

Monitoreo

a medios de comunicación
electrónicos, impresos e internet

2^{do}

**Informe Quincenal de
Precampaña**

Del 29 de enero al 12 de febrero de 2023

Índice

	Página
• Presentación	3
• Objetivos	4
• Marco legal	5
• Método para la valoración de la información	6
• Catálogo de Medios Impresos, Electrónicos e Internet	16
• Información Procesada	17
• Monitoreo Cuantitativo	18
• Monitoreo Cualitativo	20
• Conclusiones	35
• Glosario	40



Presentación

El monitoreo es el seguimiento especializado, cuantitativo y cualitativo, con perspectiva de género, por medio del cual se identifica, registra, captura, procesa y presenta la información recopilada de los programas, noticiarios o servicios informativos difundidos en medios de comunicación electrónicos, impresos e internet, en los que se detecte menciones y la difusión de la propaganda relacionada con los procesos electorales en el Estado de México.

El monitoreo es un insumo relevante para informar y concientizar respecto de la importancia que los medios de comunicación realicen coberturas igualitarias y libres de discriminación, sin limitar la libertad de expresión; así como contribuir a la generación de información cierta, verídica y neutral.

El Instituto Electoral del Estado de México (IEEM), a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión (CAMPyD), implementó el Monitoreo de los Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet para la Elección de Gubernatura 2023; y en cumplimiento a lo establecido en la *Estrategia Operativa de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine para la Elección de Gubernatura 2023*¹ en el desarrollo del monitoreo, la Comisión se auxilió de la Dirección de Partidos Políticos (DPP), el Centro de Formación y Documentación Electoral (CFDE) y la Unidad de Comunicación Social (UCS).

¹ Presentada el 2 de diciembre de 2022, en la 9ª sesión extraordinaria de CAMPyD

Objetivos

- Obtener y analizar la información recopilada de los programas, noticiarios o servicios informativos en medios de comunicación electrónicos, impresos e internet conforme al Catálogo de Medios².
- Dotar a la ciudadanía del Estado de México de información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, que permita conocer el tratamiento que los medios de comunicación dan a los partidos políticos, coalición, candidatura común y candidaturas independientes, durante los procesos electorales.
- Contribuir a garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de las y los actores políticos durante los procesos electorales del Estado de México.
- Detectar, si es el caso, cualquier forma de discriminación y/o violencia política contra las mujeres en razón de género.
- Apoyar en su caso, la fiscalización de los partidos políticos, coalición, candidatura común y candidaturas independientes.

² Catálogo de Medios Impresos, Electrónicos e Internet para el monitoreo de la Elección de Gubernatura 2023, aprobado por el Consejo General, mediante Acuerdo N° IEEM/CG/54/2022.

Marco legal

Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia

- Artículos 48 Bis, fracción II.

Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral

- Artículos 296 a 299.

Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia del Estado de México

- Artículos 27 Septies y 52 Bis, fracción II.

Código Electoral del Estado de México

- Artículos 7, párrafo primero, fracción XX; 72, párrafo tercero; 185 primer párrafo, fracción XI; 261, párrafo segundo y 266.

La información sujeta a monitoreo, es la referente a las y los actores políticos y del proceso electoral correspondiente, en programas de radio y televisión donde se difundan noticias, así como, a la información publicada en medios de comunicación impresos e internet, atendiendo a la metodología prevista en los Lineamientos y Manual de Monitoreo aprobados por el Consejo General mediante acuerdos IEEM/CG/24/2021 e IEEM/CG/26/2021.

Método para la valoración de la información³



1. Sujetos de la enunciación (la persona que habla en el medio de comunicación - radio, televisión, prensa e internet-). Para delimitar el universo de las y los actores a ser monitoreados, el monitoreo considerará sólo aquellas menciones sobre las precampañas, intercampañas, campañas, reflexión y jornada electoral hechas por los siguientes agentes o personas, desagregados por mujeres y hombres: la o el actor político, las y los conductores, las y los locutores, las y los reporteros, las y los analistas de información y cualquier voz en *off*.

2. Objeto de enunciación (de lo que se habla). Se monitoreará cualquier mención sobre precampaña, intercampaña, campaña, reflexión y jornada electoral de los actores políticos.

Se monitoreará cualquier aparición de los actores políticos en los espacios que difunden noticias, independientemente del tema que traten y la manera en que sean presentados, desagregados por mujeres y hombres.

Además, se monitoreará que, desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral, se suspenda la difusión de toda propaganda gubernamental.

³ Previsto en el numeral 10.2.2, inciso b), del Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México.

Método para la valoración de la información



3. Las **variables** que se analizan con perspectiva de género para el monitoreo son:

- I. Tiempos de transmisión;
- II. Espacio publicado;
- III. Género periodístico;
- IV. Valoración de la información;
- V. Participación directa o indirecta de las y los actores políticos en la generación de la información;
- VI. Resumen de la información;
- VII. Recursos técnicos utilizados para presentar la información;
- VIII. Importancia de las noticias;
- IX. Igualdad de género y no discriminación; y
- X. Violencia política contra las mujeres en razón de género.

Método para la valoración de la información



4. Se contabilizará el **número de piezas de monitoreo** que presentaron alguna valoración expresada mediante algún adjetivo calificativo o frase idiomática utilizada como adjetivo explícito hacia la o el actor político. Se contabilizará también el número de piezas de monitoreo que no tuvieron ninguna adjetivación, las cuales se considerarán como piezas neutras.

Las piezas de monitoreo se desagregarán por sexo (precandidatas/precandidatos, candidatas/candidatos, servidoras/servidores públicos), para tener una valoración de género de las piezas, que permita identificar tratamientos diferenciados entre mujeres y hombres que forman parte de las y los actores políticos.

5. De la información que presentó alguna **adjetivación**, implicación o calificación, se deberá distinguir entre aquéllas que fueron negativas y aquéllas que fueron positivas.

6. Adicionalmente, se deberá contabilizar el **tiempo** que representaron el número **de menciones** valoradas como positivas, negativas o neutras.

7. Se clasifica como **información positiva o negativa** aquella que se exprese verbalmente mediante adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la o el actor político, la conductora o el conductor, o la reportera o el reportero del noticiero o servicio informativo, locutoras o locutores o cualquier voz en *off*.

8. En consideración y respeto a los principios de la libertad de expresión, la información clasificada como propia del **género “opinión y análisis, así como debate” no será sujeta de monitoreo.**

Método para la valoración de la información



9. Las **valoraciones** se medirán en relación con los géneros periodísticos, excepto el de opinión y análisis, así como debate. Así, el tiempo total de valoraciones será equivalente al tiempo total de las piezas de monitoreo. En adición, también será contabilizado el tiempo de exposición o dedicado a las y los actores políticos en todos los géneros para fines del monitoreo.

10. Las valoraciones por partido político, coalición o candidatura común, serán diferentes a las menciones de estos, ya que en una **pieza de información** pueden mencionarse distintos partidos políticos, coaliciones o candidaturas comunes sin que todos ellos sean valorados, o bien, pueden valorarse partidos políticos, coaliciones o candidaturas comunes más de una vez dentro de la misma pieza.

11. Tipos de valoración

Se clasifican como positivas, negativas o neutras de acuerdo a los siguientes criterios:

- **Positiva:** cuando la mención presente adjetivos o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y que favorezcan a la o el actor político aludido, se emitan juicios de valor favorables de los mismos o cuando se resalten sus actos por medio de adjetivos que le beneficien.
- **Negativa:** cuando la mención presente adjetivos o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos que perjudiquen a la o el actor político aludido, se emitan juicios de valor desfavorables a éstos o se resalten sus actos por medio de adjetivos que le afecten.
- **Neutra:** cuando sólo se presente la información de los hechos de manera objetiva, sin mostrar valoración alguna.

Método para la valoración de la información



12. Tipos de participación

Permite distinguir el grado de intervención (directa o indirecta) de una o un actor político en la generación de la nota informativa a valorar, de acuerdo a los siguientes criterios:

- **Declarante:** cuando la emisión de la o el actor político a valorar tiene una intervención directa en la nota (declara, manifiesta, expone, comenta o expresa su punto de vista sobre un hecho).
- **Referente:** cuando el medio o algún tercero dentro de la nota, hace mención directa de la o del actor a valorar ya sea positiva, neutra o negativamente.
- **Circunstancial:** cuando el medio informa directamente sobre la o el actor a valorar, sin que exista una declaración del mismo, ni alguna referencia directa de un tercero en torno a éste. Es decir, la o el actor a valorar aparece de manera casual en la nota informativa.

13. Presencia de **estereotipos de género**. Se clasifica como información con presencia de estereotipos de género aquella que reproduzca expresiones que asignen a una persona ciertos atributos o roles en razón de sus características físicas visibles, lo que hace innecesaria la consideración del resto de sus habilidades, necesidades, deseos y circunstancias individuales.

Método para la valoración de la información



Se evaluará la presencia de estereotipos de género de la siguiente manera:

a) Se registrará el número de **piezas de monitoreo valoradas** que presentan al menos un rol o estereotipo de género, mencionadas por los y las reporteras, locutoras o conductoras, analistas de información y cualquier voz en off. La información se presentará de forma proporcional en relación con el total del número de piezas de monitoreo de las precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral.

b) De existir presencia de **roles o estereotipos de género**, referidos a la participación de las mujeres en su calidad de precandidatas y candidatas, se deberá indicar cuál o cuáles son los estereotipos que se identificaron, mismos que son enunciativos mas no limitativos:

- **Cosificación de las mujeres.** Se presenta a las mujeres en roles de víctimas u objetos sexuales, y reduce sus atributos a sus presuntos vínculos y relaciones afectivas, y al ejercicio de su sexualidad.
- **Roles domésticos.** Se refuerza una imagen de las mujeres vinculada a roles domésticos (madre, esposa o ama de casa, cuidadora de su familia) o existe un énfasis desproporcionado respecto de su vida privada.
- **Rasgos físicos o vestimenta.** Se da más peso a la vestimenta o rasgos físicos de las mujeres y deja de lado sus acciones, trayectoria o propuestas electorales.
- **Edad.** La tendencia a mencionar la edad de las mujeres al presentarlas o hacer referencia a ellas.

