



# MONITOREO

Nayarit 2024

PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO  
ETAPA DE VEDA ELECTORAL

VIGÉSIMO INFORME

Del 30 de mayo al 02 de junio de  
2024





# Índice

I. Introducción .....	6
1. Resumen .....	7
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.....	10
3. Tiempo total en televisión .....	12
3.1 Tiempo dedicado en Televisión disgregado por partido político o coalición.....	12
4. Tiempo total en programas de revista .....	12
5. Tiempo total en fan page .....	12
6. Tiempo total en portales web.....	13
7. Total piezas de monitoreo.....	14
7.1 Total piezas de monitoreo en radio .....	15
7.2 Total piezas de monitoreo en televisión .....	16
7.3 Total de piezas de monitoreo en programas de revista.....	17
7.4 Total de piezas de monitoreo en medios impresos .....	17
7.5 Total de piezas de monitoreo en fan page de Facebook.....	18
7.6. Total piezas de monitoreo en portales Web.....	20
8. Total piezas informativas .....	22
8.1 Piezas informativas en radio.....	22

8.2 Total piezas informativas en televisión.....	22
8.3 Total de piezas informativas en programas de revista .....	23
8.4 Total de piezas informativas en medios impresos .....	23
8.5 Total de piezas informativas en fan page de Facebook .....	23
8.6. Total piezas informativas en portales Web .....	25
III. Resultados por variable .....	25
1. Género periodístico .....	25
2. Valoración de la información.....	26
3. Recursos técnicos utilizados para presentar la información.....	27
3.1 Recursos utilizados en radio.....	28
3.2 Recursos utilizados en televisión.....	29
3.3 Recursos técnicos utilizados en medios digitales.....	29
4. Importancia de las noticias .....	30
4.1 Ubicación de la nota.....	30
4.2 Segmento del tiempo en que apareció la nota.....	31
5. Registro de encuestas o sondeos de opinión .....	32
6. Vínculo de los temas de interés público con actores políticos .....	34
7. Actos de violencia política contra personas candidatas .....	36
IV. Resultados de género, inclusión y no discriminación.....	37
1. Tiempo dedicado por género de las personas candidatas .....	41
2. Valoración por género en radio, televisión, programas de revista y medios digitales.....	44
3. Uso de lenguaje incluyente y no sexista .....	45
4. Violencia política contra las mujeres en razón de género .....	47
5. Presencia de estereotipos relacionados con grupos en situación de discriminación.....	49

Anexo.....	51
Frases dónde se utiliza lenguaje de discriminación.....	51
Utilización de lenguaje incluyente.....	51
Adjetivos, uso de lenguaje no incluyente y frases estereotipadas .....	51

## **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 vigésimo informe que comprende del 30 de mayo al 02 de junio de 2024, en periodo de veda electoral.

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 revista<sup>1</sup>, 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 page<sup>2</sup>, del sitio Facebook, y 10 portales web, dando un total de 42 medios informativos.

## 1. Resumen

Información general sobre el periodo del 30 de mayo al 02 de junio de 2024.

1. Se registraron **207 piezas de monitoreo**, de las cuales 12 corresponden a noticieros de radio, 2 a noticieros de televisión, 19 a medios impresos y 174 a medios digitales, de estos últimos, 153 son de Facebook y 21 de portales web.
2. Se registraron **29 piezas informativas**, todas pertenecen a fan page de Facebook.
3. **El tiempo total otorgado fue de 37,908 segundos.** En radio se dedicaron 861 segundos, 23 en televisión, 36,916 en fan page de Facebook y 108 en portales web. Como podemos ver, fan page de Facebook son quienes dedicaron más segundos.
4. **Tema electoral relacionado con campañas, candidaturas, partidos políticos o coaliciones** es el objeto de enunciación más recurrente con un total de **73 unidades de análisis**, en segundo lugar, Morena con 49 y, en tercer lugar, Movimiento Ciudadano con 33 unidades de análisis.
5. El mayor tiempo otorgado es a **Tema electoral relacionado con las precandidaturas, precampañas y partidos políticos con un total de 15,964 segundos**, en segundo lugar Morena con 5,135 y,

---

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

<sup>2</sup> Meridiano Nayarit no tiene habilitada fan page de Facebook.

en tercer lugar, a la coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit con 4,029.

6. El género periodístico más utilizado es la **nota informativa**.
7. El recursos técnicos más utilizado en noticieros de **radio** son **cita y voz** y **cita y audio**, en noticieros de **televisión** son **cita e imagen** y **sólo cita** y **en medios digitales** es **cita, voz e imagen**.
8. De la información emitida en todos los medios informativos 4 **piezas fueron presentadas en el resumen introductorio**, 3 en noticieros de radio y 1 en noticieros de televisión
9. En los medios impresos, 5 piezas **fueron ubicadas en primera plana**.
10. Se encontraron 8 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 se vinculó es Corrupción y Transparencia**.
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 37,908 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 políticos<sup>3</sup>.

## 2. Tiempo total en radio

**El tiempo total en radio** corresponde a la sumatoria de los segundos que cada noticiero de radio dedicó a cada partido político, coalición, candidatura o tema electoral relacionado con ellos, sumatoria que arroja un total de **861 segundos**.

El noticiero de radio que dedicó más segundos fue Radiorama Stéreo Vida 95.3 **En Punto** con Karla Rosado y Cristian Langarica en su emisión de las 13:00-14:00, **591 segundos**.

Como vemos en la siguiente tabla, **Movimiento Ciudadano, PT y TEEN** son los objetos de enunciación al que se dedicaron más segundos, **197** a cada uno.

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
<b>morena</b>	Morena	-	-	-	-
	Tema electoral relacionado con las campañas, partidos políticos y candidaturas	166	-	-	-

<sup>3</sup> 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.

	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)	-	-	-	-
  					
	Movimiento Ciudadano	-	197	-	-
  	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	-	-	-	-
	PT	-	197	-	-
	Fuerza por México Nayarit	-	-	-	-
	PVEM	104	-	-	
	RSP - Redes Sociales Progresistas Nayarit	-	-	-	-
	PRI	-	-	-	-
	PAN				
	PRD	-	-	-	-
	Partido Movimiento Levántate para Nayarit	-	-	-	-
	Nueva Alianza Nayarit	-	-		-
	IEEN		-	-	-
	Una Nueva Alianza para Levantar Nayarit <sup>4</sup>	-			
	TEEN		197		

<sup>4</sup> 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

### 3. Tiempo total en televisión

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

El noticiero de televisión XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 **Noticias por la Radio** fue el único que dedicó segundos, **un total de 23**. Dedicados en su totalidad a **Tema electoral relacionado con campañas, candidaturas, partidos políticos o coaliciones.**

### 4. Tiempo total en programas de revista

Durante los días que cubre este vigésimo no se registran segundos en programas de revista.

### 5. Tiempo total en fan page

**El tiempo total registrado en fan page de Facebook es de 36,916 segundos, disgregados como se muestra a continuación.**

**Studio 21 Nayarit <https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia> registró el mayor tiempo en fan page con 17,746 segundos.**

Fan page	Segundos
Antonio Tello – NTV <a href="https://www.facebook.com/ntv.com.mx">https://www.facebook.com/ntv.com.mx</a>	16,094
Reporteros en Acción – <a href="https://www.facebook.com/ReaNayarit">https://www.facebook.com/ReaNayarit</a>	-
Miguel Ángel Luna Noticias - <a href="https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit">https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit</a>	

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.

Madaí Martínez. Noticias Punto por Punto <a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	2,711
El Regional - <a href="https://www.facebook.com/elregional">https://www.facebook.com/elregional</a>	-
Certeza Política – <a href="https://www.facebook.com/CertezaPolitica">https://www.facebook.com/CertezaPolitica</a>	
Meridiano.mx – <a href="https://www.facebook.com/meridiano.mx">https://www.facebook.com/meridiano.mx</a>	-
El Sol de Nayarit - <a href="https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020">https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020</a>	-
Observador Ciudadano - <a href="https://www.facebook.com/ObservadorNayarit">https://www.facebook.com/ObservadorNayarit</a>	365
Periódico Realidades de Nayarit <a href="https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit">https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit</a>	-
Entérate Nayarit - <a href="https://www.facebook.com/enteratenay">https://www.facebook.com/enteratenay</a>	
Nayarit me gusta – <a href="https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/">https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/</a>	-
Sentido Común <a href="https://www.facebook.com/SentidoComunMedios">https://www.facebook.com/SentidoComunMedios</a>	-
Conexión Nayarit - <a href="https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx">https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx</a>	-
Studio 21 Nayarit - <a href="https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia">https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia</a>	17,746

En las páginas de fan page de Facebook, el objeto de enunciación al que se dedicaron más segundos fue a **Tema electoral relacionado con campañas, candidaturas, partidos políticos o coaliciones** con **15,491 segundos**, en segundo lugar, a Morena, con 5,135 y, en tercer lugar, la coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit con 4,029 segundos.

## 6. Tiempo total en portales web

Durante el periodo que cubre este vigésimo informe, **el tiempo total en portales web es de 108 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> dedicando un total de 108 segundos, en su totalidad al IEEN.

