



MONITOREO

Nayarit 2024

PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO
ETAPA DE CAMPAÑA

DÉCIMO NOVENO
INFORME

Del 24 al 29 de mayo de
2024



Índice

I. Introducción	5
1. Resumen	6
2. Criterios Metodológicos	8
2.1 Unidades de análisis	8
II. Información por tipo de programa.....	9
1. Tiempo total dedicado	9
2. Tiempo total en radio	9
3. Tiempo total en televisión	11
3.1 Tiempo dedicado en Televisión disgregado por partido político o coalición.....	11
4. Tiempo total en programas de revista	16
5. Tiempo total en fan page	16
6. Tiempo total en portales web.....	17
7. Total piezas de monitoreo	18
7.1 Total piezas de monitoreo en radio.....	19
7.2 Total piezas de monitoreo en televisión.....	20
7.3 Total de piezas de monitoreo en programas de revista	21
7.4 Total de piezas de monitoreo en medios impresos.....	22
7.5 Total de piezas de monitoreo en fan page de Facebook	23
7.6. Total piezas de monitoreo en portales Web.....	26
8. Total piezas informativas	28
8.1 Piezas informativas en radio	28
8.2 Total piezas informativas en televisión	30
8.3 Total de piezas informativas en programas de revista.....	30

8.4 Total de piezas informativas en medios impresos	30
8.5 Total de piezas informativas en fan page de Facebook	31
8.6. Total piezas informativas en portales Web	33
III. Resultados por variable	36
1. Género periodístico	36
2. Valoración de la información	37
3. Recursos técnicos utilizados para presentar la información	37
3.1 Recursos utilizados en radio	39
3.2 Recursos utilizados en televisión	39
3.3 Recursos técnicos utilizados en medios digitales	40
4. Importancia de las noticias	40
4.1 Ubicación de la nota	40
4.2 Segmento del tiempo en que apareció la nota.....	42
5. Registro de encuestas o sondeos de opinión	45
6. Vínculo de los temas de interés público con actores políticos.....	48
7. Actos de violencia política contra personas candidatas.....	53
IV. Resultados de género, inclusión y no discriminación.....	53
1. Tiempo dedicado por género de las personas candidatas	59
2. Valoración por género en radio, televisión, programas de revista y medios digitales.....	66
3. Uso de lenguaje incluyente y no sexista.....	68
4. Violencia política contra las mujeres en razón de género.....	70
5. Presencia de estereotipos relacionados con grupos en situación de discriminación.....	72
Anexo	74
Frases dónde se utiliza lenguaje de discriminación.....	74

Utilización de lenguaje incluyente.....	74
Adjetivos, uso de lenguaje no incluyente y frases estereotipadas	74

I. Introducción

Con base en el Artículo 6 párrafo primero, segundo y tercero, y apartado B, fracciones II, III y IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Artículo 160 y 185 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, los Artículos 6 numerales 1, inciso c), y 2 inciso j), y 66 numerales 2, inciso d) y 3), del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, Artículo 8 incisos a) y b) de la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará), Artículos 143 al 148, del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral, Artículo 135, apartado B, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nayarit, y los Artículos 40, fracción VIII;119, párrafo segundo y 137, último párrafo de la Ley Electoral del Estado de Nayarit.

Así mismo, con el objetivo de proporcionar al Consejo Local Electoral del Instituto Estatal Electoral de Nayarit y a la sociedad nayarita, información sobre el tratamiento que dan los programas que difunden noticias en radio y televisión, publicaciones impresas y digitales, así como programas de revista, durante el periodo de precampaña, intercampaña y campaña en el Proceso Electoral Local Ordinario 2024 para la elección de Diputaciones, Presidencias municipales, Regidurías y Sindicaturas en el estado de Nayarit, con particular atención a la posible violencia política hacia las mujeres en razón de género, la Universidad Autónoma de Nayarit entrega este décimo noveno informe que comprende del 24 al 29 de mayo de 2024, en periodo de campaña.

Es importante precisar, que durante todo el Proceso Electoral Local 2024 (PEL 2024), el monitoreo se realizará de conformidad con la metodología y el catálogo de noticieros que, en su momento, aprobó el Consejo Local Electoral

del Instituto Estatal Electoral de Nayarit, mediante el acuerdo IEEN-CLE-119/2023.

Los noticieros y programas aprobados son 4 noticieros de televisión, 4 noticieros de radio, 3 medios impresos, 6 programas de revista¹, de los cuales 5 se transmiten por televisión y 1 por Facebook, así mismo, y dada la importancia de los medios digitales, se monitorearán 15 fan page², del sitio Facebook, y 10 portales web, dando un total de 42 medios informativos.

1. Resumen

Información general sobre el periodo del 24 al 29 de mayo de 2024.

1. Se registraron **650 piezas de monitoreo**, de las cuales 119 corresponden a noticieros de radio, 33 a noticieros de televisión, 10 a programas de revista, 120 a medios impresos y 368 a medios digitales, de estos últimos, 272 son de Facebook y 96 de portales web.
2. Se registraron **74 piezas informativas**, de las cuales 10 corresponden a noticieros de radio, 13 a medios impresos y 51 a medios digitales, de estos últimos, 37 son de Facebook y 14 de portales web.
3. **El tiempo total otorgado fue de 120,754 segundos.** En radio se dedicaron 58,529 segundos, 1,953, en televisión, 11,757 en programas de revista, 48,369 en fan page de Facebook y 146 en portales web. Como podemos ver, los noticieros de radios son quienes dedicaron más segundos.
4. La coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** es el objeto de enunciación más recurrente con un total de 212 unidades de análisis, en segundo lugar, Morena con 120 y, en tercer lugar, la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit con 91 unidades de análisis.

¹ La última emisión del programa de revista *Iniciativa Nayarit* fue el lunes 8 de enero de 2024.

² Meridiano Nayarit no tiene habilitada fan page de Facebook.

5. El mayor tiempo otorgado es a la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** con 19,302 segundos, en segundo lugar, la coalición **Fuerza y Corazón** con 17,668 y, en tercer lugar **Movimiento Ciudadano** con 12,131 segundos.
6. El género periodístico más utilizado es la **nota informativa**.
7. El recurso técnico más utilizado en noticieros de **radio** es **cita y voz**, en noticieros de **televisión** es **voz e imagen** y en **medios digitales** es **cita, voz e imagen**.
8. De la información emitida en todos los medios informativos **12 piezas fueron presentadas en el resumen introductorio**, 6 en noticieros de radio, y 6 en noticieros de televisión
9. En los medios impresos, **25 piezas fueron ubicadas en primera plana**.
10. Se encontraron 205 unidades de análisis en las que se vinculó a las actoras y actores políticos con algún tema de interés público. **El tema de interés público que más se vinculó es Corrupción y Transparencia (104)**.
11. **No se encontraron notas con VPMRG**

2. Criterios Metodológicos

Para el desarrollo de este monitoreo se han considerado las siguientes unidades de análisis:

2.1 Unidades de análisis

- Pieza de monitoreo: una pieza de monitoreo corresponde a la mención de un actor o actora política (partido político, coalición, precandidatura o candidatura) y es la fracción o fracciones generadas por la división de la información presentada a lo largo de la transmisión del programa. La pieza de monitoreo es la unidad de análisis más pequeña, es decir, la unidad de análisis básica y contiene información de las variables que contempla la metodología.
- Pieza informativa: unidad completa de información definida por las características del género periodístico del que se trate, por ejemplo, reportaje, entrevista, nota informativa, etc. Por lo tanto, si hace mención de los actores políticos contemplados (partidos políticos, coaliciones, precandidaturas o candidaturas) puede contener más de una pieza de monitoreo.

Así mismo, si la misma pieza de monitoreo se presenta dos o más veces en un programa, por ejemplo, en el resumen introductorio y en el cuerpo del programa, se toma como una pieza informativa, pero se toman como dos piezas de monitoreo ya que se suman los tiempos que hayan registrado en cada caso, para una mayor precisión.

- Valoraciones: frases que contienen verbalmente adjetivos calificativos o frases idiomáticas, que se usan como adjetivos, y son mencionadas por las personas conductoras, reporteras, locutoras, analistas o cualquier voz en off. En el caso de las imágenes, valoramos la representación de

estereotipos o roles relacionados con grupos en situación de discriminación.

Es necesario mencionar que bajo el principio de libertad de expresión, la información clasificada en los géneros periodísticos: opinión y análisis y debate, así como la información recabada en los programas de revista, no se valoran ni positiva ni negativamente, se valoran como neutras.

II. Información por tipo de programa

1. Tiempo total dedicado

El tiempo total resulta al sumar los segundos registrados en los noticieros de radio, televisión, programas de revista, las fan page de Facebook y los portales web dedicados a cada partido político, coalición, campañas o tema electoral relacionado con las candidaturas, campañas y partidos políticos.

Dando un total de 81,641 segundos.

A continuación, mostramos los segundos en cada noticiero, programa de revista, fan page de Facebook y portal web asociados a cada partido político, coalición o tema electoral relacionado con las candidaturas, campañas y partidos políticos³.

2. Tiempo total en radio

El tiempo total en radio corresponde a la sumatoria de los segundos que cada programa de radio dedicó a cada partido político, coalición, candidatura o tema electoral relacionado con ellos, sumatoria que arroja un total de **58,529 segundos.**

³ Aquellos temas que están relacionados con las campañas y los partidos políticos sin referirse a un partido político en particular o un candidato o candidata en específico.

El noticiero de radio que dedicó más segundos es Radiorama Stéreo Vida 95.3 **En Punto** con Karla Rosado y Cristian Langarica en su emisión de las 7:00-9:00, **10,753 segundos**.

Como vemos en la siguiente tabla, **la coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** es el objeto de enunciación al que se dedicaron más segundos, **4,614**, en segundo lugar encontramos a la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit, con 3,362 y, en tercer lugar, a Morena con 2,120 segundos.

Tabla 1. Tiempo en segundos dedicado a cada partido político, coalición o tema electoral relacionado con las candidaturas, campañas, partidos políticos y en cada uno de los noticieros de radio					
	Partido político, coalición o tema electoral	Radiorama Stéreo Vida 95.3 En Punto Karla Rosado Cristian Langarica 7:00-9:00	Radiorama Stéreo Vida 95.3 En Punto 13-00-14:00	XHERK-FM Los 40 de Nayarit 104.9 InforNay	XHZE-FM La Poderosa 92.9 Te escucho Santiago
	Morena	1,041	-	-	1079
	Tema electoral relacionado con las campañas, partidos políticos y candidaturas	637	12		25
	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)	2,003	1081	614	916
	Movimiento Ciudadano	1010	736		-
	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	1458	1081	523	-
	PT	995	-	-	916

	Fuerza por México Nayarit	995	-	-	916
	PVEM	995	-	-	
	RSP - Redes Sociales Progresistas Nayarit	650	572	57	-
	PRI	38	-	-	-
	PAN	167		70	916
	PRD	38	-	-	-
	Partido Movimiento Levántate para Nayarit	363	-	-	-
	Nueva Alianza Nayarit	363	-		-
	IEEN		-	-	-
	Una Nueva Alianza para Levantar Nayarit ⁴	-			

3. Tiempo total en televisión

3.1 Tiempo dedicado en Televisión disgregado por partido político o coalición.

En la tabla siguiente vemos que el programa de televisión XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 **Noticias por la Radio** fue el que dedicó más segundos a partidos políticos, coaliciones, candidaturas o temas electorales relacionados con ellos, un total de 1,823.

⁴ El martes 30 de abril del presente año, durante la Trigésima Segunda Sesión Pública Extraordinaria con carácter urgente, el Consejo Local Electoral del Instituto Estatal Electoral de Nayarit aprobó la candidatura común “Una Nueva Alianza para Levantar Nayarit” conformada por los partidos Nueva Alianza Nayarit y el Partido Movimiento Levántate para Nayarit, para contender en la campaña electoral durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2024.

También podemos observar que la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** fue el objeto de enunciación al que **los noticieros de televisión dedicaron más segundos, 455**, en segundo lugar a la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit, 356 y, en tercer lugar, a Redes Sociales Progresistas con 293 segundos. **El total de los segundos en noticieros de televisión es de 1,953.**

Tabla 2. Tiempo dedicado en segundos disgregado por partidos políticos, coalición y tema electoral relacionado con las candidaturas, campañas y partidos políticos en noticieros de televisión

		Tema electoral relacionado con las candidaturas, campañas, y partidos políticos	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)													
	morena Morena			 PRI	 PVEM	 PT	 PAN	 Fuerza por México Nayarit	 RSP - Redes Sociales Progresistas Nayarit	 PRD	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD) 	 Movimiento Ciudadano	 Partido Movimiento Levántate para Nayarit	 Nueva Alianza Nayarit	 Instituto Estatal Electoral de Nayarit	Una Nueva Alianza para Levantar Nayarit 
XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 NTV Noticias por la Noche	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
XHKG-TDT XHKG Al momento edición nocturna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 Noticias por la Radio		180	455	-	-	-	-	-	298	-	356	293	241		-	-
XHTPG-TDT El 10 Canal 24 Nayarit Comunica	-	101	-	-	-	-	-	-	-	-			-		29	-

4. Tiempo total en programas de revista

Durante los días que cubre este décimo noveno informe un programa de revista dedicó segundos a partidos políticos, coaliciones, candidaturas o temas electorales relacionados con ellos. **Studio 21 Nayarit Asunto Pendiente** dedicó **en total 11,757**. De éstos, Redes Sociales Progresistas fue quien recibió más segundos, 3,077.

5. Tiempo total en fan page

El tiempo total registrado en fan page de Facebook es de 48,369 segundos, disgregados como se muestra a continuación.

Studio 21 Nayarit <https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia> registró el mayor tiempo en fan page con **17, 454 segundos**.

Tabla 3. Segundos en cada fan page	
Fan page	Segundos
Antonio Tello – NTV https://www.facebook.com/ntv.com.mx	12,139
Reporteros en Acción – https://www.facebook.com/ReaNayarit	-
Miguel Ángel Luna Noticias - https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit	60
Madaí Martínez. Noticias Punto por Punto https://www.facebook.com/	16,833
El Regional - https://www.facebook.com/elregional	-
Certeza Política – https://www.facebook.com/CertezaPolitica	95
Meridiano.mx – https://www.facebook.com/meridiano.mx	-
El Sol de Nayarit - https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020	-
Observador Ciudadano https://www.facebook.com/ObservadorNayarit	1,740
Periódico Realidades de Nayarit https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit	-
Entérate Nayarit - https://www.facebook.com/enteratenay	48

Nayarit me gusta -https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/	-
Sentido Común https://www.facebook.com/SentidoComunMedios	-
Conexión Nayarit - https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx	-
Studio 21 Nayarit - https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia	17,454

En las páginas de fan page de Facebook, el objeto de enunciación al que se dedicaron más segundos fue a la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** con **14,136 segundos**, en segundo lugar, a la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit, con 12,253 y, en tercer lugar, a Movimiento Ciudadano con 8,650 segundos.

