



# **MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN A NIVEL LOCAL: ABORDAJE DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO**

**Auditorio del Instituto Nacional Electoral**

**CE Yuri Gabriel Beltrán Miranda**

*16 de agosto de 2016*

- 1. La situación de las mujeres en la política**
- 2. Reforma 2014 e importancia de los medios de comunicación en la cultura política ciudadana**
- 3. Medios de Comunicación en los Procesos Electorales desde una perspectiva de género**
  - 3.1 Principales resultados de monitoreos con perspectiva de género**
- 4. Importancia de un monitoreo a nivel local**
- 5. Importancia de un monitoreo a nivel local**
- 6. Monitoreo Local en el Distrito Federal**
- 7. Metodología del Monitoreo en el Distrito Federal**
  - 6.1 La importancia de la sensibilización de género**
  - 6.2 Análisis Cuantitativo: variables del análisis**
  - 6.3 Análisis Cualitativo: variables de análisis**
  - 6.4 Análisis de Género**
    - 6.4.1 Alertas de discriminación**
  - 6.5 Principales hallazgos del análisis**
    - 6.5.1 Comparación cobertura con candidaturas en el proceso 2014-2015**
- 8. Desafíos y dificultades para la realización de futuros monitoreos**
  - 7.1 Monitoreo a nivel local**
  - 7.2 Problemas con la medición de variables**
  - 7.3 Temáticas abordadas por los candidatos**
- 9. Consideraciones finales: el monitoreo del IEDF como modelo exportable**



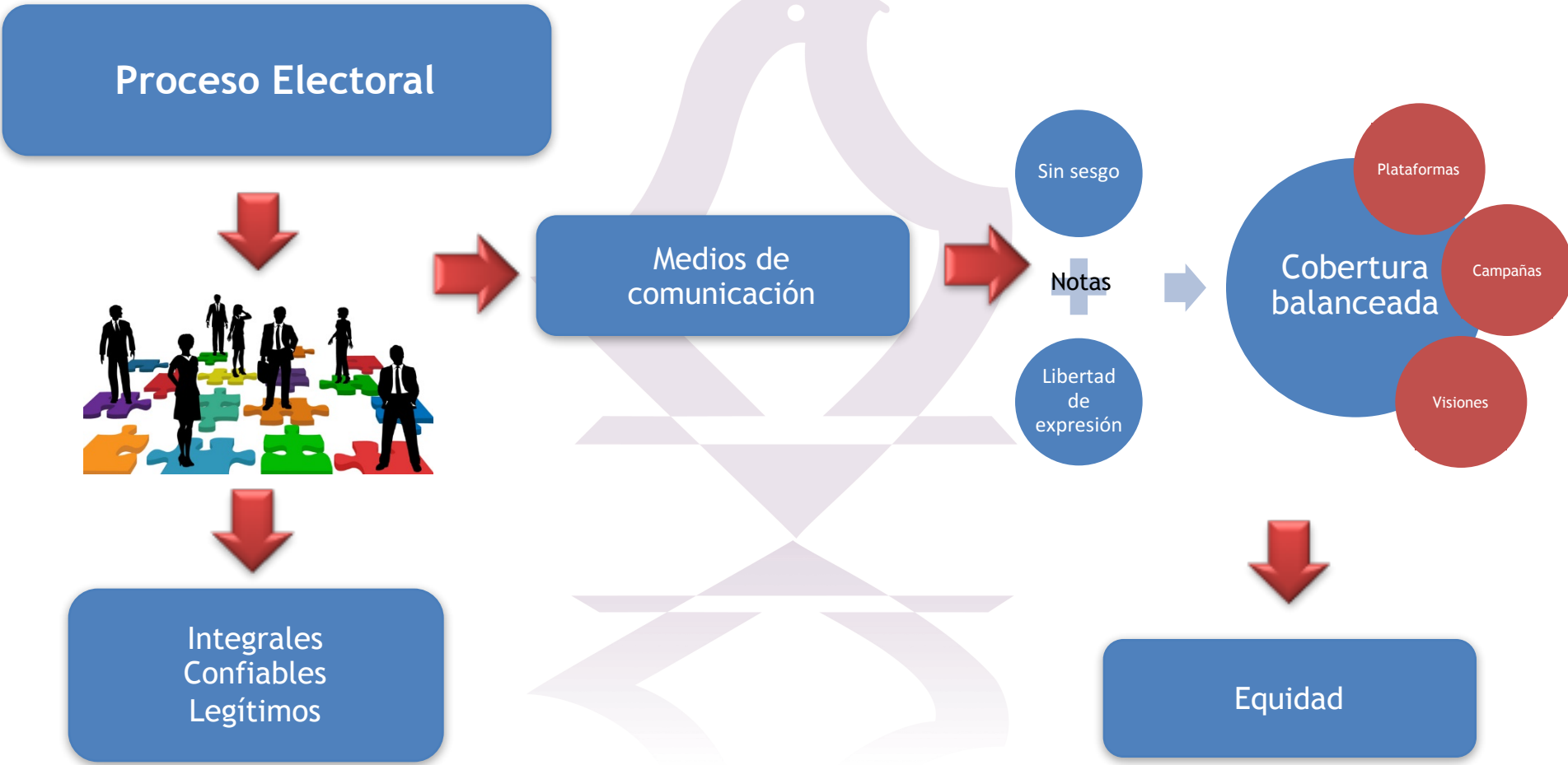
# **MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN A NIVEL LOCAL: ABORDAJE DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO**

**Auditorio del Instituto Nacional Electoral**

**CE Yuri Gabriel Beltrán Miranda**

*16 de agosto de 2016*

# MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DURANTE EL PROCESO ELECTORAL LOCAL 2014-2015 EN EL DISTRITO FEDERAL





# MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DURANTE EL PROCESO ELECTORAL LOCAL 2014-2015 EN EL DISTRITO FEDERAL