Método para la valoración de la información



- **Rasgos de subordinación.** Tendencia a cuestionar las capacidades de las mujeres, identificándolas con rasgos de subordinación falta de autonomía, impotencia, fragilidad, insuficiente preparación, inexperiencia impericia e incompetencia, o como dependientes de los liderazgos de los hombres y presenta a las mujeres como personas manipulables, aun cuando ocupen cargos de alto nivel.
- **Expresiones sexistas en las declaraciones** (machismo, misoginia y homofobia). Las formas más relevantes de sexismo son el machismo, la misoginia y la homofobia. Y una característica común a todas ellas es que son la expresión de formas acendradas de dominio masculino patriarcal.

c) Importancia de las noticias

Consiste en la **jerarquización de la información** mediante la ubicación de la nota al interior del medio de comunicación que difunde la noticia.

Método para evaluar la “Importancia de la nota”

•Jerarquización de la información en programas de radio o televisión.

Se deberá jerarquizar la información dentro del programa de radio o televisión conforme a los siguientes indicadores:

I. Ubicación de la nota.

- a.1 Presentada en el resumen introductorio.
- a.2 Vinculada con el resumen introductorio.
- a.3 Sin relación con el resumen introductorio.

Método para la valoración de la información



II. Segmento del tiempo en que apareció la nota.

- b.1 Primeros cinco minutos.
- b.2 Del minuto cinco al quince
- b.3 Del minuto quince al treinta.
- b.4 Del minuto treinta al sesenta.
- b.5 Del minuto sesenta al noventa.
- b.6 Del minuto noventa al ciento veinte.
- b.7 Posterior.

El segmento de tiempo en que apareció la información puede ser menor o igual al tiempo de piezas monitoreadas en virtud de que un partido, coalición, candidatura común o independiente puede aparecer en más de dos segmentos.

•Jerarquización de la información en medios impresos

Se deberá jerarquizar la información en medios impresos conforme a los siguientes indicadores:

I. Ubicación de la nota.

- a.1 Ocho columnas (información principal).
- a.2 Primera plana.
- a.3 Vinculada a la primera plana.
- a.4 Sin relación a la primera plana.

Método para la valoración de la información



II. Sección dentro de medios impresos.

- b.1 Política.
- b.2 Economía.
- b.3 Sociedad.
- b.4 Deportes.
- b.5 Cultura.
- b.6 Otra.

•Jerarquización de la información en Internet y páginas web

Se deberá jerarquizar la información en internet y páginas web conforme a los siguientes indicadores:

I. Ubicación de la información.

- a.1 En la parte superior de la página web (página principal).
- a.2 En medio de la página web (página principal).
- a.3 En la parte inferior de la página web (página principal).

d) En el monitoreo cualitativo también será necesario considerar, los siguientes elementos:

Objetividad: el apego fiel a los hechos relacionados con las o los actores políticos y el proceso electoral en la difusión de la información en los noticiarios o servicios informativos.

Método para la valoración de la información



Equidad: igualdad en la cantidad de tiempos y espacios que se otorgan a los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes y candidaturas independientes. También se atenderá el orden de presentación de la información relativa a las precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral en armonía con el contenido y alcance de la información en los noticiarios o servicios informativos, relacionada con las o los actores políticos y el proceso electoral, de tal manera que haya una evaluación objetiva para todos los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes y candidaturas independientes en la jerarquización de la información.

Calidad uniforme en el manejo de la información: verificar si en los noticiarios o servicios informativos, de radio y televisión, así como en los espacios en los medios impresos, se difunden las actividades de las o los actores políticos, de las precampañas, intercampañas y campañas electorales, de acuerdo a los criterios de uniformidad en el formato y en la calidad de los recursos técnicos utilizados por los medios de comunicación.

La empresa o institución educativa deberá proporcionar información que sirva de base a la Comisión para realizar una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados y llevar a cabo el análisis respectivo.

Tiempo de transmisión y espacio publicado: el tiempo y espacio que se destine a la información sobre las precampañas, intercampañas y campañas electorales de las o los actores políticos dentro del noticiario, servicio informativo o medio impreso.

Catálogo de Medios Impresos, Electrónicos e Internet



De conformidad al Catálogo de Medios, aprobado mediante acuerdo IEEM/CG/54/2022, durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero de 2023, se monitoreó un total de 85 programas que difunden noticias, de los cuales, 39 son televisivos y 46 radiofónicos; 51 medios de comunicación impresos; 60 páginas web y 2 redes sociales.

INFORMACIÓN PROCESADA

Monitoreo a Radio y Televisión

Durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero de 2023, el INE y la UCS proporcionaron a la DPP las grabaciones de 797 programas de noticias de emisoras de radio y televisión, contenidos en el Catálogo de Medios, de un total de 816 grabaciones previstas; 747 fueron brindadas por el INE y 50 por la UCS).

Incidencias:

Grabaciones no monitoreadas durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero 2023				
Fecha de la grabación	Programa	Estación	Motivo	Responsable de la entrega
	Noticiero por la tarde	Radio 6.20 AM Stereo	No se transmite	INE
02/02/2023	Víctor Sánchez Baños (Antes República H)	Reporte 98.5	No se transmite los jueves	INE
09/02/2023	Víctor Sánchez Baños (Antes República H)	Reporte 98.5	No se transmite los jueves	INE
04/02/2023	Imagen Informativa Segunda Emisión Sábado	Imagen	No se transmitió	INE
11/02/2023	Imagen Informativa Segunda Emisión Sábado	Imagen	No se transmitió	INE
06/02/2023	Ultra Noticias Primero lo Primero	Ultra Radio	No se transmitió por ser día feriado	INE
06/02/2023	Capital Noticias	Lokura FM	No se transmitió por ser día feriado	INE
06/02/2023	Las Cosas Como Son	SD	No se transmitió por ser día feriado	INE
06/02/2023	Línea en Alta Tensión Vespertino	Radio Felicidad	No se transmitió por ser día feriado	INE
06/02/2023	Ultra Noticias A Buena Hora	Ultra Radio	No se transmitió por ser día feriado	INE

* **Nota:** Se detectó que el noticiero "Por la tarde" de la estación Radio 6.20 AM Stereo ya no se transmite, y al cual le corresponden 10 grabaciones, comprendidas del 30 de enero del 2023 al 3 de febrero del 2023 y del 6 al 10 de febrero del 2023.

Monitoreo a Medios Impresos (periódicos y revistas)

De los 51 medios de comunicación impresos contenidos en Catálogo de Medios, el CFDE accedió de forma híbrida a las publicaciones de periódicos y revistas (25 medios cuentan con versión digital y los 26 medios restantes, su acceso es a través de la versión impresa).

Realizando durante el periodo que corresponde al presente informe el procesamiento de 421 ediciones.

Periodo	Ediciones monitoreados	Ediciones no monitoreadas por incidencias
14 al 28 de enero de 2023	421	33

Incidencias:

- El periódico "El Gráfico" no tuvo edición el 31 de enero.
- El periódico "El Gráfico / Récord" no tuvo edición el 5 de febrero.
- El 6 de febrero, 17 medios no editaron por ser día inhábil.
- El periódico "Diario Puntual" no edita los sábados (2 ediciones).
- El periódico regional "El Nativo" sin edición disponible durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero (10 ediciones).
- El periódico "¿Porqué?/Acontecer" (quincenal) sin edición disponible durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero (2 ediciones).

Monitoreo a Internet (páginas web)

La UCS realizó un total de 1,860 visualizaciones de 60 páginas web y 2 redes sociales consideradas en el Catálogo de Medios.

Incidencias:

- El partido Nueva Alianza Estado de México aún no dispone de una página web.
- Desde el inicio de las precampañas la página <https://www.hoyestado.com.mx/> no cuenta con un portal de noticias habilitado (la disponibilidad de la página ha sido intermitente. Cuando está en línea muestra información con un año de atraso).