6. Tiempo total en portales web

Durante el periodo que cubre este décimo noveno informe, **el tiempo total en portales web es de 146 segundos**. En este medio informativo, el único portal web que dedicó segundos a candidaturas, campañas, partidos políticos o temas relacionados con ellos, es Antonio TelloNTV <https://www.ntv.com.mx> **dedicado un total de 146 segundos**. En su totalidad a la candidatura común Una Nueva Alianza para Levantar Nayarit

Tabla 4. Segundos en cada fan page	
Portal web	Segundos
Antonio Tello NTV https://www.ntv.com.mx/?fbclid=IwAR1Rqk6gYCO1Su3RaR2zQQDY0974P2xhuXPZLabRX2y9RphUfqZ8nvt1nQ	
Reporteros en Acción https://reanayarit.com/?fbclid=IwAR0AFyOrvVShAqk044MXiw4jjlbbkq_smnMofpfbppZ_pZ767M1ZqtDPsA	-
Miguel Ángel Luna Noticias https://miguelangelluna.mx/?fbclid=IwAR3dkH12ladMLpiDyYTNhI21Cqp5h5TbtHCNIZDDCQj6hcuFrre4oUUOns	
Meridiano.mx https://meridiano.mx/	-
El Sol de Nayarit https://www.elsoldenayarit.mx/?fbclid=IwAR1TlaEhpqWrQBnT9qOpilssCRtvqESmTzTvrCOA0eDCRyx0CMTNwV6Wor8	-
Entérate Nayarit https://enteratenayarit.com/?fbclid=IwAR2Wom1UbpFWFeXfwyUD2mIKhfniefLzths6evTuS-F-IKvBdFuFALjw7l	
Sentido Común https://consentidocomun.mx/?fbclid=IwAR1YQeH4QgxEch3E6n2umoz5-ssEallCsbKvve7u8O5BYYTg7Edy5gzJBVo	-
Realidades https://periodicorealidades.com/?fbclid=IwAR1m4jza7DvR_BGfly4xq4KOLf6zFdq0TN7be1XOWvPoYfVXJ3QtNMc3P94_9 Periódico Express https://expressnayarit.com/	-
Periódico Express https://expressnayarit.com/	-
Enfoque Nayarit https://enfoquenayarit.com/?fbclid=IwAR2ykSnQbqXLSV2NYgqbfM9KuYc1bp4RpJKrPd3zVdglOC1xKoRaXsY5XF0	181

7. Total piezas de monitoreo

Por total de piezas de monitoreo nos referimos a la sumatoria de las piezas de monitoreo registradas en todos los noticieros, tanto en radio como en televisión, los programas de revista, los medios impresos, las fan page de Facebook y los portales web. **Dando un total de 650.**

Tabla 5. Total de piezas de monitoreo	
Medio informativo	Piezas de monitoreo
Noticieros de Radio	119
Noticieros de televisión	33
Programas de revista	10
Medios impresos	120
Fan page de Facebook	272
Portales Web	96

7.1 Total piezas de monitoreo en radio

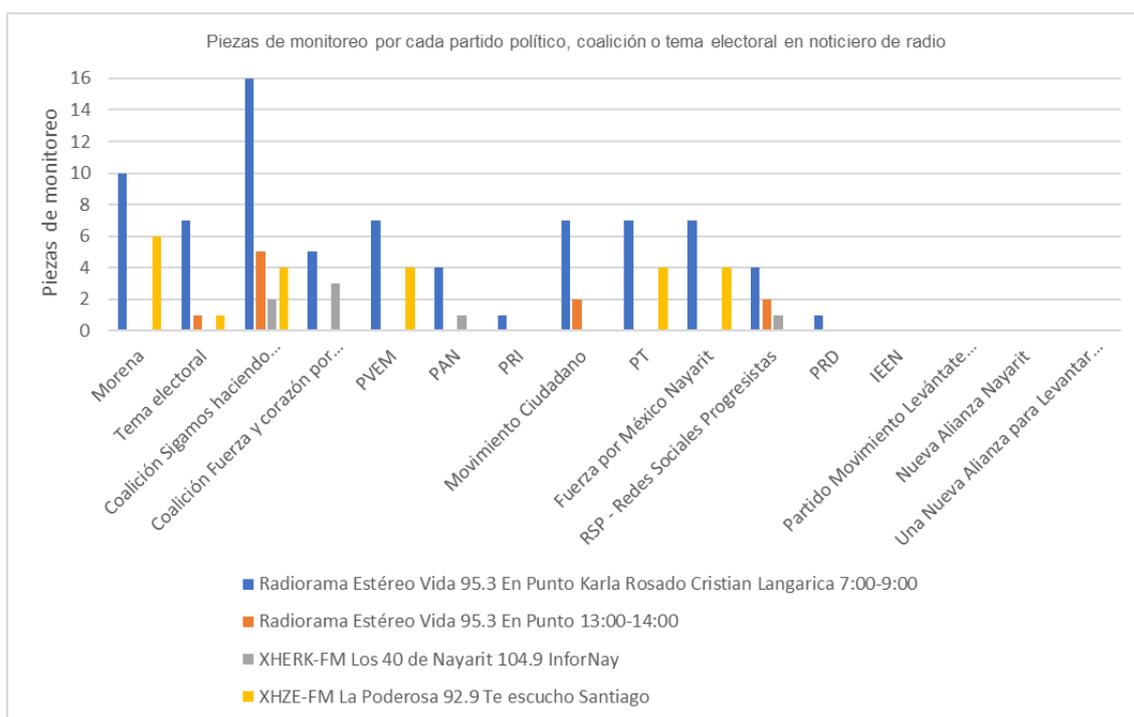
En este apartado mostramos el número de piezas de monitoreo en cada noticiero de radio. La suma de todas las piezas es de **119**, Radiorama Stéreo Vida 95.3 **En Punto** en su edición de 7:00-9:00 es el noticiero de radio que más piezas de monitoreo registró, **79**.

Tabla 6. Piezas de monitoreo en noticieros de radio	
Noticieros Radio	Piezas de monitoreo
Radiorama Stéreo Vida 95.3 En Punto Karla Rosado Cristian Langarica 7:00-9:00	79
Radiorama Stéreo Vida 95.3 En Punto 13:00-14:00	10
XHERK-FM Los 40 de Nayarit 104.9 InforNay	7
XHZE-FM La Poderosa 92.9 Te escucho Santiago	23

7.1.1 Piezas de monitoreo en radio disgregado por partido político o coalición

En este caso mostramos el número de piezas de monitoreo registradas por partido político, coalición o tema relacionado con las campañas, candidaturas y partidos políticos en cada noticiero de radio.

Gráfica 1. Piezas de monitoreo en radio por partido político, coalición o tema electoral en noticieros de radio



Como lo refleja la gráfica anterior, la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** es el objeto de enunciación más mencionado como pieza de monitoreo en noticieros de radio, con **27** piezas, le sigue Morena, con 16 piezas.

7.2 Total piezas de monitoreo en televisión

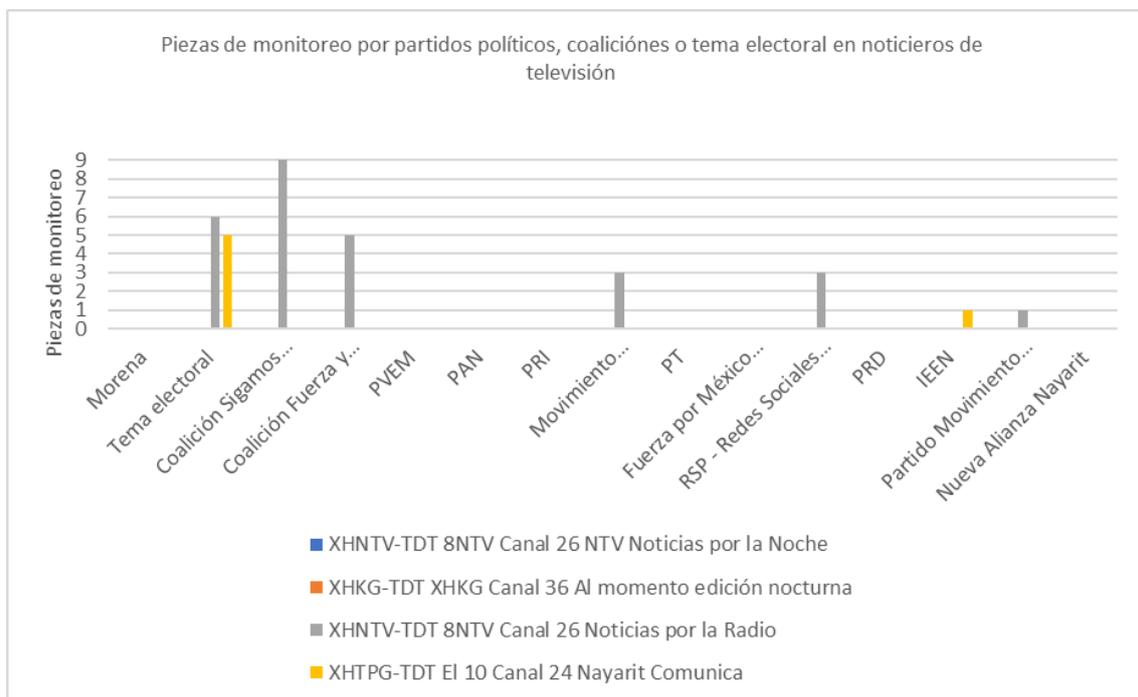
En este caso nos referimos a la suma de las piezas de monitoreo que fueron registradas en todos los noticieros de televisión, **33**. En la siguiente tabla se muestran desgregadas en cada noticiero.

Tabla 7. Piezas de monitoreo por cada noticiero de televisión	
Noticiero de televisión	Piezas de monitoreo
XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 NTV Noticias por la Noche	
XHKG-TDT XHKG Canal 36 Al momento Edición nocturna	
XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 Noticias por la Radio	27
XHTPG-TDT El 10 Canal 24 Nayarit Comunica	6

7.2.1 Piezas de monitoreo en televisión disgregado por partido político o coalición

A continuación, damos cuenta de las piezas de monitoreo registradas sobre cada partido político o tema relacionado con las campañas, candidaturas y partidos políticos en cada uno de los noticieros de televisión.

Gráfica 2. Piezas de monitoreo en televisión por partido político, coalición o tema electoral



Como podemos constatar, la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** obtuvo más piezas de monitoreo, **14**, posteriormente, la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit, con 5 y Tema electoral relacionado con campañas, candidaturas, partidos políticos o coaliciones, con 4 piezas.

7.3 Total de piezas de monitoreo en programas de revista

En los días que cubre este décimo noveno informe, un programa de revista publicó piezas de monitoreo, Studio 21 Nayarit **Asunto Pendiente**. Encontrando un total de **10 piezas**. De estas Morena y Redes Sociales Progresistas tienen 2 cada uno. Las coaliciones Sigamos Haciendo Historia en Nayarit y Fuerza y Corazón por Nayarit, así como los partidos, PAN, PRI, Movimiento Ciudadano y PRD tienen 1 pieza de monitoreo cada uno.

7.4 Total de piezas de monitoreo en medios impresos

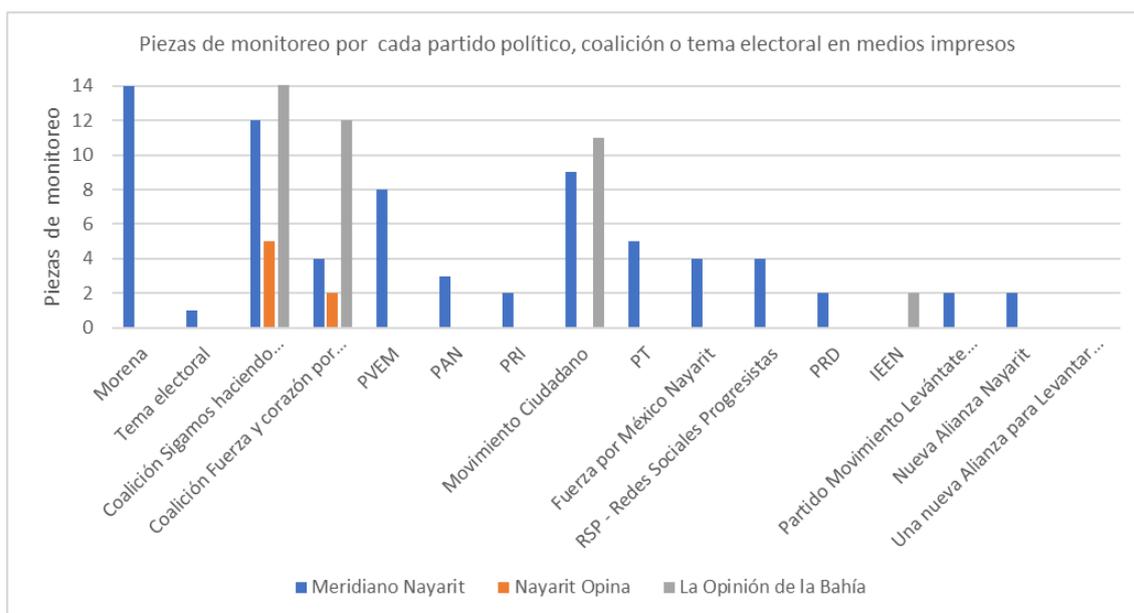
El número total de piezas de monitoreo registradas en **medios impresos es de 120**, fraccionándose como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8. Piezas de monitoreo en cada medio impreso	
Medios impresos	Piezas de monitoreo
<i>Meridiano Nayarit</i>	72
<i>Nayarit Opina</i>	7
<i>La opinión de Bahía</i>	41

7.4.1 Piezas de monitoreo en medios impresos por partido político, coalición o tema electoral relacionado con las campañas, candidaturas y partidos político

En la siguiente gráfica podemos observar que la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** registró más piezas de monitoreo en los medios impresos, con un total de **33**, enseguida Movimiento Ciudadano con 20 piezas y la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit con 18.

Gráfica 3. piezas de monitoreo por cada partido político, coalición o tema electoral en medios impresos



7.5 Total de piezas de monitoreo en fan page de Facebook

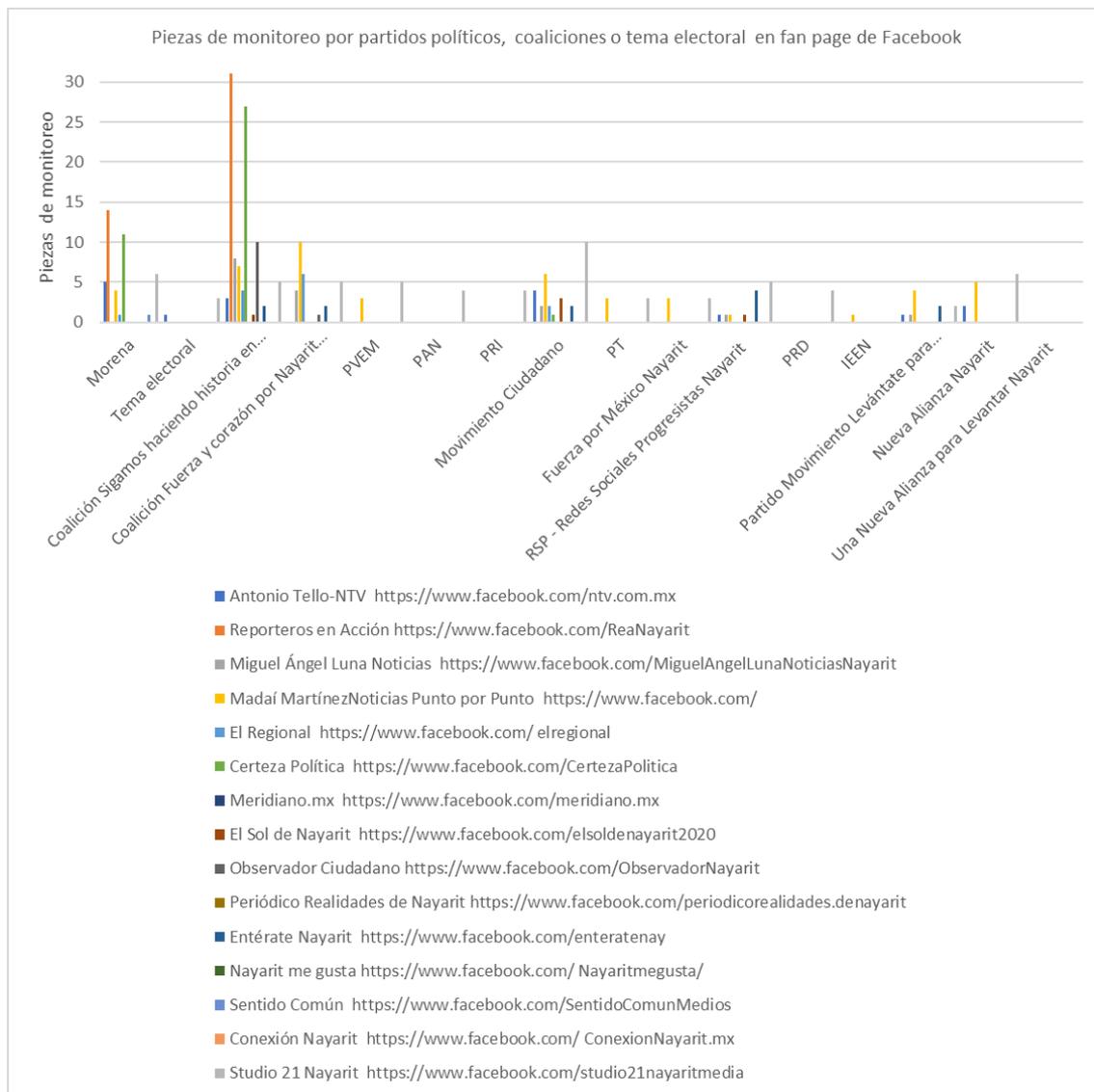
El total de las piezas de monitoreo en fan page de Facebook es de **272**. La página Studio 21 Nayarit <https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia> registra el mayor número de piezas, 65..

Fan Page	Piezas de monitoreo
Antonio Tello-NTV https://www.facebook.com/ntv.com.mx	18
Reporteros en Acción https://www.facebook.com/ReaNayarit	45
Miguel Ángel Luna Noticias https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit	16
Madaí Martínez Noticias Punto por Punto https://www.facebook.com/	47
El Regional https://www.facebook.com/elregional	13
Certeza Política https://www.facebook.com/CertezaPolitica	39
Meridiano.mx https://www.facebook.com/meridiano.mx	

El Sol de Nayarit https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020	5
Observador Ciudadano https://www.facebook.com/ObservadorNayarit	11
Periódico Realidades de Nayarit https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit	-
Entérate Nayarit https://www.facebook.com/enteratenay	12
Nayarit me gusta https://www.facebook.com/ Nayaritmegusta/	-
Sentido Común https://www.facebook.com/SentidoComunMedios	1
Conexión Nayarit https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx	-
Studio 21 Nayarit https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia	65

7.5.1 Piezas de monitoreo en fan page por partido político, coalición o tema electoral relacionado con las campañas, candidaturas y partidos políticos

Gráfica 4. Piezas de monitoreo en fan page de Facebook, por partido político, coalición o tema electoral



Lo que encontramos en las fan page de Facebook es que la coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (98), recibió más piezas de monitoreo, a continuación **Morena** (42) y, en tercer lugar, Movimiento Ciudadano (30).

