



ITESO

ANÁLISIS CRÍTICO  
DE MEDIOS  
Departamento de  
Estudios Socioculturales

# Foro: La cobertura de los procesos electorales en la radio y la televisión

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

La cobertura de los medios a las candidatas en las elecciones 2015

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona

Agosto 2016

## Proyectos de investigación en 2015



- Elecciones locales (Jalisco) para el IEPCJ. Medios impresos.
- Elecciones locales (Jalisco). Sistema de comunicación política.
- Elecciones federales en la Red de Observatorios de Medios de Comunicación del CONEICC.
- GMMP o Monitoreo Global de Medios, coordinación nacional. La mujer en los medios.

# GMMP México – La mujer en la producción noticiosa / **mujeres periodistas**

**41.7% mujeres**

**58.2% hombres**



Tema de las notas	% de notas producidas por mujeres	% de notas producidas por hombres
Ciencia y salud *	67	33
Social y legal	31	69
Economía	23	77
Crimen y violencia	23	77
Celebridades, arte, medios y deportes	21	79
Política y gobierno	17	83

\* El tema es marginal, representa 3.2% del total de piezas informativas

# GMMP México – La mujer como fuente de información / **mujeres con voz**

**24% mujeres**

**76% hombres**

<b>Medio</b>	<b>% de notas con mujeres como fuente</b>	<b>% de notas con hombres como fuente</b>
Prensa	27	73
Radio	24	76
Televisión	21	79

# GMMP México – La mujer como sujeto noticioso / **mujeres protagonistas** (Internet)



**23% mujeres      77% hombres**

<b>Tema de las notas</b>	<b>% de notas con mujeres como sujeto</b>	<b>% de notas con hombres como sujeto</b>
Ciencia y salud	100	0
Social y legal	33	67
Crimen y violencia	23	77
Economía	22	78
Celebridades, arte, medios y deportes	22	78
Política y gobierno	22	78

## GMMP México



- El desequilibrio en la presencia de la mujer en los medios de comunicación es una condición previa a la cobertura de los procesos electorales.
- Tanto en lo que se refiere a las mujeres como productoras de información, como a las mujeres con voz o como centro de las noticias, la presencia de ellas en los espacios informativos nacionales es muy inferior a la de los hombres.
- En la cobertura de procesos electorales se mantiene ese patrón de desequilibrio.

## ROM – CONEICC Elecciones Federales

- El interés de los diarios de Jalisco analizados se centró en las elecciones locales.
- 3 de cada 4 notas publicadas abordan la elección local y sólo 25% de las notas analizadas se refieren a las elecciones federales.

