ser desafiados en sus conclusiones.

Acostumbrados a ser los fiscalizadores del poder público y privado y no ser fiscalizados, los jefes de redacción de las principales empresas informativas, acordaron con la Fundación Violeta Barrios de Chamorro y el Trust-Oea, la realización de un Monitoreo para luego con sus resultados sentarse a valorar su comportamiento ético en el ejercicio del periodismo político.

Las fechas monitoreadas fueron: 10-14/17-21 Julio 2006; 7-11/14-18 Agosto 2006, 4-8/18-22 Septiembre 2006. Tanto en Prensa Escrita como en Televisión, se seleccionaron Medios de cobertura nacional, siendo estos: *La Prensa* (LP) y el *Nuevo Diario* (END); Canales 2,8,10 y 12. En televisión se monitoreó una edición del noticiero al día y los programas de opinión: *Primera Plana*, *Revista 24 horas*, *Esta Noche* y *Buenos Días*.

Según la última encuesta, del Instituto Nicaragüense de estadísticas y Censos (INEC), más de un 70% de la población se informa por televisión y noticieros; el 30% lo hace a través de dos periódicos escritos: *La Prensa* y el *Nuevo Diario*.

El estudio resalta que los dos periódicos representan ofertas ideológicas diferentes y por tanto ofrecen al público una agenda informativa pluralista. La circulación de ambos no es masiva y está concentrada en los centros urbanos. Se estima que dos medios líderes, *La Prensa* junto con el *Canal 2* capturan más del 60% del mercado.

La información recogida por los indicadores fue utilizada para analizar la cobertura electoral que los medios seleccionados realizaron a cinco partidos y sus formulas electorales en la contienda: PLC (Partido Liberal Constitucionalista, con José Rizo), ALN (Alianza Liberal Nicaraguense, con Daniel Ortega), MRS (Movimiento Renovador, con Edmundo Jarquin) y AC (Alternativa Cristiana, con Edén Pastora).

Características de la cobertura

En general los datos que presenta este texto, revelan que la cobertura se basó principalmente en las declaraciones y controversias de los candidatos, más que en una agenda informativa propia y novedosa. Hubo un sorprendente aumento de periodismo cívico convirtiendo a la sociedad civil y a los analistas en actores importantes. La voz del pueblo fue una de las más ausentes, evidenciando pocos mecanismos para que el ciudadano pueda plantear sus inquietudes y preguntas a la clase política.

Al principio se vio un esfuerzo por mantener la equidad y pluralidad del espacio hacia los diferentes partidos. Política que no fue mantenida en los meses finales de la campaña cuando los medios prácticamente se definieron.

Los derechos a la libertad de expresión a la información fueron respetado por los candidatos y sus partidos, a excepción del FSLN. La jefatura de este partido puso presión sobre un canal televisivo que fue impedido de pasar un documental de Univisión relacionado con la demanda de Zoilamerica Narváez por abuso sexual en contra de su padastro el candidato Daniel Ortega, ahora Presidente.

1. Derecho de los candidatos a expresarse

Julio 10 - 14/ 17 - 21 Julio

- **Prensa Escrita**

En este período se publicaron 138 noticias relacionadas con la contienda electoral. De estas 65 noticias fueron publicadas en LP y 73 en END.

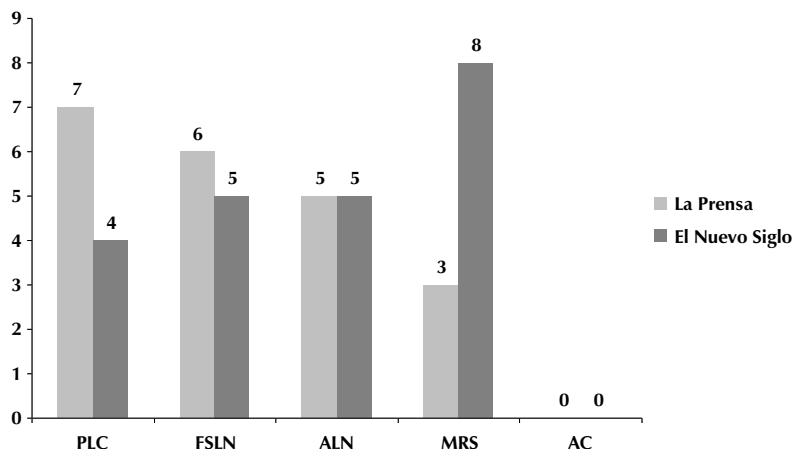
Presencia de candidatos a la Presidencia

Se publicaron 43 noticias relacionadas con los candidatos a presidente y/ o vicepresidente, 21 fueron publicadas en LP y 22 en END. Los candidatos a la residencia de los partidos en la contienda lograron tener igual espacio en los medios, con la excepción de Alternativa Cristiana, candidato que por el tamaño de su partido casi no estuvo presente en los medios.

Los candidatos a presidente y vicepresidente del PLC y FSLN tuvieron mayor presencia en LP (7 y 6 noticias respectivamente). La fórmula del MRS fue la que generó más noticias en END (8 notas). ALN, FSLN y PLC tuvieron una cobertura similar (5, 5 y 4 notas respectivamente).

Los candidatos a vicepresidente tuvieron poca presencia en este período electoral. Parece ser que su importancia comenzó y terminó durante la conformación de las fórmulas presidenciales.

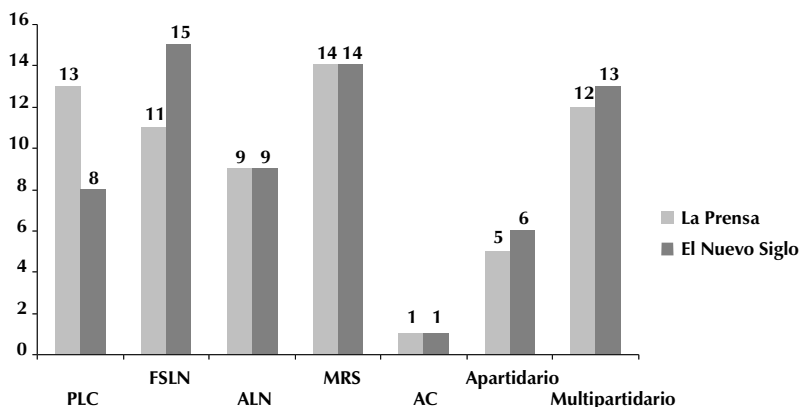
Presencia de Partidos políticos



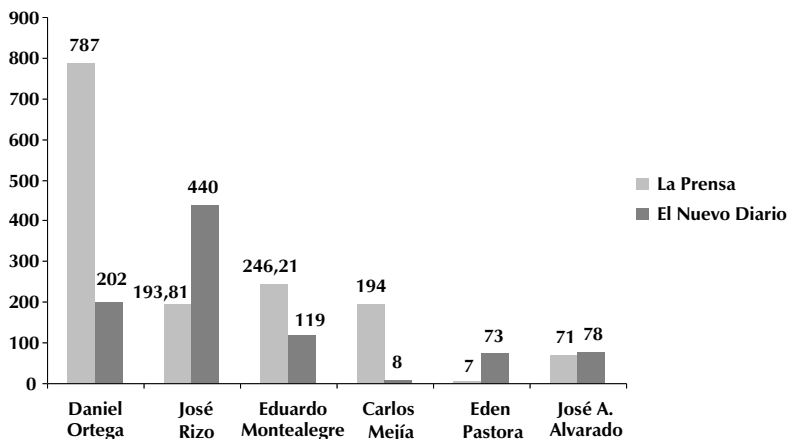
El FSLN fue el partido que más cobertura recibió con 33 noticias, obteniendo el mayor espacio en END (22 notas). La mayoría de estas noticias fueron de carácter negativo.

El MRS ocupa el segundo lugar con un 28. A diferencia del FSLN, este partido generó la misma cantidad de noticias en LP y END (14 y 14). Es importante señalar que la proyección del MRS en esta etapa se debe a la muerte súbita de su candidato Herty Lewites, hecho noticioso que acaparó la atención de los medios especialmente en lo referente a la sucesión de la fórmula presidencial. En tercer lugar se ubica el PLC con un 21 y en cuarto ALN con 18. Al final aparece AC con 2 noticias.

En el caso de noticias multipartidarias y apartidarias, la cobertura de ambos medios estuvo balanceada. De 11 notas apartidarias, 6 fueron publicadas por END y 5 por LP. De las 25 noticias multipartidarias, 13 corresponden a END y 12 a LP.



Pulgadas columnares por candidato a presidente



LP dedicó 4737 pulgadas a las noticias políticas y END 2959. De este total 2570.6 fueron otorgadas a los candidatos y el resto a partidos políticos.

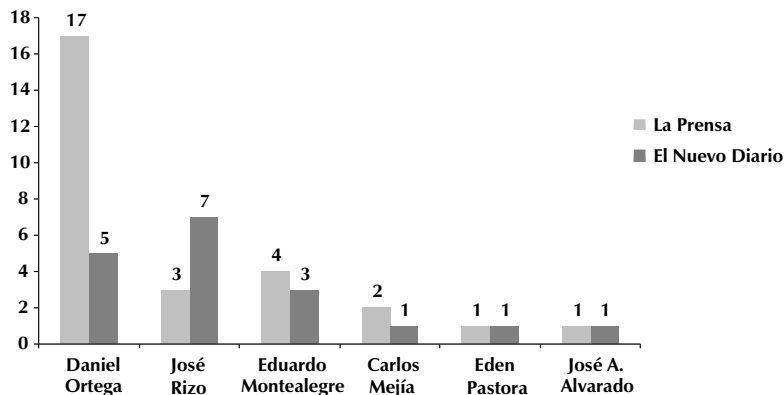
Daniel Ortega y José Rizo son los candidatos que recibieron mayor cobertura, seguidos por Eduardo Montealegre. De 41 menciones, 16 corresponde a José Rizo (12 en END); 10 a Daniel Ortega (7 en LP); 7 a Eduardo Montealegre (5 en LP). Las restantes 8 estuvieron divididas entre el resto de candidatos.

Cabe destacar, que si bien José Rizo generó una mayor cantidad de noticias, Daniel Ortega es el candidato que más espacio recibió en las páginas de los periódicos, principalmente en LP. En total, los candidatos recibieron 2418.54 pulgadas columnares, de las cuales 40.9% corresponden a Daniel Ortega, 26.2% José Rizo y Eduardo Montealegre 15%.

La diferencia de espacio entre candidatos es mayor en LP, la cual dedicó 787 pulgadas columnares a Daniel Ortega y 246 a Eduardo Montealegre. END por el contrario, asignó mayor espacio a José Rizo, 440 pulgadas columnares, seguido de Daniel Ortega con 202.

