

2024-07-18

Duplicó la radio a la TV en cobertura de campañas electorales: IECM

Autor: Redacción

Género: Nota Informativa

<https://mexico.quadratin.com.mx/duplico-la-radio-a-la-tv-en-cobertura-de-campanas-electorales-iecm/>

CIUDAD DE MÉXICO, 18 de julio de 2024.- 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).

De acuerdo con el 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.

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.