Tabla 3. Segundos en cada fan page	
Portal web	Segundos
AntonioTelloNTV <a href="https://www.ntv.com.mx/?fbclid=IwAR1Rqk6qYCO1Su3RaR2zQQDY0974P2xhuXPZLabRX2y9RphUfqZ8nvt1nQ">https://www.ntv.com.mx/?fbclid=IwAR1Rqk6qYCO1Su3RaR2zQQDY0974P2xhuXPZLabRX2y9RphUfqZ8nvt1nQ</a>	
Reporteros en Acción <a href="https://reanayarit.com/?fbclid=IwAR0AFyOrvVShAqxk044MXiw4jjlbnkq_smnMofpfbppZ_pZ767M1ZqtDPsA">https://reanayarit.com/?fbclid=IwAR0AFyOrvVShAqxk044MXiw4jjlbnkq_smnMofpfbppZ_pZ767M1ZqtDPsA</a>	-
Miguel Ángel Luna Noticias <a href="https://miguelangelluna.mx/?fbclid=IwAR3dkH12ladMLpiDyYTNhI21Cqp5h5TbtHCNIZDDCQj6hcuFrre4oUUOns">https://miguelangelluna.mx/?fbclid=IwAR3dkH12ladMLpiDyYTNhI21Cqp5h5TbtHCNIZDDCQj6hcuFrre4oUUOns</a>	
Meridiano.mx <a href="https://meridiano.mx/">https://meridiano.mx/</a>	-
El Sol de Nayarit <a href="https://www.elsoldenayarit.mx/?fbclid=IwAR1TlaEhpqWrQBnT9qOpilssCRtvqESmTzTvrCOA0eDCRyx0CMTNwV6Wor8">https://www.elsoldenayarit.mx/?fbclid=IwAR1TlaEhpqWrQBnT9qOpilssCRtvqESmTzTvrCOA0eDCRyx0CMTNwV6Wor8</a>	-
Entérate Nayarit <a href="https://enteratenayarit.com/?fbclid=IwAR2Wom1UbpFWFeXfwyUD2mIKhfniefLzths6evTuS-F-IKvfBdFuFALjw7l">https://enteratenayarit.com/?fbclid=IwAR2Wom1UbpFWFeXfwyUD2mIKhfniefLzths6evTuS-F-IKvfBdFuFALjw7l</a>	
Sentido Común <a href="https://consentidocomun.mx/?fbclid=IwAR1YQeH4QgxEch3E6n2umoz5-ssEallCsbKvve7u8O5BYTq7Edy5qzJBVo">https://consentidocomun.mx/?fbclid=IwAR1YQeH4QgxEch3E6n2umoz5-ssEallCsbKvve7u8O5BYTq7Edy5qzJBVo</a>	-
Realidades <a href="https://periodicorealidades.com/?fbclid=IwAR1m4jza7DvR_BGfly4xq4KOLf6zFdq0TN7be1XOWvPoYfVXJ3QtNMmc3P94_9">https://periodicorealidades.com/?fbclid=IwAR1m4jza7DvR_BGfly4xq4KOLf6zFdq0TN7be1XOWvPoYfVXJ3QtNMmc3P94_9</a> Periódico Express <a href="https://expressnayarit.com/">https://expressnayarit.com/</a>	-
Periódico Express <a href="https://expressnayarit.com/">https://expressnayarit.com/</a>	-
Enfoque Nayarit <a href="https://enfoquenayarit.com/?fbclid=IwAR2ykSnQbqXLSV2NYgqbfiM9KuYc1bp4RpJKrPd3zVdglOC1xKoRaXsY5XF0">https://enfoquenayarit.com/?fbclid=IwAR2ykSnQbqXLSV2NYgqbfiM9KuYc1bp4RpJKrPd3zVdglOC1xKoRaXsY5XF0</a>	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 207.**

Tabla 4. Total de piezas de monitoreo	
Medio informativo	Piezas de monitoreo
Noticieros de Radio	12
Noticieros de televisión	2
Programas de revista	-
Medios impresos	19
Fan page de Facebook	153
Portales Web	21

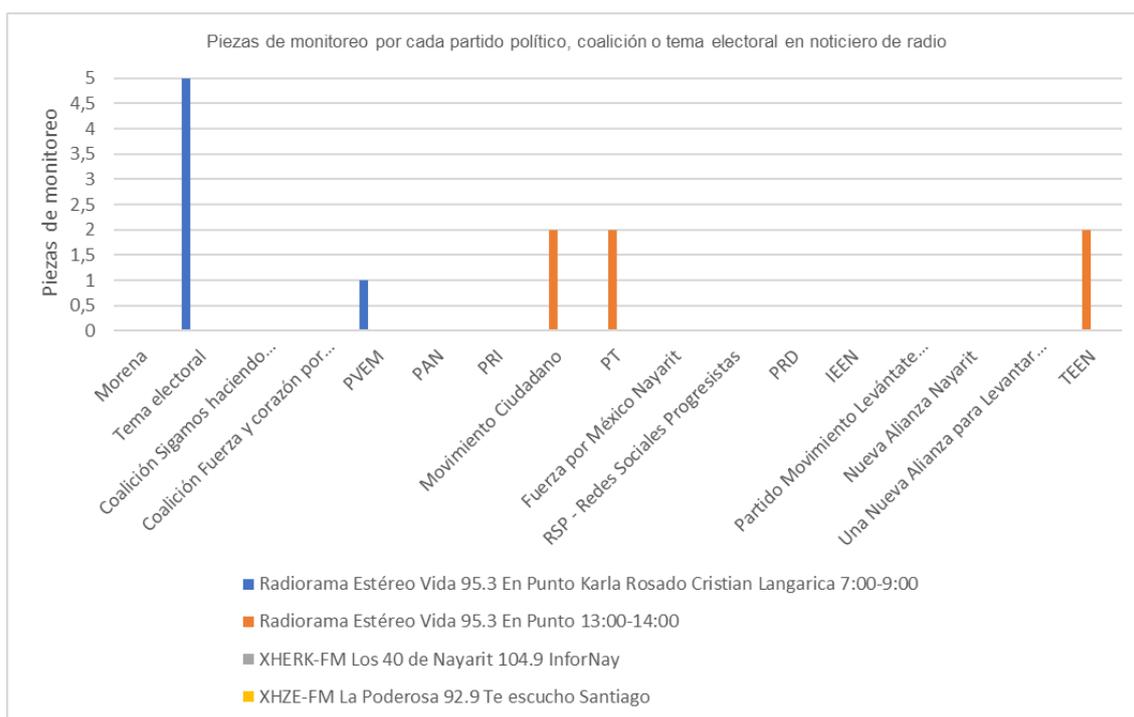
### 7.1 Total piezas de monitoreo en radio

En este apartado mostramos el número de piezas de monitoreo en cada noticiero de radio. La suma de todas las piezas es de **12**, Radiorama Stéreo Vida 95.3 **En Punto** en su edición de 7:00-9:00 registró **6 piezas** y Radiorama Stéreo Vida 95.3 **En Punto** en su edición de 13:00-14:00 registró otras **6**.

#### *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, **Tema electoral relacionado con campañas, candidaturas, partidos políticos o coaliciones** es el objeto de enunciación más mencionado como pieza de monitoreo en noticieros de radio, con **5** piezas, le siguen Movimiento Ciudadano y PT, con **2** piezas cada uno.

## 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. El noticiero de televisión **XHNTV-TDT 8NTV Canal 26 Noticias por la Radio** fue el único que registró **piezas de monitoreo, 2**, en su totalidad para Tema electoral relacionado con campañas, candidaturas, partidos políticos o coaliciones.

### 7.3 Total de piezas de monitoreo en programas de revista

En los días que cubre este vigésimo informe, no encontramos piezas de monitoreo en programas de revista.

### 7.4 Total de piezas de monitoreo en medios impresos

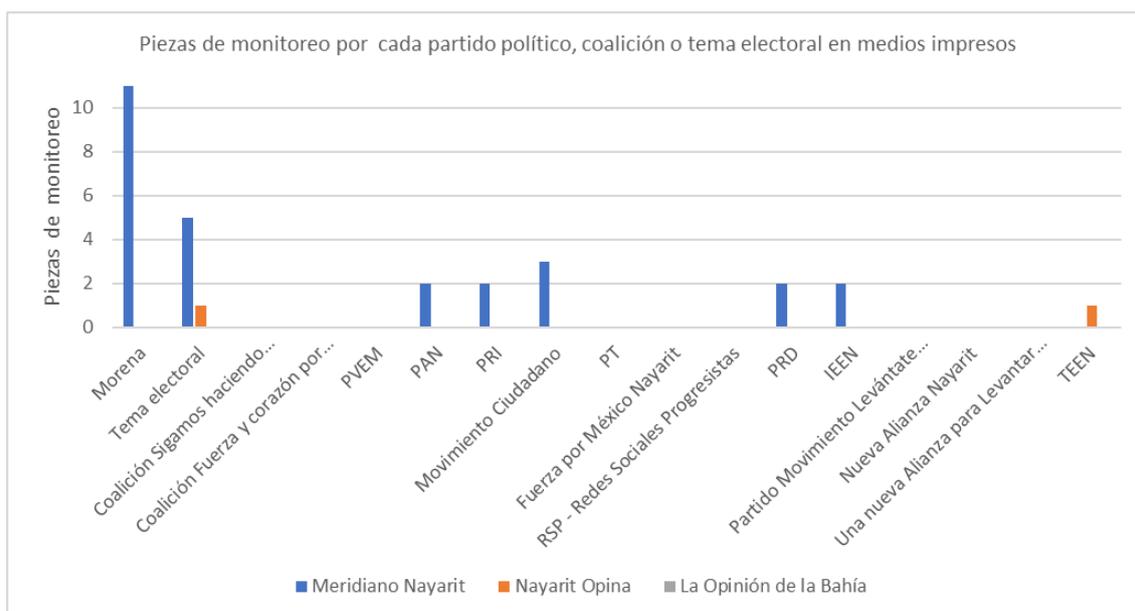
El número total de piezas de monitoreo registradas en **medios impresos es de 19**, fraccionándose como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5. Piezas de monitoreo en cada medio impreso	
Medios impresos	Piezas de monitoreo
<i>Meridiano Nayarit</i>	17
<i>Nayarit Opina</i>	2
<i>La opinión de Bahía</i>	-

*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 Tema Electoral relacionado con campañas, candidaturas, partidos políticos o coaliciones registró más piezas de monitoreo en los medios impresos, con un total de **6**, enseguida Movimiento Ciudadano con 3 piezas y, en tercer lugar PAN, PRI, PRD, IEEN, con 2 piezas de monitoreo cada uno.

