

---

## **CAPÍTULO IX.- CASO CANDIDATO A LA GUBERNATURA DEL ESTADO DE SONORA POR EL PRI, EDUARDO BOURS.**

Dentro de las distintas sugerencias en relación a la mercadotecnia política se mencionan en este trabajo se encuentra la segmentación de las audiencias, acción necesaria para la elaboración y adecuación de los mensajes políticos.

En el caso del candidato Eduardo Bours Castelo, las temáticas que ha manejado en sus spots de radio son muy variadas cómo: apoyo a las mujeres embarazadas, oportunidades a las personas con discapacidad, promoción del empleo y la vivienda, apoyar con el pago del recibo de luz eléctrica durante los meses de verano, de la misma manera ha utilizado los espacios radiofónicos para promover sus proyectos como el de la delfinoterapia, inclusive para hacer del conocimiento publico los resultados de encuestas donde lo colocan a la cabeza de la contienda. Sin embargo al calor de la contienda electoral se ha generado una serie de acusaciones y respuestas en todos los medios no solo la radio.

Por otro lado, el candidato estratégicamente ha utilizado corridos norteños para promoverse de una manera más popular, inclusive el cantante Yahir, grabo un tema suyo con modificaciones en la letra, invitando ha votar a su favor

Para ejemplificar de una manera más tangible y cercana se aplicara el método investigativo del monitoreo, empleado específicamente dentro del programa radiofónico "Encuentro línea abierta" que se transmite de lunes a sábado de 7.00 a 10.00 Am, por el 1250 del AM, en Hermosillo, Sonora, México.

Se escogió esta radio por que cuenta con un buen nivel de aceptación y penetración en la sociedad hermosillense, motivo por el cual el Consejo Estatal Electoral del Estado, lo califico como uno de los más escuchados al incluirlo en

---

el monitoreo de medios que realizó la empresa Gabinete de Estudios Políticos en Medios Electrónicos e Impresos. ([www.ceesonora.org.mx](http://www.ceesonora.org.mx)).

Hermosillo cuenta con once estaciones de AM y siete de FM, en todo el estado de Sonora se distribuyen 54 estaciones más de FM y 42 de AM, sumando un total de 114 estaciones en las dos bandas. ([www.sct.org.mx](http://www.sct.org.mx))

Este programa es conducido por Gloria Elvira Biébrich y Sergio Valle, "Encuentro línea abierta" ha permanecido al aire durante 16 años, como ya se comentó este programa se encuentra entre los más preferidos de la sociedad y si buscamos su segmentación de audiencia, esta consiste en la clase media y media baja, siendo más específicos, personas de edad avanzada y amas de casa, ya que dentro de sus tres horas de transmisión ofrecen segmentos como el "Radio tianguis", espacio que se ofrece para vender o comprar cualquier artículo. Por otro lado los conductores dan la oportunidad a los radioescuchas de llamar al programa para extender su opinión sobre algún tema. La versatilidad de este programa y su gusto entre la gente son respaldados por dieciséis años de transmisión.

La razón por la que resulta interesante revisar el contenido y tendencia de las notas, se debe a que socialmente la radio cuenta con el estigma de no simpatizar con los priístas, y permitir más acceso a los simpatizantes del PAN. Ante la gran audiencia que maneja el programa resulta atractivo para los militantes y simpatizantes de ambos partidos, el utilizarlo como herramienta para promoción y ataques de sus partidos y candidatos.

El monitoreo Abarca un Periodo del 15 de abril al 15 de mayo del 2003, mediante seguimiento personal y grabación de las notas en torno al candidato se determino calificar la tendencia de las notas bajo los siguientes conceptos,

se calificaran como positivas todas aquéllas notas, declaraciones, llamadas, entrevistas y comentarios que sean en apoyo del candidato y favorezcan la captación de votos, se consideraran cómo negativas aquellas opiniones que perjudiquen la imagen y campaña del candidato, en lo correspondiente a las neutras serán aquellas que no se muestren tendencia hacia ninguno de los dos extremos, es decir que no afecten ni beneficien, información que se detallan en el siguiente cuadro informativo.

**Cuadro general de notas, del 15 de Abril al 15 de Mayo del 2003**

	Positivas	Negativas	Neutras
Llamadas del público	6	3	1
Notas extraídas de otro medio		1	1
Entrevistas de otros funcionarios públicos	1*		
Entrevistas del candidato	2**		
Entrevistas de otros candidatos		3***	
Comentarios de los conductores	4	2	5
Notas originales	1		
<b>Total de notas: 30</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>7</b>

\* La declaración fue realizada por Javier Gándara.

\*\* La primera entrevista la realizo telefónicamente el 30 de Abril, iniciando a las 9.26 AM. Y finalizando a las 9.40 AM. La segunda se realizo de manera personal el 9 de Mayo, iniciando a las 8.34 AM, y finalizando a las 9.10 AM.

\*\*\* Dos fueron del candidato a la gubernatura Ramón Corral (PAN) y otra de Roberto Ross (PT), la restante le corresponde a la candidata a la presidencia municipal de Hermosillo, Maria Dolores del Río.

Es visible y comprobable que el candidato Bours, cuenta con un buen nivel de aceptación en el programa ya que predominan las notas con tendencia positiva.

La mecánica informativa de este programa es muy variado, tienen un abanico

---

de opciones para dar pie a las notas y generar polémica en torno a estas. En primer lugar tienen la opción de las notas publicadas en los periódicos, otra opción y que se da muy seguido en este programa son las llamadas telefónicas, de esta manera los radioescuchas tienen la posibilidad de plantear una pregunta o hacer un comentario, después está la nota del día, que siempre existe una nota en particular que acapara la mayoría del tiempo de transmisión, también está la nota que se genera al momento a partir de eventos que se desarrollan a lo largo del día.

Bueno y hasta este momento que papel juega la mercadotecnia política en este asunto, bien ya se menciono en el trabajo la implementación de estrategias de campaña y una de ellas es el *War room*, o cuarto de guerra, nombre que se le da al lugar físico donde se estudian y aplican las estrategias a seguir, mismas que a partir de un monitoreo continuo nos ofrece la posibilidad de disminuir los ataques o comentarios negativos, o en su defecto la implementación de temas positivos para beneficio de los personajes políticos. Esto se lleva a la practica con un grupo de personas que se dedique a realizar llamadas telefónicas para buscar los objetivos mencionados anteriormente.

Otro beneficio que se puede obtener mediante un monitoreo continuo de los medios de comunicación, es sin duda medir los niveles de aceptación, por que mantener un buen nivel de opinión pública es el oxígeno que mantiene con vida la carrera de cualquier político.