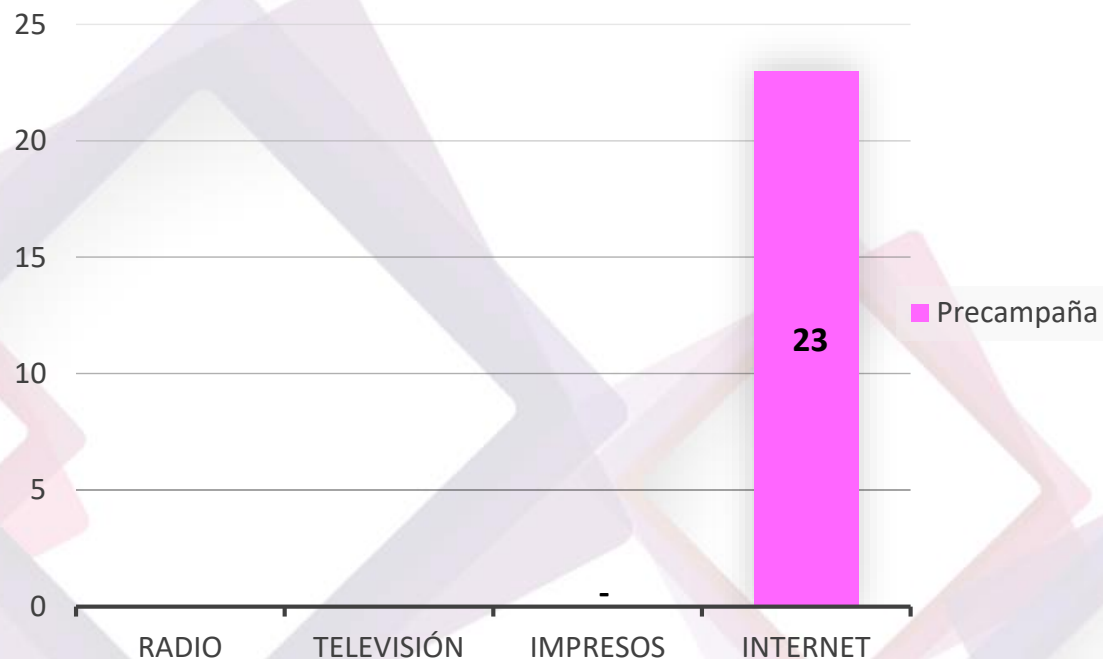
MONITOREO

a medios de comunicación
electrónicos, impresos
e internet

CUANTITATIVO

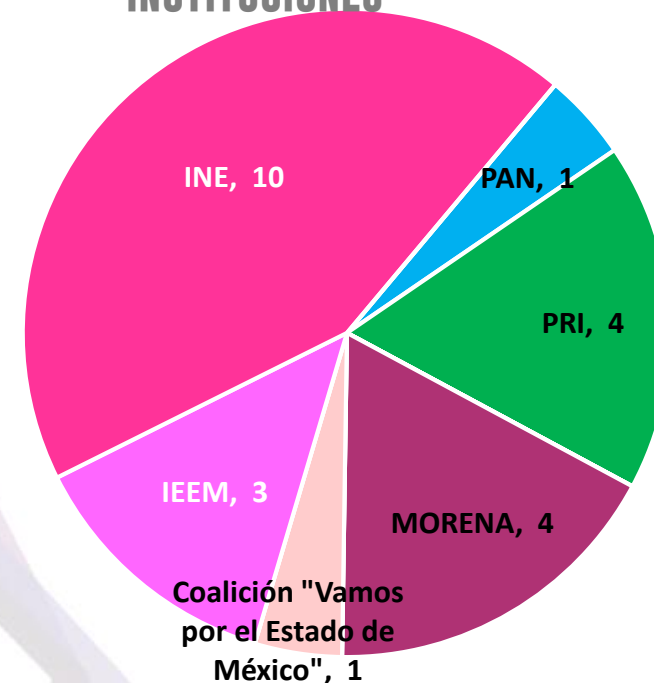
PERIODO DE PRECAMPAÑA

DESGLOSE POR TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN



23 inserciones

ACUMULADO POR ACTORAS Y ACTORES POLÍTICOS E INSTITUCIONES



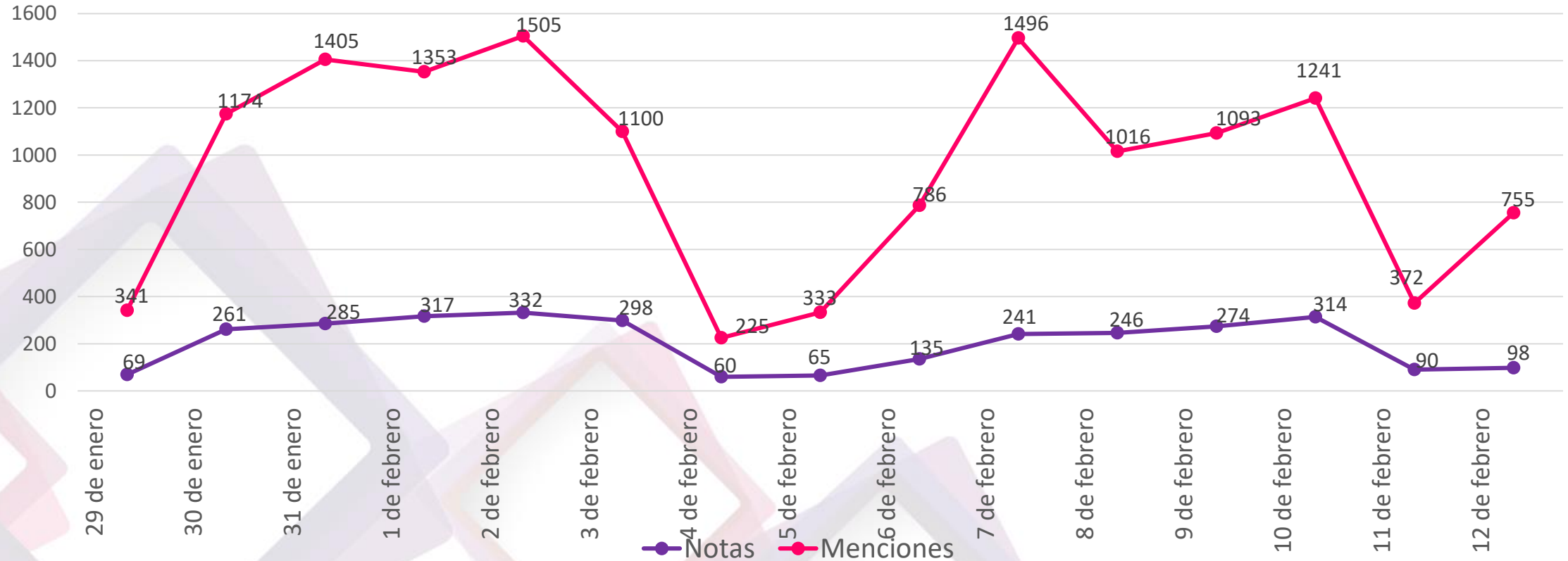
Durante este periodo **se detectaron 23 inserciones**, que corresponden en su totalidad a internet. Siendo instituciones electorales las que concentraron el 56.52% de las inserciones, seguidas de los partidos políticos y la Coalición con el 43.48% restante.



MONITOREO

a medios de comunicación
electrónicos, impresos
e internet

CUALITATIVO

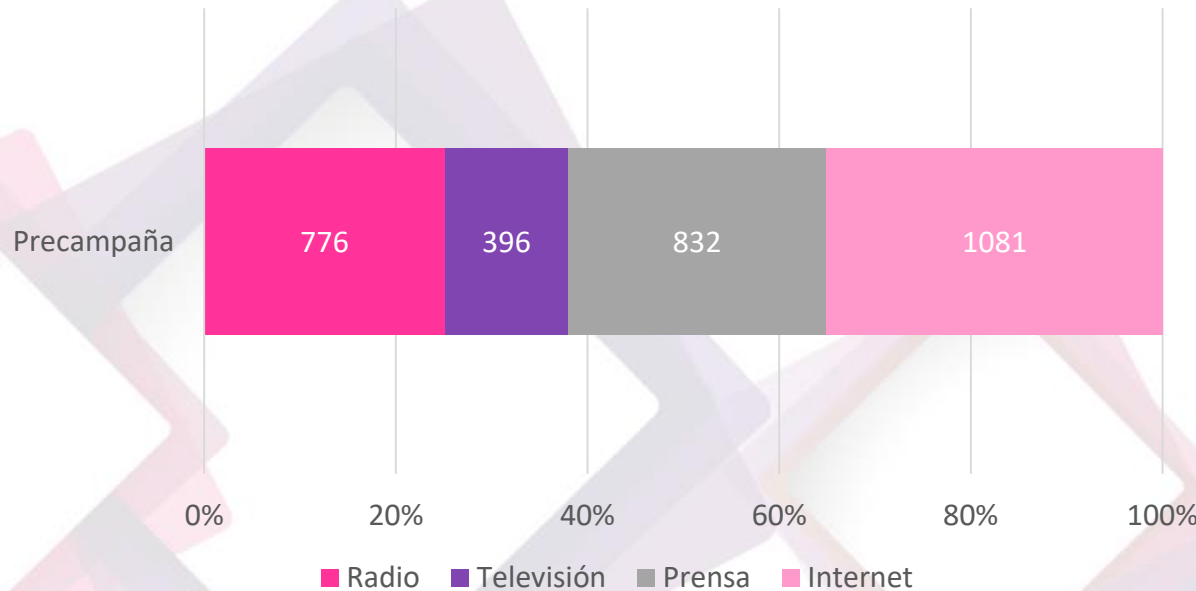


3,085 notas y **14,195** menciones

Se registraron **3,085 notas informativas** y **14,195 menciones** durante el periodo que se informa, las cuales aluden a la Elección de Gubernatura 2023 del Estado de México, dispersadas como se muestra en la gráfica.

PERIODO DE PRECAMPAÑA

NOTAS ÚNICAS DE ACUERDO AL MEDIO DE COMUNICACIÓN

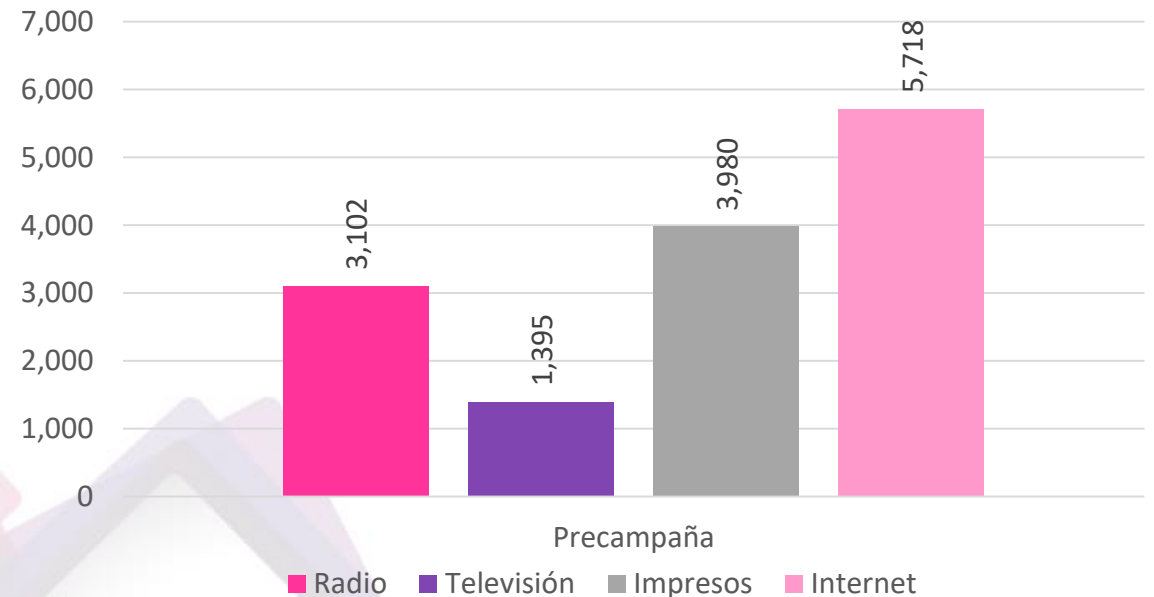


3,085 notas

De las **3,085** notas informativas registradas durante este periodo, el 25% fueron detectadas en radio, 13% en televisión, 27% en medios impresos y 35% en internet.