Monitoreo Proceso electoral  
2014-2015



IEDF-IBERO

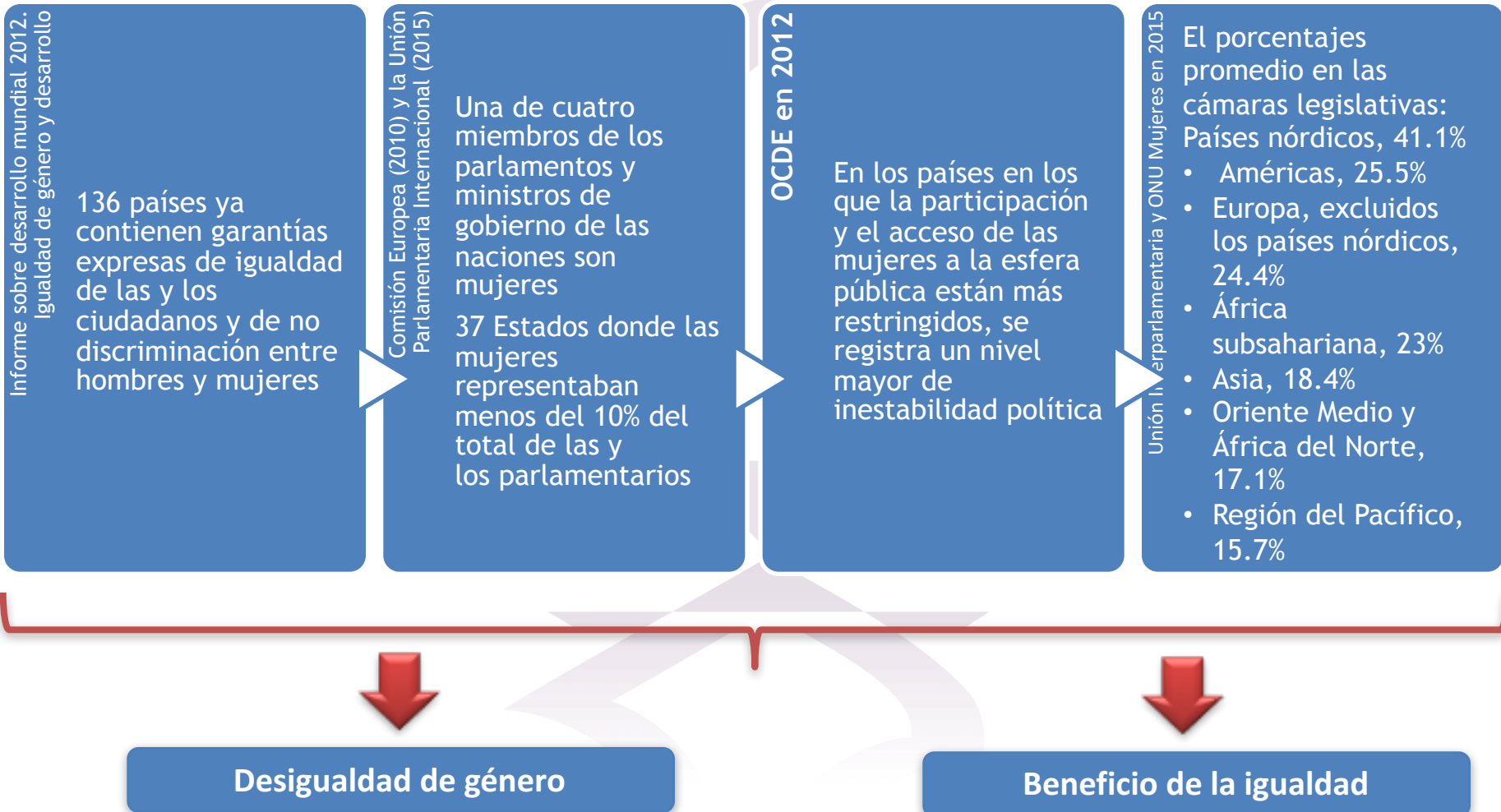


[www.elecciondf2015.org](http://www.elecciondf2015.org)