Gráfica 2. 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

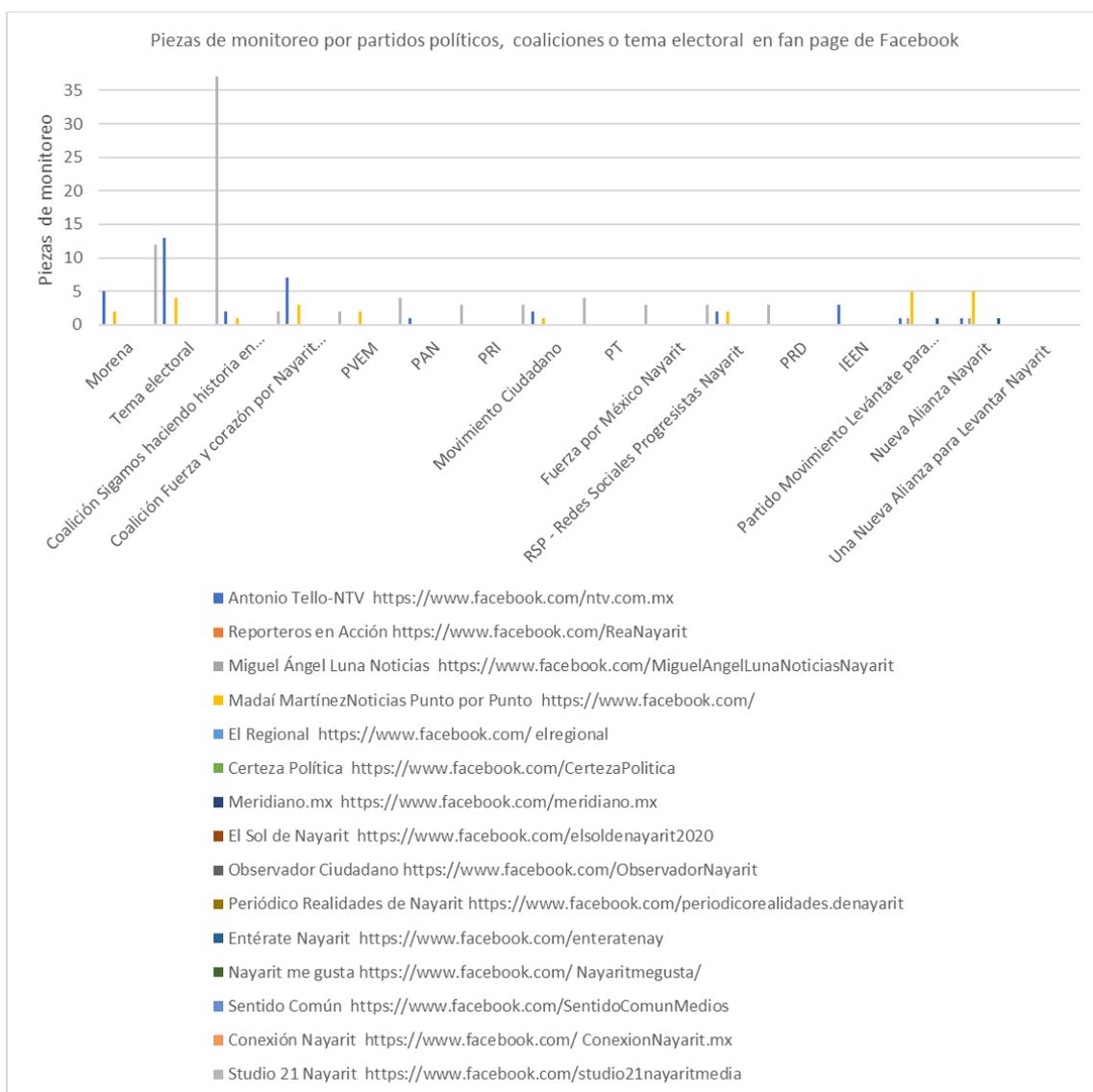
El total de las piezas de monitoreo en fan page de Facebook es de **153**. La página Studio 21 Nayarit <https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia> registra el mayor número de piezas, 96.

Fan Page	Piezas de monitoreo
Antonio Tello-NTV <a href="https://www.facebook.com/ntv.com.mx">https://www.facebook.com/ntv.com.mx</a>	31
Reporteros en Acción <a href="https://www.facebook.com/ReaNayarit">https://www.facebook.com/ReaNayarit</a>	
Miguel Ángel Luna Noticias <a href="https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit">https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit</a>	2
Madaí Martínez Noticias Punto por Punto <a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	20
El Regional <a href="https://www.facebook.com/elregional">https://www.facebook.com/elregional</a>	
Certeza Política <a href="https://www.facebook.com/CertezaPolitica">https://www.facebook.com/CertezaPolitica</a>	
Meridiano.mx <a href="https://www.facebook.com/meridiano.mx">https://www.facebook.com/meridiano.mx</a>	
El Sol de Nayarit <a href="https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020">https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020</a>	
Observador Ciudadano <a href="https://www.facebook.com/ObservadorNayarit">https://www.facebook.com/ObservadorNayarit</a>	2

Periódico Realidades de Nayarit <a href="https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit">https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit</a>	-
Entérate Nayarit <a href="https://www.facebook.com/enteratenay">https://www.facebook.com/enteratenay</a>	2
Nayarit me gusta <a href="https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/">https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/</a>	-
Sentido Común <a href="https://www.facebook.com/SentidoComunMedios">https://www.facebook.com/SentidoComunMedios</a>	
Conexión Nayarit <a href="https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx">https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx</a>	-
Studio 21 Nayarit <a href="https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia">https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia</a>	96

### 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 3. 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 **Tema Electoral relacionado con campañas, candidaturas, coaliciones y partidos políticos** (54), recibió más piezas de monitoreo, a continuación Morena (19) y, en tercer lugar, Partido Movimiento para Levantar Nayarit (14).

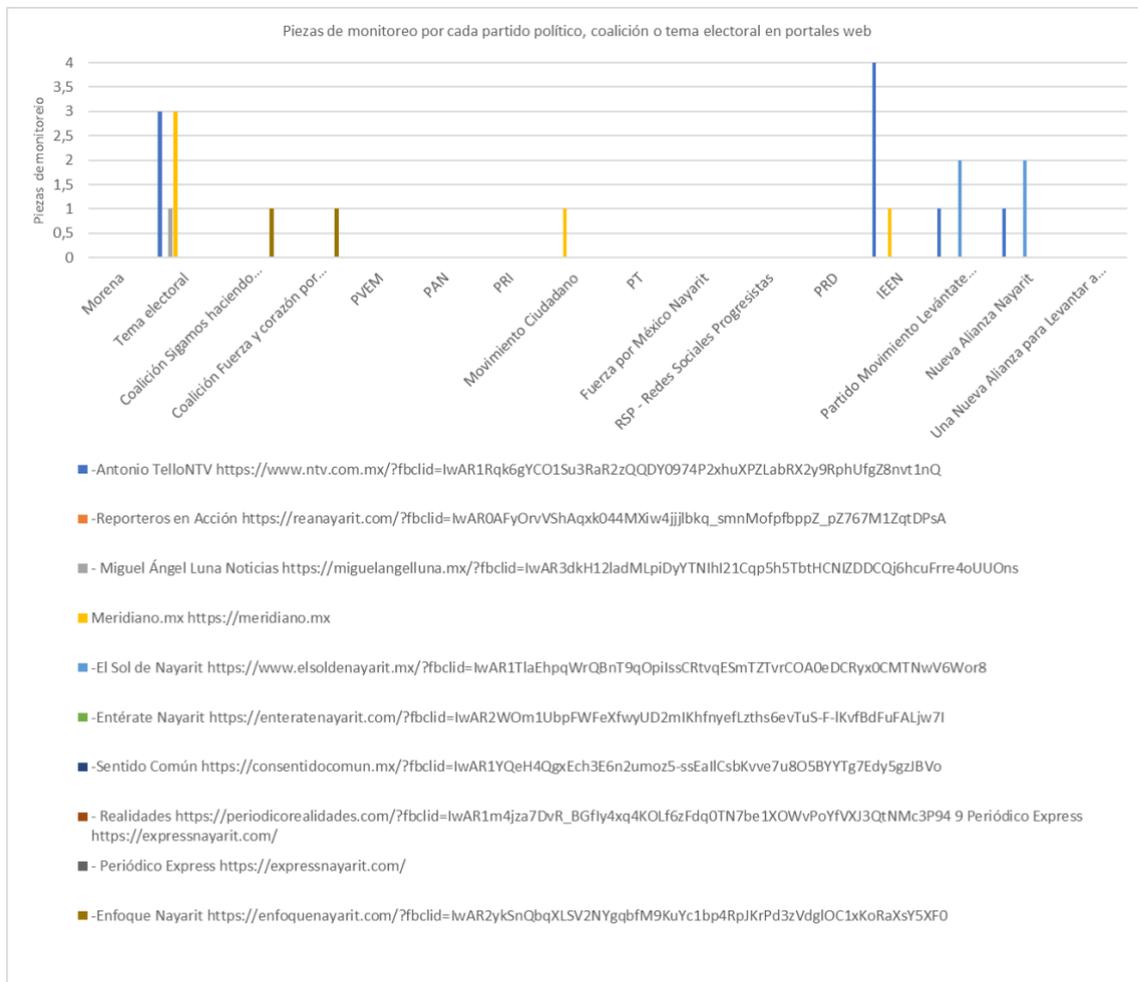
#### 7.6. Total piezas de monitoreo en portales Web