Muchas de las noticias relacionadas a Ortega no fueron producto de declaraciones, ni comparencias, sino reacciones de gente en su contra, la mayoría de ellas producto de sus declaraciones del 19 de julio. Lo mismo sucede con las noticias relacionadas con Rizo, que celebró la Revolución Liberal el 11 de julio.

Uso de fotografías candidato a presidente



En los dos medios escritos, Ortega es el más “fotogénico” de los candidatos seguido de Rizo y Montealegre.

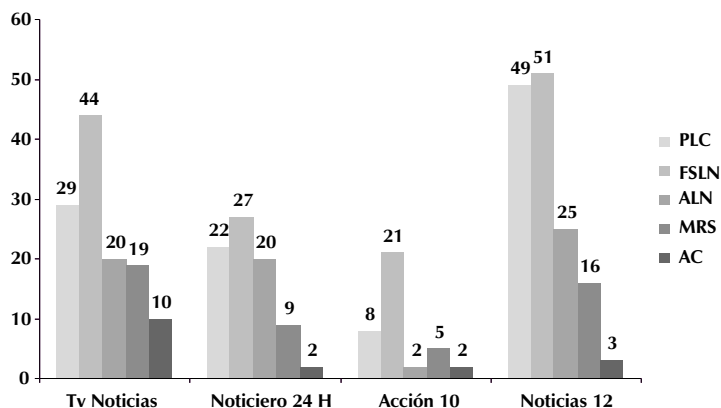
En cuanto a imágenes de o sobre partidos políticos, las actividades de ALN y PLC fueron las que más fotografías recibieron, seguidos del MRS, FSLN y AC.

• Televisión

En los canales 2, 8, 10 y 12 se presentaron 329 noticias en los noticieros relacionadas con los partidos políticos, siendo el Canal 12 el que más noticias cubre con 134, y Canal 10 el minoritario con 35 noticias.

Es importante recalcar que estos datos no pueden compararse con los Agosto y Septiembre, ya que la metodología utilizada para cuantificarlos fue diferente. En Julio no se separaron programas de opinión, de noticieros. Tampoco se contabilizó la misma edición del telediario.

Presencia de fórmulas presidenciales



El FSLN fue el partido que mayor cobertura tuvo con 143 noticias, debido en gran medida a las noticias y seguimiento que recibió el 19 de Julio. En segundo lugar apareció el PLC, que celebró su convención el 11 de Julio, obteniendo 108 noticias relacionadas. AC tuvo la cobertura más baja con solo 17 noticias en los canales analizados.

En general los candidatos a Presidencia tuvieron una similar cobertura, apareciendo en los primeros lugares PLC y FSLN. El candidato de AC tuvo una cobertura muy baja. En cuanto a los candidatos a la vicepresidencia el candidato del MRS tuvo una cobertura considerable en comparación con los otros candidatos.

Los candidatos a presidente y vicepresidente del PLC (27) tuvieron mayor presencia en los medios televisivos que en prensa escrita.

Los candidatos a Vicepresidente tuvieron poca cobertura en este período de análisis. Carlos Mejía Godoy, candidato a Vicepresidente del MRS con 13 noticias fue el que mayor cobertura tuvo. Recordemos que en este período fue nominada su candidatura, la que se inauguró con un concierto el 19 de julio. El candidato de ALN no tuvo cobertura y el candidato de AC solo tuvo 2 noticias relacionadas a su campaña.

En programa de debates el ALN tuvo 25 participaciones, seguido del FSLN con 20, mientras que el AC tuvo solo 6 participaciones donde su candidato a presidente acudió en la mayoría de las ocasiones.

Noticias por canales

Canal 2

Los partidos PLC y FSLN aparecen a la cabeza en este medio, en su mayoría por las noticias generadas a raíz de sus respectivas celebraciones. MRS y ALN, que también celebraron en estas fechas (19 de Julio y 11 de Julio respectivamente) tuvieron cobertura significativa, pero no igual que los dos partidos mayoritarios.

Canal 8

Este canal 8 diferenció mucho la cobertura de noticias en las semanas analizadas. La primera semana dio mayor cobertura al ALN, donde se mencionó mucho un debate de pauta en que se enfrentó al PLC. Y la segunda fue prácticamente de cobertura de la coyuntura.

Canal 10

Este medio es el que menos cobertura dio a los partidos políticos. Al igual que el resto de canales dio mucha cobertura al acto del FSLN el 19 de Julio y en la primera semana se siguió con poco más de cobertura al ALN, aunque en general la cobertura fue baja.

Canal 12

Al igual que el canal 2 fue el canal que dio mayor cobertura a la campaña electoral. Siendo los partidos FSLN y PLC los partidos que más aparecieron. AC fue el partido

con menor cobertura (6 noticias), pero en términos generales fue el canal que más cobertura le dio. Incluso su candidato a la presidencia tuvo un programa completo de 1 hora en buenos días.

Agosto 7 - 11 / 14 - 18

- Prensa Escrita

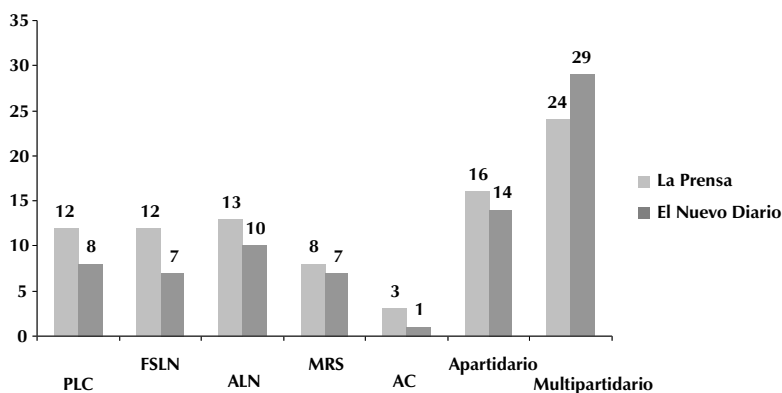
Presencia de candidatos a la Presidencia

Entre LP y END se hicieron 71 referencias de los aspirantes a la silla presidencial. 41 ocasiones en LP y 30 en END. Los candidatos a Vicepresidente tuvieron un perfil bajo, sólo fueron mencionados 13 veces.

El candidato del ALN, Eduardo Montealegre, fue el más destacado con 15 apariciones, principalmente en LP (10). Seguido por Edmundo Jarquín del MRS (13), cuya participación se mantuvo balanceada en ambos diarios.

José Rizo está en tercer lugar con 10 menciones. Daniel Ortega no da declaraciones a periodistas, y sus mensajes se dan a través de concentraciones políticas, apareciendo sólo en 4 ocasiones, tres de ellas en LP. Igual presencia tuvo Edén Pastora de AC (4).

Apariciones partido

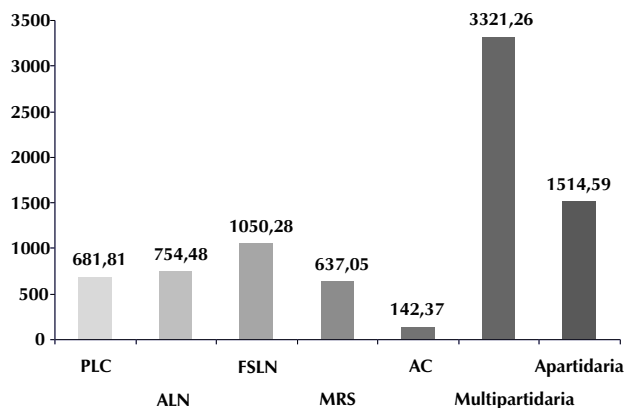


Presencia de partidos políticos

En este período, la mayoría de las noticias publicadas (164) en ambos diarios son apartidarias (30) o hacen referencia a varios partidos políticos en una noticia (53). La cantidad de noticias apartidarias en este momento de la campaña reflejan la intención en los medios de manejar altos niveles de pluralidad y equidad, actitud que va perdiendo fuerza a medida que el proceso se polariza como lo veremos en la medición del siguiente periodo.

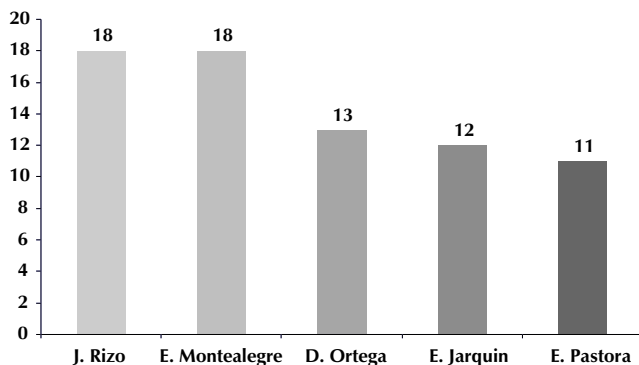
En ambos diarios, al analizar las notas que se refieren a un partido político en particular, ALN ocupa el primer lugar con 23, seguido del PLC con 20. Luego están FSLN (19), MRS (15) y AC (4).

Pulgadas columnares por candidato a presidente



A pesar que ALN es el partido que más noticias generó en los medios escritos, el FSLN es el que más espacio recibió con 1050.28 pulgadas columnares. ALN aparece en segundo lugar con 754.48 y PLC con 681.81. En penúltimo lugar se sitúa el MRS (637.05) y AC con 142.37.

Uso de fotografías candidato a presidente



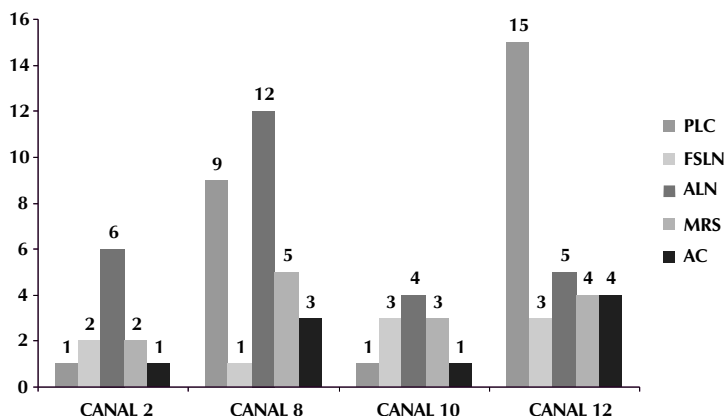
Los candidatos a presidente por los partidos liberales son los que más fotografías generan. Ortega menos visible esta vez, aparece de segundo con 13 fotos, seguido de cerca por Edmundo Jarquín con 12 y Edén Pastora con 11.

Las actividades de ALN y PLC fueron las que más fotografías recibieron en ambos medios (19.40% y 11.94% respectivamente). Después aparecen MRS con 5.97%, y FSLN y AC con 2.99%. Las fotografías apartidistas y multipartidistas contabilizaron 56.72%.