# **LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN LA POLÍTICA**

# LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN LA POLÍTICA



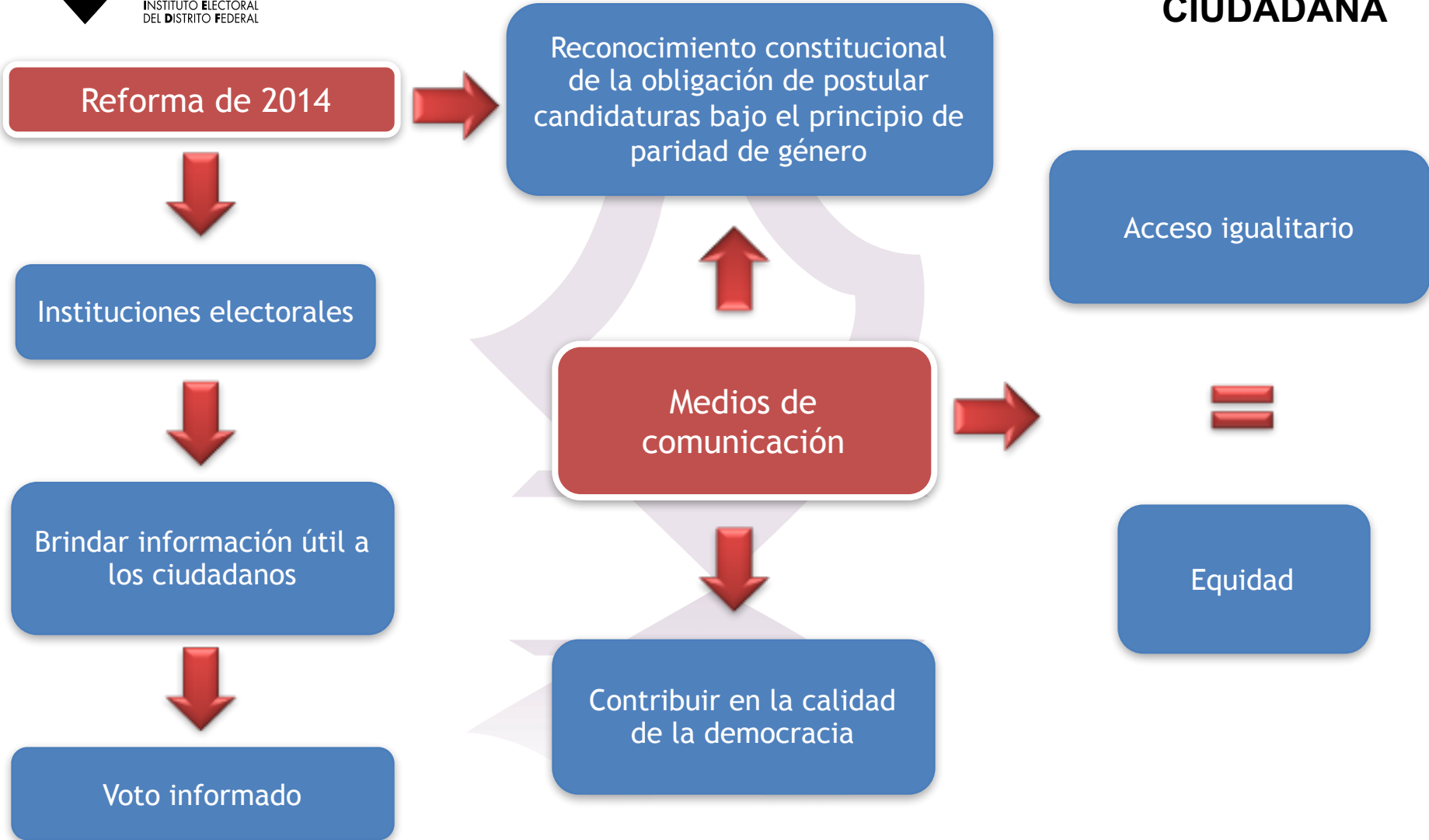


# **REFORMA 2014 E IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA POLÍTICA CIUDADANA**





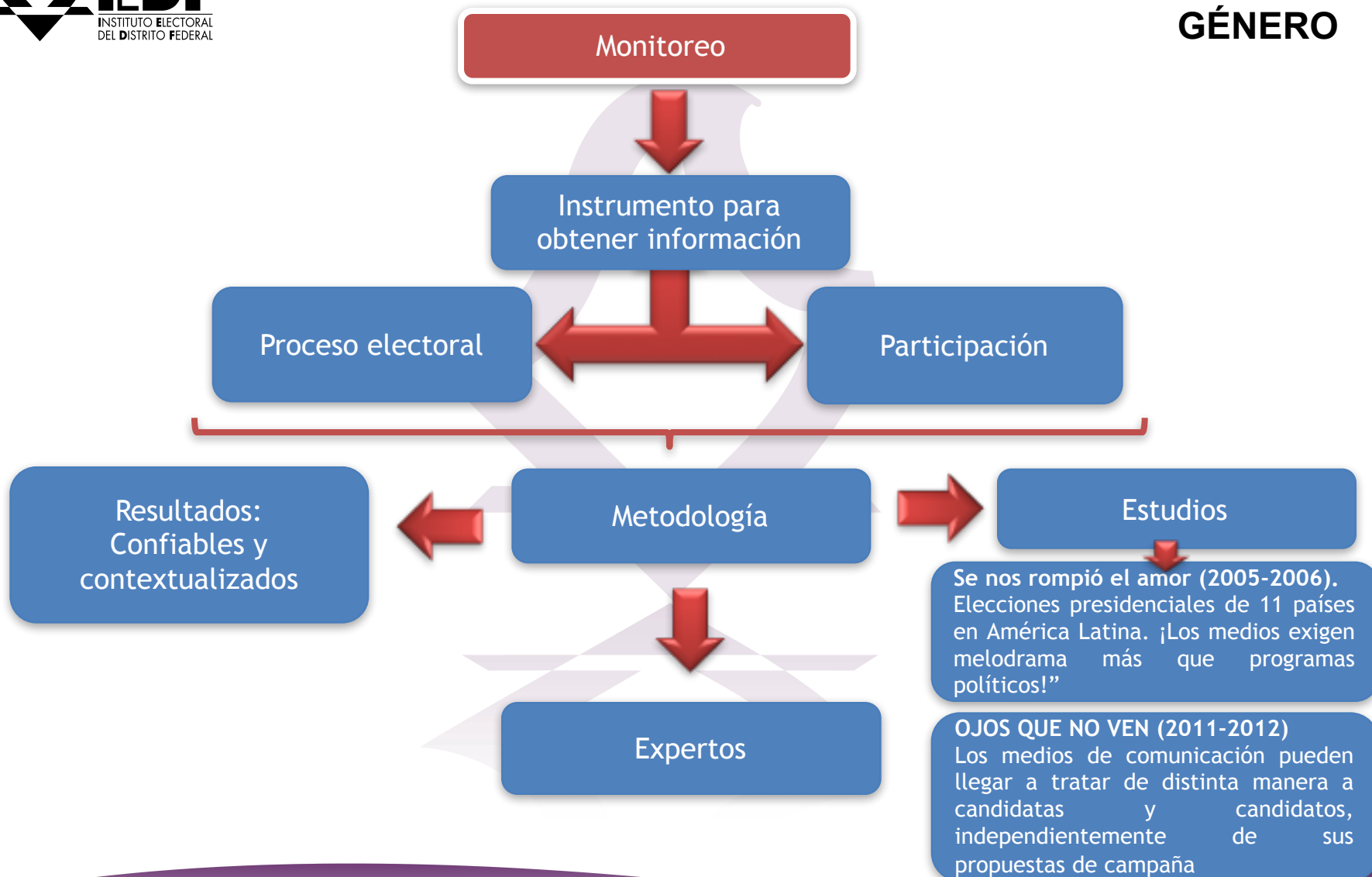
# REFORMA 2014 E IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA POLÍTICA CIUDADANA