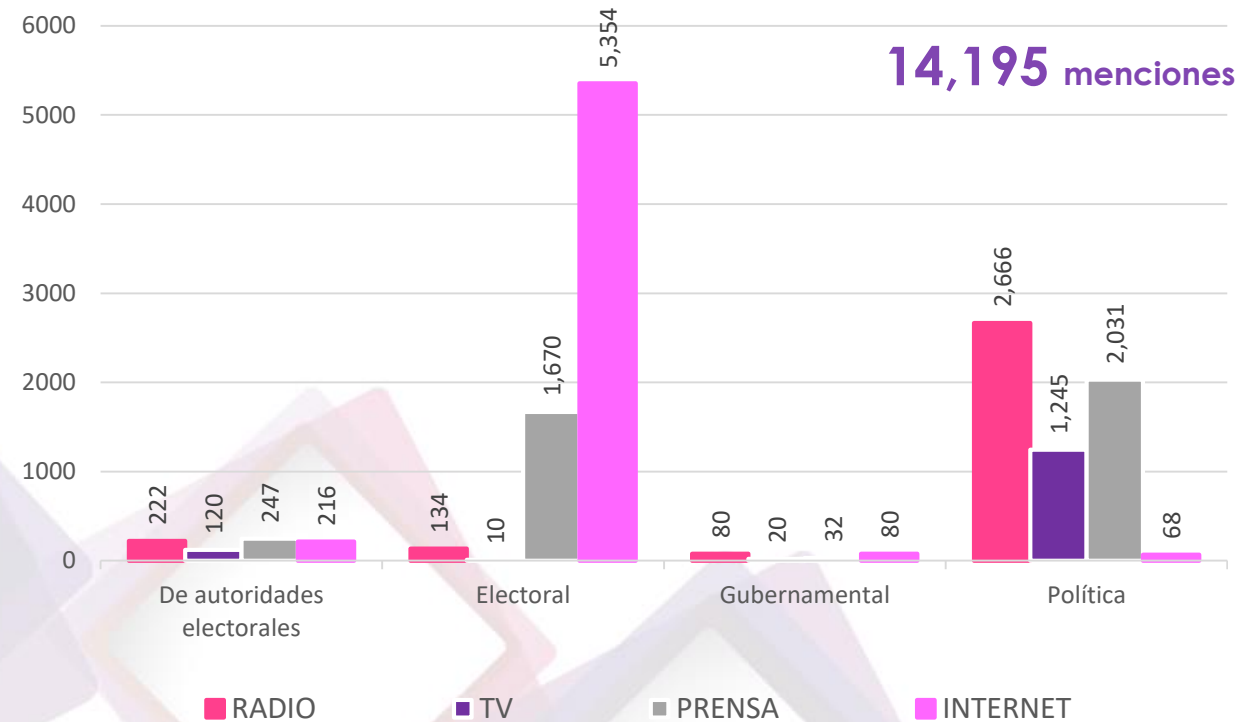
Asimismo, se registró un total de **14,195** menciones, de las cuales el 22% corresponden a radio, 10% a televisión, 28% a medios impresos y el 40% a internet.

MENCIONES DE ACUERDO AL MEDIO DE COMUNICACIÓN



14,195 menciones

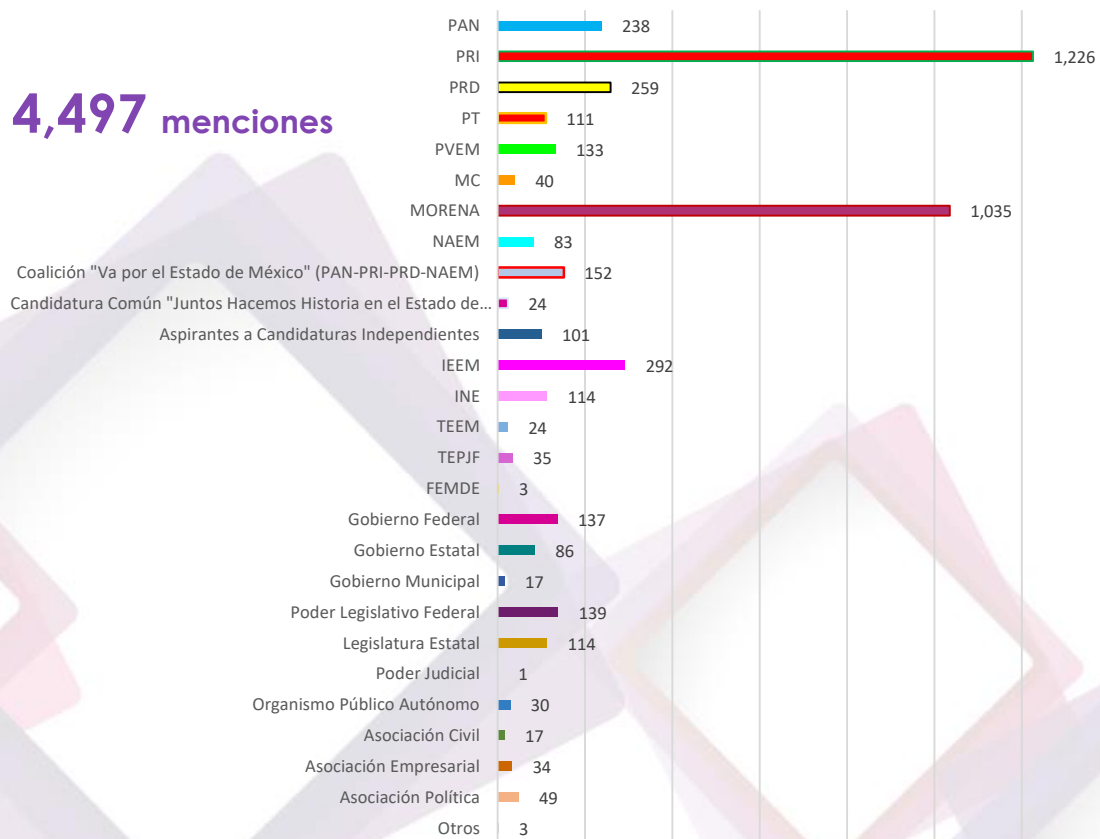
PERIODO DE PRECAMPAÑA



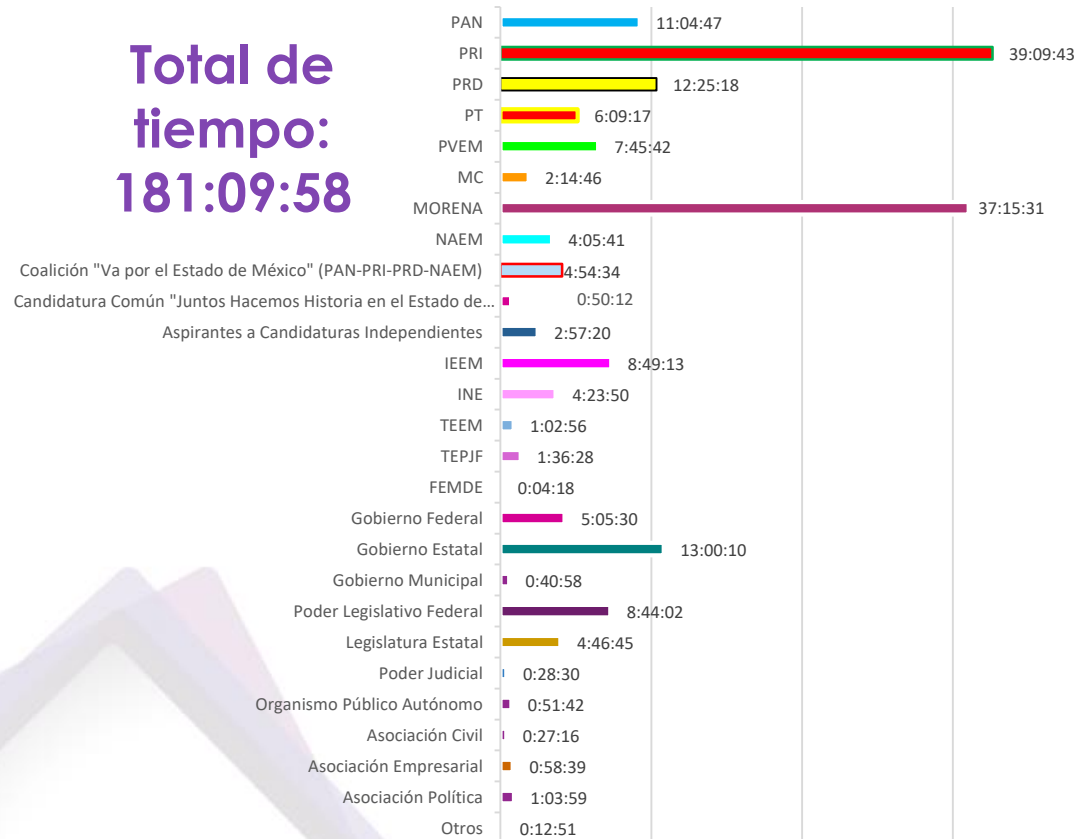
Durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero de 2023 se detectaron 14,195 menciones, de las cuales 805 refieren a la modalidad de propaganda de autoridades electorales, 7,168 a propaganda electoral, 212 a gubernamental y 6,010 de propaganda política.