En LP, las actividades de ALN fueron las más fotografiadas (22.73%). En segundo lugar está PLC con 13.64%. MRS y AC obtuvieron 9.09% cada uno. No se publicaron fotografías del FSLN.

En END, ALN y PLC también aparecen en primer y segundo lugar respectivamente (17.78% y 11.11%). El FSLN y MRS empataron con 4.4%. END publicó más fotografías sobre actividades multipartidarias y apartidarias (62.22%) que LP (45.45%).

• *Televisión*

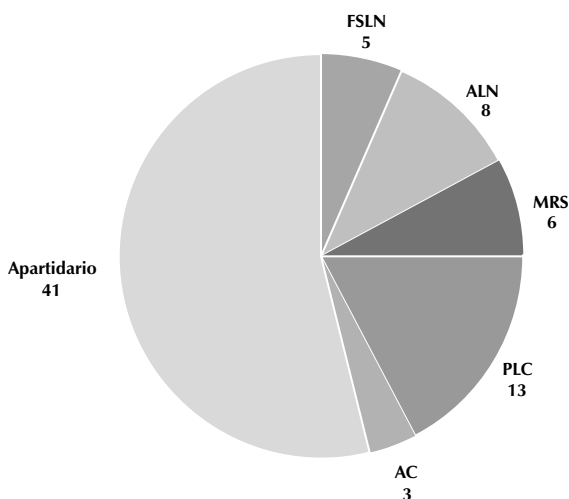


Durante el período de análisis, se presentaron 194 noticias en noticieros en los canales 2, 8, 10 y 12. En los programas de opinión se contabilizaron 76 intervenciones sobre la contienda electoral.

Presencia de fórmulas presidenciales

El candidato a la presidencia del ALN fue el que más apariciones tuvo con 27, los candidatos a la presidencia y vicepresidencia del PLC suman 26 apariciones, MRS 14, en cambio los candidatos del AC y FSLN cada uno suma 9 apariciones.

Candidatos en programas de debate



Primera Plana (Canal 2) y Buenos Días (Canal 12) fueron los programas que más llevaron debates, aunque en general en todos los canales se dio alta cobertura a las campañas y la participación de los partidos políticos fue muy similar, aunque hubo mucho análisis a los actos realizados por el FSLN y el PLC.

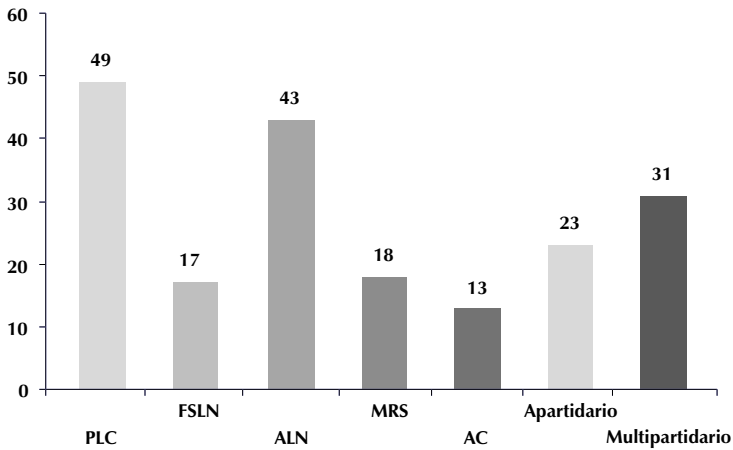
Es importante señalar la alta participación que tienen figuras no partidarias en programas de opinión.

Noticias por partido

El partido político que tuvo mayor mención fue el PLC (49) seguido de cerca por el ALN (43), hubo alta presentación de noticias multipartidarias (31), mientras que el FSLN (17), el MRS (18) y el AC (12) tuvieron menor mención.

Los canales 8 y 12 fueron los que dieron mayor cobertura a las elecciones con 62 noticias cada uno, el canal 2 brindó 27 y el canal 10 emitió 22. Los canales 8 y 12 centraron mayoritariamente sus noticias en los partidos PLC y ALN, enfatizando en las diferencias y los encuentros que ambos poseen. Canal 2 dio mayor cobertura al ALN, y el canal 10 dividió su cobertura en todos los partidos.

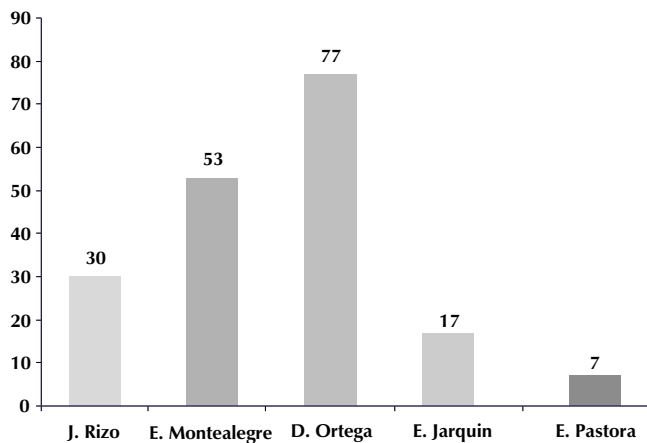
Noticias por partido



Septiembre 18 - 22

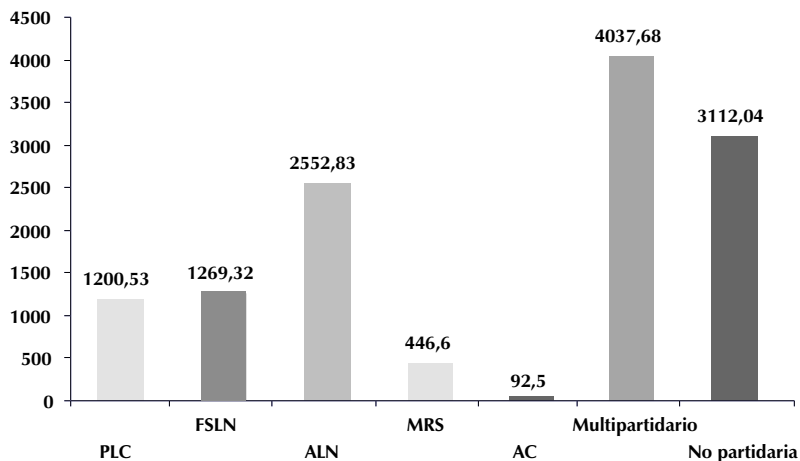
• Prensa Escrita

Presencia de candidatos a la Presidencia



Daniel Ortega fue el candidato más mencionado, también el que más espacio recibió, principalmente en LP. Le sigue siempre Eduardo Montealegre, quien también tuvo mucha presencia en LP. Rizo y Jarquín se alternaron en el tercer lugar. Edén Pastoral fue invisible.

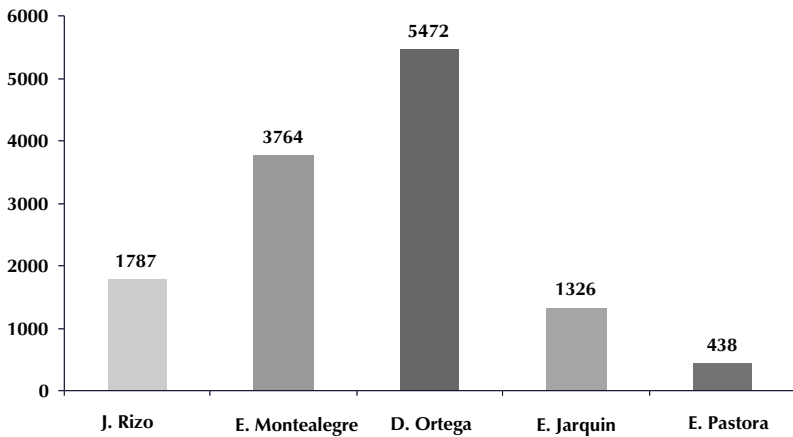
Presencia de partidos políticos



En cuanto a la presencia de partidos políticos es importante señalar el repunto que tuvieron las noticias multipartidarias y apartidarias, ambas por encima al número de noticias.

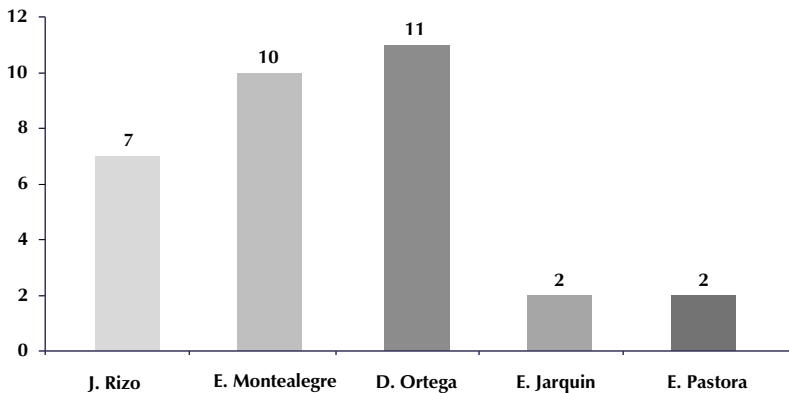
El FSLN apareció en primer lugar con 2552 pulgadas columnares, seguido por ALN con 1269 y PLC con 1200. El MRS tuvo una abrupta caída con 446 pulgadas columnares y en último espacio apareció AC con 92 pulgadas columnares.

Pulgadas columnares por candidato a presidente



Daniel Ortega es el candidato con más pulgadas columnares, recibiendo 5472, seguid de Montealegre con 3764, Rizo con 1787, Jarquín con 1326 y Pastora con 438.

Uso de fotografías candidato a presidente



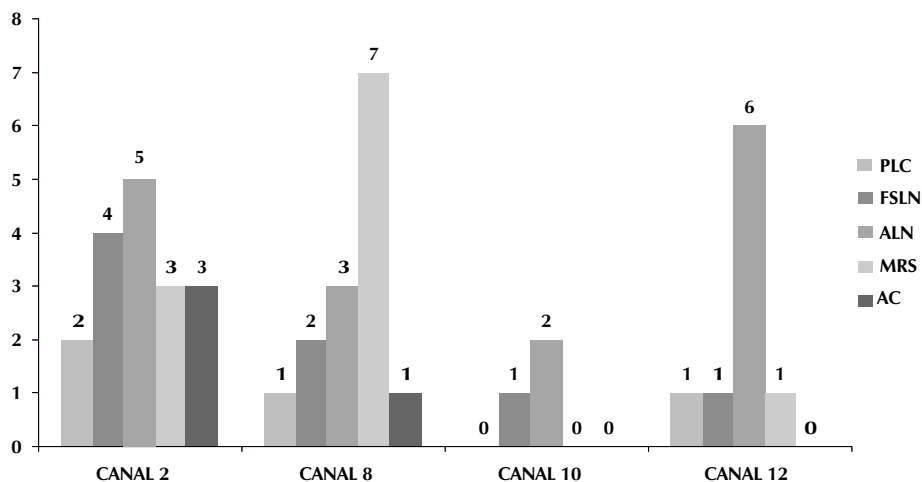
Las tendencias de Ortega y Montealegre se mantienen en el uso de fotografías con 11 y 10 fotografías respectivamente. Rizo se ubica en tercer lugar con 7 fotografías, 5 de ellas en LP. Seguido de Pastora y Jarquín (2).