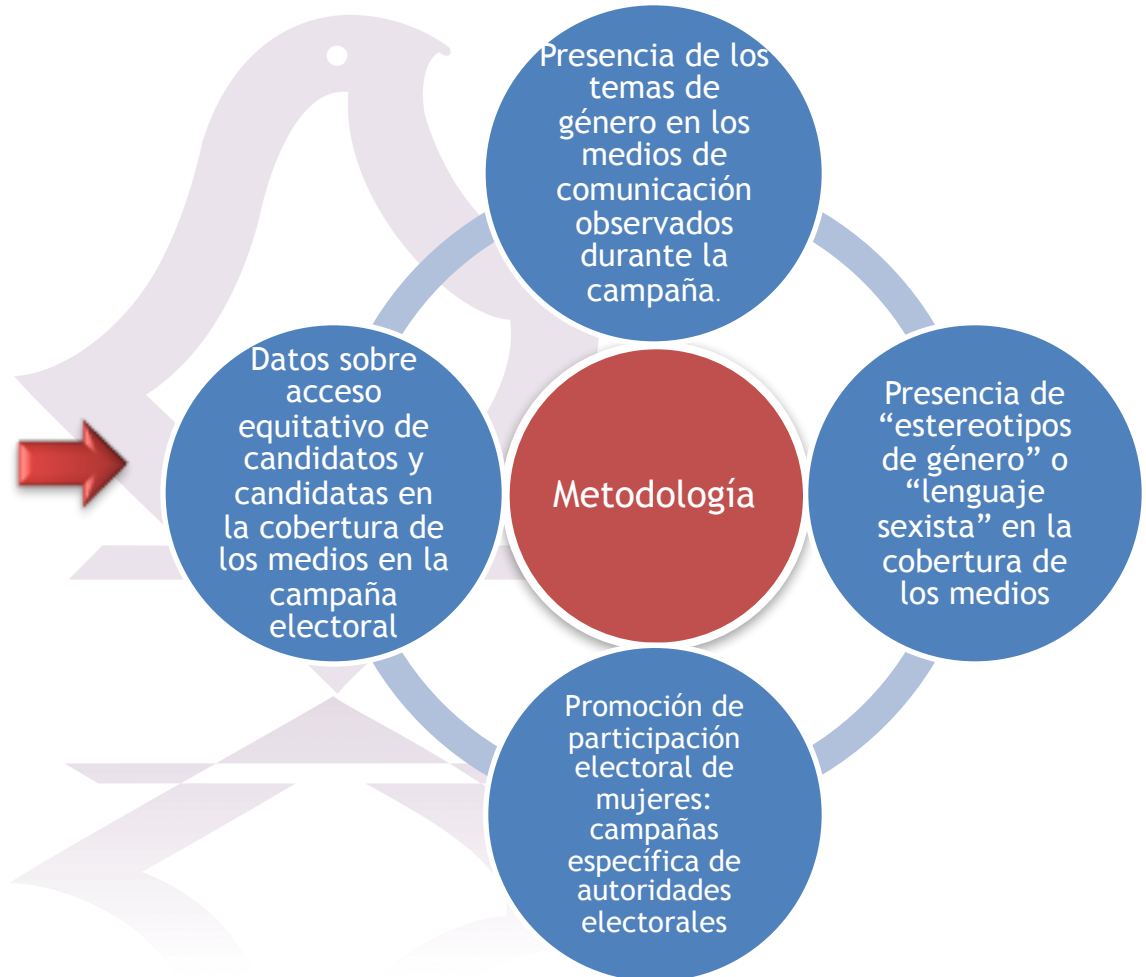
# **MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS ELECTORALES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO**

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS ELECTORALES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS ELECTORALES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Organización de Estados Americanos y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencias y la Cultura



# PRINCIPALES RESULTADOS DE MONITOREOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

## Resultados de monitoreos con perspectiva de género

### PROYECTO DE MONITOREO GLOBAL DE MEDIOS

“Las mujeres están seriamente subrepresentadas en la cobertura de noticias en contraste con los hombres, lo cual tiene como resultado noticias que presentan una imagen del mundo donde las mujeres están sustancialmente ausentes

### OJOS QUE NO VEN: COBERTURA MEDIÁTICA Y GÉNERO EN LAS ELECCIONES LATINOAMERICANAS

Bolivia, Colombia, Costa Rica, Chile y República Dominicana

Las candidatas incorporaron el tema de género en su campaña

Los medios cubren a las candidatas más por temáticas en las que se ven envueltas que por su condición de figura pública o política.

El sesgo negativo fue predominantemente para las mujeres

### OJOS QUE (AÚN) NO VEN. NUEVO REPORTE DE OCHO PAÍSES: GÉNERO, CAMPAÑAS ELECTORALES Y MEDIOS EN AMÉRICA LATINA

Bolivia, Chile, Costa Rica, Colombia, República Dominicana, Perú, Guatemala y Argentina

La cobertura otorgada a las candidatas a Cámara Baja estuvo por debajo de su porcentaje de presencia en las listas electorales

Los estereotipos de género siguen presentes en el imaginario periodístico

### INFORME NACIONAL DE ESPAÑA EN EL PROYECTO DE MONITOREO GLOBAL DE MEDIOS 2015

28% del total de sujetos y fuentes en las noticias de prensa, radio y televisión y, el 33% en los diarios digitales y Twitter