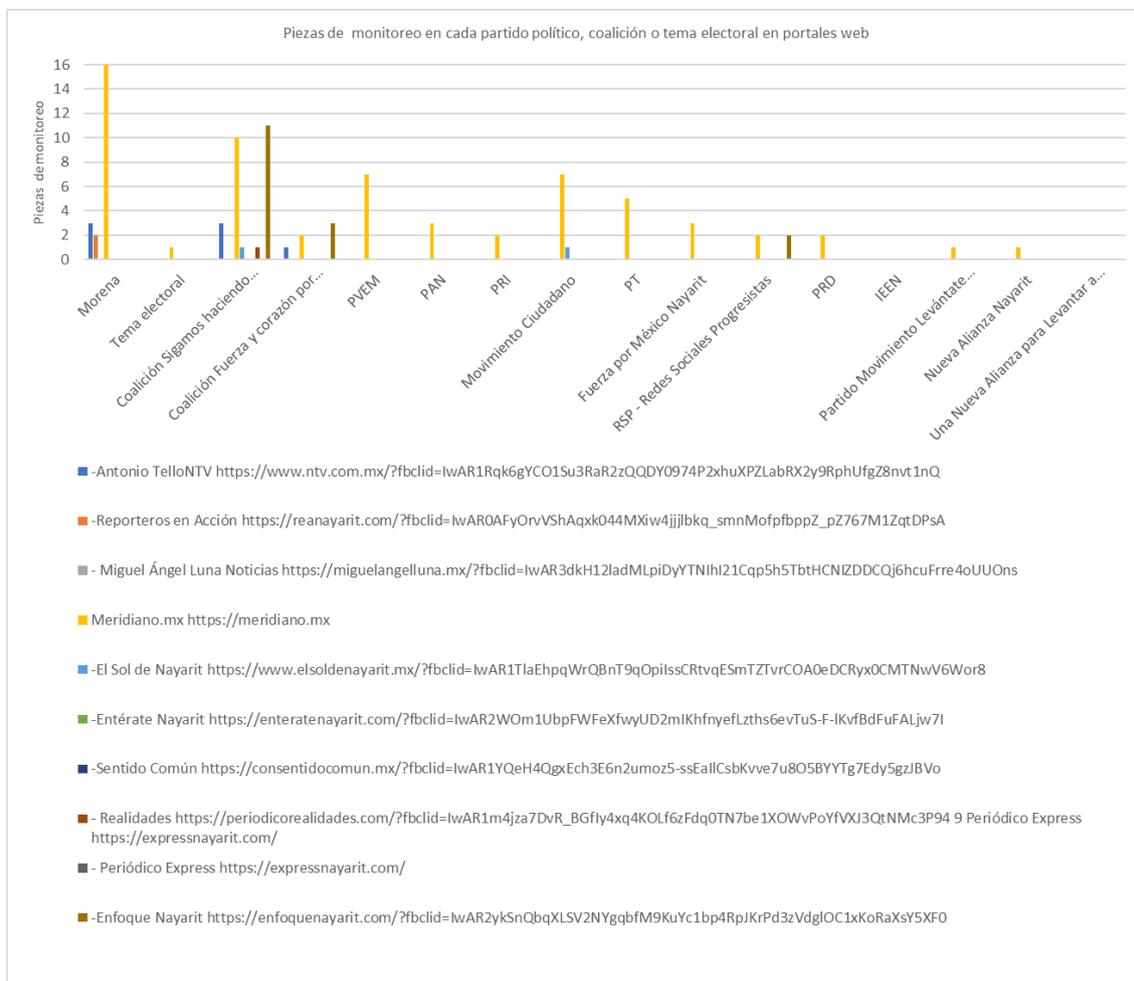
7.6. Total piezas de monitoreo en portales Web

El número total de piezas de monitoreo registradas en los portales Web es de **96**, dividiéndose como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 10. Piezas de monitoreo en cada portal Web	
Portal Web	Piezas
AntonioTelloNTV https://www.ntv.com.mx	13
Reporteros en Acción https://reanayarit.com	2
Miguel Ángel Luna Noticias https://miguelangelluna.mx	-
Meridiano.mx https://meridiano.mx	62
El Sol de Nayarit https://www.elsoldenayarit.mx	2
Entérate Nayarit https://enteratenayarit.com	-
Sentido Común https://consentidocomun.mx	-
Realidades https://periodicorealidades.com	1
Periódico Express https://expressnayarit.com/	-
Enfoque Nayarit https://enfoquenayarit.com	16

7.6.1. Piezas de monitoreo en portales web por partido político, coalición o tema electoral relacionado con las campañas, candidaturas y partidos políticos

Gráfica 5. Piezas de monitoreo en portales web por partido político



Como podemos observar, la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** es el objeto de enunciación con más piezas de monitoreo en portales web, **26 piezas**, posteriormente, **Morena**, con **21 piezas** y, en tercer lugar, **Movimiento Ciudadano** con **10 piezas**.

8. Total piezas informativas

Por total de piezas informativas nos referimos a la sumatoria de estas unidades de análisis registradas en todos los noticieros, tanto en radio como en televisión, los programas de revista, los medios impresos, las fan page de Facebook y los portales web. **Dando un total de 74** . Recordemos que la pieza informativa es una unidad de análisis definida por las características de un género periodístico, por ejemplo, reportaje, entrevista, nota informativa, etc. y en ella encontramos varias piezas de monitoreo.

Tabla 11. Total de piezas informativas	
Medio informativo	Piezas informativas
Noticieros de Radio	10
Noticieros de televisión	-
Programas de revista	-
Medios impresos	13
Fan page de Facebook	37
Portales Web	14

8.1 Piezas informativas en radio

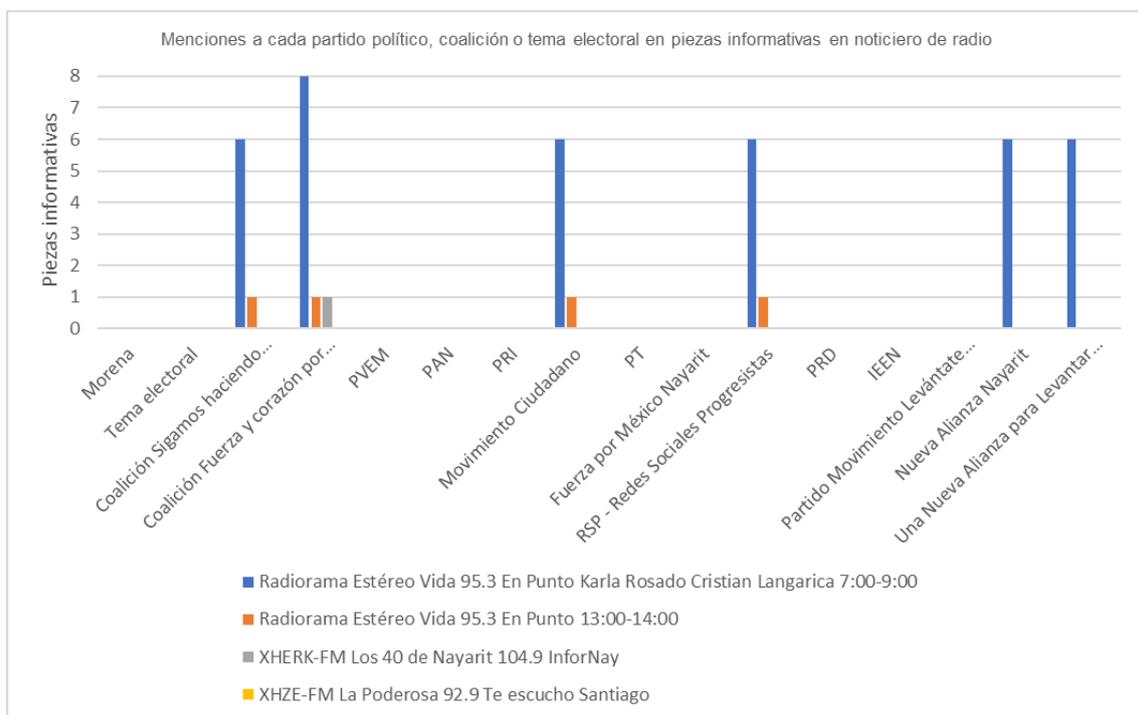
En este apartado mostramos el número de piezas informativas en cada noticiero de radio. La suma de todas las piezas es de **10**. Radiorama Stéreo Vida 95.3 **En Punto** con Karla Rosado y Cristian Langarica en su emisión de las 13:00 - 14:00 registran el mayo número de piezas informativas, 8.

Tabla 12. Piezas informativas en noticieros de radio	
Noticieros Radio	Piezas informativas
Radiorama Stéreo Vida 95.3 En Punto Karla Rosado Cristian Langarica 7:00-9:00	8
Radiorama Stéreo Vida 95.3 En Punto 13:00-14:00	1
XHERK-FM Los 40 de Nayarit 104.9 InforNay	1
XHZE-FM La Poderosa 92.9 Te escucho Santiago	

8.1.1 Piezas informativas en radio disgregado por partido político o coalición

En este caso mostramos el número de veces que cada partido político, coalición o tema relacionado con las campañas, candidaturas y partidos políticos es mencionado en piezas informativas registradas en cada noticiero de radio.

Gráfica 6. Piezas informativas en radio por partido político, coalición o tema electoral en noticieros de radio



Como lo refleja la gráfica anterior, **la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit** es el objeto de enunciación más mencionado en piezas informativas en noticieros de radio, en un total de 10 piezas. Le siguen la coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit, Movimiento Ciudadano y Redes Sociales Progresistas Nayarit, cada uno mencionado en 7 piezas, por último, el Partido Movimiento Levántate para Nayarit y Nueva Alianza, que aparecen en 6 piezas respectivamente.

8.2 Total piezas informativas en televisión

Durante los días que cubre este décimo noveno informe no hubo piezas informativas en noticieros de televisión.

8.3 Total de piezas informativas en programas de revista

En los días que cubre este décimo noveno informe ningún programa de revista publicó piezas informativas.

8.4 Total de piezas informativas en medios impresos

El total de piezas informativas registradas en medios impresos es de 13, fraccionándose como se muestra en la siguiente tabla.

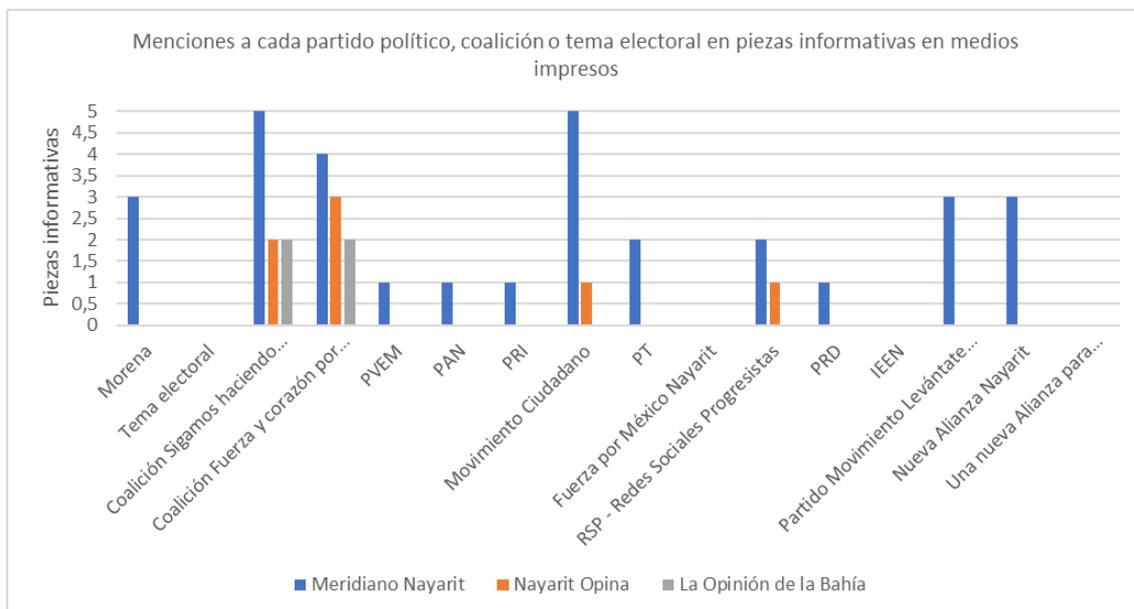
Tabla 13. Piezas informativas en cada medio impreso	
Medios impresos	Piezas informativas
<i>Meridiano Nayarit</i>	8
<i>Nayarit Opina</i>	3
<i>La opinión de la Bahía</i>	2

8.4.1 Piezas informativas en medios impresos por partido político, coalición o tema electoral relacionado con las campañas, candidaturas y partidos político

En la siguiente gráfica podemos observar que las coaliciones **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** y **Fuerza y Corazón por Nayarit** fueron mencionada en más piezas informativas en los medios impresos, cada una en 9, enseguida Movimiento Ciudadano, que se menciona en 6 piezas informativas y, en tercer lugar, Morena, Redes Sociales Progresistas Nayarit, el partido

movimiento Levántate para Nayarit y Nueva Alianza que se mencionan en 3 piezas respectivamente.

Gráfica 7. Menciones a cada partido político, coalición o tema electoral en piezas informativas de medios impresos



8.5 Total de piezas informativas en fan page de Facebook

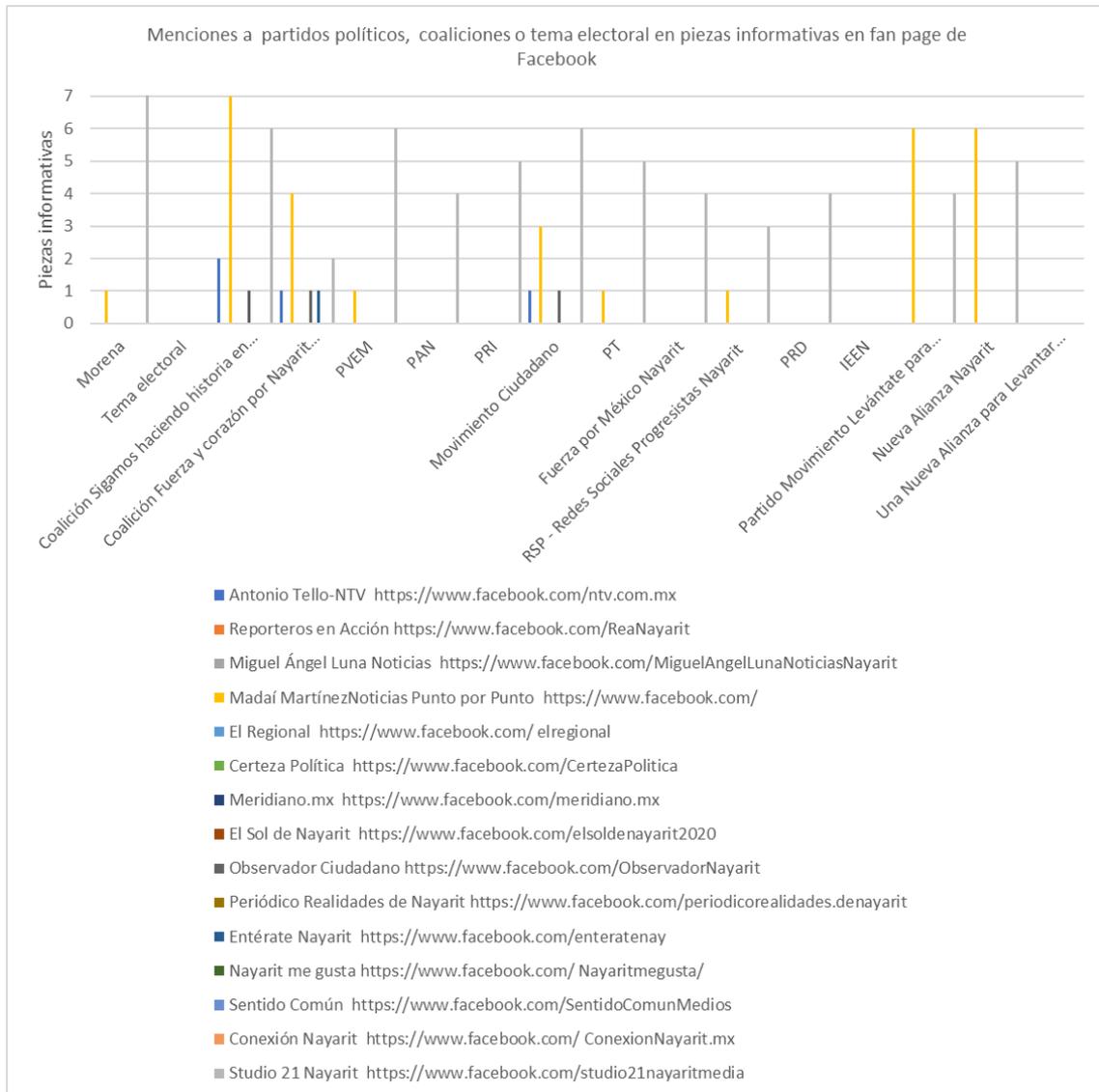
El total de las piezas informativas en fan page de Facebook es de 37 . La página **Studio 21 Nayarit** <https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia> es la que registra el mayor número de piezas, 16.