El número total de piezas de monitoreo registradas en los portales Web es de 21, dividiéndose como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7. Piezas de monitoreo en cada portal Web	
Portal Web	Piezas
AntonioTelloNTV <a href="https://www.ntv.com.mx">https://www.ntv.com.mx</a>	9
Reporteros en Acción <a href="https://reanayarit.com">https://reanayarit.com</a>	-
Miguel Ángel Luna Noticias <a href="https://miguelangelluna.mx">https://miguelangelluna.mx</a>	1
Meridiano.mx <a href="https://meridiano.mx">https://meridiano.mx</a>	5
El Sol de Nayarit <a href="https://www.elsoldenayarit.mx">https://www.elsoldenayarit.mx</a>	4
Entérate Nayarit <a href="https://enteratenayarit.com">https://enteratenayarit.com</a>	-
Sentido Común <a href="https://consentidocomun.mx">https://consentidocomun.mx</a>	-
Realidades <a href="https://periodicorealidades.com">https://periodicorealidades.com</a>	
Periódico Express <a href="https://expressnayarit.com/">https://expressnayarit.com/</a>	-
Enfoque Nayarit <a href="https://enfoquenayarit.com">https://enfoquenayarit.com</a>	2

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 4. Piezas de monitoreo en portales web por partido político



Como podemos observar, Tema Electoral vinculado con las campañas, partido políticos o coaliciones es el objeto de enunciación con más piezas de monitoreo en portales web, **7 piezas**, posteriormente, el IEEN, con **5 piezas** y, en tercer lugar, Partido Movimiento para Levantar a Nayarit y Nueva Alianza con **3 piezas** cada uno.

## 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 29** . 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 8. Total de piezas informativas	
Medio informativo	Piezas informativas
Noticieros de Radio	-
Noticieros de televisión	-
Programas de revista	-
Medios impresos	-
Fan page de Facebook	29
Portales Web	-

### 8.1 Piezas informativas en radio

Durante los días que cubre este vigésimo informe no hubo piezas informativas en noticieros de radio.

### 8.2 Total piezas informativas en televisión

Durante los días que cubre este vigésimo 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 vigésimo informe ningún programa de revista publicó piezas informativas.

### 8.4 Total de piezas informativas en medios impresos

Durante el periodo que cubre este vigésimo informe no hay piezas informativas en medios impresos.

### 8.5 Total de piezas informativas en fan page de Facebook

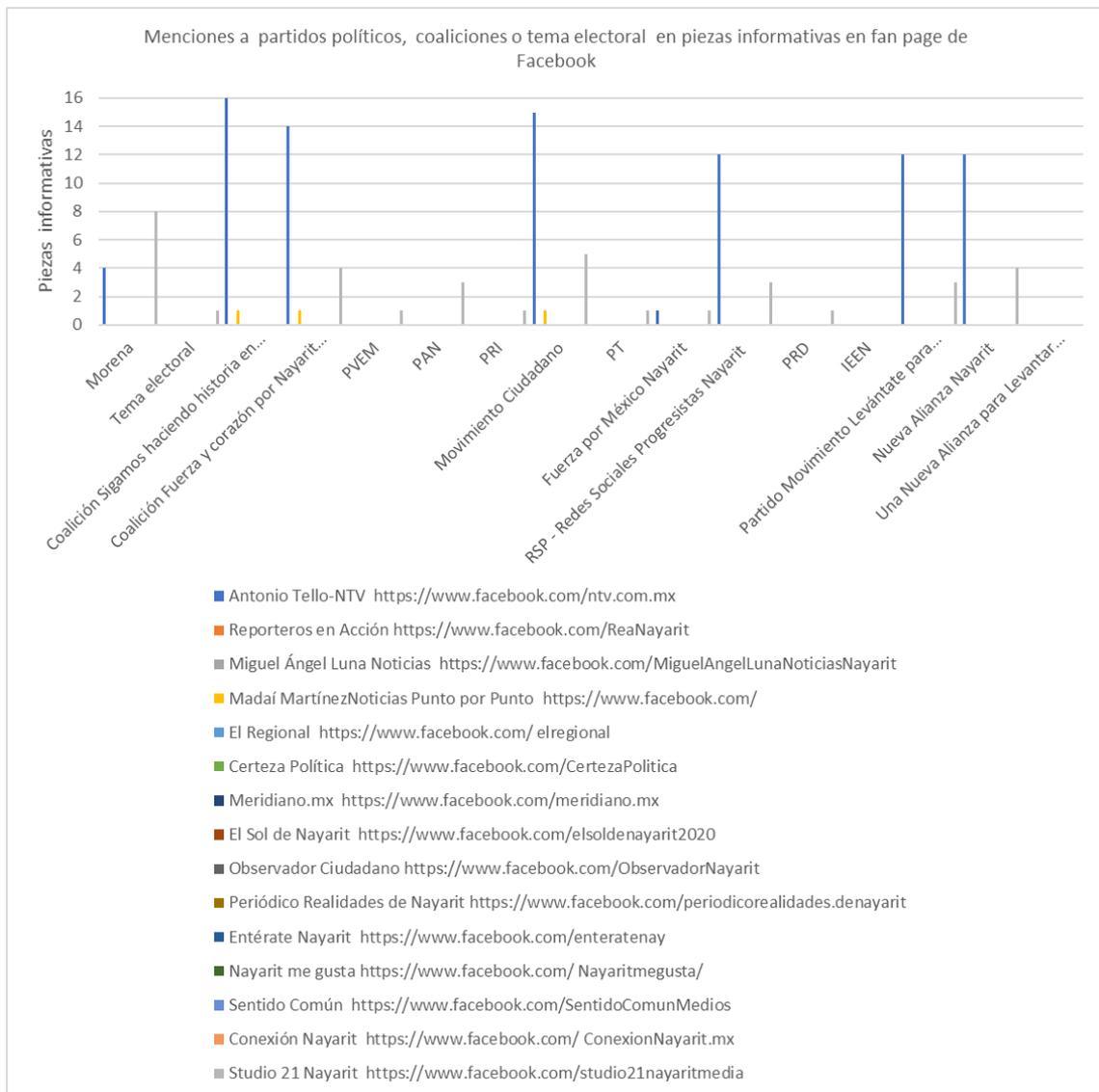
El total de las piezas informativas en fan page de Facebook es de **29**. La página Antonio Tello-NTV <https://www.facebook.com/ntv.com.mx> es la que registra el mayor número de piezas, 20.

Tabla 9. Piezas informativas en cada fan page de Facebook	
Fan Page	Piezas informativas
Antonio Tello-NTV <a href="https://www.facebook.com/ntv.com.mx">https://www.facebook.com/ntv.com.mx</a>	20
Reporteros en Acción <a href="https://www.facebook.com/ReaNayarit">https://www.facebook.com/ReaNayarit</a>	-
Miguel Ángel Luna Noticias <a href="https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit">https://www.facebook.com/MiguelAngelLunaNoticiasNayarit</a>	-
Madaí Martínez Noticias Punto por Punto <a href="https://www.facebook.com/">https://www.facebook.com/</a>	1
El Regional <a href="https://www.facebook.com/elregional">https://www.facebook.com/elregional</a>	-
Certeza Política <a href="https://www.facebook.com/CertezaPolitica">https://www.facebook.com/CertezaPolitica</a>	-
Meridiano.mx <a href="https://www.facebook.com/meridiano.mx">https://www.facebook.com/meridiano.mx</a>	-
El Sol de Nayarit <a href="https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020">https://www.facebook.com/elsoldenayarit2020</a>	-
Observador Ciudadano <a href="https://www.facebook.com/ObservadorNayarit">https://www.facebook.com/ObservadorNayarit</a>	-
Periódico Realidades de Nayarit <a href="https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit">https://www.facebook.com/periodicorealidades.denayarit</a>	-
Entérate Nayarit <a href="https://www.facebook.com/enteratenay">https://www.facebook.com/enteratenay</a>	-
Nayarit me gusta <a href="https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/">https://www.facebook.com/Nayaritmegusta/</a>	-

Sentido Común <a href="https://www.facebook.com/SentidoComunMedios">https://www.facebook.com/SentidoComunMedios</a>	-
Conexión Nayarit <a href="https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx">https://www.facebook.com/ConexionNayarit.mx</a>	-
Studio 21 Nayarit <a href="https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia">https://www.facebook.com/studio21nayaritmedia</a>	8

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

Gráfica 5. 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 **Movimiento Ciudadano** fue mencionado en más piezas informativas, **21**. Le sigue la coalición Fuerza y Corazón por Nayarit, que forma parte de 19 piezas informativas. En tercer lugar tenemos a la coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit que es mencionada en 17 piezas.

#### 8.6. Total piezas informativas en portales Web

Durante el periodo que cubre este vigésimo informe no hay piezas informativas en portales web.

### 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 actrices 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 10. 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	5	-	-	-
Cita y audio	1	4		-
Sólo Voz	-	-	-	-
Sólo Cita	-	-	-	-

Como podemos ver los recursos técnicos más utilizados en radio fueron **cita y voz (5) y cita y audio (5)**

### 3.2 Recursos utilizados en televisión

Tabla 11. 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	-	-	-	-
Cita e imagen	-	-	1	-
Sólo voz	-	-	-	-
Sólo imagen	-	-	-	-
Sólo cita	-	-	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

Tabla 12. Recursos técnicos utilizados en medios digitales	
Recursos técnicos utilizados	Totales
Voz e imagen	12
Cita e imagen	68
Sólo voz	-
Cita y voz	-
Sólo imagen	-
Sólo cita	3
Cita, voz e imagen	105

Como podemos ver, el recurso técnico más utilizado en medios digitales es **cita, voz e imagen** (105), posteriormente, cita e imagen (68).