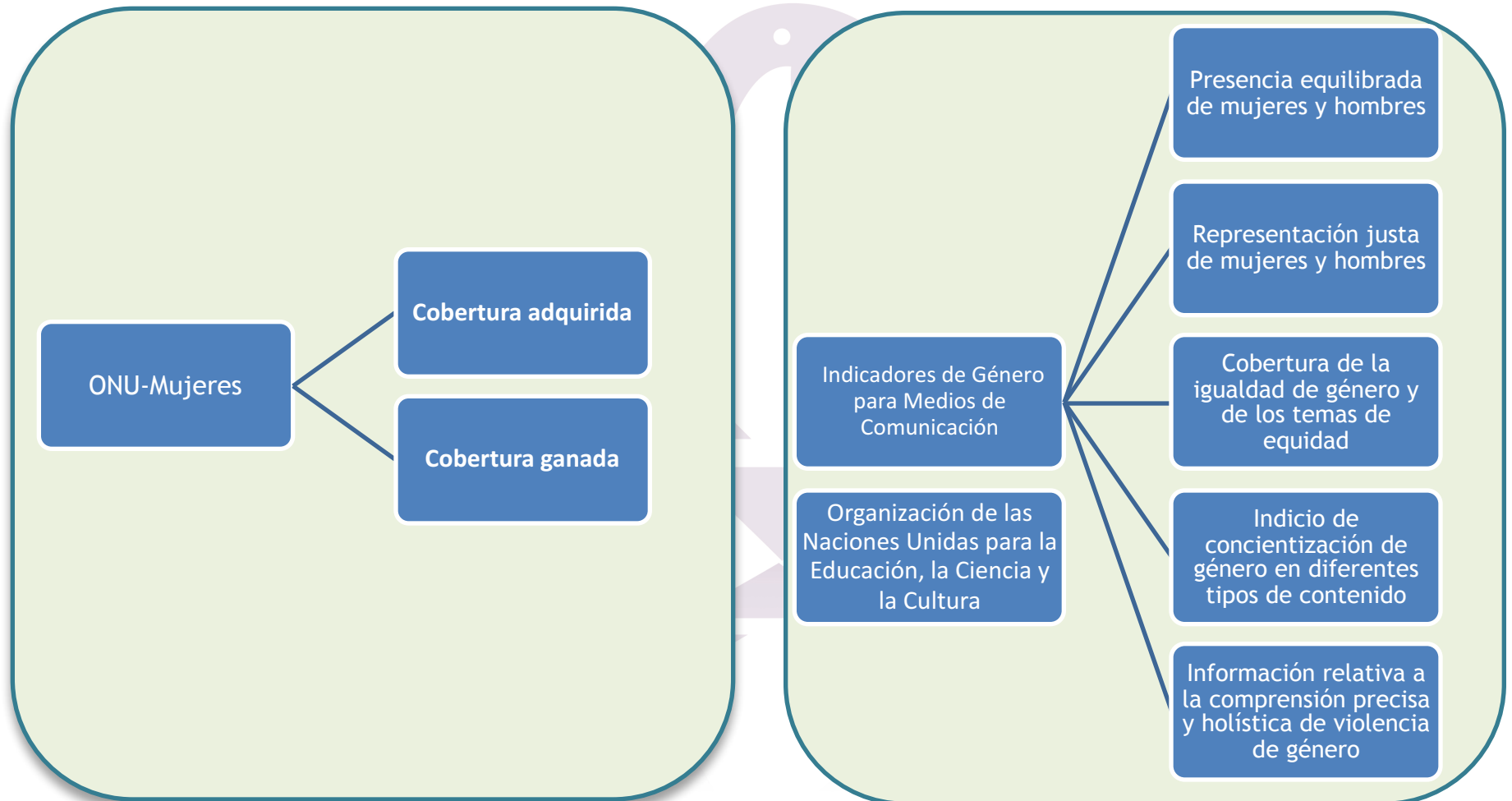


# ESTÁNDARES INTERNACIONALES

## ESTÁNDARES INTERNACIONALES



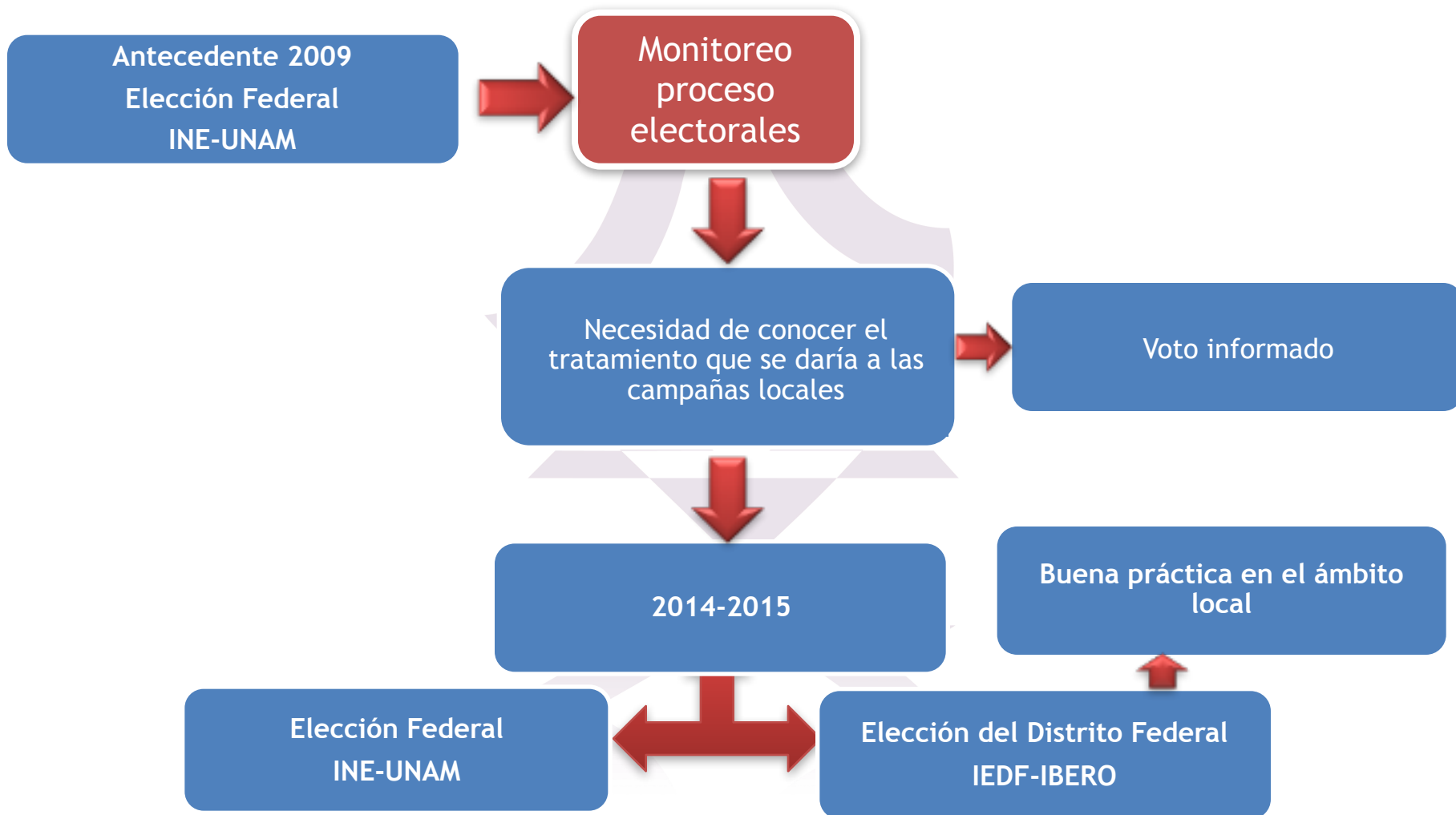
## ESTÁNDARES INTERNACIONALES