Fan Page	Piezas informativas
Antonio Tello-NTV https://www.facebook.com/ntv.com.mx	4
Reporteros en Acción https://www.facebook.com/ReaNayarit	1
Miguel Ángel Luna Noticias https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit	-
Madaí Martínez Noticias Punto por Punto https://www.facebook.com/	14
El Regional https://www.facebook.com/elregional	-
Certeza Política https://www.facebook.com/CertezaPolitica	-

Meridiano.mx https://www.facebook.com/meridiano.mx	-
El Sol de Nayarit https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020	-
Observador Ciudadano https://www.facebook.com/ObservadorNayarit	1
Periódico Realidades de Nayarit https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit	-
Entérate Nayarit https://www.facebook.com/enteratenay	1
Nayarit me gusta https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/	-
Sentido Común https://www.facebook.com/SentidoComunMedios	-
Conexión Nayarit https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx	-
Studio 21 Nayarit https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia	16

8.5.1 Piezas informativas en fan page por partido político, coalición o tema electoral relacionado con las campañas, candidaturas y partidos políticos

Gráfica 8. Menciones a partidos políticos, coaliciones o tema electoral en piezas informativas de fan page de Facebook



Lo que encontramos en las fan page de Facebook es que **La Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** fue mencionado en más piezas informativas, **16**. Le sigue Morena, que forma parte de 10 piezas informativas. En tercer lugar tenemos a la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit que es mencionada en 9 piezas informativas.

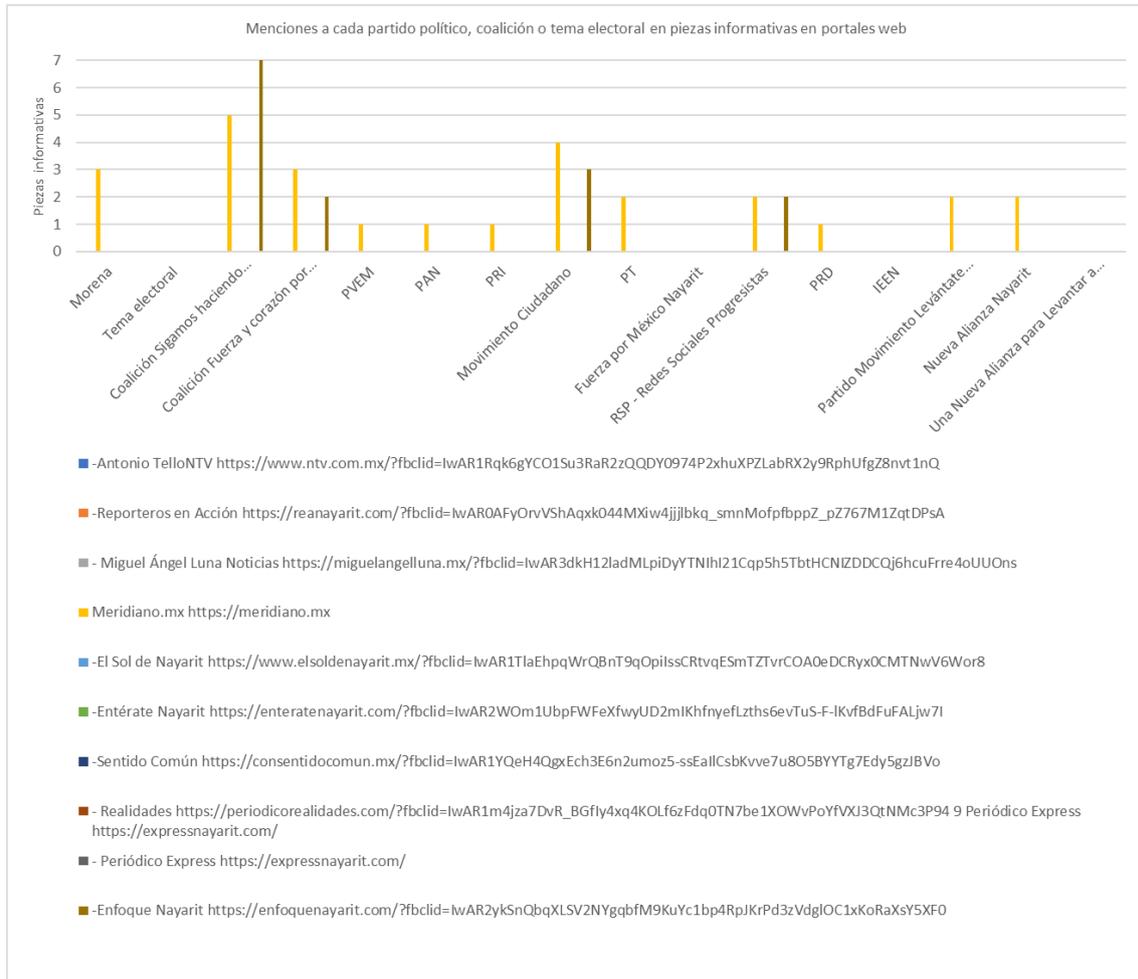
8.6. Total piezas informativas en portales Web

El número total de piezas informativas registradas en los portales Web es de **14**, dividiéndose como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 15. Piezas informativas en cada portal Web	
Portal Web	Piezas
AntonioTelloNTV https://www.ntv.com.mx	-
Reporteros en Acción https://reanayarit.com	-
Miguel Ángel Luna Noticias https://miguelangelluna.mx	-
Meridiano.mx https://meridiano.mx	7
El Sol de Nayarit https://www.elsoldenayarit.mx	-
Entérate Nayarit https://enteratenayarit.com	-
Sentido Común https://consentidocomun.mx	-
Realidades https://periodicorealidades.com	
Periódico Express https://expressnayarit.com/	-
Enfoque Nayarit https://enfoquenayarit.com	7

8.6.1. Piezas informativas en portales web donde se menciona a partidos políticos, coaliciones o tema electoral relacionado con las campañas, candidaturas y partidos políticos

Gráfica 9. Piezas informativas en portales web



Como podemos observar, la coalición **Sigamos Haciendo Historia en Nayarit** fue el objeto de enunciación más mencionado en piezas informativas de portales web, apareciendo en 12 piezas, le siguen Movimiento Ciudadano, mencionado en 7 piezas y la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit mencionada en 5 piezas informativas.

III. Resultados por variable

1. Género periodístico

Los géneros periodísticos son el formato utilizado para la presentación de la información sobre las precampañas y campañas de los partidos políticos o coaliciones. Se clasifican, al menos, en los tipos siguientes:

a. Nota informativa: se trata de un hecho probable o consumado y que a juicio de la persona periodista podría ser de gran trascendencia y de interés general. Expone oportunamente un hecho noticioso.

b. Entrevista: género periodístico descriptivo-narrativo que da a conocer una situación, un hecho o una personalidad con base en una serie de preguntas y respuestas.

c. Debate: género periodístico argumentativo donde las personas participantes exponen sus ideas respecto de algún tema desde distintos puntos de vista. Generalmente es moderado por la persona conductora o reportera.

d. Reportaje: género periodístico narrativo y expositivo que presenta los hechos que interrelaciona, contrasta y analiza. A través de estas operaciones se establece una interpretación, pero no los valora directamente. El reportaje cumple su función con el ofrecimiento de los datos y atribuye las opiniones a las personas que las expresan, pero no ofrece las de la persona reportera.

e. Opinión y análisis: la persona enunciadora interpreta y valora la noticia.

Es importante mencionar que para los fines de este monitoreo el género periodístico equivale a una pieza informativa.

2. Valoración de la información

Se ha clasificado como información valorada aquella que presenta **verbalmente adjetivos calificativos o frases idiomáticas** que se utilizan como adjetivos y son mencionadas por las personas conductoras, reporteras, locutoras, analistas o cualquier voz en off.

De igual manera, se ha contabilizado el número de piezas informativas que no tuvieron ninguna valoración a través de algún adjetivo calificativo explícito, las cuales se han considerado como **piezas no adjetivadas**.

El tiempo total de las valoraciones será equivalente al tiempo total de géneros periodísticos, menos las piezas informativas de “opinión y análisis”, así como las de “debate”. Es importante mencionar, también, que las menciones pueden abarcar a distintos actores políticos. Por ello, éstas pueden o no incluir una o varias valoraciones. Es decir, una pieza de monitoreo puede valorar a un actor político y sólo mencionar a otro o, en su caso, valorar a algún actor en sentido positivo y a otro en sentido negativo.

En una pieza informativa pueden mencionarse distintos partidos políticos o coaliciones sin que todos ellos sean valorados, o bien, pueden valorarse partidos políticos o coaliciones más de una vez dentro de la misma pieza. En consecuencia, las valoraciones por partido político o coalición, candidaturas o candidaturas, serán diferentes a las menciones por partido político o coalición. Asimismo, en la misma pieza se puede valorar a algún actor o actora en sentido positivo y a otro u otra en sentido negativo.

3. Recursos técnicos utilizados para presentar la información

A partir de la información sobre los recursos técnicos utilizados, como audio e imagen, podemos identificar si se otorga un trato equitativo a los distintos actores y actoras políticas en los formatos que se utilizan para presentar la información en los noticieros y programas. Por eso es tan importante.

En *radio* se consideran:

- Cita y voz: presentación de la noticia por las personas conductoras con o sin persona reportera, pero con la voz de las precandidaturas, candidaturas o dirigencia del partido político o coalición.

- Cita y audio: presentación de la noticia por las personas conductoras con persona reportera, pero sin la voz de las precandidaturas, candidaturas o dirigencia del partido político o coalición.

- Sólo voz: entrevistas grabadas o en vivo, llamadas telefónicas de las precandidaturas, candidaturas o dirigencia del partido político o coalición.

- Sólo cita: únicamente se da lectura de la información por parte de las personas conductoras, sin ningún tipo de recurso técnico como apoyo.

En *televisión y medios digitales* se consideran:

- Voz e imagen: presentación de las personas conductoras, así como de las personas reporteras, pero con la imagen y el audio de las precandidaturas, candidaturas o dirigencia de que se trate. En este aspecto se incluirán las entrevistas realizadas en estudio.

- Cita e imagen: presentación o no de las personas conductoras, pero con cobertura de la persona reportera, o texto de la autora de la nota, y con la imagen de las precandidaturas, candidaturas o dirigencia, pero sin su audio.

- Sólo voz: presencia de las precandidaturas, candidaturas o dirigencia por vía telefónica.

- Sólo imagen: reporte de las notas por la persona conductora, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo.

- Sólo cita: se da lectura de las notas del partido político o coalición, precandidaturas o candidaturas por parte de la persona conductora. También cuando se presenta en texto las notas del partido o coalición, precandidaturas o candidaturas, total o parcialmente, sin imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo.

- Cita, voz e imagen: presentación o no de las personas conductoras, pero con cobertura de la persona reportera, o texto de la autora de nota, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo y audio.

3.1 Recursos utilizados en radio

Tabla 16. Recursos técnicos utilizados en noticieros de radio				
Recursos técnicos utilizados	Radorama Stéreo Vida 95.3 En Punto Karla Rosado Cristian Langarica 7:00-9:00	Radorama Stéreo Vida 95.3 En Punto 13:00-14:00	XHERK-FM Los 40 de Nayarit 104.9 InforNay	XHZE-FM La Poderosa 92.9 Te escucho Santiago
Cita y Voz	31	9	6	7
Cita y audio	19	1	2	-
Sólo Voz	-	-	-	-
Sólo Cita	-	1	-	-

Como podemos ver el recurso técnico más utilizado en **radio** fue **cita y voz (53)**.

3.2 Recursos utilizados en televisión

Tabla 17. Recursos técnicos utilizados en noticieros de televisión				
Recursos técnicos utilizados	XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 NTV Noticias por la Noche	XHKG-TDT XHKG Canal 36 Al momento edición nocturna	XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 Noticias por la Radio	XHTPG-TDT EI 10 Canal 24 Nayarit Comunica
Voz e imagen	-	-	11	2
Cita e imagen	-	-	1	2
Sólo voz	-	-	-	-
Sólo imagen	-	-	6	1
Sólo cita	-	-	6	1

Como podemos observar el recurso técnico más utilizado en noticieros de **televisión** fue **voz e imagen** (13).

3.3 Recursos técnicos utilizados en medios digitales

Recursos técnicos utilizados	Totales
Voz e imagen	14
Cita e imagen	271
Sólo voz	-
Cita y voz	-
Sólo imagen	6
Sólo cita	6
Cita, voz e imagen	43

Como podemos ver, el recurso técnico más utilizado en medios digitales es **cita e imagen** (271), posteriormente, cita, voz e imagen (43).

4. Importancia de las noticias

Consiste en la jerarquización de la información considerando la ubicación de la nota al interior del noticiero.

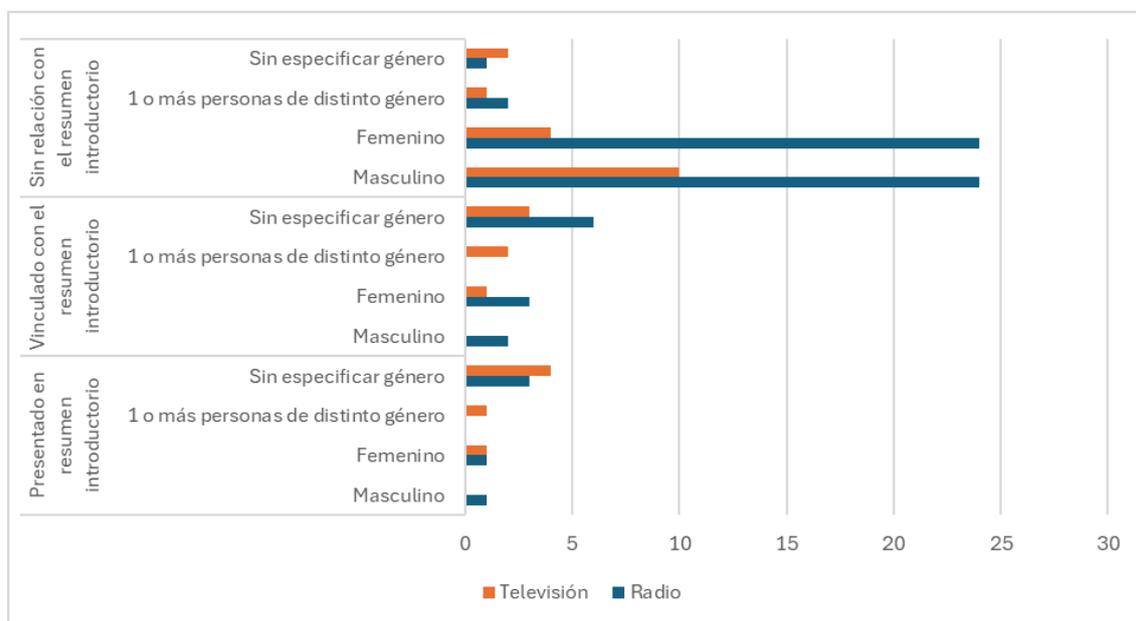
Se deberá jerarquizar la información dentro del programa de radio o televisión conforme a los siguientes indicadores:

4.1 Ubicación de la nota

De las **piezas de monitoreo** registradas en radio y televisión, **11** son presentadas en resumen introductorio, **17** fueron registradas vinculadas con el resumen introductorio y **68** piezas no tienen relación con el resumen introductorio.

En la gráfica 10 se muestra la distribución de piezas registradas en **radio y televisión**, con base en la importancia de su ubicación dentro de la nota, por género de la persona de quien se habla.