#### 4. Importancia de las noticias

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

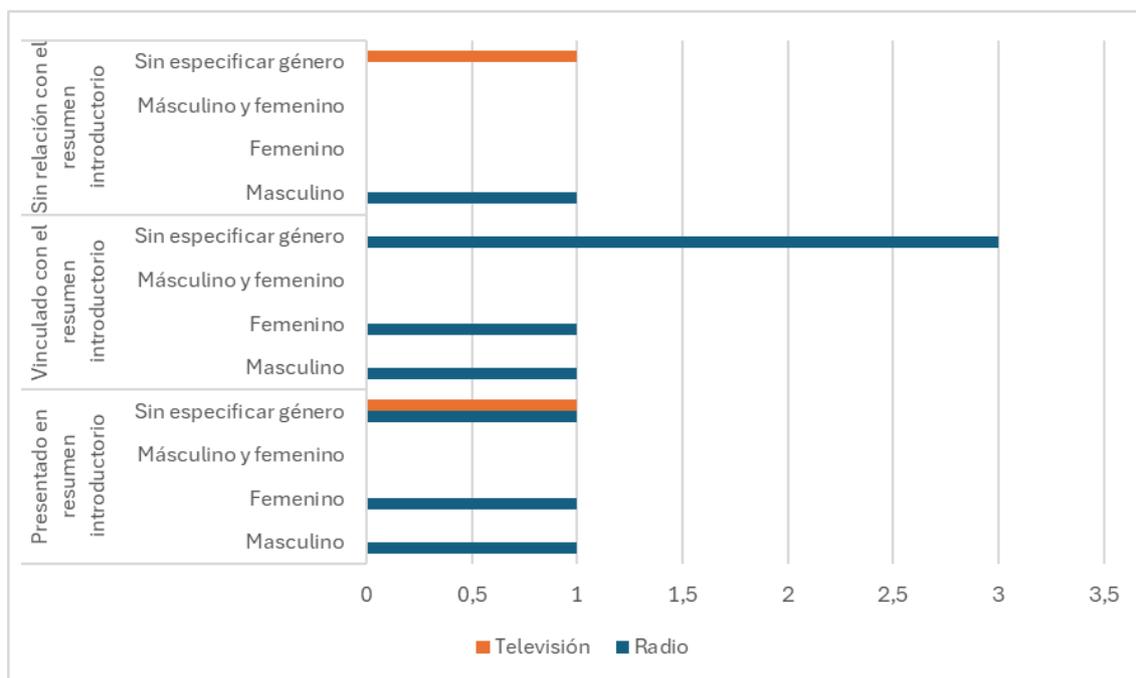
Se deberá jerarquizar la información dentro del programa de radio o televisión conforme a los siguientes indicadores:

##### 4.1 Ubicación de la nota

De las **piezas de monitoreo e informativas** registradas en radio y televisión, **2** son presentadas en resumen introductorio, **5** fueron registradas vinculadas con el resumen introductorio y **2** piezas no tienen relación con el resumen introductorio, no se encontraron piezas informativas.

En la gráfica 6 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 6. Ubicación de las piezas de monitoreo en la nota informativa, por género de la persona que se habla

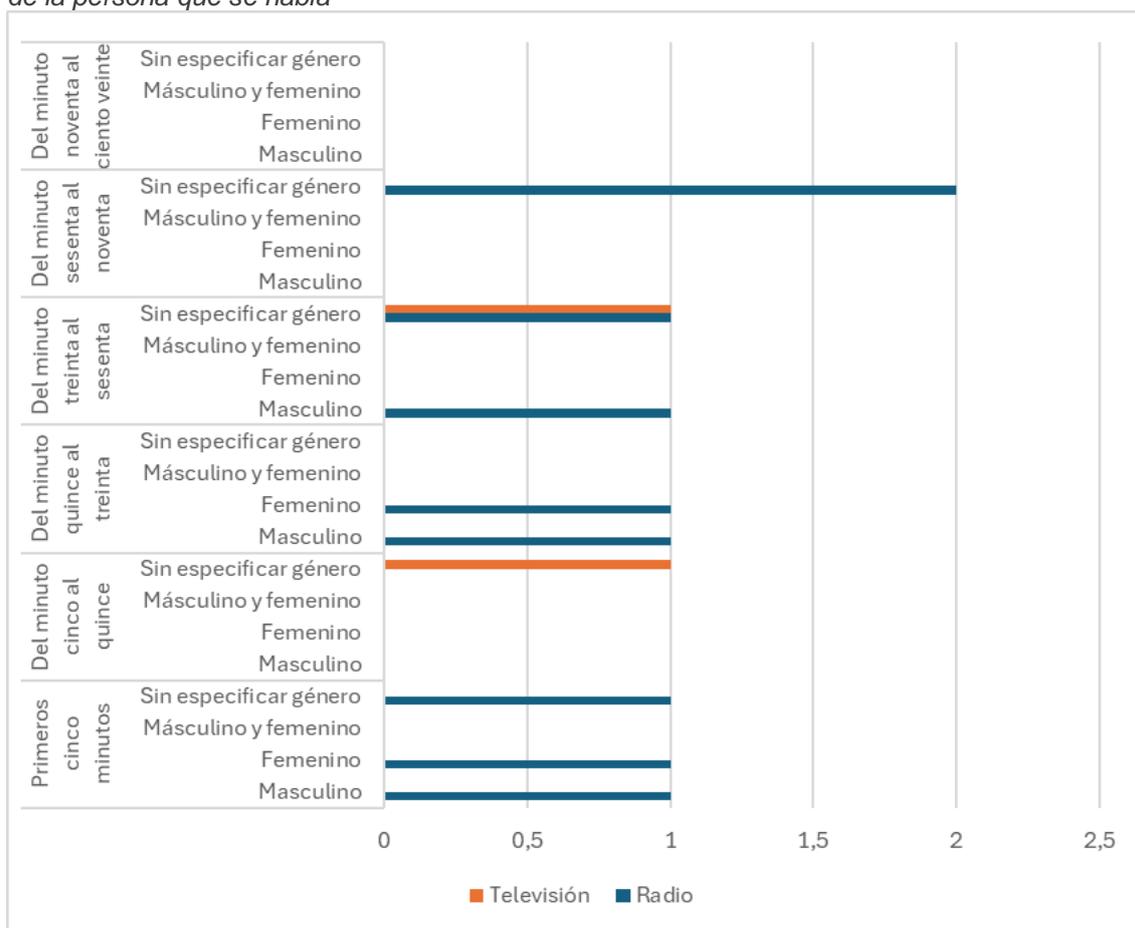


#### 4.2 Segmento del tiempo en que apareció la nota

Respecto a la ubicación de la enunciación (importancia del segmento) dentro de la nota, se tiene que de las **piezas de monitoreo, 3** de ellas se registran dentro de los **primeros cinco minutos**, el número de piezas que se identifican en el **minuto cinco al quince** es **1**, se identifican **2** dentro del lapso del **minuto quince al treinta**, **3** piezas en el segmento que va del **minuto treinta al sesenta**, **2** se identifican piezas registradas entre el minuto **sesenta al noventa**, finalmente, **no** se encuentra ninguna pieza dentro del segmento que va de los **noventa a ciento veinte minutos**.

En la gráfica 7 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 7. Segmento en que aparece la pieza de monitoreo en la nota informativa, por género de la persona que se habla



### 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 30 de mayo al 02 de junio del presente año se divulgó la publicación de 3 encuestas o sondeo de opinión en los medios informativos monitoreados.

Tabla 13. 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
Miguel Ángel Luna Noticias	Rubrum	Sí	02/06/2024	Geraldine Ponce (42.3%), Sofía Bautista (25.1%), Luis Zamora (22.8%), Nayar Mayorquín (6.0%) y Héctor Torres (3.8%).
Entérate Nayarit	Massive Caller	No	02/06/2024	Geraldine Ponce (46.1%), Sofía Bautista (23.7%), Luis Zamora (20.3%), Héctor Torres ( 5.7%) y Nayar Mayorquín (4.2%).
Observador Ciudadano	Demoscopia Digital	No	30/05/2024	A la pregunta: «Si hoy fueran las elecciones, ¿por cuál candidato(a) y/o partido o coalición votaría?» el 44.5% respondió que por Geraldine Ponce, mientras que a la abanderada del PAN-PRI-PRD, sólo le dieron su preferencia el 20.3% de los encuestados. Movimiento Ciudadano se encuentra en tercer lugar con el 13.6%

## 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”<sup>5</sup>, a fin de identificar si es positiva, negativa o neutra.

Durante el periodo se registraron **8** menciones de temas de interés público en las piezas de monitoreo<sup>6</sup> y **ninguna** en piezas informativas. Se encontraron 5 piezas para el género masculino y 3 para el femenino, el tema abordado fue **corrupción y transparencia**. 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.