# IMPORTANCIA DE UN MONITOREO A NIVEL LOCAL

## IMPORTANCIA DE UN MONITOREO A NIVEL LOCAL

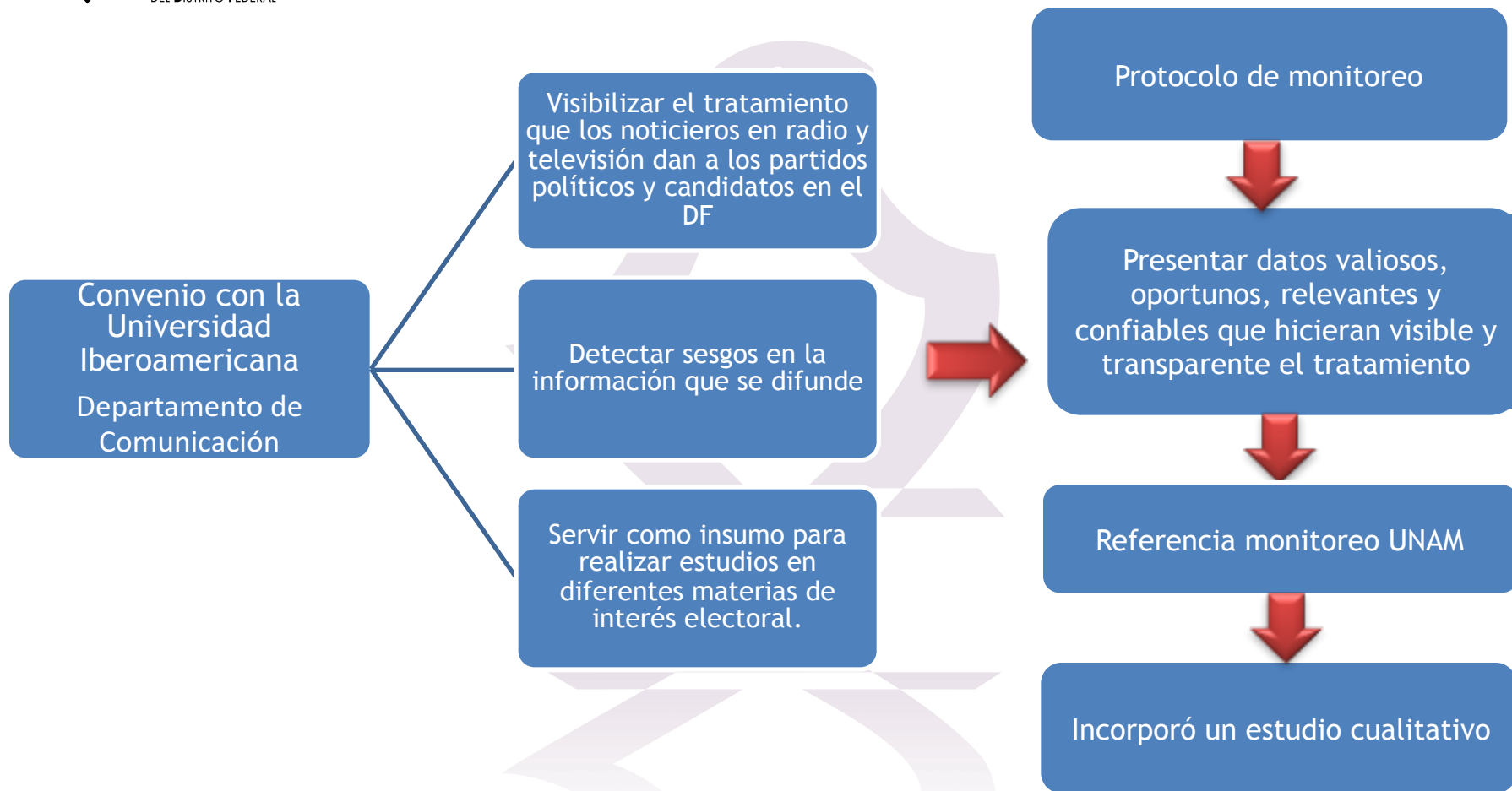




# **MONITOREO LOCAL EN EL DISTRITO