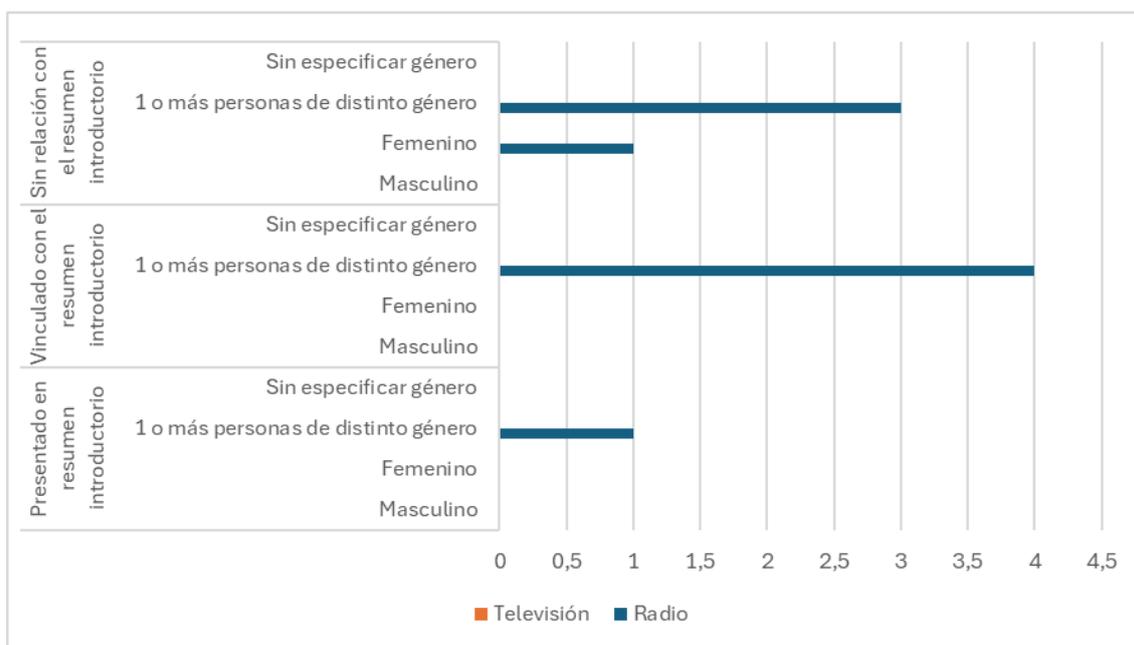
Gráfica 10. Ubicación de las piezas de monitoreo en la nota informativa, por género de la persona que se habla



De las **piezas informativas** registradas en radio y televisión, **1** es presentada en resumen introductorio, **4** fueron registradas vinculadas con el resumen introductorio y **4** piezas no tienen relación con el resumen introductorio.

En la gráfica 11 se muestra la distribución de piezas registradas en **radio y televisión**, con base en la importancia de su ubicación dentro de la nota, por género de la persona de quien se habla.

Gráfica 11. Ubicación de las piezas informativas, por género de la persona que se habla

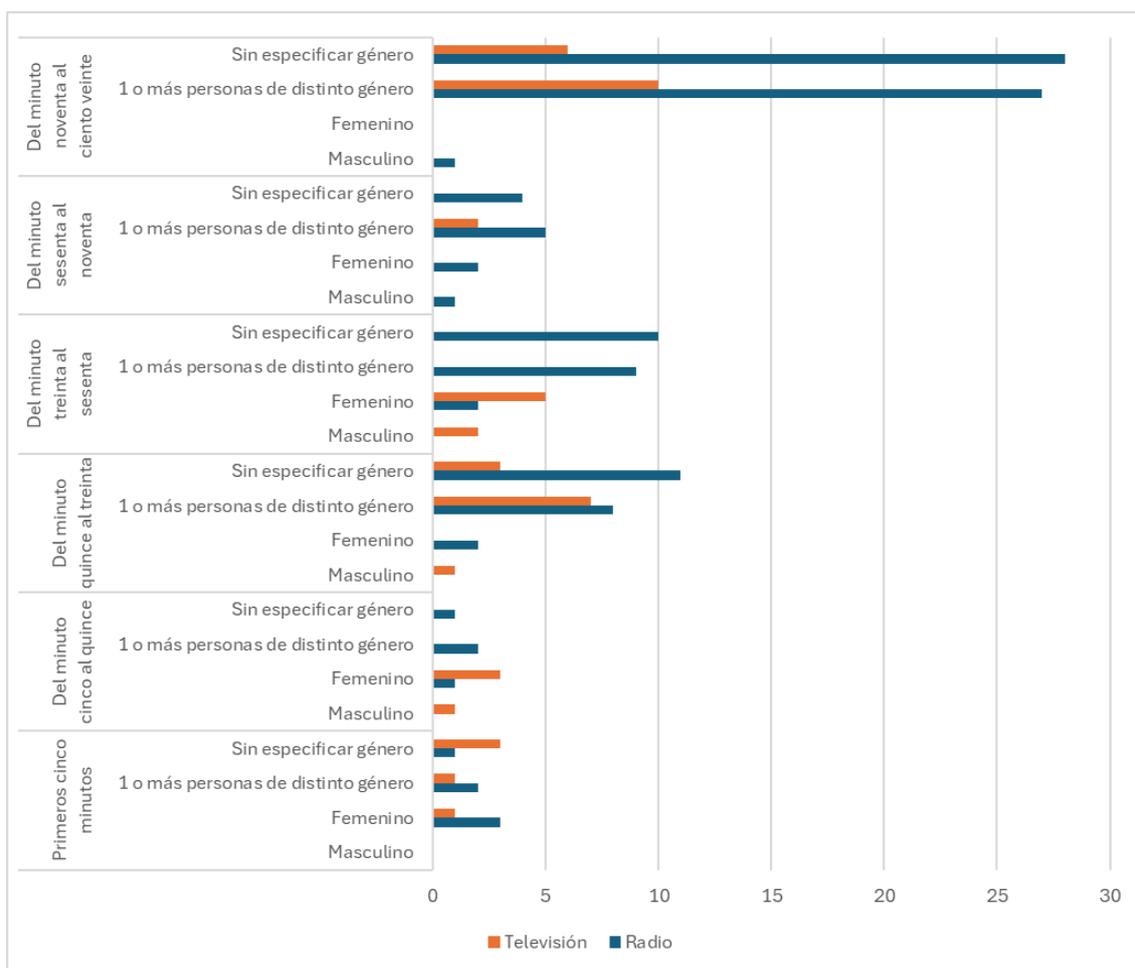


4.2 Segmento del tiempo en que apareció la nota

Respecto a la ubicación de la enunciación (importancia del segmento) dentro de la nota, se tiene que de las **piezas de monitoreo**, **11** de ellas se registran dentro de los **primeros cinco minutos**, el número de piezas que se identifican en el **minuto cinco al quince** son **8**, se identifican **32** dentro del lapso del **minuto quince al treinta**, **28** piezas en el segmento que va del **minuto treinta al sesenta**, **14** se identifican piezas registradas entre el minuto **sesenta al noventa**, finalmente, **72** se encuentra dentro del segmento que va de los **noventa a ciento veinte minutos**.

En la gráfica 12 se muestra la distribución de piezas registradas en **radio y televisión**, con base en el segmento de tiempo en que aparece, por género de la persona de quien se habla.

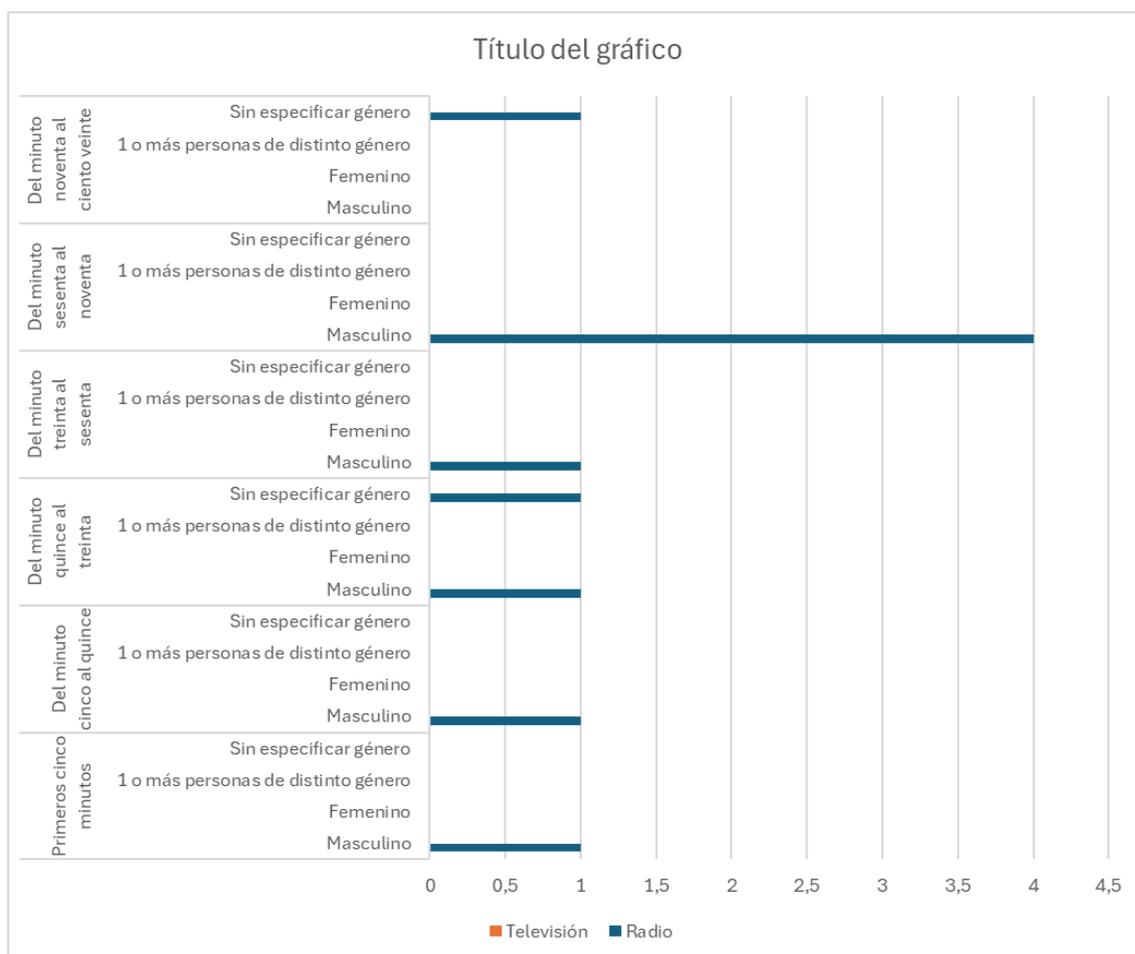
Gráfica 12. Segmento en que aparece la pieza de monitoreo en la nota informativa, por género de la persona que se habla



De las **piezas informativas**, **1** se registra dentro de los **primeros cinco minutos**, **1** del **minuto cinco al quince**, dentro del lapso del **minuto quince al treinta** se identifican **2**, en el segmento que va del **minuto treinta al sesenta** se tienen **1**, **4** piezas registradas entre el minuto **sesenta al noventa**, **1** dentro del segmento que va de los **noventa a ciento veinte minutos**.

En la gráfica 13 se muestra la distribución de piezas registradas en **radio y televisión**, con base en el segmento de tiempo en que aparece, por género de la persona de quien se habla.

Gráfica 13. Segmento en que aparece la pieza informativa, por género de la persona que se habla



Es importante aclarar que el segmento de tiempo en el que aparece la información puede ser menor o igual al tiempo de piezas monitoreadas en virtud de que un partido político, coalición puede aparecer en más de dos segmentos.

5. Registro de encuestas o sondeos de opinión

Para el registro de los resultados de las encuestas presentadas en los programas de radio y televisión, publicaciones impresas y digitales se captura lo siguiente:

- a) La entidad, plaza y nombre del noticiero o programa en el que se difundió la encuesta o sondeo de opinión.
- b) La empresa que elaboró la encuesta o sondeo de opinión.
- c) Publicación o no de vitrina metodológica.
- d) El día de publicación de los resultados de la encuesta o sondeo de opinión.
- e) Los resultados de la encuesta o sondeo de opinión que se difunden.

Ahora bien, durante el periodo del 24 al 29 de mayo del presente año se divulgó la publicación de 17 encuestas o sondeo de opinión en los medios informativos monitoreados.

Tabla 19. Publicación de encuestas y sondeos de opinión				
Medio en el que se difundió	Empresa que elaboró la encuesta o sondeo de opinión	Se publica la vitrina metodológica	Fecha de la publicación de resultados	Resultados de la encuesta o sondeo de opinión
El sol de Nayarit	Comest	No	24/05/2024	Sergio González (64.8%), Manuel Narváez (19.3%), Claudia Jaime (9.4%).
Nayarit Opina	Demoscopia Digital	No	24/05/2024	Hector Santana con un 46.8 por ciento en las preferencias electorales de los bahiaberenses, El candidato que más se le aproxima a Héctor Santana alcanza un 22.4 % en la intención del voto, es decir la distancia está dos a uno y con

				tendencia a convertirse en tres a uno.
Nayarit Opina	Sonda Mercados	Sí	25/05/2024	Geraldine Ponce con un 31%, Luis Zamora 29.1%, Sofía Bautista 11.1%, con un 4.6% Nayar Mayorquin y con un 3.4% el doctor Hector Torres.
Certeza Política	Rubrum	Sí	25/06/2024	Rubrum pone al candidato de la alianza "Juntos Sigamos Haciendo Historia en Bahía de Banderas" muy por encima de los otros participantes, al ubicarlo con un 56.5 por ciento de la intención del voto.
Meridiano Nayarit Periódico	Rubrum	no	26/05/2024	Héctor Santana 56.5%; Jaime Cuevas 26.5%; Raúl de los Santos 5%; aún no decide 12%
La opinión de la bahía Periódico	No se menciona	No	27/05/2024	Héctor Santana 46.8%; Jaime Cuevas 22.4%; Raúl de los Santos 4.1%, Aún no decide 20.3%
Miguel Luna Noticias	Massive Caller	No	27/05/2024	Geraldine Ponce 49.2%, Sofía Bautista 21.8%, Luis Zamora 19.8, Nayar Mallorquin 5%, y Héctor Torres 4.2%
Nayarit Opina	Massive Caller	No	27/05/2024	La abanderada de la coalición «Sigamos Haciendo Historia en Nayarit», cuenta con el 49.2% de las preferencias, mientras que el segundo lugar, que corresponde al PAN-PRI-PRD, tiene apenas el 21.8%, y el tercer lugar es para MC con 19.8% sin chances de victoria alguna.

Studio 21 Facebook Fan Page	Facebook Studio 21	Sí	27/05/2024	Rosa Rendón 44%; Ampelio Gutiérrez 45%; Dalia Briones 4%; «El Ingeniero»; 3%; Cristian Medina 4%
Studio 21 Facebook Fan Page	Massive Caller	No	27/05/2024	La abanderada de la coalición «Sigamos Haciendo Historia en Nayarit», cuenta con el 49.2% de las preferencias, mientras que PAN-PRI-PRD, tiene apenas el 21.8%, y MC con 19.8% sin chances de victoria alguna.
Enfoque Nayarit Portal web	Rubrum	No	28/05/2024	Geraldine Ponce está en primer lugar con 42.5%, en el segundo Sofía Bautista con 23.2%, Luis Zamora en tercer lugar con 21.8%, Nayar Mayorquin en cuarto con 7.9% en quinto lugar está Leonardo Torres con 4.6%
La opinión de la Bahía Periódico	Massive Caller	No	29/05/2024	Héctor Santana (47.7%), Jaime Cuevas (43.8%), Raúl de los Santos (8.5%)
Miguel Ángel Luna Noticias	Demoscopia Digital	No	29/05/2024	Geraldine Ponce (44.5%), Sofía Bautista (20.3%), Luis Zamora (13.6%), Nayar Mayorquín (3.2%), Héctor Torres (2.8%), otros (3.2%), Aún no decide (12.4%)
Entérate Nayarit	Demoscopia Digital	No	29/05/2024	Geraldine Ponce (44.5%), Sofía Bautista (20.3%), Luis Zamora (13.6%), Nayar Mayorquín (3.2%), Héctor Torres (2.8%), otros (3.2%), Aún no decide (12.4%)

Enfoque Nayarit	Demoscopia Digital	No	29/05/2024	Geraldine Ponce 44.5% de la aprobación, Sofia Bautista, 20.3%, Luis Zamora 13,6%, Nayar Mayorquin 3.2 y Hector Torres 2.8%
Observador Ciudadano Facebook page	Demoscopia Digital y Rubrum	No	29/05/2024	Demoscopia reporta que Santana cuenta con el respaldo del 47.6% de los encuestados, mientras que Rubrum eleva este apoyo al 60.1%, colocando siempre en la delantera a Hector Santana.
Studio 21 Facebook Fan Page	Proyecta	Sí	29/05/2024	Geraldine Ponce 37.9%, Luis Zamora 34.4%, Sofia Bautista 15.5%, Nayar Mayorquin 9.6%, Héctor Torres 2.6%.

6. Vínculo de los temas de interés público con actores políticos

Se registran los temas de interés público relacionado con las y los actores políticos en los programas monitoreados. Estos datos se analizan con relación a la variable “valoración de la información”⁵, a fin de identificar si es positiva, negativa o neutra.

Durante el periodo se registraron **196** menciones de temas de interés público en las piezas de monitoreo⁶ y **9** en piezas informativas es decir, un 61.11% de las piezas de monitoreo y 88.46% de piezas informativas **no se vinculan a ningún tema de interés público**. De las piezas de monitoreo con vínculo a algún tema, **117** están relacionadas con **actoras políticas**, **71** de ellas

⁵ Para establecer la relación negativa o positiva se realiza utilizando la variable “valoración de la información”, si en la pieza se establece una valoración positiva, se considera que la valoración está establecida en relación al tema de interés vinculado En caso de valoración negativa, se considera que dicha relación es negativa. Si no se enuncia una valoración se establece una relación neutra.