Tema	No. de frases en pieza de monitoreo	No. de frases en pieza informativa
<i>Corrupción y transparencia</i>	8	-
<i>Agua</i>	-	-
<i>Ciudades y comunidades</i>	-	-
<i>Inseguridad y paz</i>	-	-
<i>Salud y bienestar</i>	-	-
<i>Economía</i>	-	-
<i>Comunicaciones y transportes</i>	-	-
<i>Seguridad alimentaria y agricultura</i>	-	-
<i>Cultura y deporte</i>	-	-
<i>Igualdad de género</i>	-	-
<i>Medio ambiente y cambio climático</i>	-	-
<i>Educación</i>	-	-
<i>Empleo</i>	-	-
<i>Derechos Humanos</i>	-	-
<i>Estado de derecho y justicia</i>	-	-
<i>Turismo</i>	-	-
<i>Pobreza</i>	-	-

<sup>5</sup> 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.

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

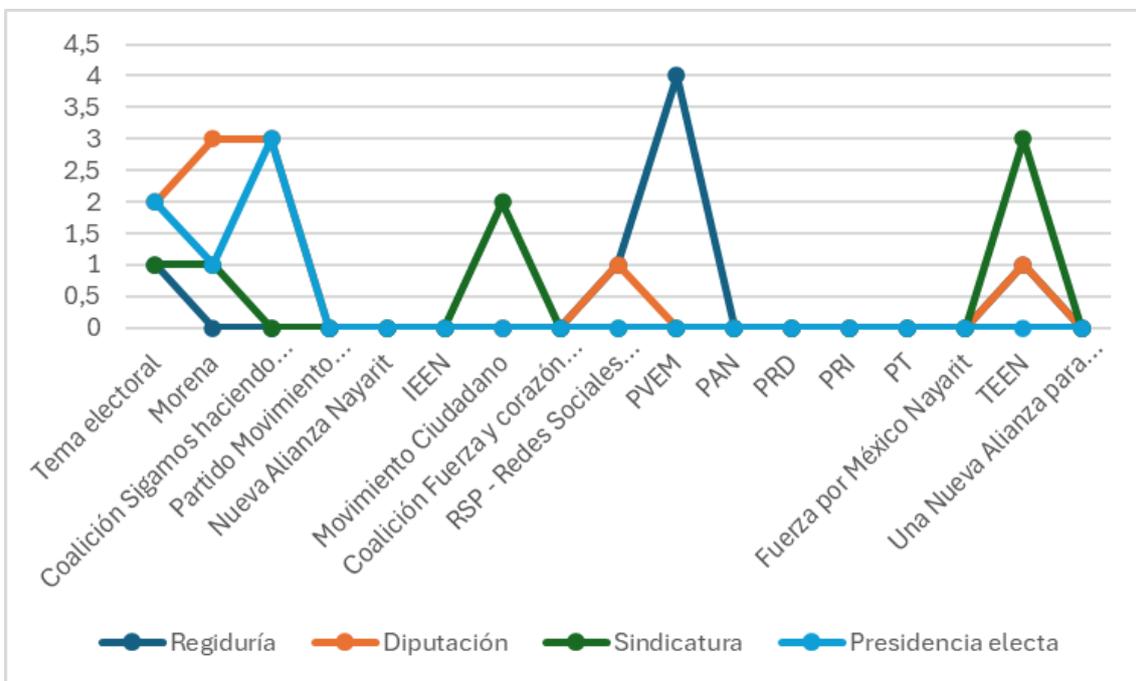
Energía	-	-
Ciencia, tecnología e innovación	-	-
Cooperación internacional	-	-
	-	-

Respecto al objeto de enunciación relacionado con los temas de interés se tienen a Movimiento Ciudadano, Tema electoral, Coalición Sigamos haciendo historia en Nayarit, Partido Movimiento Levántate para Nayarit, Morena y Nueva Alianza.

De las piezas que establecieron algún tipo de valoración fueron **23**, representando el **9.2%**, con **11 positivas** y **12 negativas**.

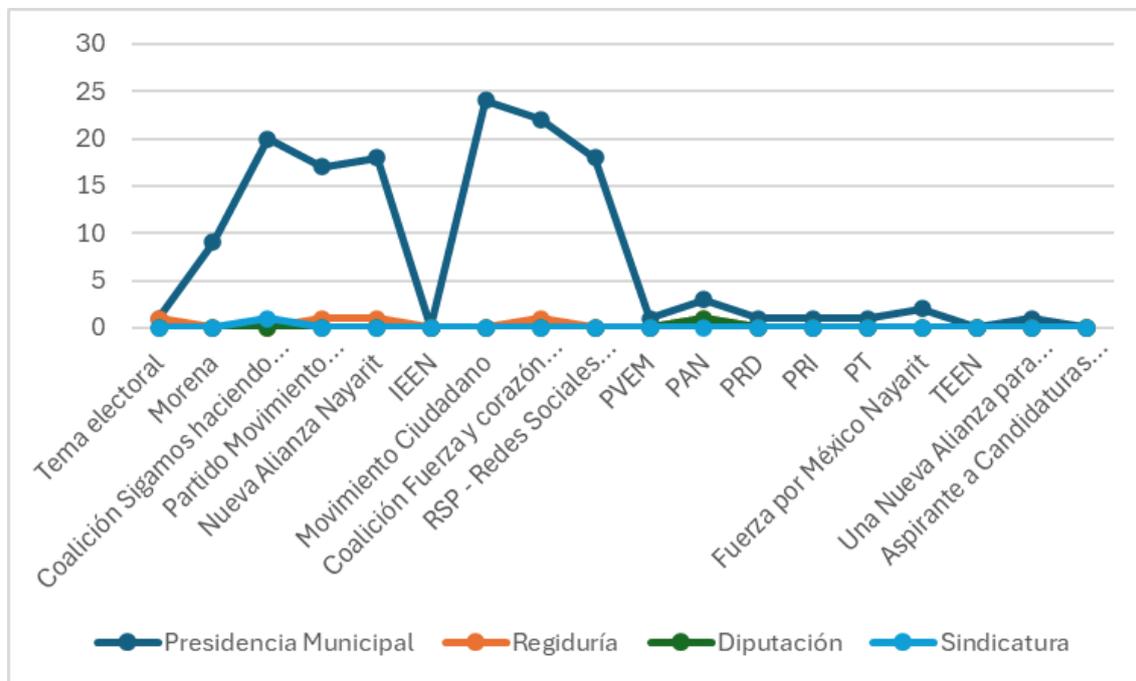
En la gráfica 8 se observa la relación de los temas de interés público y su relación con los tipos de cargos de candidaturas a las que se hace mención en **piezas de monitoreo**.

Gráfica 8. 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 9. 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

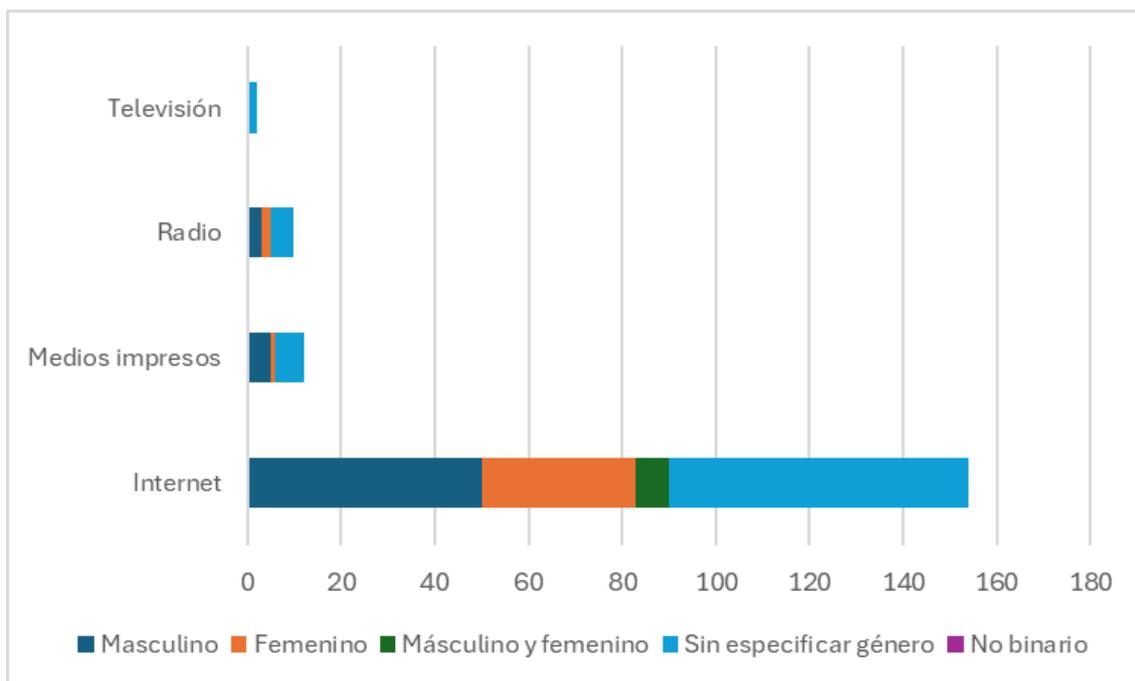
Este apartado analiza la enunciación del sexo y género de la persona o si es una persona que se identifica como no binaria, a fin de monitorear si existe relación entre quien emite la nota y a quien señala la nota. Si se hace uso de lenguaje incluyente y no sexista. Hace referencia también al análisis 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, **36** de ellas son de género femenino, **58** de género masculino, en **7** se habla de dos o más personas de distinto género y **77** 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 15. Piezas de monitoreo por género de la persona enunciada										
<i>Género de la persona que se enuncia</i>	Piezas de monitoreo	%	Internet	%	Medios impresos	%	Radio	%	Televisión	%
<i>Masculino</i>	58	32,58	50	28,09	5	2,81	3	1,69	0	0,00
<i>Femenino</i>	36	20,22	33	18,54	1	0,56	2	1,12	0	0,00
<i>Másculino y femenino</i>	7	3,93	7	3,93	0	0,00	0	0,00	0	0,00
<i>Sin especificar género</i>	77	43,26	64	35,96	6	3,37	5	2,81	2	1,12
<i>No binario</i>	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

En la gráfica 10 se muestra la distribución por género de la persona de la que se habla y número de piezas de monitoreo por cada medio.