FEDERAL**



## MONITOREO LOCAL EN EL DISTRITO FEDERAL

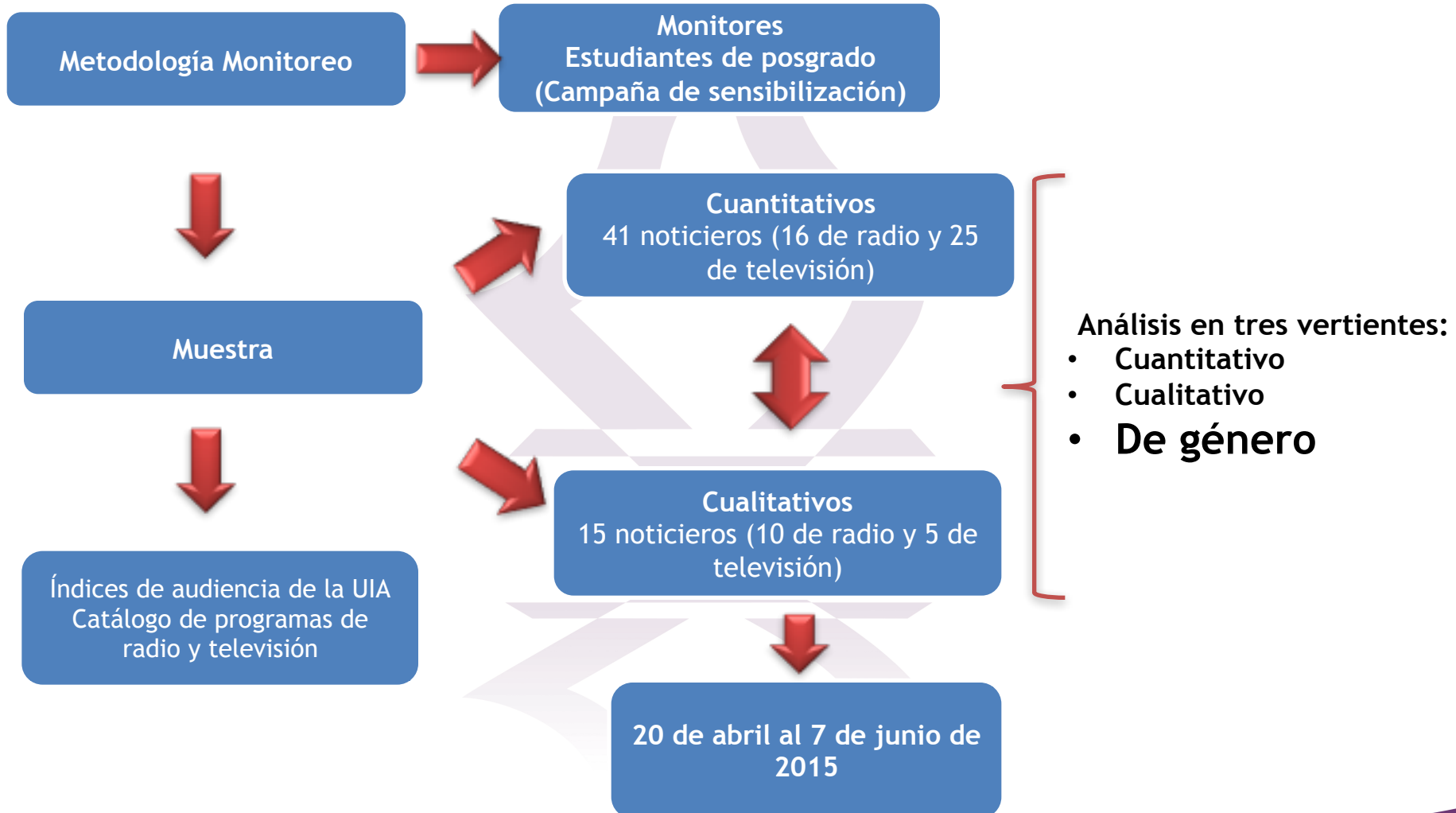




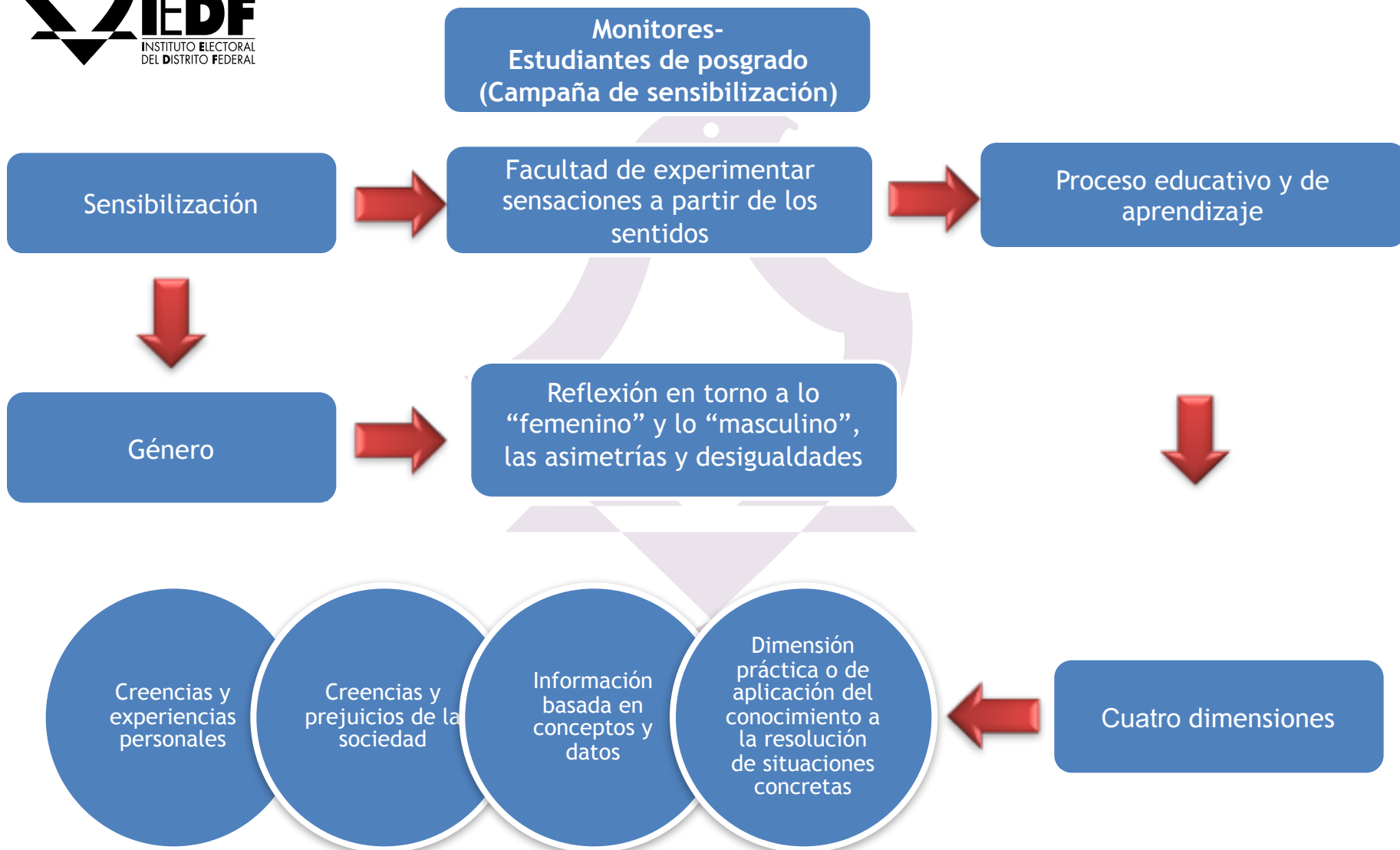
# **METODOLOGÍA DEL MONITOREO