⁶ Cabe resaltar que una pieza de monitoreo puede estar asociada a más de un tema de interés público.

con **actores políticos** y **2** refiriéndose a la presencia o referencia de personas de **ambos géneros**, **6** sin especificar género. En tanto que, de las piezas informativas, **2** son para el género **femenino**, **0** para el **masculino** y 7 para referirse a **una o más personas de las que se habla**. Los tres principales temas con los que se vincularon las piezas de monitoreo fueron **corrupción y transparencia, agua y ciudades y comunidades**, en tanto que las piezas informativas el tema con más menciones fue **corrupción y transparencia, agua, ciudades y comunidades e inseguridad y paz**. Se consideran 20 temas de interés público, que se muestran a continuación, donde se identifica el número de frases vinculadas a actoras y actores políticos.

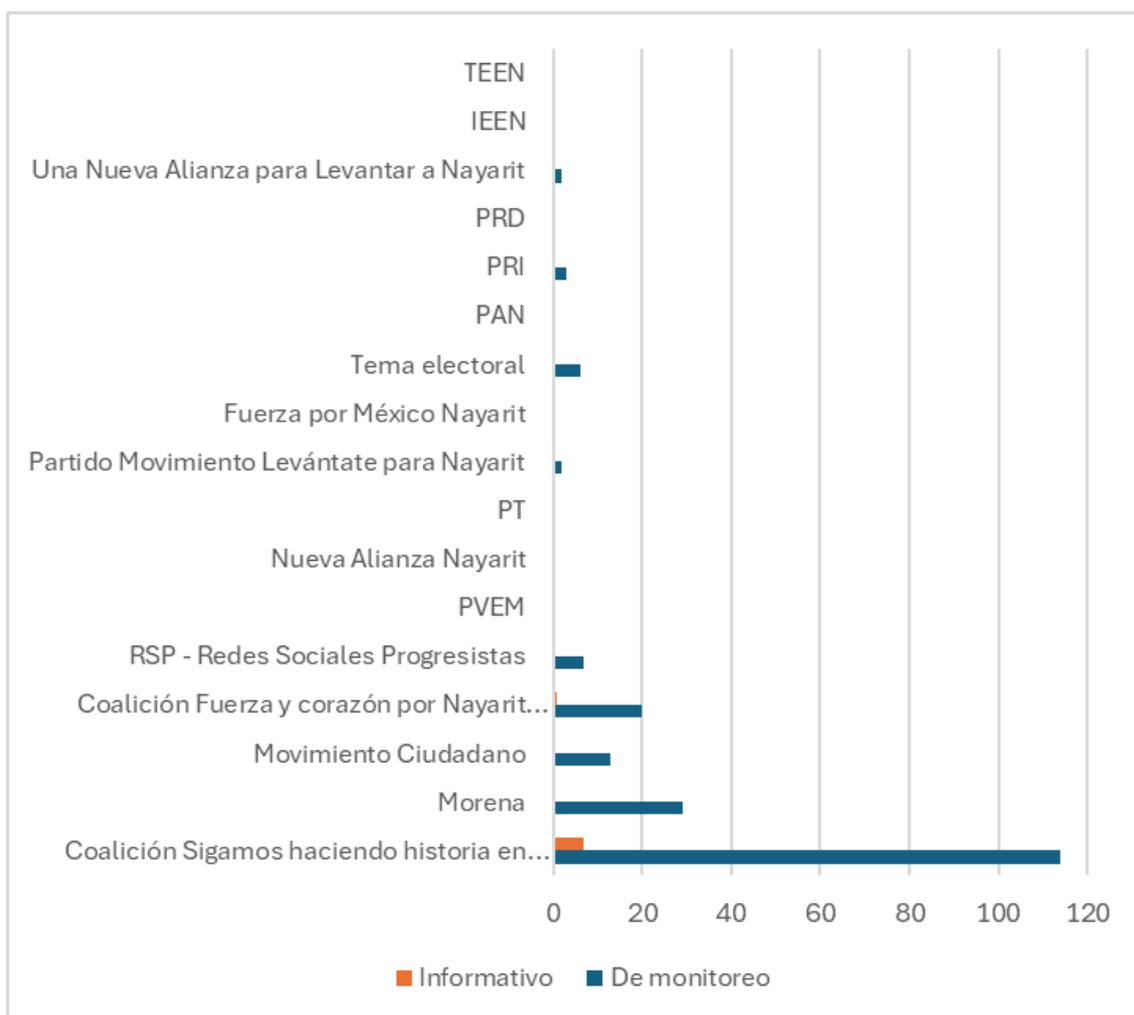
Tabla 20. Vínculo con temas de interés público		
Tema	No. de frases en <i>pieza de monitoreo</i>	No. de frases en <i>pieza informativa</i>
<i>Corrupción y transparencia</i>	102	2
<i>Agua</i>	20	2
<i>Ciudades y comunidades</i>	16	2
<i>Inseguridad y paz</i>	8	2
<i>Salud y bienestar</i>	10	0
<i>Economía</i>	8	0
<i>Comunicaciones y transportes</i>	8	0
<i>Seguridad alimentaria y agricultura</i>	5	0
<i>Cultura y deporte</i>	5	0
<i>Igualdad de género</i>	4	0
<i>Medio ambiente y cambio climático</i>	4	0
<i>Educación</i>	3	0
<i>Empleo</i>	1	0

<i>Derechos Humanos</i>	0	1
<i>Estado de derecho y justicia</i>	1	0
<i>Turismo</i>	1	0
<i>Pobreza</i>	0	0
<i>Energía</i>	0	0
<i>Ciencia, tecnología e innovación</i>	0	0
<i>Cooperación internacional</i>	0	0

En la gráfica 14 se muestra la relación de la vinculación con temas de interés público y objeto de enunciación de quien se habla⁷.

⁷ El objeto de enunciación de quien se habla hace referencia a partidos políticos, coaliciones o candidaturas independientes objetos de monitoreo.

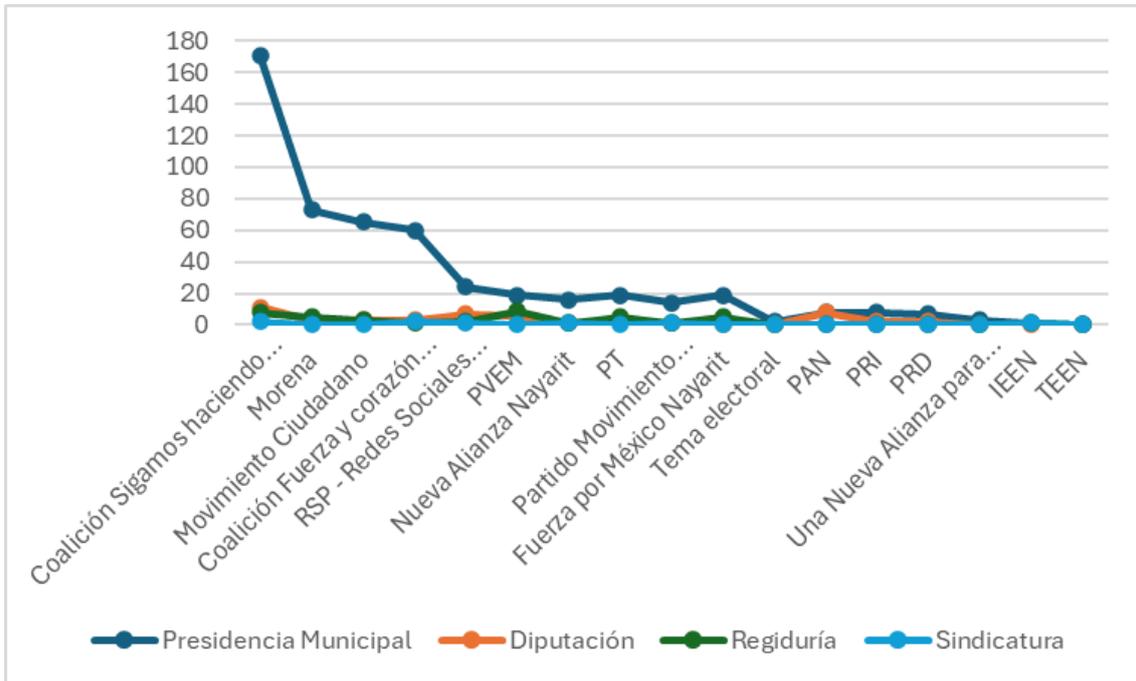
Gráfica 14. Número de piezas con vínculo a algún tema de interés, respecto a los partidos políticos, por tipo de pieza



De las piezas que establecieron algún tipo de valoración fueron **36**, representando el **4.11%**, con **130 positivas** y **6 negativas**.

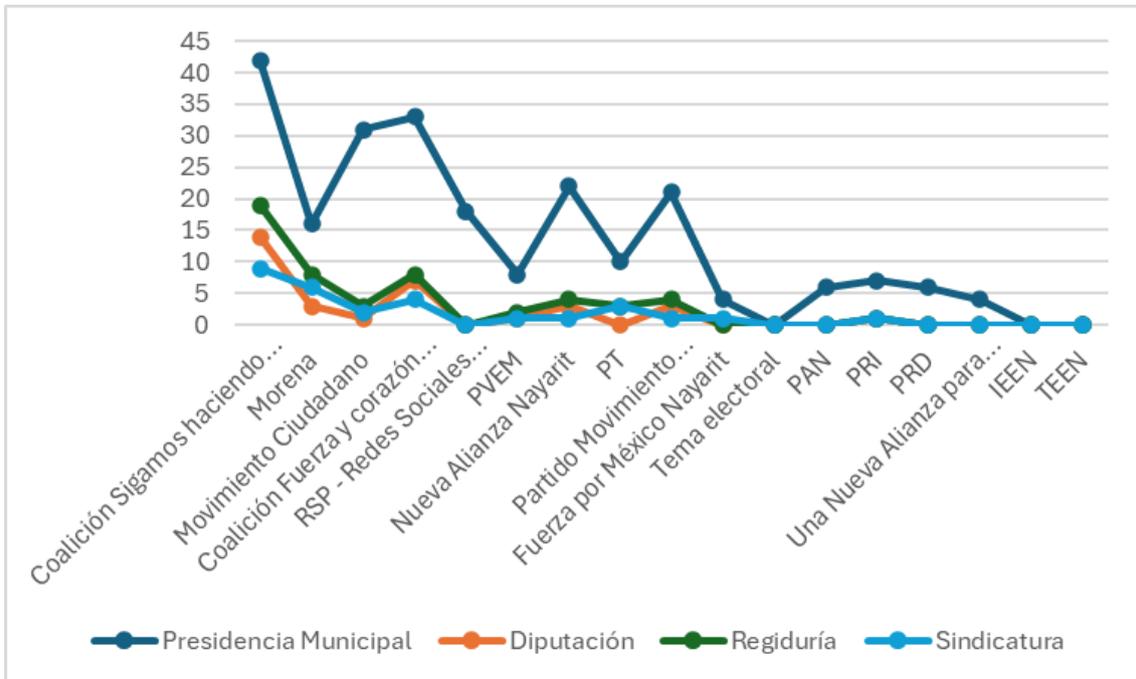
En la gráfica 16 se observa la relación de los temas de interés público y su relación con los tipos de cargos de candidaturas a las que se hace mención en **piezas de monitoreo**.

Gráfica 15. Vínculo de temas de interés, con relación al tipo de cargo de la candidatura en piezas de monitoreo



En la gráfica siguiente podemos ver la misma relación, respecto a las **piezas informativas**.

Gráfica 16. Vínculo de temas de interés, con relación al tipo de cargo de la candidatura en piezas informativas



7. Actos de violencia política contra personas candidatas

Permite identificar actos de violencia contra personas candidatas, agresiones y amenazas en las notas de los programas monitoreados. Da cuenta si existe algún tipo de condena ante los hechos por parte de la persona que enuncia la nota, si tiene pertenencia a un grupo en situación de discriminación y el tipo de posición política a la que se aspira.

Durante el periodo que cubre este quinto informe **no se registraron** piezas identificando algún tipo de **violencia política** (amenazas, agresiones) **contra personas candidatas**.

IV. Resultados de género, inclusión y no discriminación

Este apartado analiza la enunciación del sexo y género de la persona o si es una persona que se identifica como no binaria, a fin de monitorear si existe relación entre quien emite la nota y a quien señala la nota. Si se hace uso de lenguaje incluyente y no sexista. Hace referencia también al análisis de las piezas de monitoreo de violencia política en razón de género o contra las mujeres, la presencia de estereotipos o roles de género; a los elementos personales, ideas o propuestas a los que hace referencia la pieza monitoreada y a la presencia de estereotipos asociados a grupos en situación de discriminación.

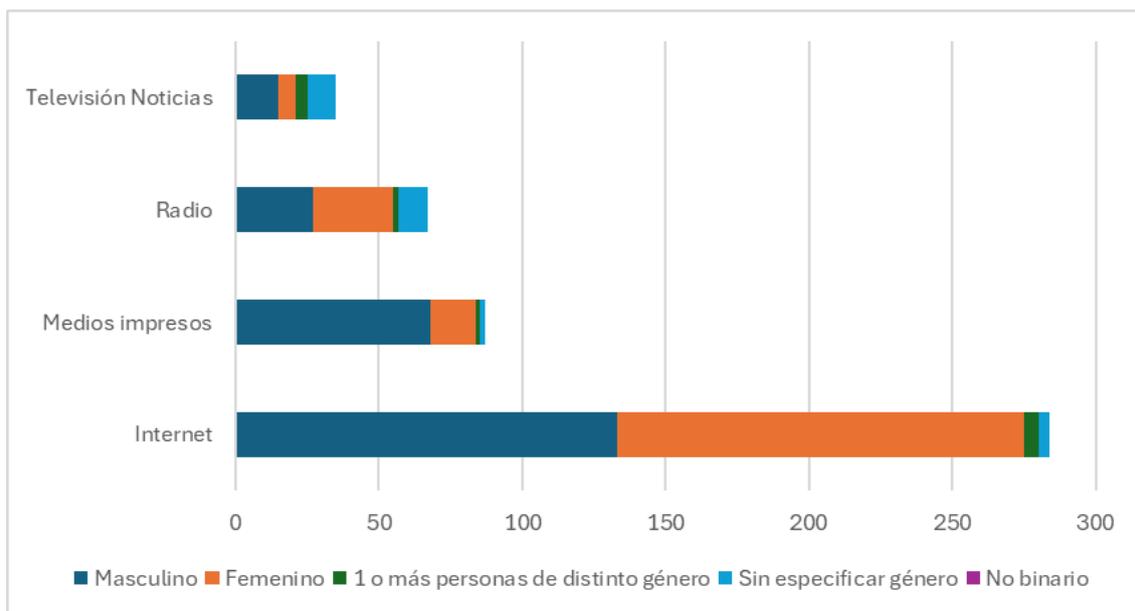
De las **piezas de monitoreo** en las cuáles se registró el sexo de la persona enunciada durante el periodo, **192** de ellas son de género femenino, **2243** de género masculino, en **12** se habla de dos o más personas de distinto género y **26** no incluyeron especificación de género. En la tabla 22 se observa el número de piezas de monitoreo según el género de la persona enunciada, así como sus porcentajes.

Tabla 21. Piezas de monitoreo por género de la persona enunciada

Género de la persona que se enuncia	Piezas de monitoreo	%	Internet	%	Medios impresos	%	Radio	%	Televisión	%
Masculino	243	51,37	133	28,12	68	14,38	27	5,71	15	3,17
Femenino	192	40,59	142	30,02	16	3,38	28	5,92	6	1,27
1 o más personas de distinto género	12	2,54	5	1,06	1	0,21	2	0,42	4	0,85
Sin especificar género	26	5,50	4	0,85	2	0,42	10	2,11	10	2,11
No binario	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

En la gráfica 17 se muestra la distribución por género de la persona de la que se habla y número de piezas de monitoreo por cada medio.

Gráfica 17. Distribución de piezas de monitoreo con relación al género de la persona de la que se habla, por medio.