La mayoría de las fotografías tomadas a candidatos a presidente fueron publicadas en LP (21 de 32).

- Televisión

Se generaron 207 noticias, de las cuales las multipartidarias ocuparon los primeros lugares.

Presencia de fórmulas presidenciales



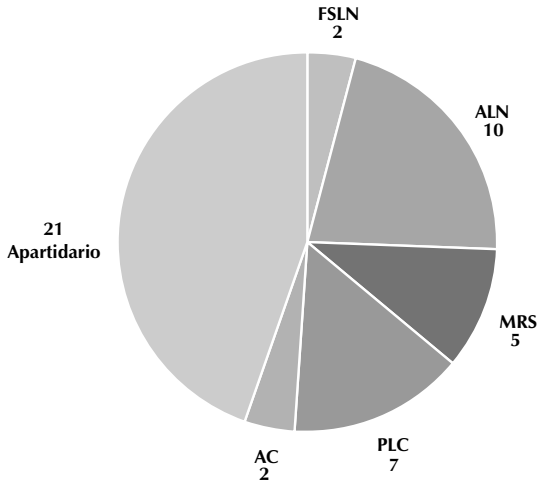
Las fórmulas presidenciales del ALN y el FSLN recibieron el primer y segundo lugar de cobertura en canal 2. En tercer lugar tenemos MRS y AC, seguidos de PLC.

En canal 8 el MRS aparece en la cabeza con casi el doble del total de noticias que en el resto de canales. Con 3 noticias ALN aparece en el segundo lugar, seguido del PLC y AC.

El partido que más noticias recibió en canal 10 es el ALN, seguido del FSLN. Es importante señalar que este espacio casi no reporta noticias políticas por la naturaleza misma del canal.

Finalmente, canal 12 ALN también aparece a la cabecera, seguido por FSLN, PLC y MRS. Este espacio no reportó ninguna noticia de AC.

Candidatos en programas de debate

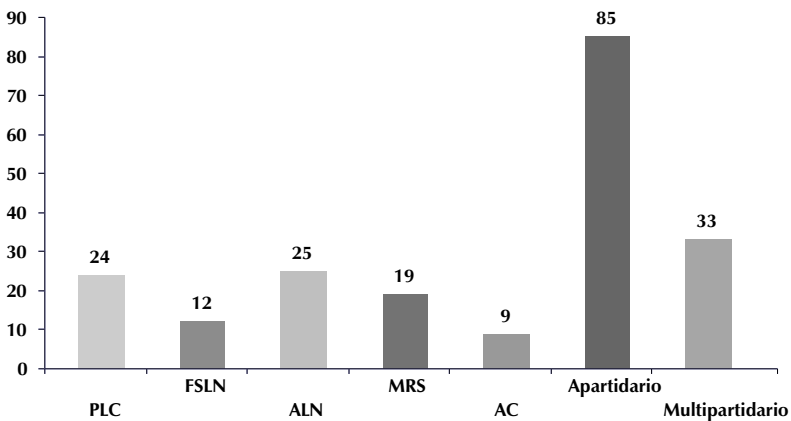


En los programas de debate la tendencia varía un poco, apareciendo en primer lugar en las participaciones ciudadanos que no representan a ningún partido debatiendo sobre elecciones. En este sentido el programa Esta Noche, de canal 8, contribuyó de manera significativa a la apertura de espacio a la sociedad civil en este proceso electoral.

En cuanto a partidos políticos, ALN es el que participó más en este tipo de programas, seguido de PLC, MRS, FSLN y AC.

Cabe señalar que en canal 2 el FSLN y el PLC fueron invitados a diversas ediciones del programa Primera Plana, pero estos no asistieron, lo que fue catalogado como “autoexclusión” por este medio de comunicación.

Noticias por partido



En el área noticiosa, las noticias apartidarias también resultaron en el primer lugar, seguidas por las multipartidarias.

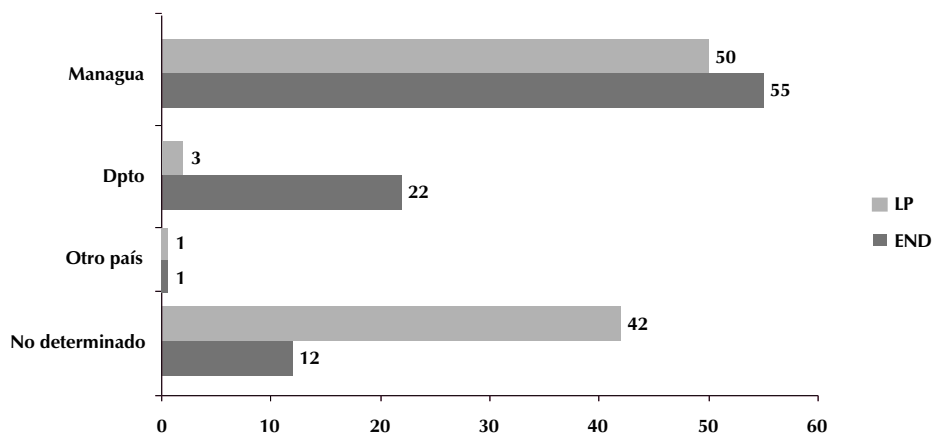
ALN fue el partido que más cobertura recibió con 35 notas, seguido por el PLC con 24, el MRS con 19, FSLN con 12 y AC con 9.

En todos los canales las noticias apartidarias y multipartidarias se situaron en primer y segundo lugar respectivamente. En canal 2, ALN estuvo a la cabeza con 9 noticias; en canal 8 el MRS con 8, en canal 10 ALN con 3 y en canal 12 el PLC con 17.

2. Derecho ciudadano a estar informado

Julio 10 – 14/ 17-21

• Prensa Escrita



Origen de la noticia

La mayoría de las noticias se originan en Managua. De las 186 noticias analizadas, 105 fueron generadas en Managua, distribuidas equitativamente entre ambos medios.

En Managua, LP le brinda mayor cobertura al PLC (11 de 50) y MRS (10). END al FSLN (13 de 55) y PLC (11).

En el caso de los departamentos, END superó significativamente a LP en una relación de 18 a 3. Hay un buen número de noticias que carecen de origen, expresión de una ausencia de contenido noticioso.

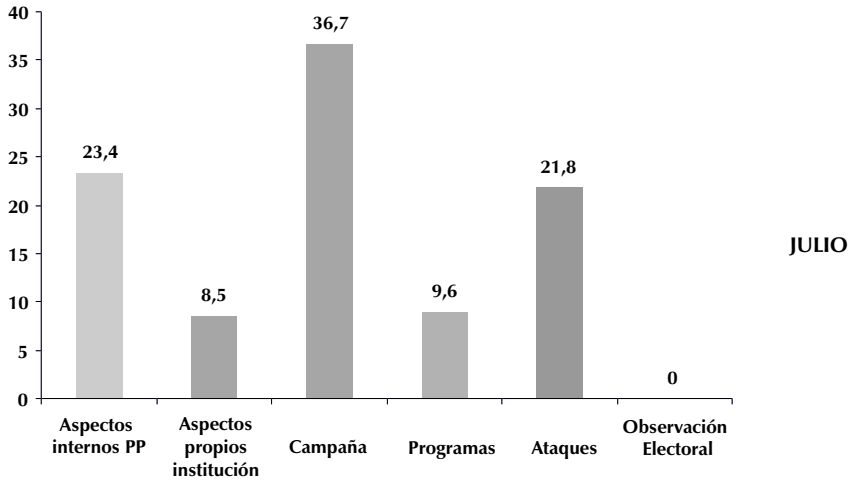
Géneros periodísticos

Los géneros más utilizados son la nota de prensa, artículos de opinión, reportajes y las caricaturas. En LP se analizaron 74 espacios, 55.4% corresponde a notas de prensa y 21.6% que se ubica en las páginas de opinión. Las caricaturas tienen un 8%.

En END, de 86 espacios, más del 60% fue ocupado por notas de prensa/reseña. Los artículos de opinión alcanzaron 30.9%. Las caricaturas 4.7%.

La mayoría de las noticias son descriptivas, es notable la ausencia de artículos de análisis. Los medios escritos se limitan a la descripción de las actividades de campaña.

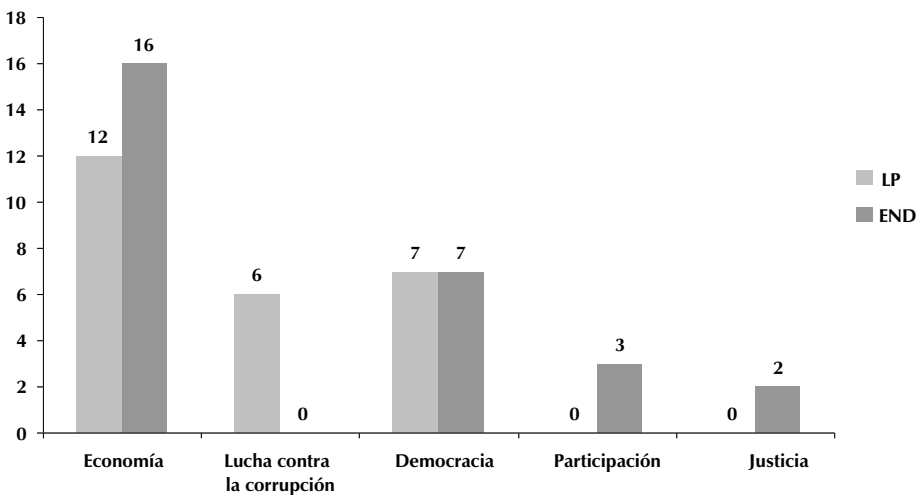
Temas abordados



Los temas propios de campaña están a la cabeza, seguidos de aspectos internos de partidos políticos. Ataques entre partidos (por lo general entre el FSLN, ALN y PLC. MRS y AC se ubican entre los menos confrontativos) y programas de gobierno aparecen en 3er lugar.

Solamente siete noticias recogen temas de Cultura Cívica, Ética y Transparencia; y apenas 10 cubren noticias sobre organización electoral.

Temas de discurso



Para poder tomar el pulso de los temas abordados por los políticos, de un extenso listado seleccionamos aquellos que puntuaron a lo largo de este mes.

Despuntan esta lista de temas por LP los aspectos económicos, democracia y lucha contra la corrupción. END también comienza su listado con temas económicos, seguido de democracia, participación ciudadana y justicia.