Gráfica 10. Distribución de piezas de monitoreo con relación al género de la persona de la que se habla, por medio.



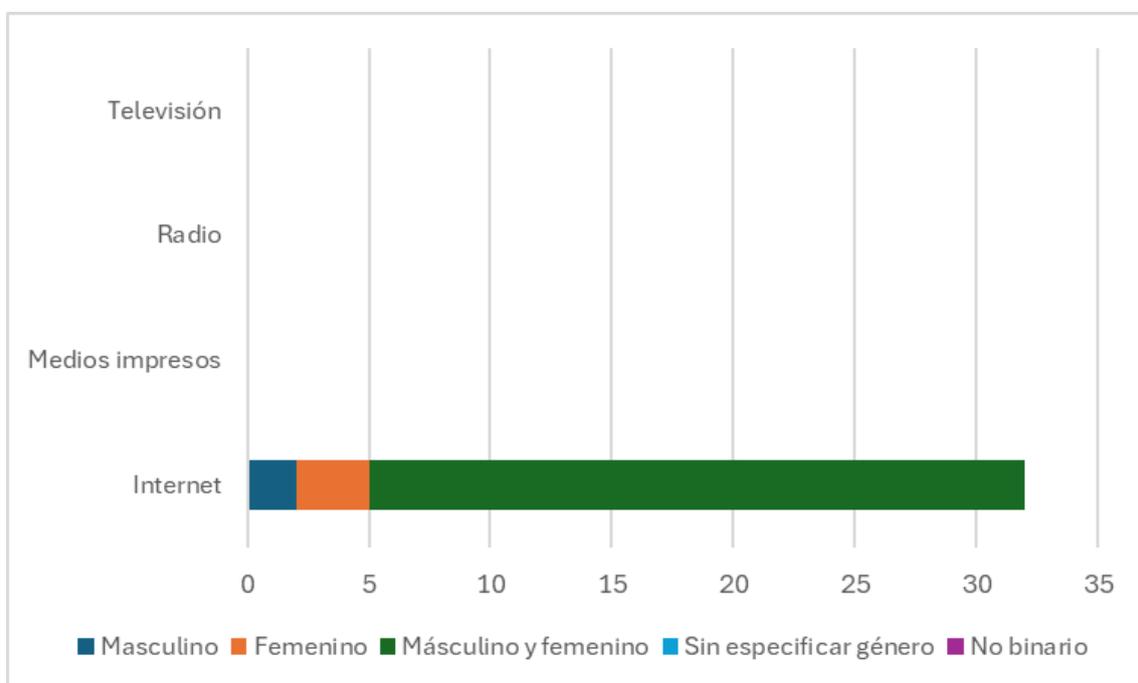
Respecto a las **piezas informativas** en las cuáles se registró el sexo de la persona enunciada durante el periodo, **3** de ellas son de género femenino, **2** de género masculino, en **27** se habla de dos o más personas de distinto género. En la tabla 23 se observa el número de piezas informativas según el género de la persona enunciada, así como sus porcentajes.

Tabla 16. Piezas informativas por género de la persona enunciada

Género de la persona que se enuncia	Piezas informativas	%	Internet	%	Medios impresos	%	Radio	%	Televisión	%
Masculino	2	6,25	2	6,25	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Femenino	3	9,38	3	9,38	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Masculino y femenino	27	84,38	27	84,38	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Sin especificar género	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
No binario	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

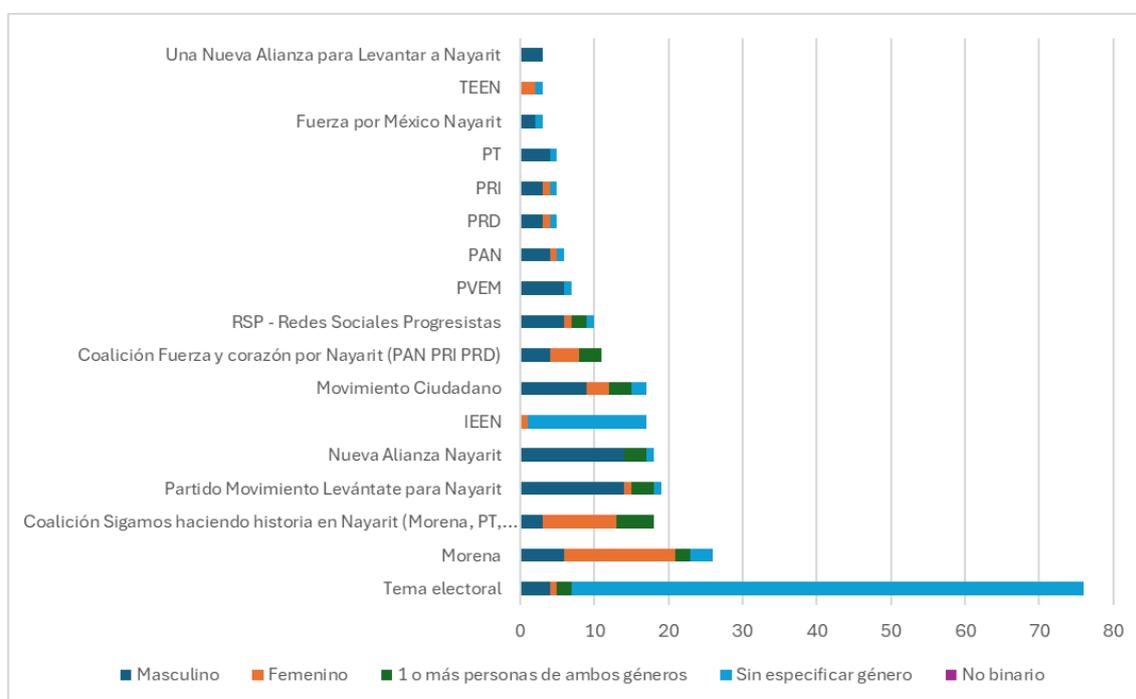
En la gráfica se muestra la distribución por género de la persona de la que se habla y número de piezas informativas por cada medio.

Gráfica 11. Distribución de piezas informativas con relación al género de la persona de la que se habla, por medio



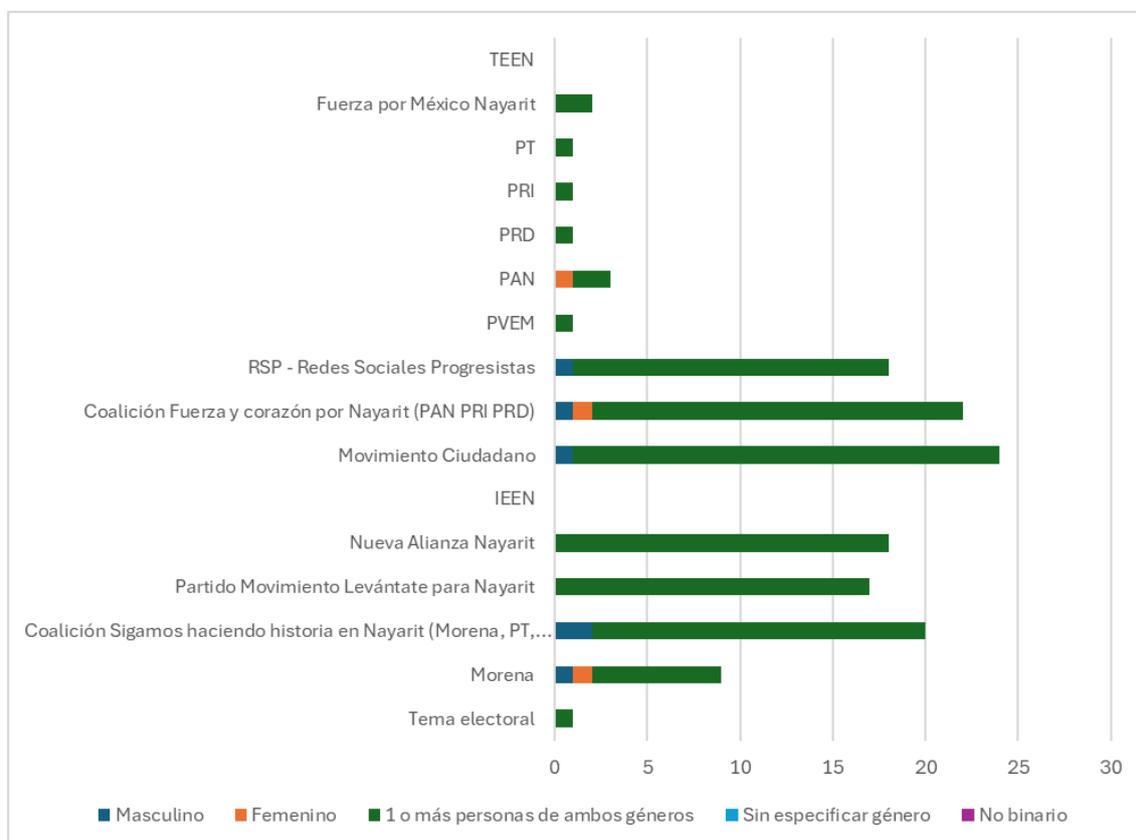
Se muestra en la gráfica 12 el número de piezas de monitoreo por partido político, con base en el género de la persona a la que se refiere la pieza. De los principales, **Tema electoral** tiene 69 piezas monitoreadas **sin especificar género**, 4 para el **masculino** y 1 para el **femenino**. **Morena** registra 57 piezas para el género femenino, 34 para el masculino; Morena registra 15 para género femenino, 6 para masculino.