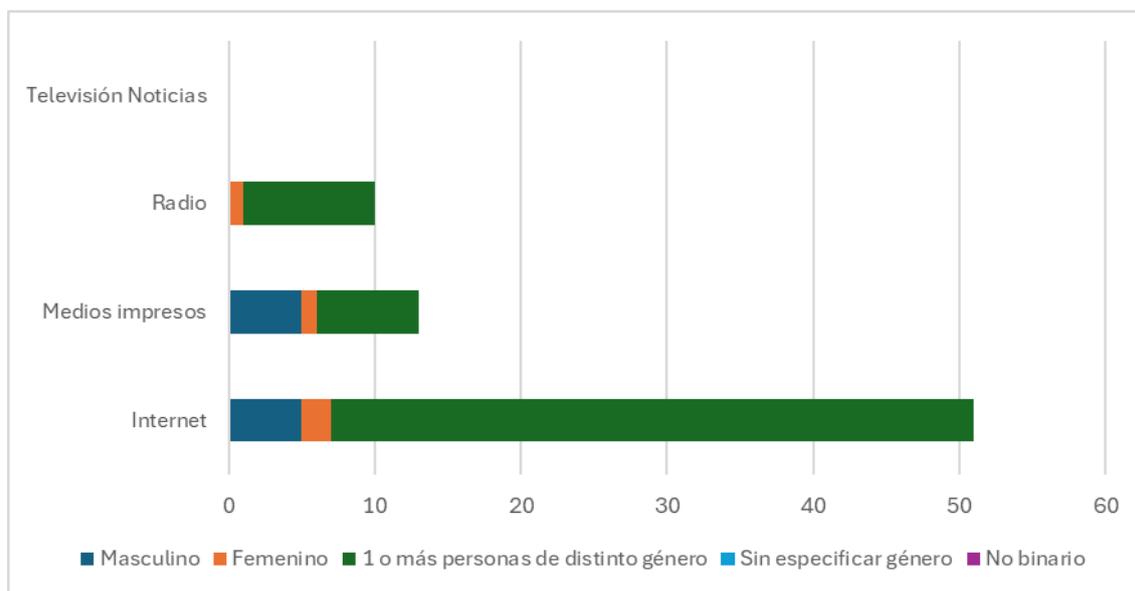
Respecto a las **piezas informativas** en las cuáles se registró el sexo de la persona enunciada durante el periodo, **4** de ellas son de género femenino, **10** de género masculino, en **60** se habla de dos o más personas de distinto género. En la tabla 22 se observa el número de piezas informativas según el género de la persona enunciada, así como sus porcentajes.

Género de la persona que se enuncia	Piezas informativas		Internet		Medios impresos		Radio		Televisión	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Masculino	10	2,11	5	1,06	5	1,06	0	0,00	0	0,00
Femenino	4	0,85	2	0,42	1	0,21	1	0,21	0	0,00
1 o más personas de distinto género	60	12,68	44	9,30	7	1,48	9	1,90	0	0,00
Sin especificar género	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

<i>No binario</i>	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
-------------------	---	------	---	------	---	------	---	------	---	------

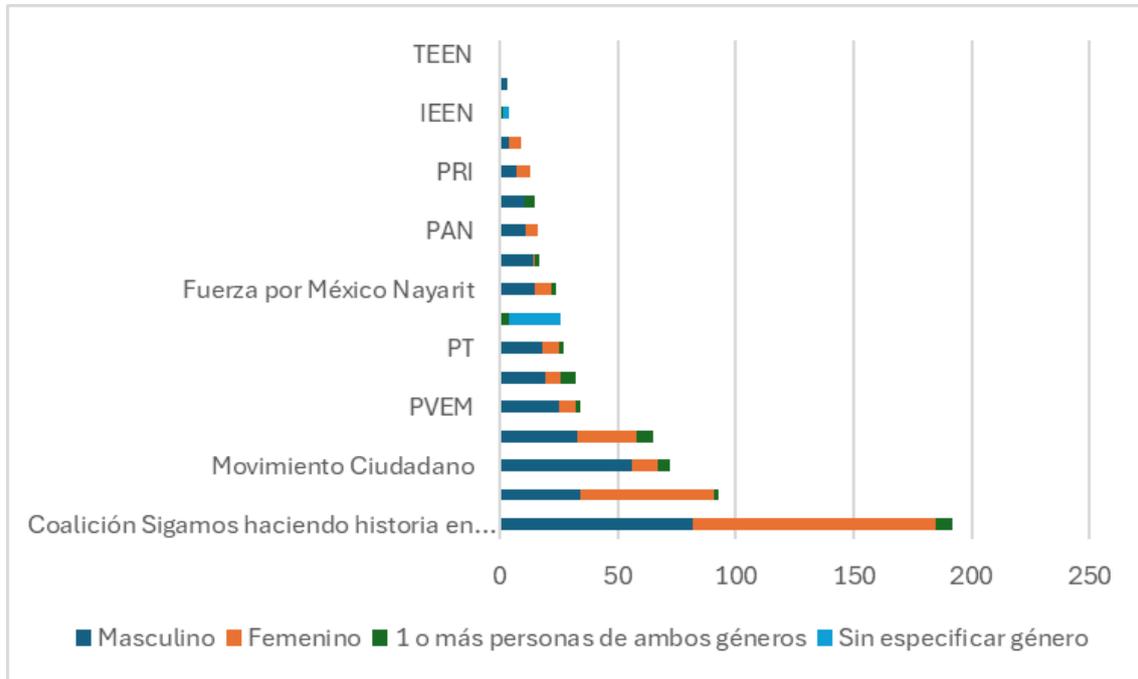
En la gráfica se muestra la distribución por género de la persona de la que se habla y número de piezas informativas por cada medio.

Gráfica 18. Distribución de piezas informativas con relación al género de la persona de la que se habla, por medio



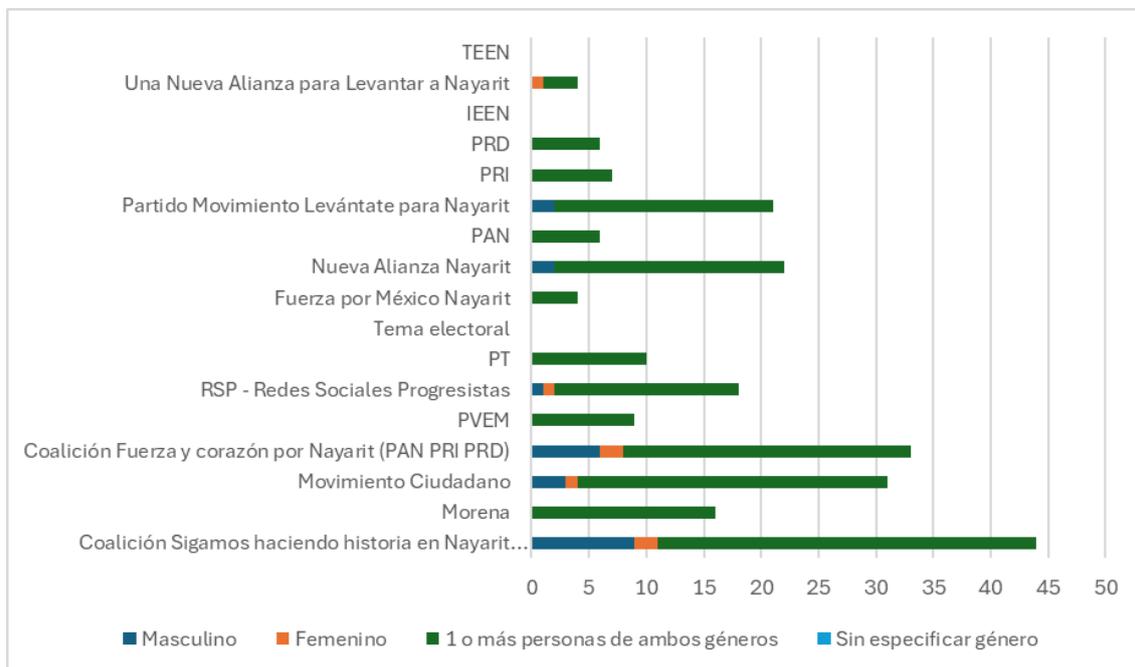
Se muestra en la gráfica 19 el número de piezas de monitoreo por partido político, con base en el género de la persona a la que se refiere la pieza. De los tres principales, **Coalición Sigamos haciendo historia en Nayarit** tiene 103 piezas monitoreadas para el género **femenino**, 82 para el **masculino** y 7 donde se habla de **una o más personas de ambos géneros**. **Morena** registra 57 piezas para el género femenino, 34 para el masculino; **Movimiento Ciudadano** registra 11 para género femenino, 56 para masculino.

Gráfica 19. Piezas de monitoreo por partido político, con base en el género de la persona de la que se habla



Con relación a las piezas informativas por partido político, con base en el género de la persona a la que se refiere la pieza, de las tres principales, **Coalición Sigamos haciendo historia en Nayarit** tiene 2 piezas monitoreadas para el género **femenino**, 9 para el **masculino** y 33 donde se habla de **una o más personas de ambos géneros**. **Coalición Fuerza y corazón por Nayarit** registra 2 piezas para el género femenino, 6 para el masculino y 25 donde se habla de una o más personas, seguido de **Movimiento Ciudadano** que registra 1 para género femenino, 3 para el masculino, 27 donde se habla de una o más personas de distintos géneros.

Gráfica 20. Piezas de monitoreo por partido político, con base en el género de la persona de la que se habla



1. Tiempo dedicado por género de las personas candidatas

1.1 Tiempo dedicado en piezas de monitoreo

En piezas de monitoreo de radio y televisión se dedicó un total de **1 hora con 45 minutos con 43 segundos** en notas con personas de género **femenino**, **2 horas con 17 minutos con 21 segundos** para hablar de personas de género **masculino**. En **36 minutos con 01 segundos** se referían a una o más personas de distintos géneros. Se muestra en la tabla el tiempo repartido, por género, en **radio y televisión** entre las y los distintos actores políticos.

Tabla 23. Tiempo repartido por actor político y género de la persona que se habla, en radio y televisión

Objeto de enunciación		Masculino	Femenino	Personas de ambos géneros	Sin especificar género
	Morena	00:00:20:21	00:00:13:07	00:00:01:52	00:00:00:00
	Tema electoral	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:01:00	00:00:14:55
	Movimiento Ciudadano	00:00:09:47	00:00:08:26	00:00:05:53	00:00:00:00
	PAN	00:00:03:57	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PVEM	00:00:17:38	00:00:12:21	00:00:01:52	00:00:00:00
	RSP Redes Sociales Progresistas Nayarit	00:00:06:30	00:00:04:01	00:00:05:53	00:00:00:00
	IEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:29
	PRI	00:00:03:49	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)	00:00:34:56	00:00:33:47	00:00:05:53	00:00:00:00
	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	00:00:34:56	00:00:33:47	00:00:05:53	00:00:00:00
	PT	00:00:17:38	00:00:12:21	00:00:01:52	00:00:00:00
	PRD	00:00:00:38	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00

	Fuerza por México Nayarit	00:00:17:38	00:00:12:21	00:00:01:52	00:00:00:00
	Partido Movimiento Levántate para Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:04:01	00:00:00:00
	Nueva Alianza Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	TEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Una Nueva Alianza para Levantar a Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Total	00:02:17:21	00:01:45:43	00:00:36:01	00:00:15:24

En **internet** el tiempo total de piezas de monitoreo registradas para el género **femenino** es de **3 horas con 44 minutos y 09 segundos**, en tanto que, el tiempo total dedicado al género **masculino** fue de **2 horas con 57 minutos con 39 segundos**. Se muestra en la tabla el tiempo repartido entre los distintos actores políticos en medios digitales, por género.

Tabla 24. Tiempo repartido por actor político y género de la persona que se habla, en internet

Objeto de enunciación		Masculino	Femenino	Personas de ambos géneros	Sin especificar género
	Morena	00:00:13:47	00:00:02:52	00:00:00:00	00:00:00:00
	Tema electoral	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:16:20
	Movimiento Ciudadano	00:00:23:32	00:00:58:35	00:00:00:00	00:00:00:00
	PAN	00:00:01:00	00:00:28:17	00:00:00:00	00:00:00:00

	PVEM	00:00:02:38	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	RSP Redes Sociales Progresistas Nayarit	00:00:24:57	00:00:39:29	00:00:00:00	00:00:00:00
	IEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PRI	00:00:00:00	00:00:28:17	00:00:00:00	00:00:00:00
	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)	00:00:30:02	00:00:02:54	00:00:00:00	00:00:00:00
	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	00:00:49:06	00:00:28:17	00:00:00:00	00:00:00:00
	PT	00:00:01:53	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PRD	00:00:00:00	00:00:28:17	00:00:00:00	00:00:00:00
	Fuerza por México Nayarit	00:00:01:53	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Partido Movimiento Levántate para Nayarit	00:00:13:23	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Nueva Alianza Nayarit	00:00:15:28	00:00:07:11	00:00:00:00	00:00:00:00
	TEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Una Nueva Alianza para Levantar a Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Total	00:02:57:39	00:03:44:09	00:00:00:00	00:00:16:20

1.2 Tiempo dedicado en piezas informativas

En piezas informativas de radio y televisión se dedicó un total de **9 minutos con 48 segundos** en notas con personas de género **femenino**, **ningún segundo** para hablar de personas de género **masculino**. En **58 minutos con 53 segundos** se referían a una o más personas de distintos géneros. Se muestra en la tabla 26 el tiempo repartido, por género, en **radio y televisión** entre las y los distintos actores políticos.

Tabla 25. Tiempo repartido por actor político y género de la persona que se habla, en radio y televisión					
Objeto de enunciación		Masculino	Femenino	Personas de ambos géneros	Sin especificar género
	Morena	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Tema electoral	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Movimiento Ciudadano	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:09:53	00:00:00:00
	PAN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PVEM	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	RSP Redes Sociales Progresistas Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:09:53	00:00:00:00
	IEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PRI	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:09:53	00:00:00:00

	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	00:00:00:00	00:00:09:48	00:00:13:18	00:00:00:00
	PT	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PRD	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Fuerza por México Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Partido Movimiento Levántate para Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:06:03	00:00:00:00
	Nueva Alianza Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:06:03	00:00:00:00
	TEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Una Nueva Alianza para Levantar a Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:03:50	00:00:00:00
	Total	00:00:00:00	00:00:09:48	00:00:58:53	00:00:00:00

En **internet** el tiempo total de piezas informativas registradas para género **femenino** fue de **ceró, 4 minutos con 27 segundos** para hablar de personas de género **masculino**. En **12 horas con 58 segundos** se referían a una o más personas de distintos géneros. Se muestra en la tabla el tiempo repartido entre los distintos actores políticos en medios digitales, por género.

Tabla 26. Tiempo repartido por actor político y género de la persona que se habla, en internet					
Objeto de enunciación		Masculino	Femenino	Personas de ambos géneros	Sin especificar género
	Morena	00:00:00:00	00:00:00:00	00:03:22:40	00:00:00:00
	Tema electoral	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00

	Movimiento Ciudadano	00:00:00:00	00:00:00:00	00:01:02:03	00:00:00:00
	PAN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PVEM	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:57:33	00:00:00:00
	RSP Redes Sociales Progresistas Nayarit	00:00:01:29	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	IEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:32:58	00:00:00:00	00:00:00:00
	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)	00:00:00:00	00:00:00:00	00:03:22:40	00:00:00:00
	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	00:00:00:00	00:00:00:00	00:02:06:50	00:00:00:00
	PT	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:41:14	00:00:00:00
	PRD	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Fuerza por México Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:24:04	00:00:00:00
	Partido Movimiento Levántate para Nayarit	00:00:01:29	00:00:00:00	00:00:59:15	00:00:00:00
	Nueva Alianza Nayarit	00:00:01:29	00:00:00:00	00:00:59:15	00:00:00:00
	TEEN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00

	Una Nueva Alianza para Levantar a Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	Total	00:00:04:27	00:00:00:00	00:12:00:58	00:00:00:00

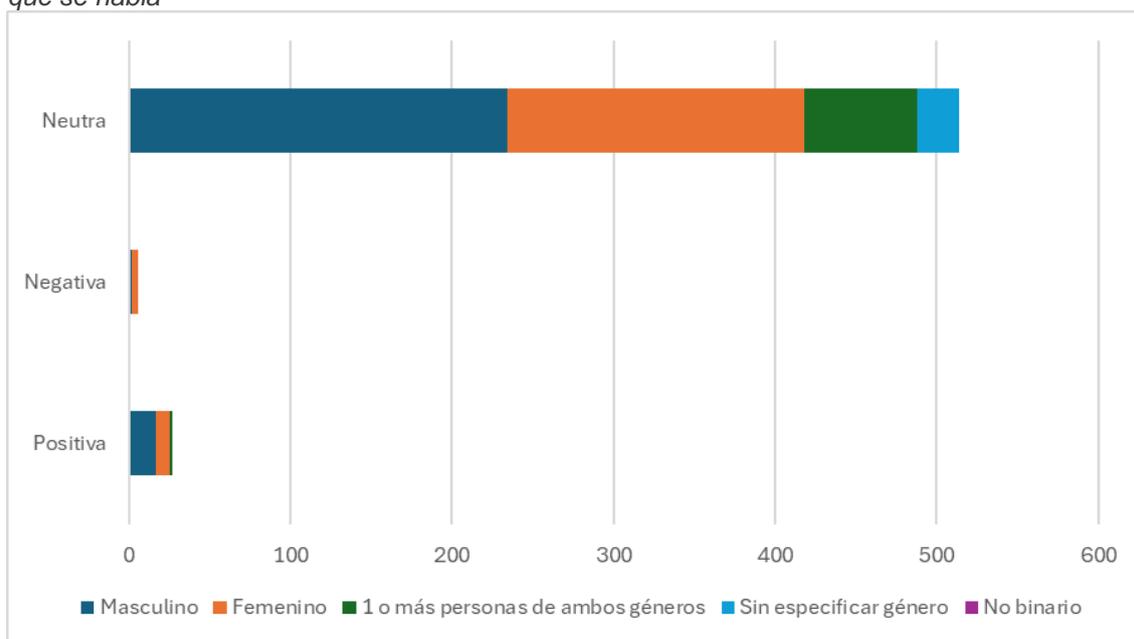
2. Valoración por género en radio, televisión, programas de revista y medios digitales

Se identifican las valoraciones emitidas hacia las y los actores políticos en las unidades de análisis, segregadas por género (si las personas a las que se enuncian son del género femenino, masculino o si la persona en mención se asume expresamente como no binaria).