Los temas de empleo, lucha contra la corrupción y desarrollo rural sólo fueron incluidos por LP. El CAFTA y desarrollo sostenible únicamente aparecieron en END.

Temas esenciales como salud, educación, vivienda y derechos humanos, ocupan un lugar secundario en las agendas mediáticas y políticas. Se aprecia una alta influencia de la coyuntura en la agenda medial.

- Televisión

Origen de la noticia

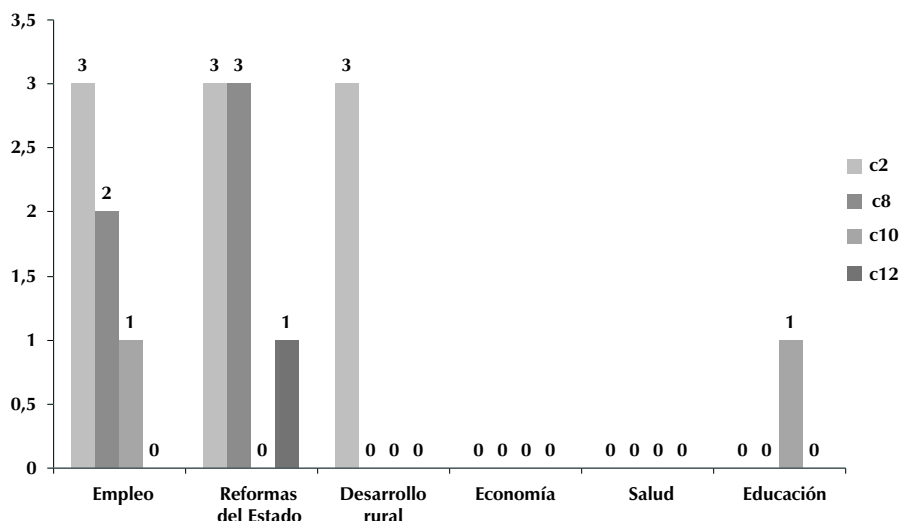
Al igual que en Prensa Escrita, el origen de la mayoría de las noticias es Managua. Este mes gran parte de los actos (19 y 11 de julio) se llevaron a cabo en la capital, lo que justifica un poco esta preferencia.

Temas abordados

La mayoría de las noticias se originan en actos partidistas propios de la campaña electoral. Esto debido a los actos políticos presentados por los cuatro partidos.

En comparación con los partidos políticos, son muy pocas las noticias generadas desde el Gobierno, Asamblea Nacional, Poder Electoral y la Sociedad Civil. Siendo el Consejo Supremo Electoral el que más genera después de los partidos políticos.

Temas de discurso



Los noticieros y programas de debate en este primer mes dieron mayor seguimiento a los temas relacionados con Desarrollo Rural, Empleo y Reformas del Estado.

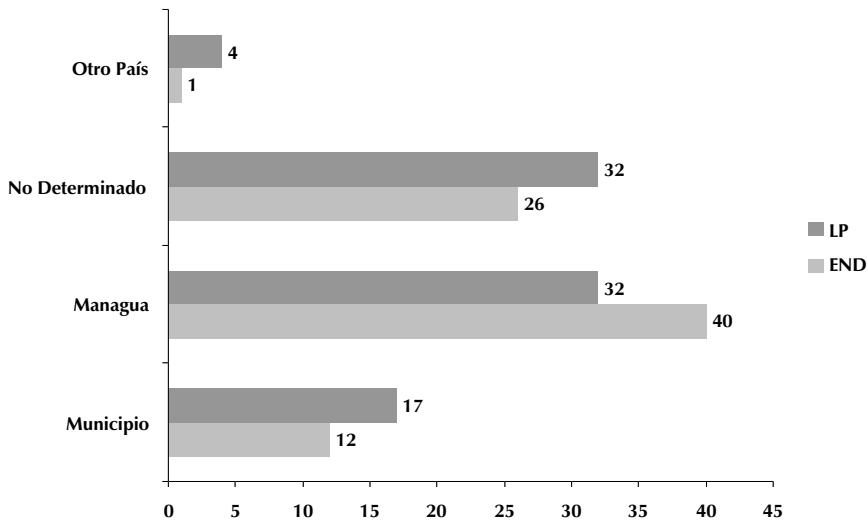
Temáticas como religión, deuda externa y seguridad no estuvieron en la agenda política en este primer mes.

La agenda mediática es reflejo en parte de los temas que se manejan en las agendas políticas y viceversa.

Agosto 7 - 11 / 14 - 18

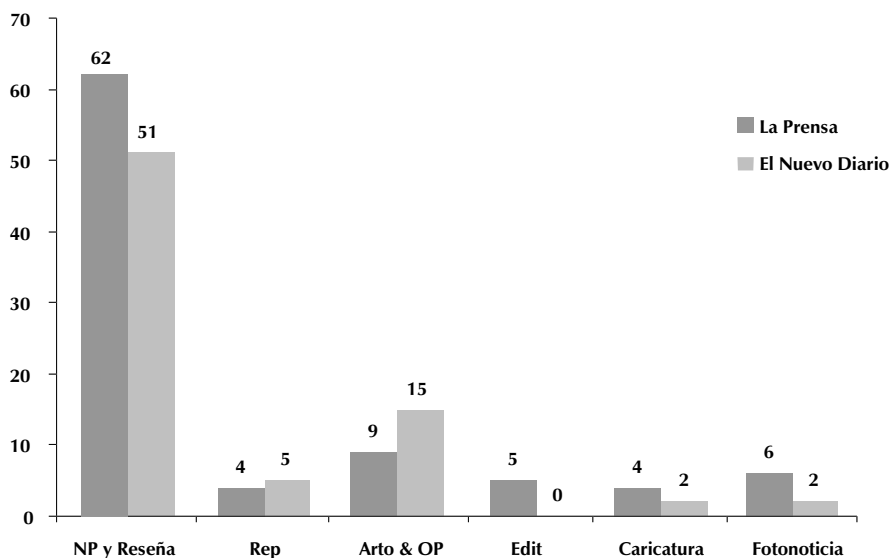
• Prensa Escrita

Origen de la noticia



La mayoría de las noticias se siguen originando en Managua. 43.9% de las noticias se generan en la capital y sólo 17.6% en el interior del país. ALN es el partido que más noticias genera en Managua, seguido del PLC, FSLN y MRS respectivamente. ALN y FSLN son los que más noticias generan en los municipios.

En Managua LP le brinda mayor cobertura al FSLN (6 de 32) y ALN (5 de 32). END al PLC y ALN (6 de 40 ambos). END brinda un poco más de cobertura a Managua (40 con 32 de LP) y LP a los municipios (17 de 12 de END).

Géneros periodísticos

La tendencia del primer monitoreo se mantiene con un ligero incremento. De 164 noticias contabilizadas, 68.5% corresponde a notas de prensa y reseñas, con un comportamiento similar en cada medio (62 notas en LP y 51 en END).

Tanto LP como END publicaron más notas de prensa y reseñas de ALN y PLC que de los otros partidos políticos.

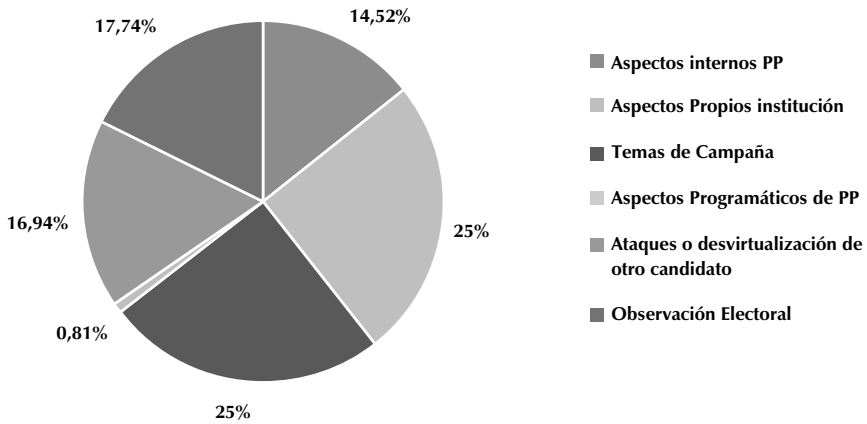
El segundo lugar lo ocupan los artículos de opinión (14.5%) con mayor intensidad en END que publicó 15 artículos. LP sólo publicó 9, sin embargo a la par aparecieron 5 editoriales. En ambos medios, solamente se publicaron 9 reportajes.

Temas abordados

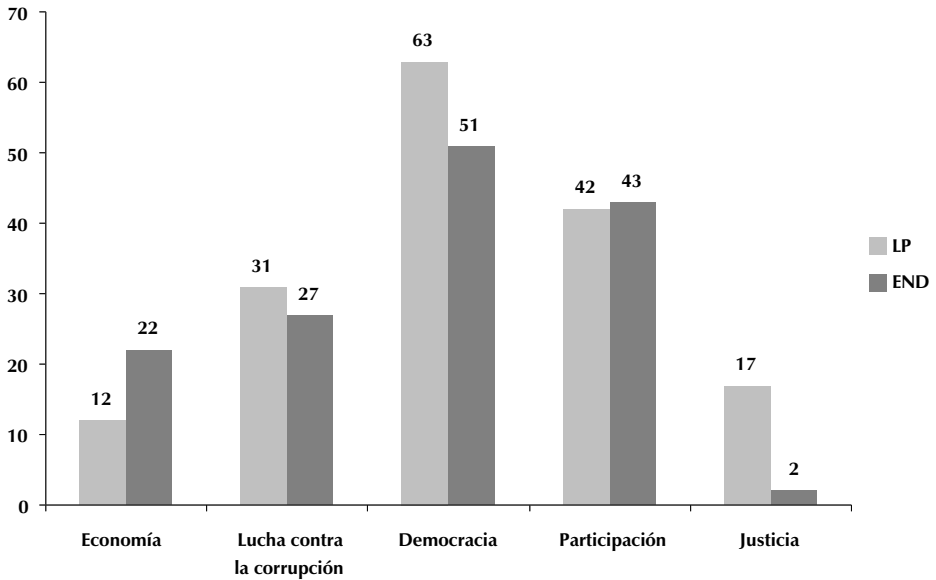
Entre LP y END abordaron 124 temas relacionados con la Campaña Electoral. Prevalcen los aspectos propios de las instituciones políticas y temas de campaña con un 25% cada uno. Luego está el tema de la observación electoral 17.7%, seguido de los ataques entre candidatos 16.9% y los aspectos internos de los partidos políticos (14.5%). Los programas de gobierno prácticamente no se abordan en ambos diarios (0.8%).

