

2024-07-18

## La Radio duplicó a la TV en cobertura de campañas electorales

Autor: Redacción

Género: Nota Informativa

<https://www.mexiqueno.com.mx/cdmx/la-radio-duplico-a-la-tv-en-cobertura-de-campanas-electorales/>

Durante el Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) 2023-2024, la Radio dedicó el doble de tiempo que la Televisión para cubrir las campañas de los partidos políticos.

CIUDAD DE MÉXICO, 18 de julio, (CDMX MAGACÍN). Durante el Proceso Electoral Local Ordinario (PELO) 2023-2024, la Radio dedicó el doble de tiempo que la Televisión para cubrir las campañas de los partidos políticos.

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM realizó el monitoreo de campañas con perspectiva de género y entregó informes de sus hallazgos al Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

El monitoreo con perspectiva de género a espacios que difunden noticias tuvo por finalidad identificar la forma en que los medios comunican la información acerca de las personas aspirantes, precandidatas y candidatas, sus ideas y propuestas o manifestaciones.

También cualquier forma de discriminación, estereotipos de género y aquellos relacionados con los grupos de atención prioritaria, así como el uso del lenguaje incluyente, no sexista y no discriminatorio, y la detección de posibles casos de violencia política contra las mujeres en razón de género.

Para el proceso electoral la UNAM, a través de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, elaboró informes semanales desde el inicio de las campañas en la capital del país, los cuales fueron conocidos por el máximo órgano de dirección del IECM y que pueden ser consultados en el sitio de internet: [www.iecm.mx](http://www.iecm.mx).

Además, se conjuntaron los informes acumulados, que se encuentran disponibles para consulta de la ciudadanía en el enlace <https://www.iecm.mx/www/sites/elecciones2024/monitoreo.html>, e indican que las menciones de las candidaturas para la Jefatura de Gobierno sumaron 8 524 en medios de comunicación electrónicos, de las cuales 6 267 correspondieron a Radio y 2 257 a Televisión.

Para Alcaldías, el total de menciones en fue de mil 640, de las cuales 1,195 correspondieron a la Radio y 445 a la Televisión; mientras que para las candidaturas a Diputaciones el total fue de 500, de las cuales 365 fueron en Radio y 135 en Televisión.

Los medios electrónicos dedicaron la mayor parte de su cobertura a la campaña para la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México: 5 veces más que el tiempo empleado en seguir las campañas por las Alcaldías y 21 veces más que las Diputaciones locales.

De acuerdo con los documentos, la Radio y Televisión destinaron un total de 187 horas, 50 minutos y 24 segundos para realizar la cobertura de las candidaturas a la Jefatura de Gobierno, Alcaldías y Diputaciones.

En los informes respectivos se puede observar el tiempo total destinado por los programas de Radio y Televisión que integraron el Catálogo de Medios sobre el que se realizó el monitoreo, y que fue el siguiente:

Tipo de elección

Tiempo total acumulado

Periodo del monitoreo

Jefatura de Gobierno

153 horas 36 minutos 19 segundos

1 de marzo a 29 de mayo

Alcaldías

27 horas 5 minutos 53 segundos

31 de marzo a 29 de mayo

Diputaciones

7 horas 8 minutos 12 segundos

31 de marzo a 29 de mayo

En los informes, la UNAM reportó sobre las candidaturas con mayor y menor tiempo de transmisión, el género periodístico que más se utilizó y las valoraciones positivas o negativas que se detectaron, de conformidad con la metodología aprobada para la realización de esta actividad.

En acatamiento a la normatividad electoral, el monitoreo se realizó para, entre otros aspectos, dotar a la ciudadanía de la capital del país de información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, respecto del tratamiento que se otorga a los actores políticos vinculados con el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.