PERIODO DE PRECAMPAÑA

4,497 menciones



Total de
tiempo:
181:09:58

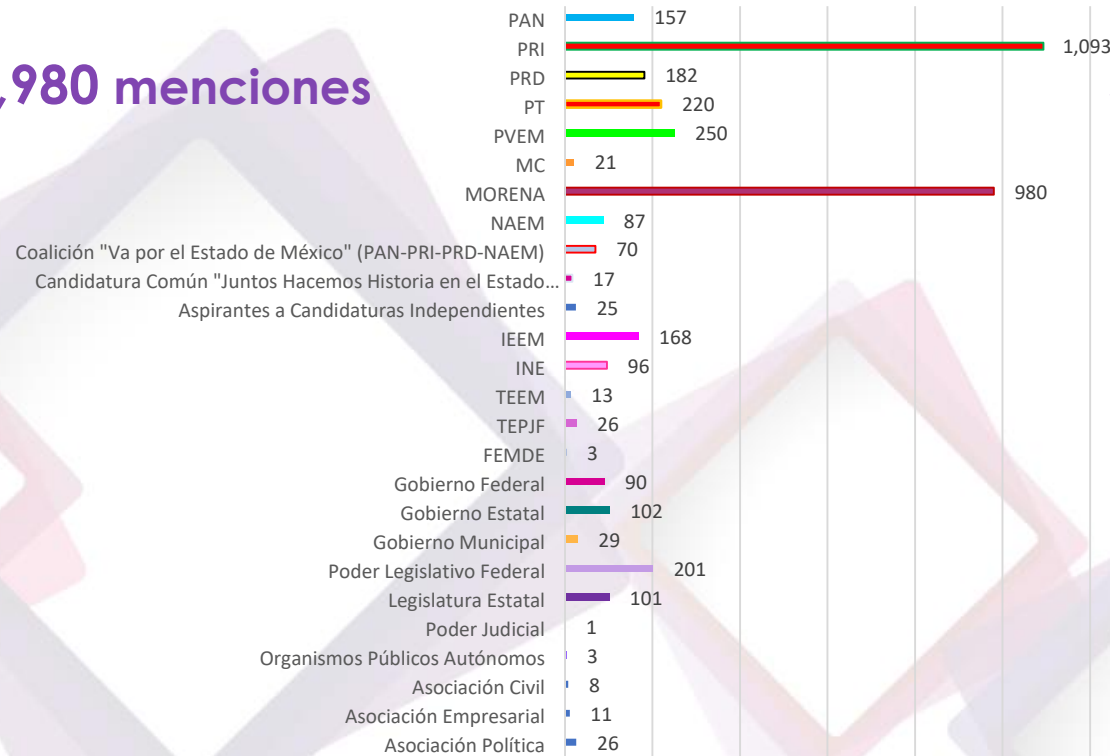


De las 4,497 menciones detectadas en radio y televisión durante este periodo, hubo 3,402 menciones que aludieron a partidos políticos, coalición, candidatura común y aspirantes a candidaturas independientes. Además, el total de tiempo aire dedicado a la cobertura de la Elección de Gubernatura 2023 del Estado de México durante este periodo sumó un total de **181 horas, 09 minutos y 58 segundos**.

PERIODO DE PRECAMPAÑA

MENCIONES EN MEDIOS IMPRESOS

3,980 menciones



5,718 menciones

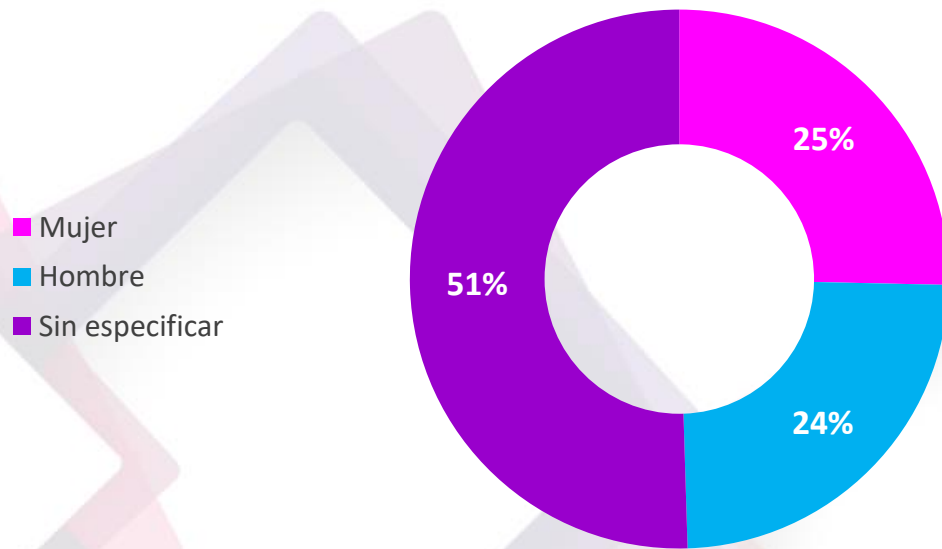
MENCIONES EN INTERNET



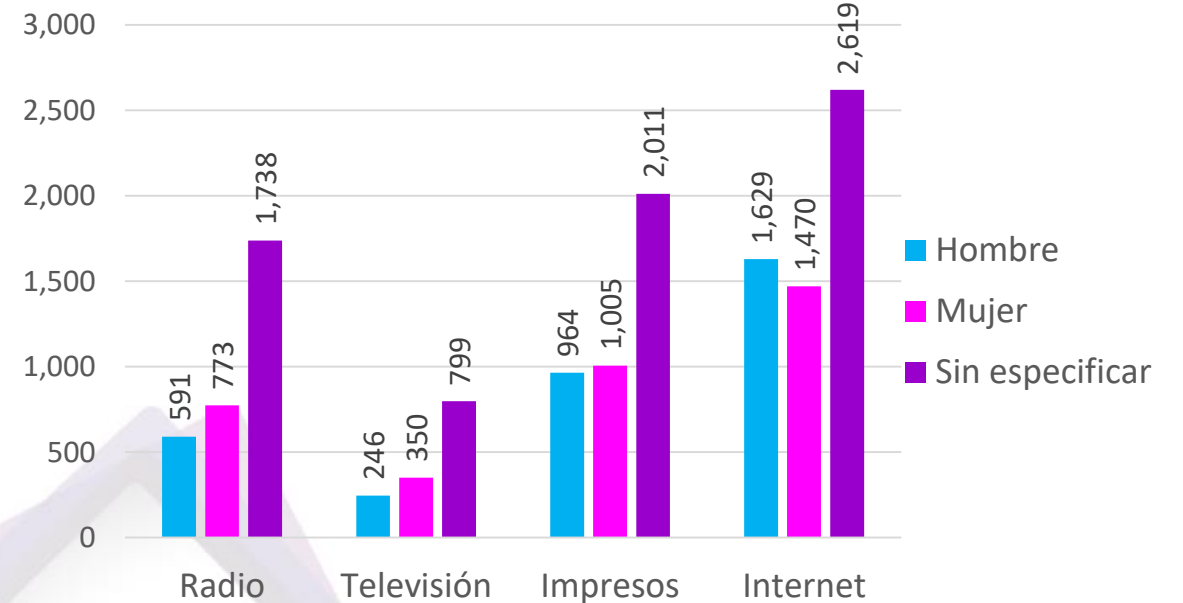
En medios impresos se detectaron 3,980 menciones, de las cuales el 58.37% de las menciones las concentraron los partidos políticos PRI, MORENA y PVEM. Por su parte, se identificaron 5,718 menciones en internet, de las cuales el 57.36% de las menciones las concentraron los partidos políticos PRI, MORENA y PVEM.

PERIODO DE PRECAMPAÑA

MENCIONES DE LAS ACTORAS Y ACTORES POLÍTICOS



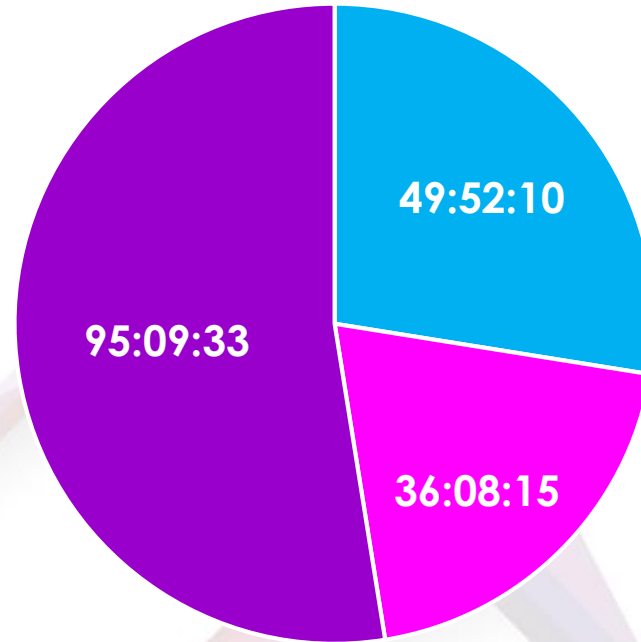
DISTRIBUCIÓN DE MENCIONES DE ACTORAS Y ACTORES POR TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN



14,195 menciones

En total se registraron 14,195 menciones, identificándose que 3,598 menciones atañen a mujeres, 3,430 a hombres, y 7,167 no lo especifican.