La observación electoral está llamando más la atención de los medios; En el caso de los ataques, ahora el PLC y FSLN comparten el escenario con el MRS que se había mantenido al margen en las primeras semanas del monitoreo. ALN presenta una situación particular, pues opta más por una posición defensiva, debido al tema de los Certificados de Inversión (CENIS.) que fueron emitidos cuando el candidato Montealegre estuvo en el Gobierno del Expresidente Arnoldo Alemán.

Temas abordados



Temas de discurso



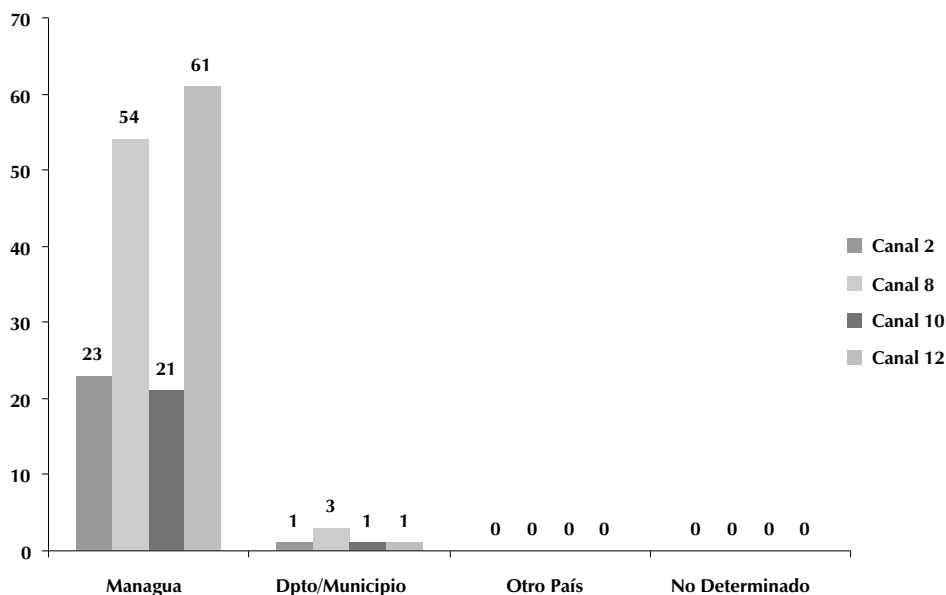
Los temas que más destacan son democracia y participación ciudadana. Después están lucha contra la corrupción, economía y justicia.

Entre las diferencias encontradas, el tema de economía y pobreza tuvo mayor presencia en END. En el diario LP, los derechos humanos.

Los temas de relaciones internacionales y justicia sólo fueron mencionados en LP, mientras que los problemas coyunturales de energía y salud tuvieron más presencia en END.

- Televisión

Origen de la noticia



El 96% de las noticias fueron generadas en Managua, manteniendo así la tendencia del mes anterior.

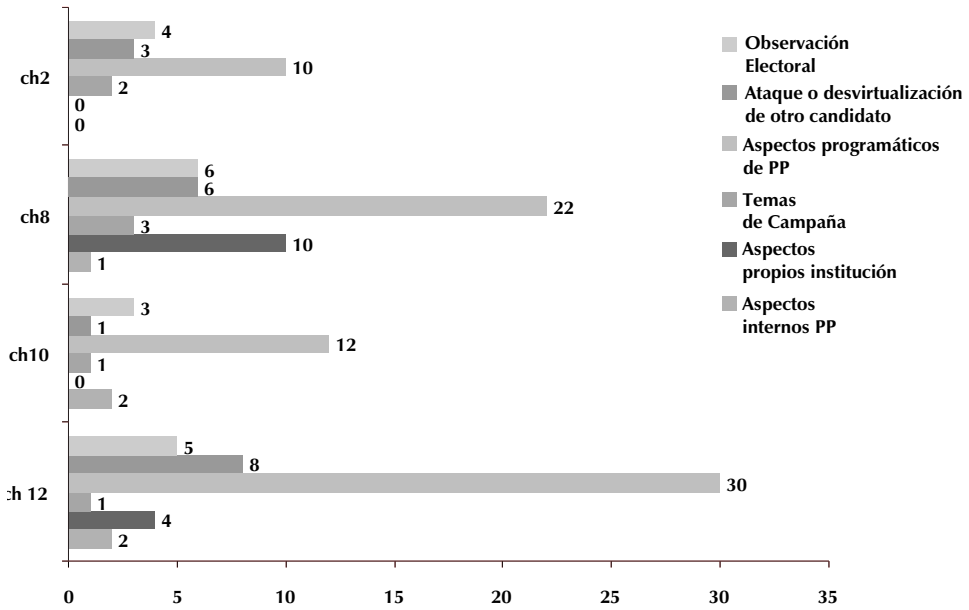
La presencia de noticias departamentales es menor en televisión que en prensa escrita. A excepción del canal 8 que presentó tres noticias departamentales, los canales 2, 10 y 12 solamente presentaron un despacho noticioso originado en el interior del país.

Temas abordados

Los cuatro canales centraron sus temas en actos de campaña: cobertura de concentraciones y actos propios de partidos en la contienda.

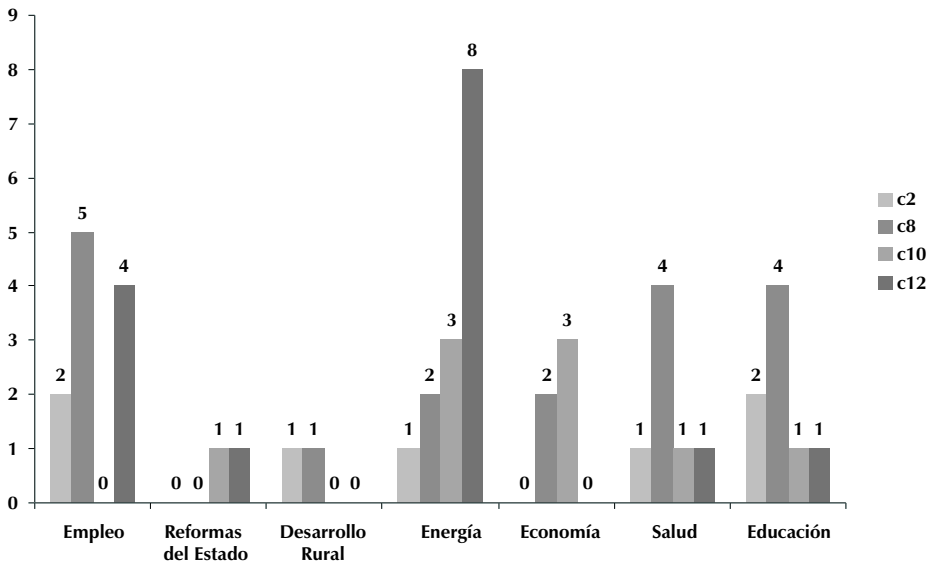
Poca cobertura a temas programáticos. ¿Los políticos no hablan de sus programas o sus programas no les interesan a los medios?

Temas abordados



Canales 8 y 12 recogen más confrontación entre políticos que el resto de canales.

Temática por noticiero



Educación y empleo fueron los temas más abordados por canal 2, seguido de desarrollo rural, energía y salud.

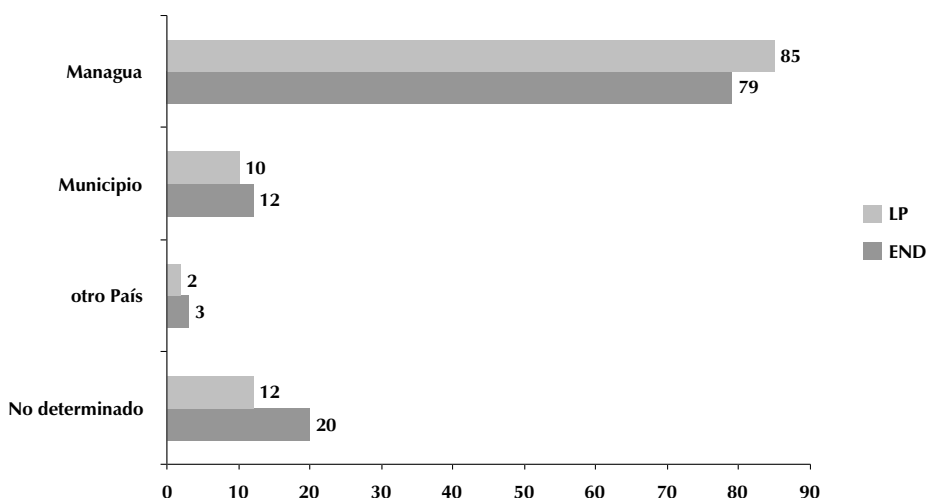
En canal 8 el tema con más repeticiones fue empleo; en segundo lugar tenemos salud y educación con igual cantidad de apariciones, energía y economía y desarrollo rural.

Canal 10 encabezó su listado con energía y economía, seguido de reformas del estado, salud y educación. Canal 12 centró sus temas en energía y empleo. En un lejano tercer lugar reformas del estado, salud y educación.

Septiembre 18 – 22

- Prensa Escrita

Origen de la noticia



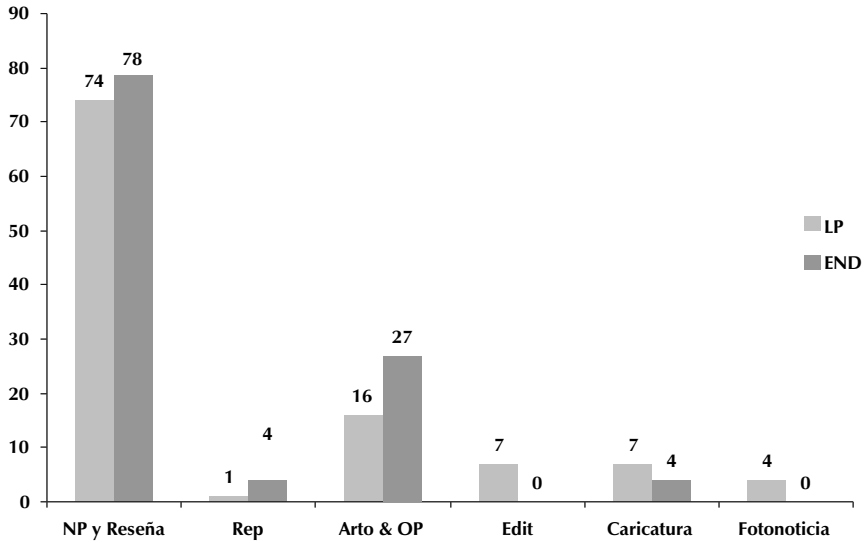
Los resultados confirman como tendencia las noticias que tienen como origen Managua. El número de noticias con origen no determinado se redujo y se dio un repunte de noticias originadas en los departamentos, pero conservándose siempre en un segundo plano. END tuvo menos noticias generadas en Managua y más noticias generadas en los municipios.

Género informativo

Las notas y reseñas prevalecieron a lo largo de todo el monitoreo respecto a otros géneros periodísticos.