Durante el periodo, del total de las valoraciones, el **46.25%** se registran valoraciones a actantes políticos de género masculino, **35.83%** del género femenino, en **4.75%** de las valoraciones no se especifica algún género del actuante y en **13.16%** corresponde a varias personas de distinto género.

En el periodo se registraron 8 piezas con valoraciones positivas para el género femenino y 17 para el masculino, el género masculino registra 2 valoraciones negativas, en tanto que el femenino 4. En la gráfica 21 se muestran las valoraciones de las unidades de análisis, con base en el género de él o la actora política a la que se hace referencia.

Gráfica 21. Valoraciones de las unidades de análisis, con base en el género de la persona de la que se habla



Respecto al género femenino con mayor número de valoraciones positivas fueron de **Morena (5)** y con mayor número de valoraciones negativas fueron para **Coalición Sigamos Morena (3)**.

Las personas de género masculino con más valoraciones positivas en las unidades de análisis fueron de **Coalición Sigamos haciendo historia en Nayarit (8)**, de igual manera, los que obtuvieron valoraciones negativas se encontraron en **Coalición Sigamos haciendo historia en Nayarit (1)**.

Por otra parte, el mayor número de piezas monitoreadas con valoraciones negativas son del género **femenino**.

Las notas con valoraciones positivas están relacionadas con preferencias en las encuestas, acciones gubernamentales, propuestas de campaña, acciones realizadas, en tanto que las valoraciones negativas están asociadas a actos no permitidos en campaña, renunciadas a candidaturas, permisos laborales.

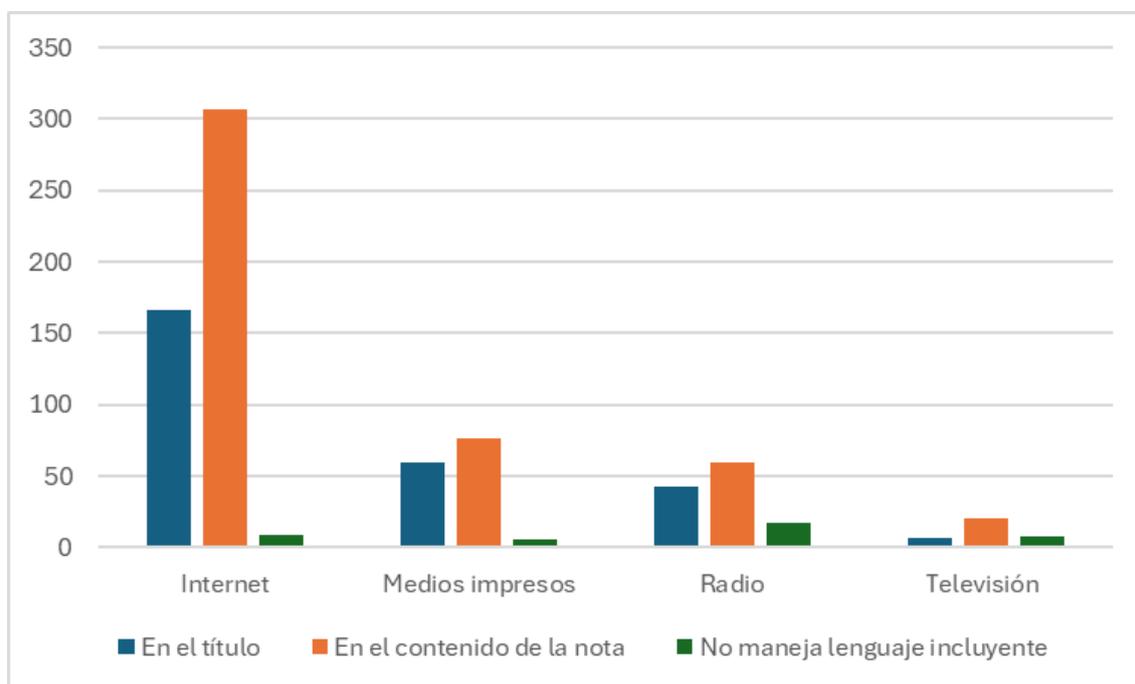
3. Uso de lenguaje incluyente y no sexista

Contempla la utilización de lenguaje incluyente, dónde se refleje la pluralidad de la sociedad y la no exclusión de ningún grupo social en la narrativa, así como la identificación de comentarios sexistas.

En un **7.38%** de las piezas señaladas **no se utiliza** lenguaje incluyente y no sexista, del total de las piezas que hacen uso de lenguaje incluyente⁸ **54.98%** lo hace **en el título de la nota** y **92.03%** en **el contenido de la nota**. Se tienen **9** unidades de análisis de **internet** (que incluye páginas web y sitios de Facebook), **25** de radio y televisión y **6** de medios impresos que **no** hacen uso de lenguaje incluyente.

En la gráfica 23 se muestran las piezas monitoreadas en las que **se hace uso de lenguaje incluyente en el título, en el contenido de la nota o sin uso de lenguaje incluyente** por medio de comunicación monitoreado.

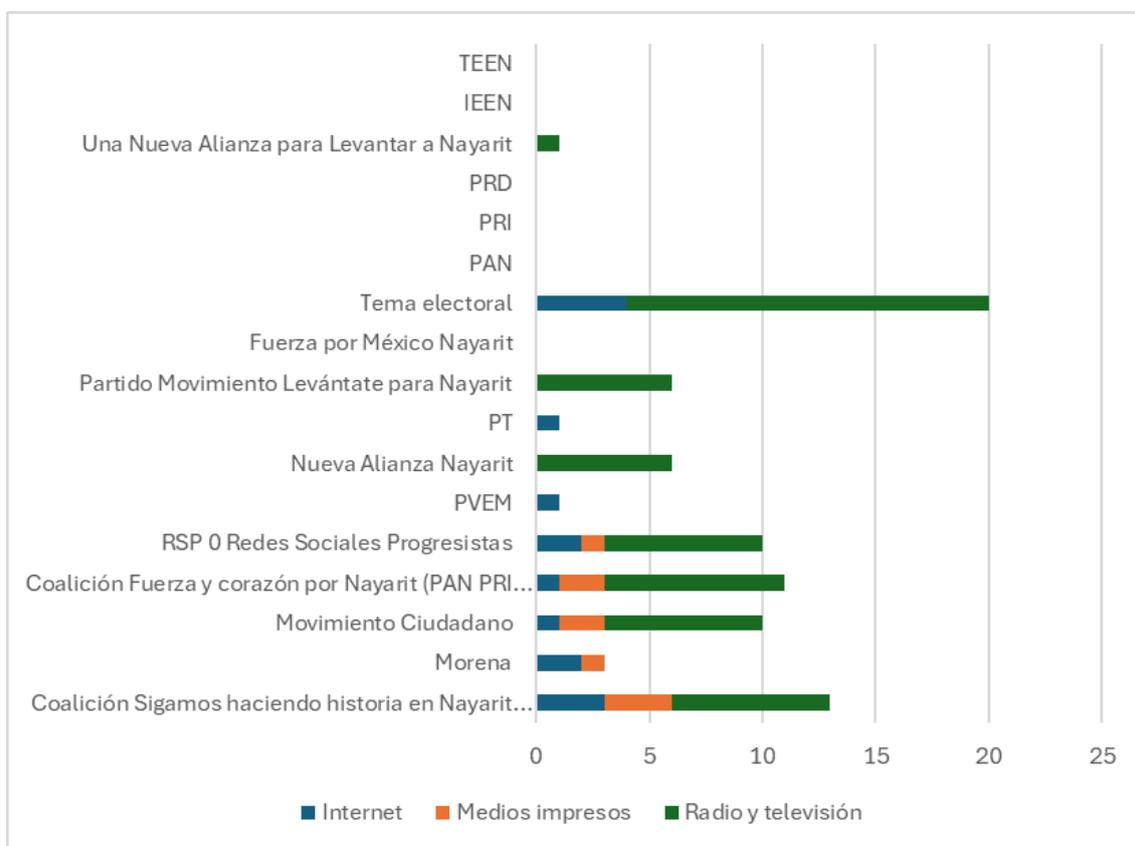
Gráfica 22. Uso de lenguaje incluyente, por medio de comunicación



⁸ El total de las piezas que hace uso de lenguaje incluyente corresponde a la resta del número de notas que no hace uso de lenguaje incluyente del total de notas señaladas.

Los partidos políticos con más piezas monitoreadas **sin uso** de lenguaje incluyente en **internet** fueron **Coalición Sigamos haciendo historia en Nayarit**, en **radio y televisión** fue el **Tema electoral** y en **medios impresos** fue de la **Coalición Sigamos haciendo historia en Nayarit**. La gráfica 24 muestra el número de piezas sin uso de lenguaje incluyente y el partido político al que se refiere.

Gráfica 23. Piezas monitoreadas sin lenguaje incluyente, por partido político



Entre las consideraciones que se hacen a las piezas sin uso de lenguaje incluyente se tienen que en 15 se hace escaso o nulo uso de expresiones neutras para evitar masculinizar o feminizar, en 4 no menciona cargos públicos en femenino.

4. Violencia política contra las mujeres en razón de género

Se identifica si existe la presencia de posible violencia política contra las mujeres en razón de género en la pieza de monitoreo.

Según la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMRG) es toda acción u omisión, incluida la tolerancia, **basada en elementos de género** y ejercida dentro de la esfera pública o privada, que tenga por objeto o resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales de una o varias mujeres, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo (Art. 20Bis)

La diferencia fundamental respecto a la violencia política consiste en que la VPMRG comprende todas aquellas acciones u omisiones que se dirigen a la **persona en razón de su género**, y que tienen un **impacto diferenciado** ante las demás personas, afectándolas desproporcionadamente, menoscabando o anulando sus derechos políticos y electorales, **incluido el ejercicio de un cargo público**⁹.

Los elementos constitutivos de VPMRG, enlistados en el art. 19Ter de la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para el Estado de Nayarit son los siguientes:

- I. Incumplir las disposiciones jurídicas nacionales e internacionales que reconocen el ejercicio pleno de los derechos políticos de las mujeres;
- II. Restringir o anular el derecho al voto libre y secreto de las mujeres, u obstaculizar sus derechos de asociación y afiliación a todo tipo de organizaciones políticas y civiles, en razón de género;

⁹ Guía para la Prevención, Atención, Sanción y Reparación Integral de la Violencia Política Contra las Mujeres en Razón de Género del Instituto Nacional Electoral.

- III. Ocultar información u omitir la convocatoria para el registro de candidaturas o para cualquier otra actividad que implique la toma de decisiones en el desarrollo de sus funciones y actividades;
- IV. Proporcionar a las mujeres que aspiran u ocupan un cargo de elección popular información falsa o incompleta, que impida su registro como candidata o induzca al incorrecto ejercicio de sus atribuciones;
- V. Proporcionar información incompleta o datos falsos a las autoridades administrativas, electorales o jurisdiccionales, con la finalidad de menoscabar los derechos políticos de las mujeres y la garantía del debido proceso;
- VI. Obstaculizar la campaña de modo que se impida que la competencia electoral se desarrolle en condiciones de igualdad;
- VII. Realizar o distribuir propaganda política o electoral que calumnie, degrade o descalifique a una candidata basándose en estereotipos de género que reproduzcan relaciones de dominación, desigualdad o discriminación contra las mujeres, con el objetivo de menoscabar su imagen pública o limitar sus derechos políticos y electorales;
- VIII. Difamar, calumniar, injuriar o realizar cualquier expresión que denigre o descalifique a las mujeres en ejercicio de sus funciones políticas, con base en estereotipos de género, con el objetivo o el resultado de menoscabar su imagen pública o limitar o anular sus derechos;
- IX. Divulgar imágenes, mensajes o información privada de una mujer candidata o en funciones, por cualquier medio físico o virtual, con el propósito de desacreditarla, difamarla, denigrarla y poner en entredicho su capacidad o habilidades para la política, con base en estereotipos de género;
- X. Amenazar o intimidar a una o varias mujeres o a su familia o colaboradores con el objeto de inducir su renuncia a la candidatura o al cargo para el que fue electa o designada;
- XI. Impedir, por cualquier medio, que las mujeres electas o designadas a cualquier puesto o encargo público tomen protesta de su encargo, asistan a las sesiones ordinarias o extraordinarias o a cualquier otra actividad que implique la toma de decisiones y el ejercicio del cargo, impidiendo o suprimiendo su derecho a voz y voto;
- XII. Restringir los derechos políticos de las mujeres con base a la aplicación de tradiciones, costumbres o sistemas normativos internos o propios, que sean violatorios de los derechos humanos;
- XIII. Imponer, con base en estereotipos de género, la realización de actividades distintas a las atribuciones propias de la representación política, cargo o función;

- XIV. Discriminar a la mujer en el ejercicio de sus derechos políticos por encontrarse en estado de embarazo, parto, puerperio, o impedir o restringir su reincorporación al cargo tras hacer uso de la licencia de maternidad o de cualquier otra licencia contemplada en la normatividad;
- XV. Ejercer violencia física, sexual, simbólica, psicológica, económica o patrimonial contra una mujer en ejercicio de sus derechos políticos;
- XVI. Limitar o negar arbitrariamente el uso de cualquier recurso o atribución inherente al cargo que ocupe la mujer, incluido el pago de salarios, dietas u otras prestaciones asociadas al ejercicio del cargo, en condiciones de igualdad;
- XVII. Obligar a una mujer, mediante fuerza, presión o intimidación, a suscribir documentos o avalar decisiones contrarias a su voluntad o a la ley;
- XVIII. Obstaculizar o impedir el acceso a la justicia de las mujeres para proteger sus derechos políticos;
- XIX. Limitar o negar arbitrariamente el uso de cualquier recurso o atribución inherente al cargo político que ocupa la mujer, impidiendo el ejercicio del cargo en condiciones de igualdad;
- XX. Imponer sanciones injustificadas o abusivas, impidiendo o restringiendo el ejercicio de sus derechos políticos en condiciones de igualdad, o
- XXI. Cualesquiera otras formas análogas que lesionen o sean susceptibles de dañar la dignidad, integridad o libertad de las mujeres en el ejercicio de un cargo político, público, de poder o de decisión, que afecte sus derechos políticos electorales.

A la luz de estos supuestos, se analizaron las piezas que pudieran contener alusiones a roles, comentarios sexistas o estereotipos señalados en ellas, no encontrando unidades de análisis con VPMRG.

5. Presencia de estereotipos relacionados con grupos en situación de discriminación

Se contabiliza el número de piezas en las que se habla de una persona candidata o candidato en el que se le imponga, al menos, un estereotipo relacionado con algún grupo en situación de discriminación. Indicando a partir de la lista que sigue, el grupo de pertenencia de la persona discriminada.

En cuanto a las categorías por las cuáles podría ser víctima de discriminación una persona, se identifica las siguientes:

- I. Personas mexicanas migrantes y residentes en el extranjero
- II. Mujeres
- III. Creencias religiosas de las personas
- IV. Personas indígenas
- V. Personas afromexicanas
- VI. Personas de la diversidad sexual o de género
- VII. Personas jóvenes
- VIII. Personas mayores
- IX. Personas con discapacidad
- X. Víctimas del delito
- XI. Personas que viven con VIH

Durante el periodo **no se identifican** unidades de análisis relacionadas con acciones de discriminación de personas de la diversidad sexual, además de las notas sin lenguaje incluyente.

Anexo

Frases dónde se utiliza lenguaje de discriminación

Hace referencia a la utilización de expresiones u omisiones de enunciación de grupos en situación de vulnerabilidad, sectores o personas, en el cuerpo de la nota y sus contenidos.

Durante el periodo que se informa, no se encuentran unidades de análisis con frases inadecuadas, excepto el uso de lenguaje no incluyente, así como expresiones señaladas anteriormente, dirigidas a mujeres.

Utilización de lenguaje incluyente

Se advierte contenido en unidades de análisis con falta de lenguaje incluyente y no sexista. Durante este periodo, se identifica el uso de expresiones como:

“Cuenta con nosotros, eh, puro Morena”, “así como a los candidatos a regidores, quienes estuvieron respaldados en todo momento”, “por recibirme a mí y a mis amigos los candidatos a regidores”, “asistieron los candidatos Verónica García, Chava Huerta y Nacho Flores”, “TODOS LISTOS PARA VOTAR”, “para que así los ciudadanos puedan decidir su voto”, “estamos mas unidos que nunca”, “quiero invitarlos a todos a que vayamos a votar juntos”, “candidatos”.

Adjetivos, uso de lenguaje no incluyente y frases estereotipadas

Se realiza nube de palabras con los adjetivos, expresiones y frases donde se hace uso de lenguaje discriminatorio, no incluyente o estereotipado; eliminando prefijos, o conectores, mismas que han sido señaladas en los apartados previos.