PERIODO DE PRECAMPAÑA



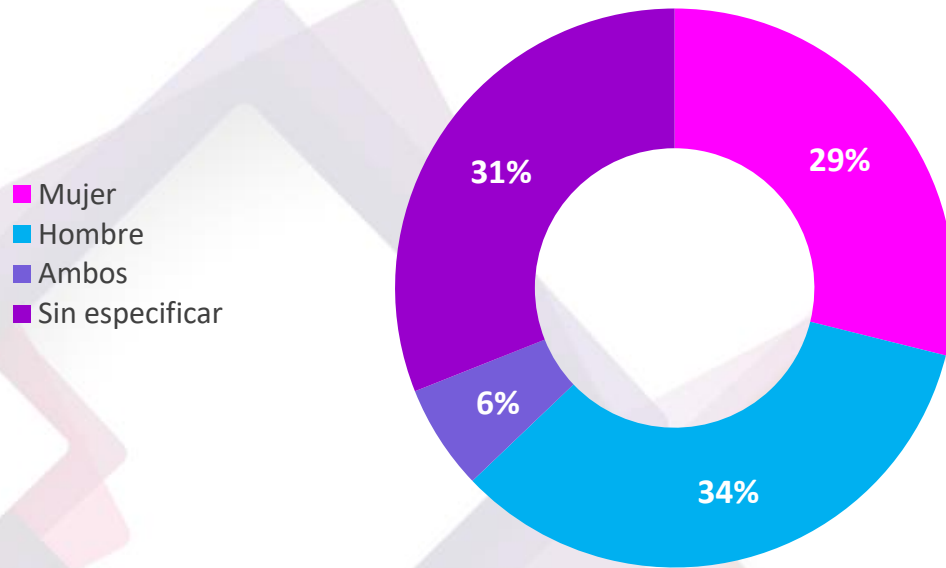
Total de tiempo: 181:09:58

■ Hombre ■ Mujer ■ Sin especificar

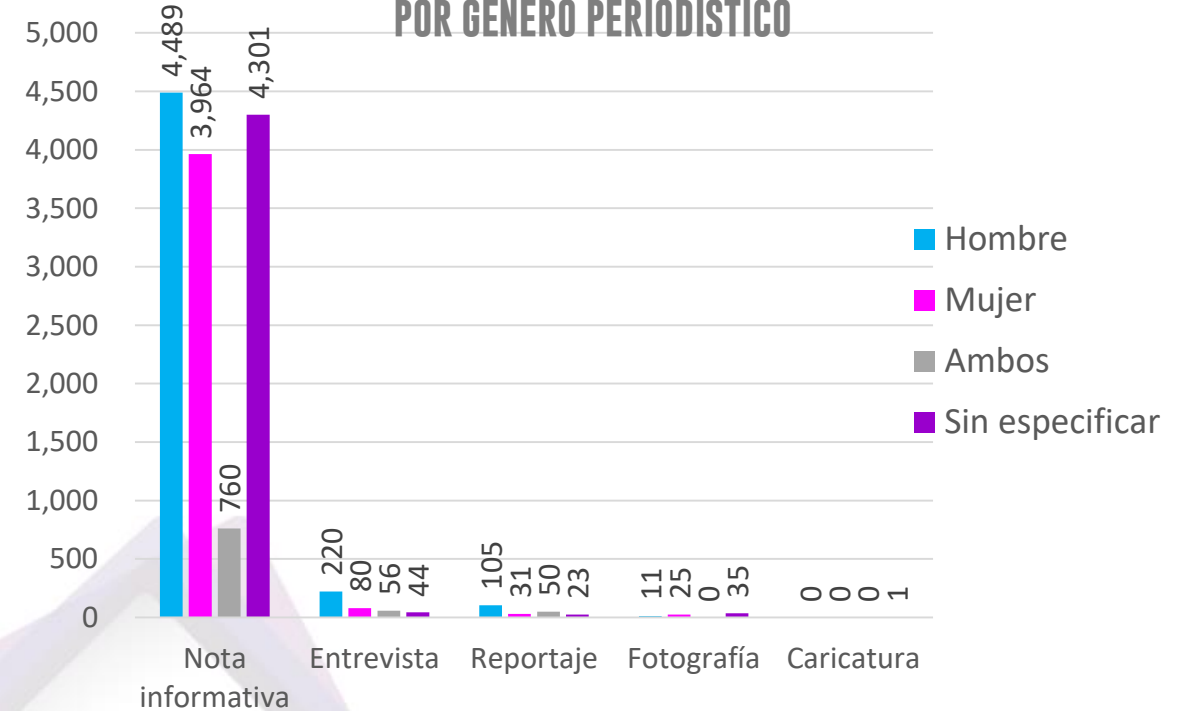
El total de tiempo aire en radio y televisión en el que se difundieron menciones de las y los actores políticos referentes a la Elección de Gobernatura 2023 del Estado de México **sumó 181 horas, 09 minutos y 58 segundos.**

PERIODO DE PRECAMPAÑA

SEXO DE LA PERSONA QUE REPORTEA LA NOTA



POR GÉNERO PERIODÍSTICO

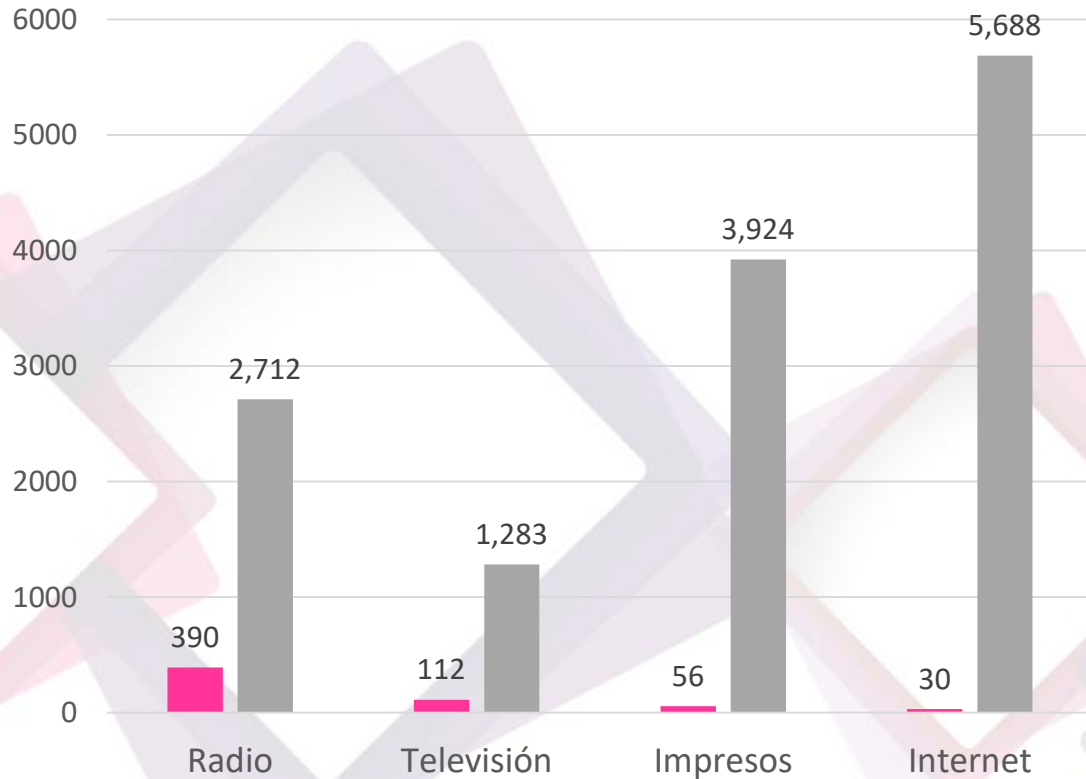


14,195 menciones

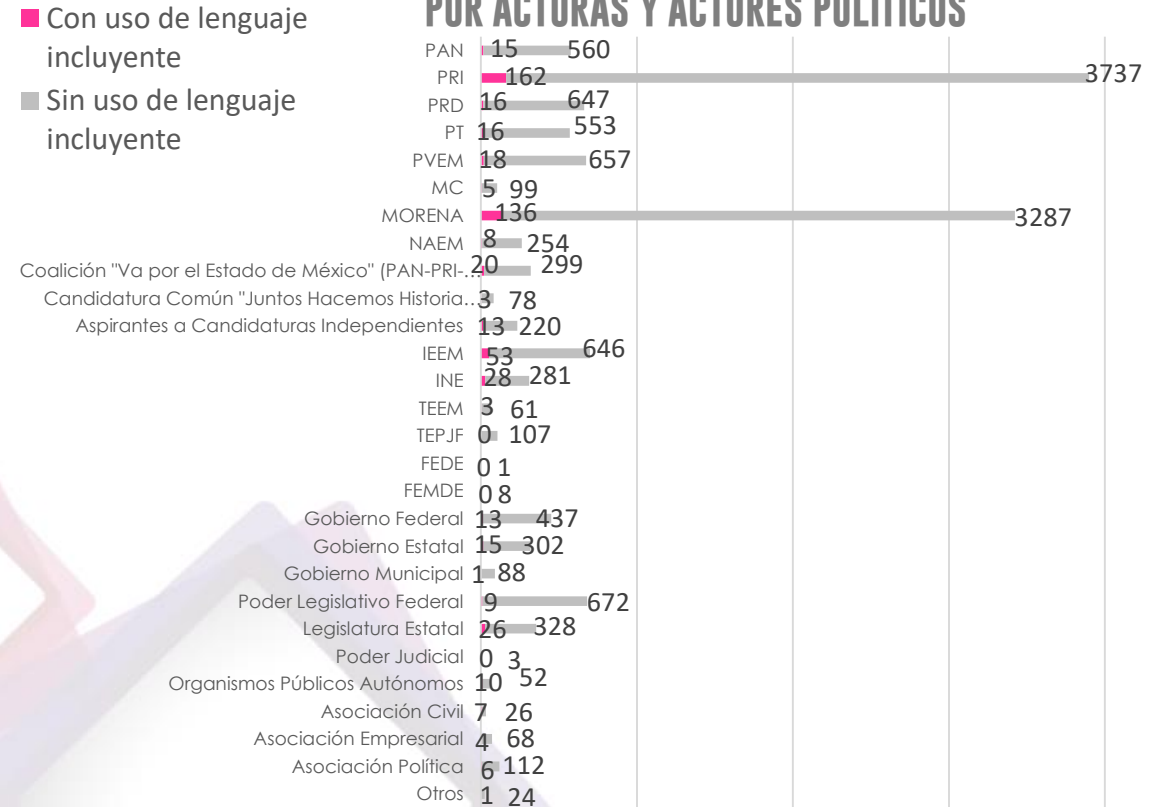
Del total de menciones registradas (14,195) durante el periodo que se informa, **4,100 fueron realizadas por mujeres;** **4,825 por hombres;** **866 las emitieron de forma conjunta ambos sexos;** y **4,404 no se identificó a los sujetos de la enunciación.**