Gráfica 12. 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 principales, **Movimiento ciudadano** tiene 23 piezas monitoreadas para **1 o más personas de ambos géneros**, 1 para el **masculino**. **Coalición Fuerza y corazón por Nayarit** registra 20 piezas para **1 o más personas de ambos géneros**.

Gráfica 13. 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 radio y televisión

En piezas de monitoreo e informativas en radio y televisión se dedicó un total de **06 minutos con 34 segundos** en notas con personas de género **femenino**, **05 minutos con 01 segundos** para hablar de personas de género **masculino**. En **03 minutos con 09 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 17. 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	00:00:03:09
	Movimiento Ciudadano	00:00:00:00	00:00:03:17	00:00:00:00	00:00:00:00
	PAN	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PVEM	00:00:01:44	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	00:00:00:00	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	00:00:00:00	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	00:00:00:00	00:00:00:00
	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:00
	PT	00:00:03:17	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	00:00:00:00	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	00:00:03:17	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	00:00:05:01	00:00:06:34	00:00:00:00	00:00:03:09

## 1.2 Tiempo dedicado en internet

En piezas de monitoreo e informativas en facebook y páginas web se dedicó un total de **2 horas con 28 minutos y 08 segundos** en notas con personas de género **femenino**, **49 minutos con 33 segundos** para hablar de personas de género **masculino**. En **3 horas con 13 minutos con 25 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 18. 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	00:00:07:45	00:00:56:24	00:00:10:16	00:00:12:20
	Tema electoral	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:30:17	00:03:49:42
	Movimiento Ciudadano	00:00:09:02	00:00:00:29	00:00:13:18	00:00:00:00
	PAN	00:00:00:34	00:00:02:11	00:00:02:01	00:00:00:00
	PVEM	00:00:00:15	00:00:00:00	00:00:00:54	00:00:00:00

	RSP Redes Sociales Progresistas Nayarit	00:00:05:36	00:00:02:25	00:00:14:00	00:00:00:00
	IEEN	00:00:00:00	00:00:23:38	00:00:00:00	00:00:30:14
	PRI	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:54	00:00:00:00
	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Nayarit (Morena, PT, PVEM, Fuerza por México Nayarit)	00:00:10:53	00:01:00:34	00:00:39:21	00:00:00:00
	Coalición Fuerza y Corazón por Nayarit (PAN PRI PRD)	00:00:00:00	00:00:02:27	00:00:30:35	00:00:00:00
	PT	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:54	00:00:00:00
	PRD	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:00:54	00:00:00:00
	Fuerza por México Nayarit	00:00:00:00	00:00:00:00	00:00:01:59	00:00:00:00
	Partido Movimiento Levántate para Nayarit	00:00:09:02	00:00:00:29	00:00:13:18	00:00:00:00
	Nueva Alianza Nayarit	00:00:09:02	00:00:00:00	00:00:14:25	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	00:00:49:33	00:02:28:08	00:03:13:25	00:04:33:10

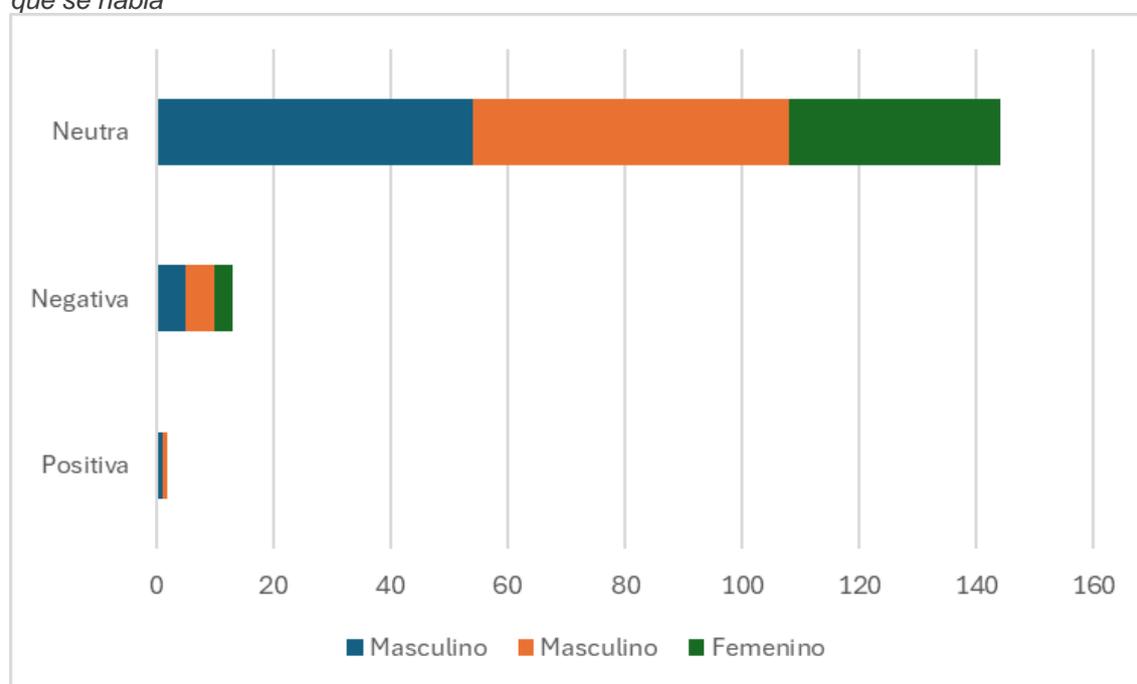
## 2. Valoración por género en radio, televisión, programas de revista y medios digitales

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 **28.57%** se registran valoraciones a actuantes políticos de género masculino, **18.57%** del género femenino, en **36.67%** de las valoraciones no se especifica algún género del actuante y en **16.19%** corresponde a varias personas de distinto género.

En el periodo no se registraron piezas con valoraciones positivas para el género femenino y 1 para el masculino, el género masculino registra 5 valoraciones negativas, en tanto que el femenino 24. En la gráfica 14 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 14. Valoraciones de las unidades de análisis, con base en el género de la persona de la que se habla



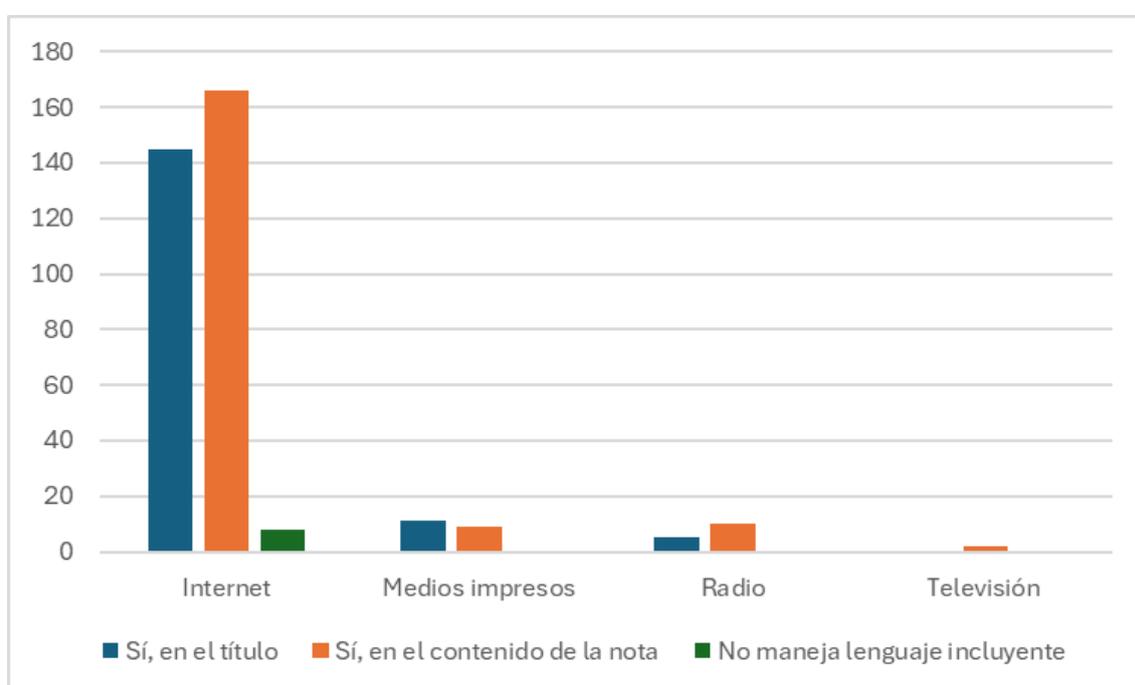
### 3. Uso de lenguaje incluyente y no sexista

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 **3.79%** de las piezas señaladas **no se utiliza** lenguaje incluyente y no sexista, del total de las piezas que hacen uso de lenguaje incluyente<sup>7</sup> **79.31%** lo hace **en el título de la nota** y **92.61%** en **el contenido de la nota**. Se tienen **8** unidades de análisis de **internet** (que incluye páginas web y sitios de Facebook) que **no** hacen uso de lenguaje incluyente.

En la gráfica 15 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 15. Uso de lenguaje incluyente, por medio de comunicación



Entre las consideraciones que se hacen a las piezas sin uso de lenguaje incluyente se tienen escaso o nulo uso de expresiones neutras para evitar masculinizar y feminizar.

<sup>7</sup> 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.

#### 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**<sup>8</sup>.

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;

---

<sup>8</sup> 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:

**“candidatos”, “diputados”, “regidores”, “alcaldes”, “presidente”, “presidentes”, “todos”, “ciudadanos”, “gobernantes”.**

### **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.