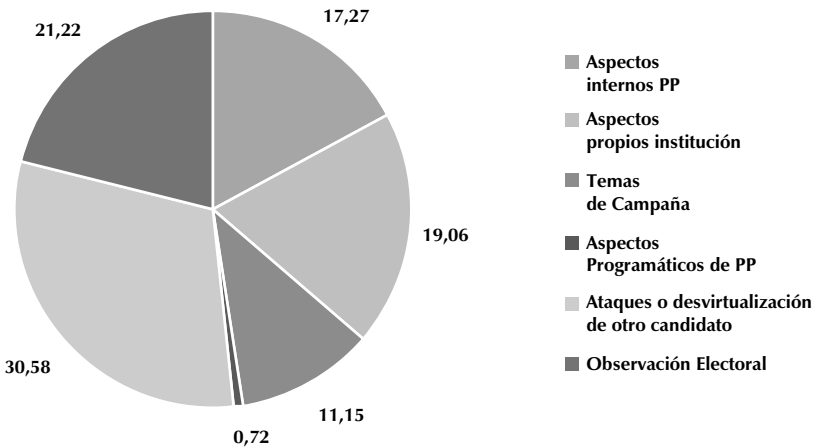
A pesar que los artículos de opinión se situaron segundo lugar, fueron muy pocos en comparación con las notas informativas, igual ocurrió con los reportajes que ocuparon el tercer puesto.

Género por global



Los diarios ofrecieron muy poco espacio al análisis y se enfocaron en la cobertura diaria y las declaraciones de los candidatos políticos.

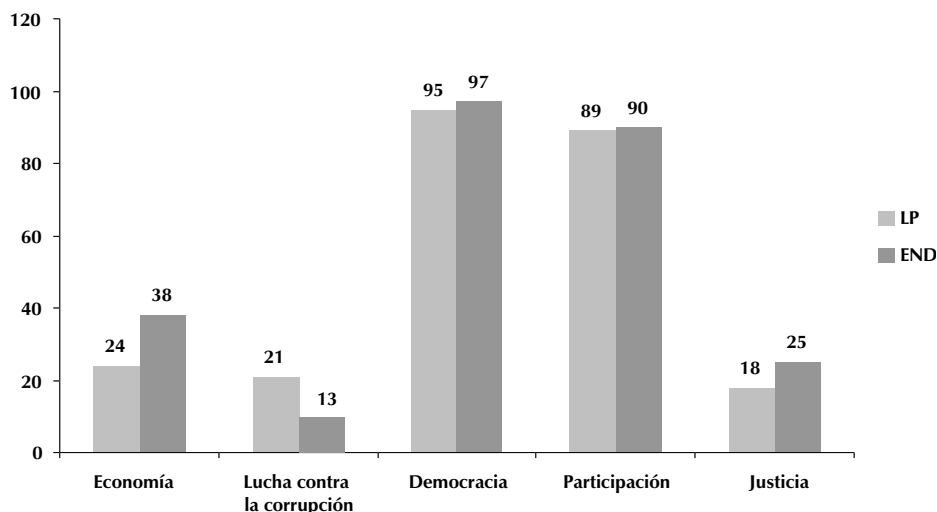
Temas abordados



Las noticias sobre los programas de gobierno de los partidos políticos fueron escasas. Lo poco que se publicó se limitó a los temas de pobreza, empleos, educación, vivienda y políticas económicas.

Los ataques entre candidatos ocuparon el primer lugar entre los temas priorizados por los medios escritos con 30.58%; La observación electoral adquirió relevancia situándose en segundo lugar con 21.22%, seguido de aspectos propios de las instituciones políticas y aspectos internos de los partidos políticos (19.06% y 17.27% respectivamente).

Temas de discurso



A nivel global (LP y END) democracia y participación ciudadana fueron los temas a los que más se refirieron los candidatos en sus discursos políticos.

Después están los asuntos económicos, justicia, lucha contra la corrupción, seguridad nacional y pobreza.

Turismo, desarrollo sostenible, transporte y comunicación, reforma del estado y energía forman parte de la lista de temas que los políticos raras veces nombraron en sus declaraciones ante los medios escritos, tanto en LP como en END.

- Televisión

Origen de la noticia

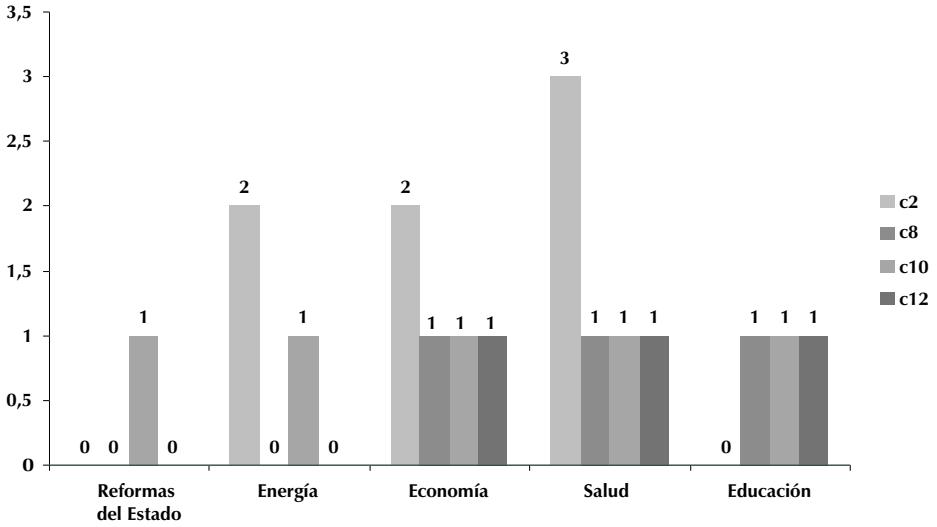
Los programas televisivos, bien sean de debates o informativos tienen como eje central de generación de noticia Managua, muy poco se cubrió lo ocurrido en los municipios u otros departamentos.

Temática por noticiero

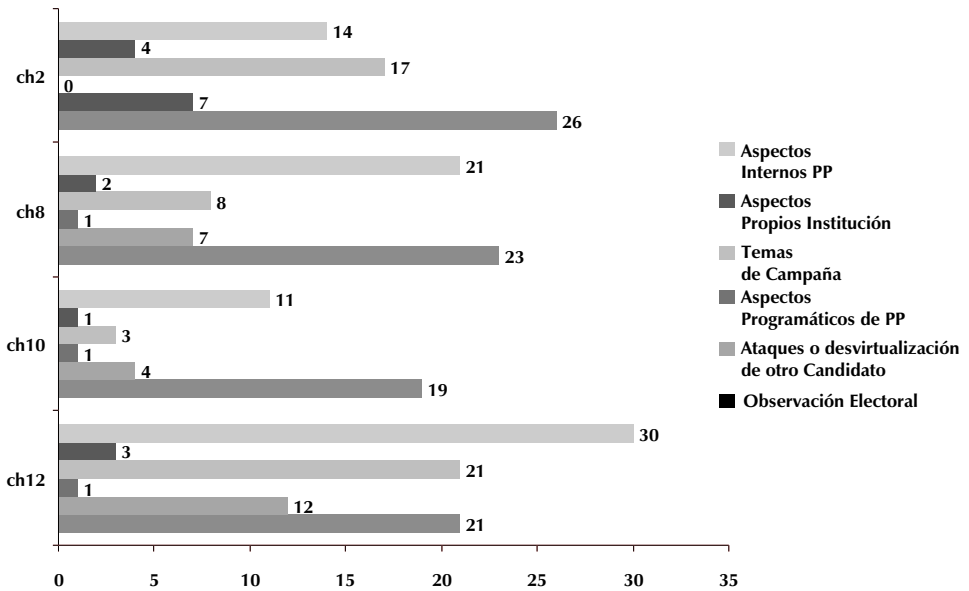
Salud, Economía y Energía fueron los temas que más veces abordó canal 12 en sus productos comunicacionales. Canal 8 le dedicó igual cantidad de espacio a noticias de economía, salud y educación. Canal 10 transmitió igual número de noticias asociadas a reformas del estado, energía, economía, salud y educación. Canal 12 se centró en

economía, salud y educación.

Temática por noticiero



Temas abordados



Observación electoral y aspectos internos de los partidos son los temas de mayor cobertura, tendencia explicable por la cercanía de los comicios.

El tema de los programas de gobierno estuvo casi ausente de la temática pre-electoral, especialmente de canal 2. El resto de medios dedicaron menos del 1% de sus noticias a estos temas.

Los ataques y desvirtualizaciones tuvo más presencia en los canales 2 y 12, seguido de 8 y 10.

3. Derecho ciudadano a expresarse

Julio 10 – 14/ 17-21

- Prensa Escrita y Televisión

Actores

Tanto en Prensa Escrita como en televisión se realizaron ajustes a la medición después del primer mes tomando en cuenta sugerencias del Foro de Periodistas y una valoración del mismo período. Durante este primer mes, los actores no se contabilizaron de forma independiente, sino partidaria y/o de origen, lo que impide poder comparar cifras de este mes, con los dos meses restantes.

Agosto 7 – 11 / 14 – 18

- Prensa Escrita

Actores

A lo largo del mes de agosto, los protagonistas de las noticias son las fórmulas presidenciales, seguidos de candidatos a diputado, dirigentes de partidos políticos y miembros de sociedad civil.

La voz del ciudadano común aparece en octavo puesto, pareciera la menos importante en este proceso electoral junto al Pdte. Bolaños y los candidatos a la Vicepresidencia. Poca presencia de Observación electoral.

- Televisión

Actores

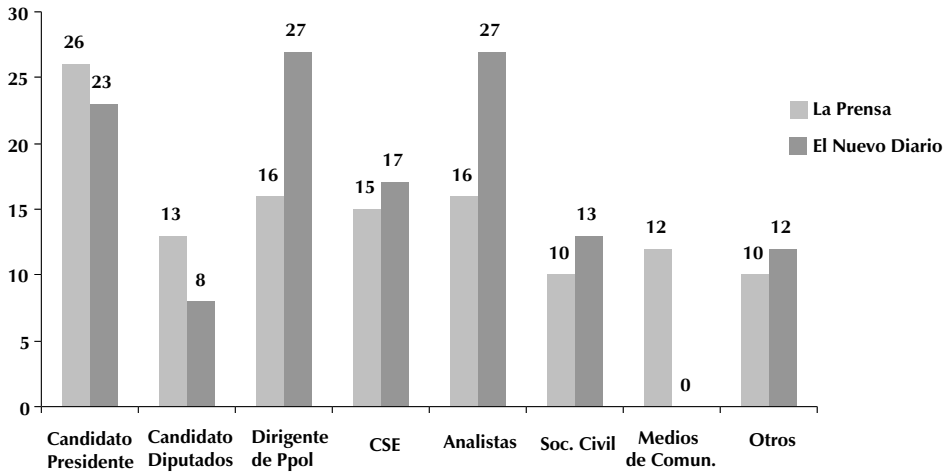
Alta participación de candidatos a Presidente, seguidos de voceros.