PERIODO DE PRECAMPAÑA

POR TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN



POR ACTORAS Y ACTORES POLÍTICOS

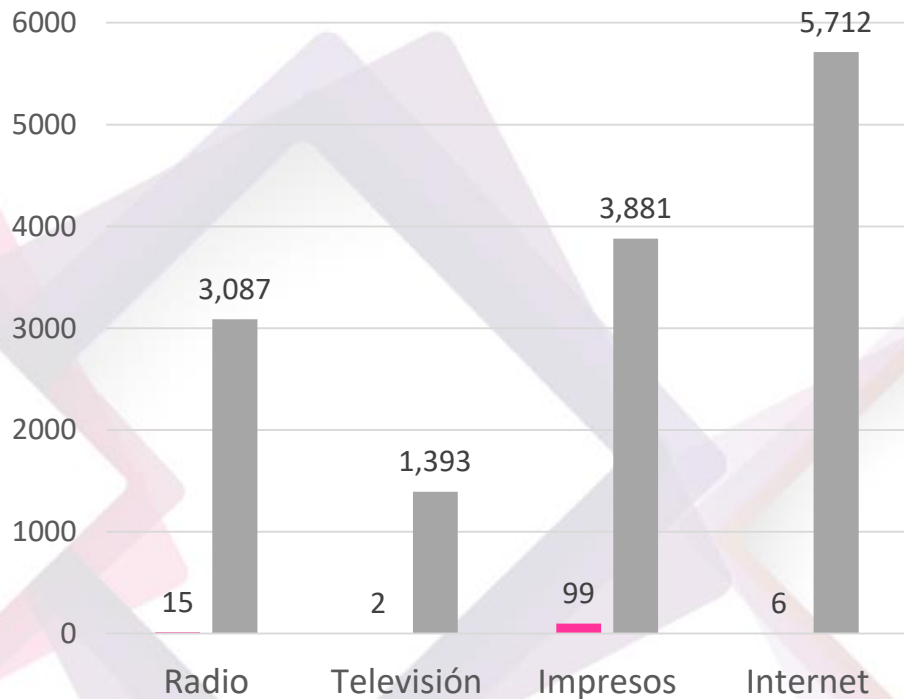


14,195 menciones

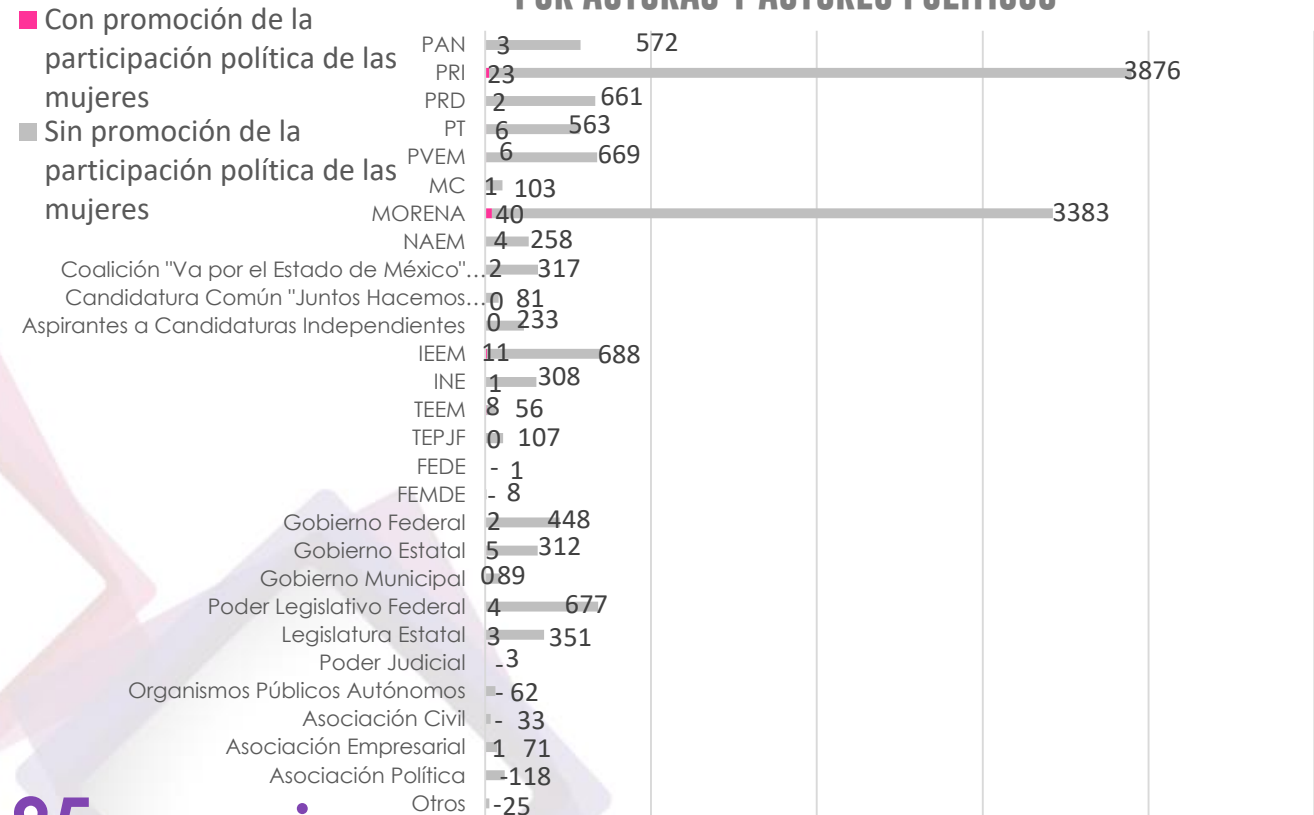
Respecto del universo de menciones registradas referentes a la Elección de Gubernatura 2023, se destaca que **588 de las menciones hicieron uso de lenguaje incluyente** y **13,607 no hicieron uso de lenguaje incluyente**.

PERIODO DE PRECAMPAÑA

POR TIPO DE MEDIO



POR ACTORAS Y ACTORES POLÍTICOS

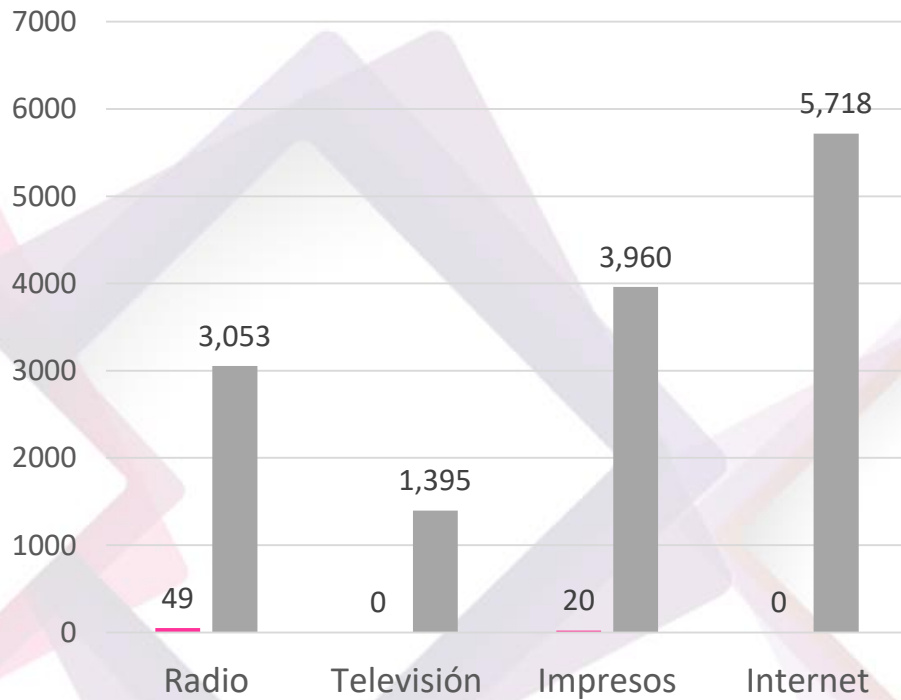


14,195 menciones

Durante el periodo que se informa, se detectaron 122 menciones que aluden a la promoción de la participación política de las mujeres.