# ROM – CONEICC Elecciones Federales



## Titulares de las notas en diarios locales





# ROM – CONEICC Elecciones Federales

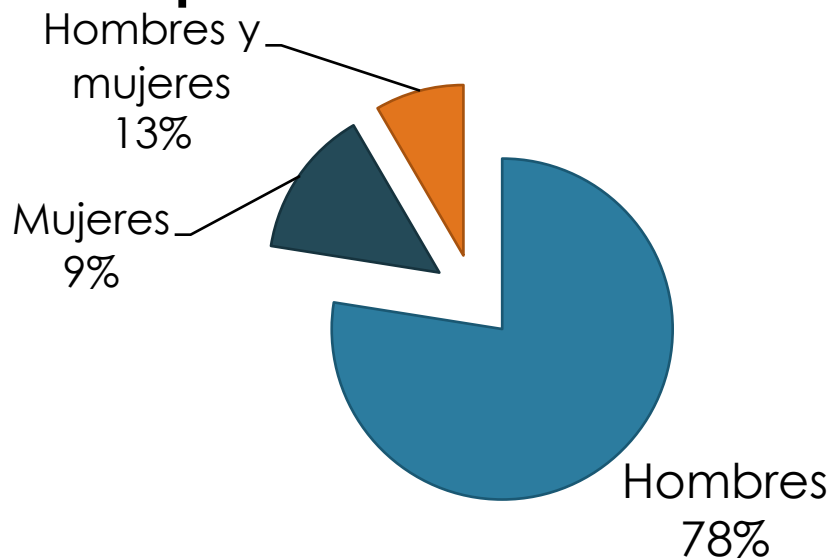


## Titulares de las notas en diarios nacionales



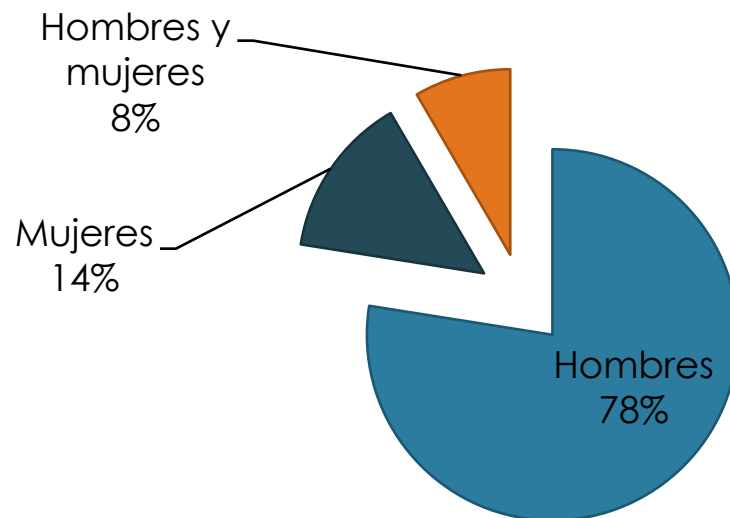
## Cobertura en elecciones locales - IEPCJ

### Noticiarios radiofónicos. Género por número de notas.



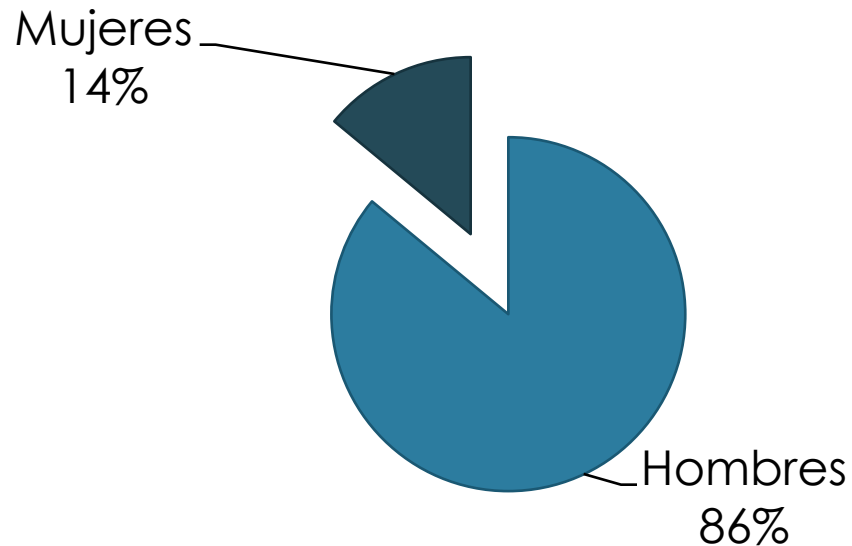
# Cobertura en elecciones locales - IEPCJ

## Noticiarios televisivos. Género por número de notas.



# Cobertura en elecciones locales - IEPCJ

## Medios impresos. Menciones directas.



## Cobertura en elecciones locales - IEPCJ

- “Fueron relativamente escasas las ocurrencias de alguna forma de tratamiento diferenciado a candidatas. La diferencia de género más importante en la cobertura noticiosa de radio y televisión sigue siendo la cantidad de notas y tiempo dedicados a las candidatas mujeres en comparación con los de hombres.”
- Se requiere de un análisis cualitativo, semántico, para analizar las referencias diferenciadas a ellas y ellos.



## Elementos para una reflexión necesaria

- Cobertura equitativa vs. criterios de “noticiabilidad”
- Recursos escasos en los medios de comunicación para la cobertura de las elecciones.
- Acciones de los equipos de comunicación de los/las candidatas.
- Efectiva “paridad” en las candidaturas: por número de candidatas y por posibilidad real de triunfo.



## Algunos retos para los siguientes procesos

- Postulación efectiva y con posibilidades reales de ganar de candidatas. (Partidos Políticos)
- Equipos de comunicación de las candidatas eficaces. (Candidatas)
- Realizar un monitoreo con metodologías cualitativas que permitan conocer a detalle la forma en que se trata a las candidatas y las diferencias en relación con los candidatos. (Monitoreo)
- Construir salidas públicas y de difusión del monitoreo a la sociedad. (Construir “cultura”)
- Exigir a los medios de comunicación una cobertura no sesgada en términos de las referencias a las candidatas. (Medios de comunicación)





**¡Gracias por su atención!**

Contacto:

[spalau@iteso.mx](mailto:spalau@iteso.mx)

[www.qmedios.iteso.mx](http://www.qmedios.iteso.mx)