Las autoridades del CSE y la observación electoral con poca presencia, así como la empresa privada.

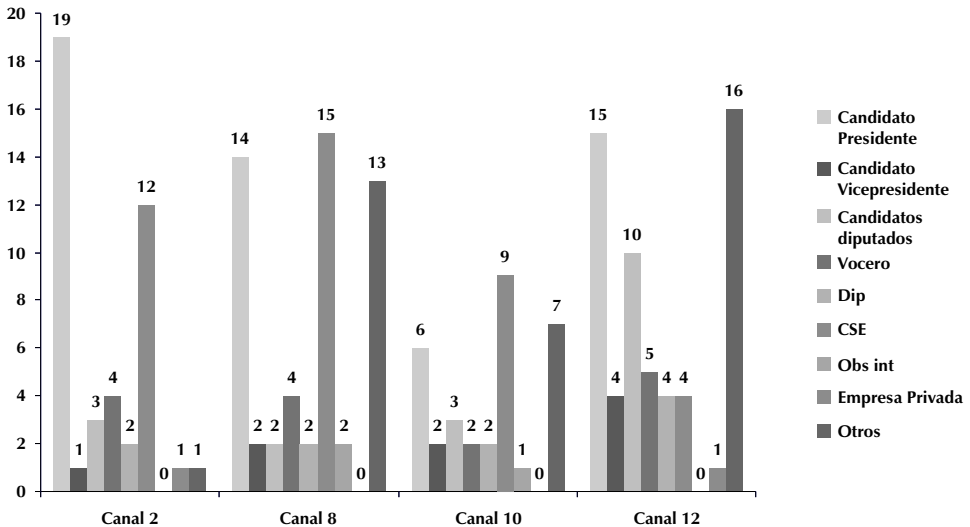
También parecen ausentes de estos temas el Presidente de la República y representantes de su gabinete y analistas y/o expertos que comenten propuestas, temas o coyuntura.

Septiembre 18 – 22

• Prensa Escrita



Actores



Conforme fue avanzando la campaña, la observación electoral, los analistas políticos, la sociedad civil y el mismo CSE aumentaron su presencia en los medios escritos.

En este mes también se leyeron más reacciones del ciudadano común comentando temas asociados con la contienda. Muy poca participación de la Iglesia católica, embajadas de otros países, policía y ejército.

- Televisión

Actores

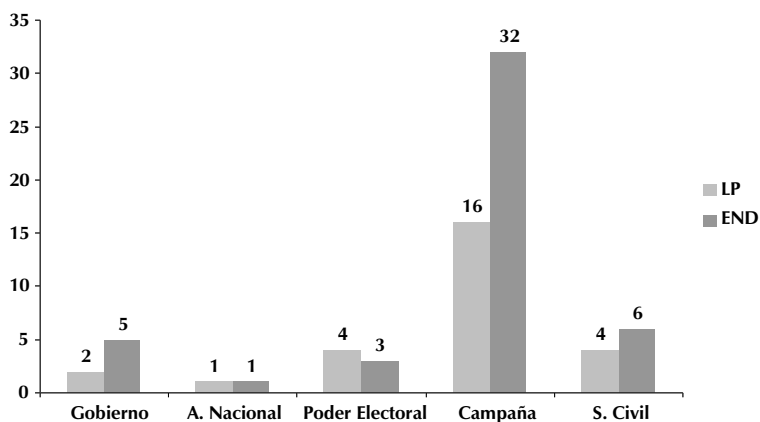
Con el avance de la campaña, la observación electoral, los analistas políticos y la sociedad civil aumentaron su presencia en los medios televisivos, estos últimos sobre todo en programas de debate.

Estas intervenciones no relegaron del primer lugar a los candidatos a la Presidencia y diputaciones, ni tampoco a los voceros. Se apreció un interesante repunte del CSE, figura prácticamente ausente los meses anteriores.

4. Derecho de los medios a buscar información con plena libertad

Julio 10 – 14/ 17-21

- Prensa Escrita



Acceso a información / fuentes que generan la noticia

La mayoría de las noticias se originan en actos partidistas propios de la campaña electoral, dándole más cobertura END a este tipo de noticias.

En comparación con los partidos políticos, son muy pocas las noticias generadas desde el Gobierno, Asamblea Nacional, Poder Electoral y la Sociedad Civil, aunque ésta última encabeza la lista con 10 notas de prensa.

- Televisión

Acceso a información / fuentes

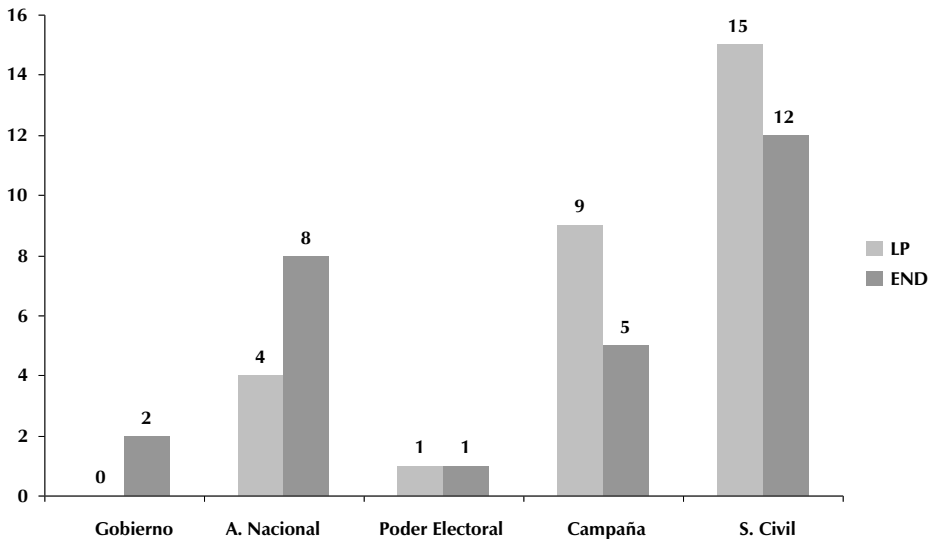
En todos los canales las fuentes de la noticia la generan los propios partidos, muy poco se genera desde el Gobierno, Asamblea, Consejo Supremo Electoral y Corte Suprema de Justicia. Los canales 2 y 12 son los que más buscan o reciben información de las fuentes sobre todo de los partidos políticos.

Agosto 7 - 11 / 14 - 18

- **Prensa Escrita**

Acceso a información / fuentes

En este mes vemos un incremento de noticias generadas por Sociedad Civil en ambos diarios.



En END en segundo lugar como generador de noticias está la asamblea nacional, temas propios de campaña, poder ejecutivo y poder electoral. En tanto, LP presenta pequeñas diferencias: temas de campaña, poder electoral y ejecutivo.

- Televisión

Acceso a información / fuentes

La principal fuente de información para noticias televisivas fueron políticos participantes en la contienda. Observación electoral y autoridades del CSE se mantuvieron en un distante segundo y tercer lugar respectivamente. En cuanto a

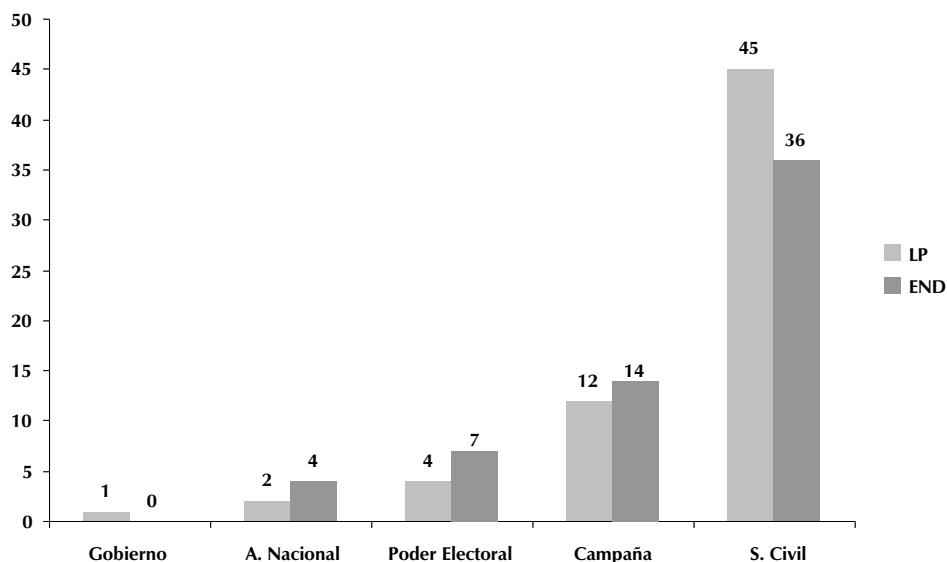
programas de opinión se refiere, lo más abordados fueron representantes de sociedad civil organizada y no organizada y analistas.

A diferencia de prensa escrita, los menos consultados fueron analistas y sociedad civil. El Presidente de la república y representantes del poder ejecutivo, tuvieron una participación mínima como fuentes de información en este proceso electoral.

Septiembre 18 – 22

• Prensa Escrita

Acceso a información / fuentes



La tendencia de crecimiento de las noticias generadas por sociedad civil se mantuvo a lo largo de septiembre, en gran medida por una serie de iniciativas generadas por movimientos de la sociedad civil organizada como el Cedulatón, entre otras.

Las actividades propias de campaña aparecieron en segundo lugar, seguidas del Poder Electoral, Asamblea Nacional y Gobierno. No hay diferencias entre LP y END en cuanto a estas cifras.

Las fuentes menos citadas en los medios escritos fueron el Presidente de la República, la Corte Suprema de Justicia y la Iglesia Católica, luego están la policía, el ciudadano común y los observadores internacionales.

• Televisión

Acceso a información / fuentes

En este último mes las fuentes más consultadas fueron candidatos a Presidente, autoridades electorales y observación electoral. Sociedad civil y analistas también fueron origen de noticias.

En términos generales, la campaña electoral se terminó polarizando y los medios no escaparon a la polarización política. No endosaron candidato pero tampoco escondieron sus simpatías partidarias.

SIGLAS

AC: Alternativa por el Cambio

ALN: Alianza Liberal Nicaragüense

CENIS:

CSE: Corte Suprema de Justicia

CSJ: Consejo Supremo Electoral

END: El Nuevo Diario

FSLN: Frente Sandinista de Liberación Nacional

GDC: Generador de Caracteres

LP: La Prensa

MRS: Movimiento Renovador Sandinista

OEA: Organización de Estados Americanos