PERIODO DE PRECAMPAÑA

POR TIPO DE MEDIO



POR ACTORAS Y ACTORES POLÍTICOS

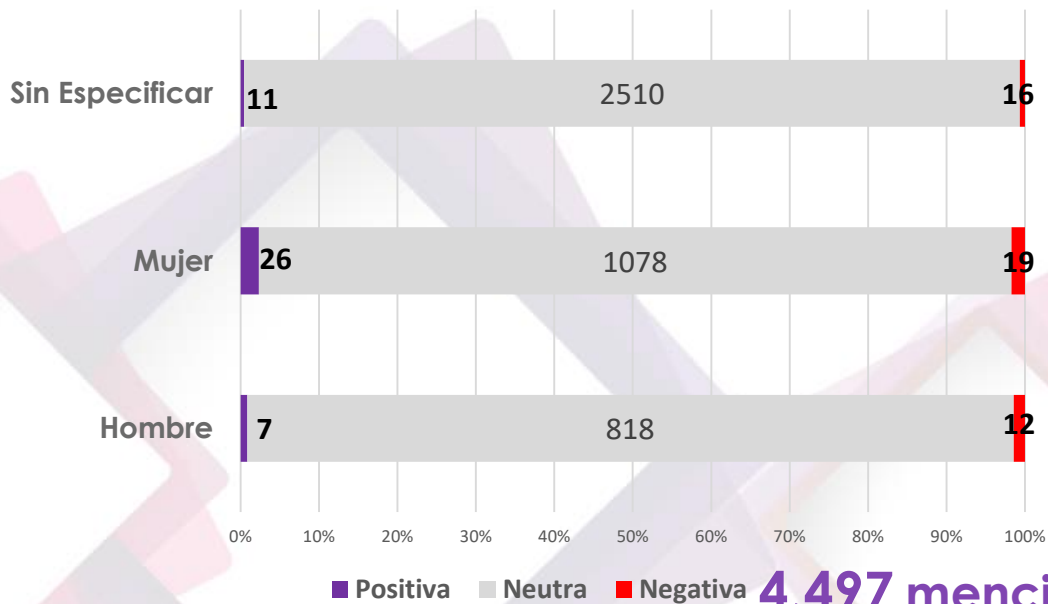


14,195 menciones

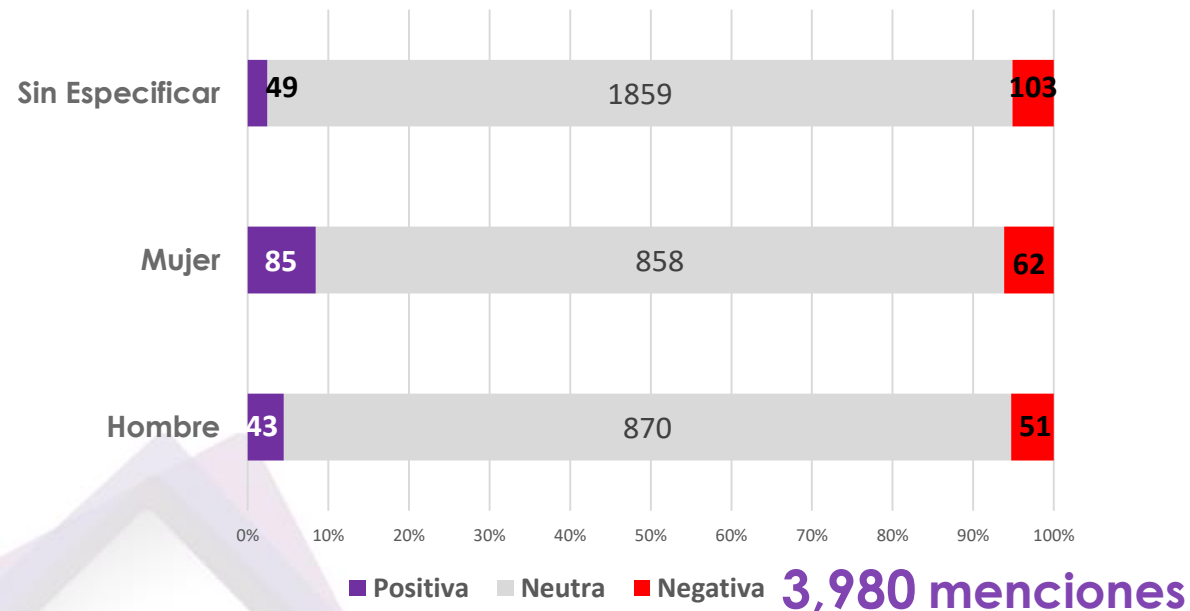
Durante este periodo de monitoreo se encontraron **69 menciones en las que existe una promoción de la paridad de género.**

PERIODO DE PRECAMPAÑA

VALORACIÓN DE MENCIONES EN RADIO Y TELEVISIÓN



VALORACIÓN DE MENCIONES EN MEDIOS IMPRESOS

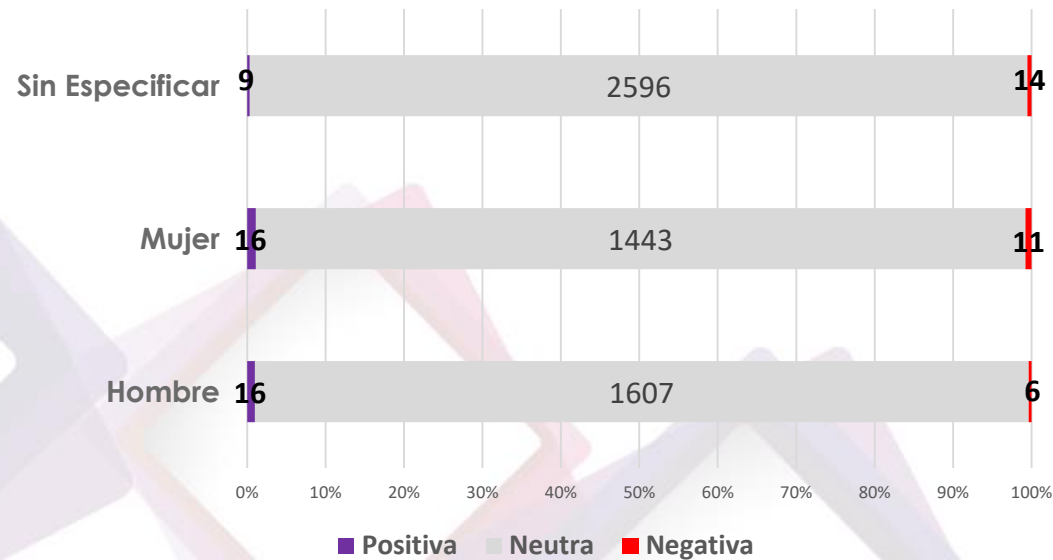


La valoración de las menciones durante el periodo que se informa hacia las y los diferentes actores políticos en **radio y televisión**, se manejaron con el siguiente tratamiento: **0.98% (44 menciones) con valoración positiva, 1.05% (47 menciones) con valoración negativa y 97.98% (4,406 menciones) con valoración neutra.**

En el caso de **medios impresos**, la valoración de las menciones se dispersó de la siguiente manera: **4% (177 menciones) con valoración positiva, 5% (216 menciones) con valoración negativa y 90% (3,587 menciones) con valoración neutra.**

PERIODO DE PRECAMPAÑA

VALORACIÓN DE MENCIONES DE PÁGINAS WEB



5,718 menciones

Por su parte, en el monitoreo a las páginas web en el periodo que se informa, la valoración de las menciones hacia las y los diferentes actores políticos, tuvieron el siguiente tratamiento: **0.7% (41 menciones) con valoración positiva, 0.5% (31 menciones) con valoración negativa y 98.7% (5,646 menciones) con valoración neutra.**

TEMAS RELEVANTES EN MATERIA DE GÉNERO Y DEL PROCESO ELECTORAL

Se presentan los temas que fueron tratados en las notas detectadas en programas que difunden noticias de las emisoras de radio y televisión, así como, la información en medios impresos e internet monitoreadas durante el periodo que se informa.



Durante el periodo que se informa destacó la siguiente información:

- “Ratifican al TEEM al Frente del Observatorio de Participación Política de las Mujeres en el Estado de México”.
- “Aprueba IEEM ubicación, instalación y habilitación de los centros de acopio y transmisión de datos del PREP”.
- “Ordena el TEPJF autorizar a José Adolfo Murat como candidato independiente al Gobierno Mexiquense”.
- Vence el plazo para que mexiquenses en el extranjero se registren para votar: IEEM
- “Delfina Gómez y Alejandra del Moral medirán fuerzas en Texcoco en sus cierres de precampaña”.
- Concluyen precampañas rumbo a la gubernatura mexiquense.



MONITOREO

a medios de comunicación
electrónicos, impresos
e internet

CONCLUSIONES

Conclusiones

Apartado Cuantitativo:

Durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero de 2023, se identificaron 23 inserciones en Internet.

Apartado Cualitativo:

Se realizó la valoración de la actuación de los medios de comunicación electrónicos, impresos e internet, en el periodo que se informa, resultando lo siguiente:

El número total de menciones emitidas sobre los partidos políticos, coalición, candidatura común, aspirantes a candidaturas independientes y autoridades electorales durante el periodo que se informa, asciende a 14,195; de las cuales 3,102 se concentran en RADIO; 1,395 en TELEVISIÓN; 3,980 en IMPRESOS y 5,718 en INTERNET.

Conclusiones

En función de las actividades realizadas por las y los diversos actores políticos, los programas que difunden noticias de las emisoras de radio y televisión, así como los medios impresos e internet hicieron referencia en sus notas informativas de las acciones y hechos suscitados durante el periodo que se informa.

Se considera que el manejo de información en las menciones periodísticas de los medios monitoreados se hizo de manera objetiva, pues el 96.1% de estas se clasifican como neutras, ya que sólo remiten a la información sin adjetivar ni emitir juicios de valor, el 1.8% positivas y 2.1% negativas.

El monitoreo realizado por el IEEM, da cuenta de que en radio y televisión el tiempo total dedicado a la cobertura del proceso electoral local ascendió a 181 horas, 09 minutos y 58 segundos.

Conclusiones

Equidad de Género

De las 14,195 piezas de monitoreo analizadas:

En radio y televisión, se registraron 1,123 menciones para mujeres que en conjunto sumaron 36 horas, 08 minutos, 15 segundos; 837 fueron para hombres, con 49 horas, 52 minutos, 10 segundos; y 2,537 no incluyeron especificación de género, es decir, 95 horas, 093 minutos, 33 segundos.

En medios impresos se detectaron 1,005 menciones para mujeres; 964 fueron para hombres; y 2,011 no incluyeron especificación de género.

Conclusiones

En Internet se registraron 1,470 menciones para mujeres; 1,629 fueron para hombres; y 2,619 no incluyeron especificación de género.

De este universo, el 25% (3,598) de las menciones corresponden a mujeres; 24% (3,430) fueron para hombres; y 50% (7,167) no incluyeron especificación de género.

De la información anterior, se desprende que durante el periodo del 29 de enero al 12 de febrero de 2023 predominaron las menciones genéricas; cabe resaltar que en este periodo de tiempo, se registró un número equilibrado de menciones que refieren a mujeres y hombres.

Glosario

SIGLAS	NOMBRE
Instituciones:	
FEDE	Fiscalía Especializada en Delitos Electorales
FEMDE	Fiscalía Especializada en Materia de Delitos Electorales
IEEM	Instituto Electoral del Estado de México
INE	Instituto Nacional Electoral
TEEM	Tribunal Electoral del Estado de México
TEPJF	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación
Partidos:	
PAN	Partido Acción Nacional
PRI	Partido Revolucionario Institucional
PRD	Partido de la Revolución Democrática
PT	Partido del Trabajo
PVEM	Partido Verde Ecologista de México
MC	Movimiento Ciudadano
MORENA	MORENA
NAEM	Nueva Alianza Estado de México