EN EL DISTRITO FEDERAL**



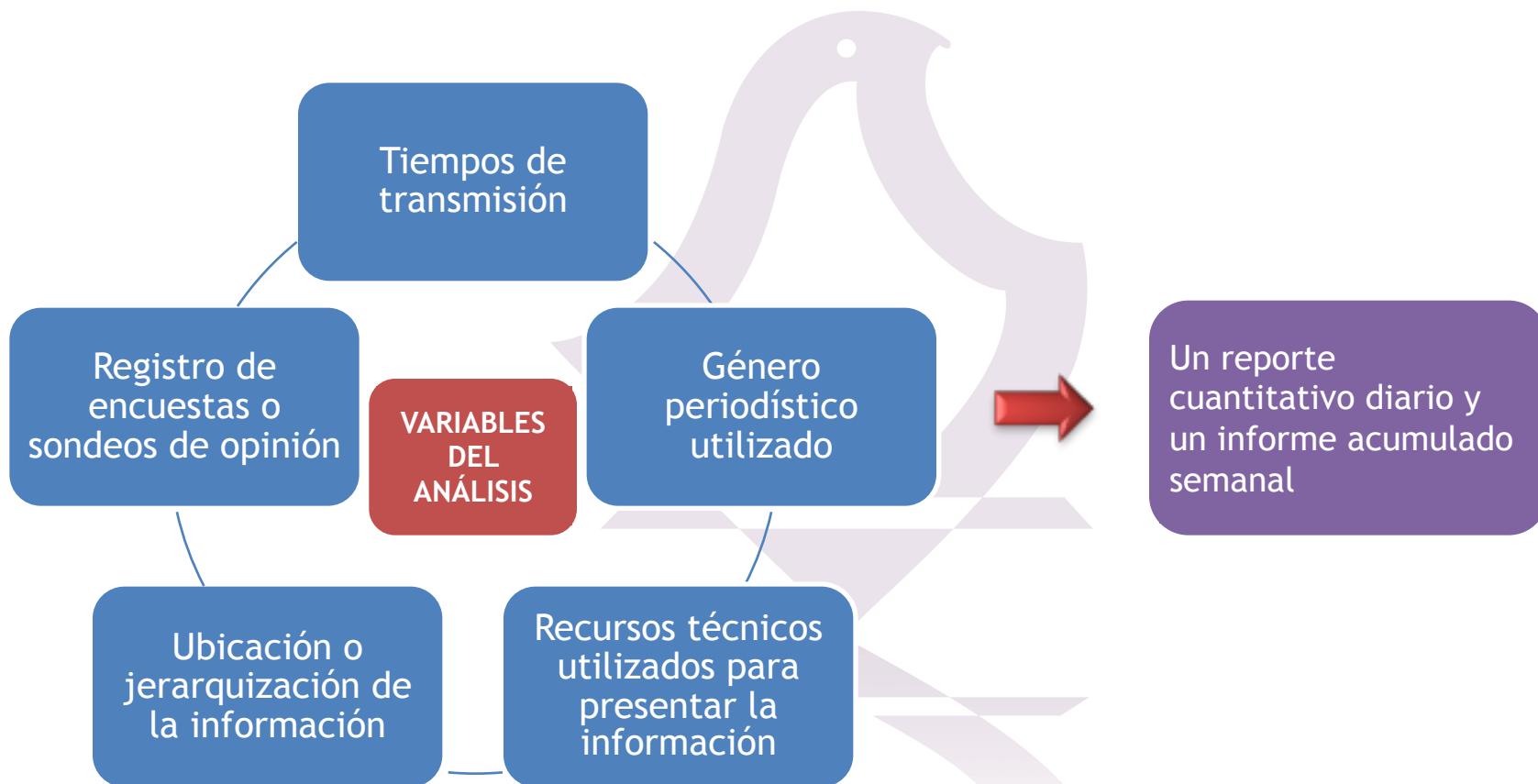
# METODOLOGÍA DEL MONITOREO EN EL DISTRITO FEDERAL



# LA IMPORTANCIA DE LA SENSIBILIZACIÓN DE GÉNERO

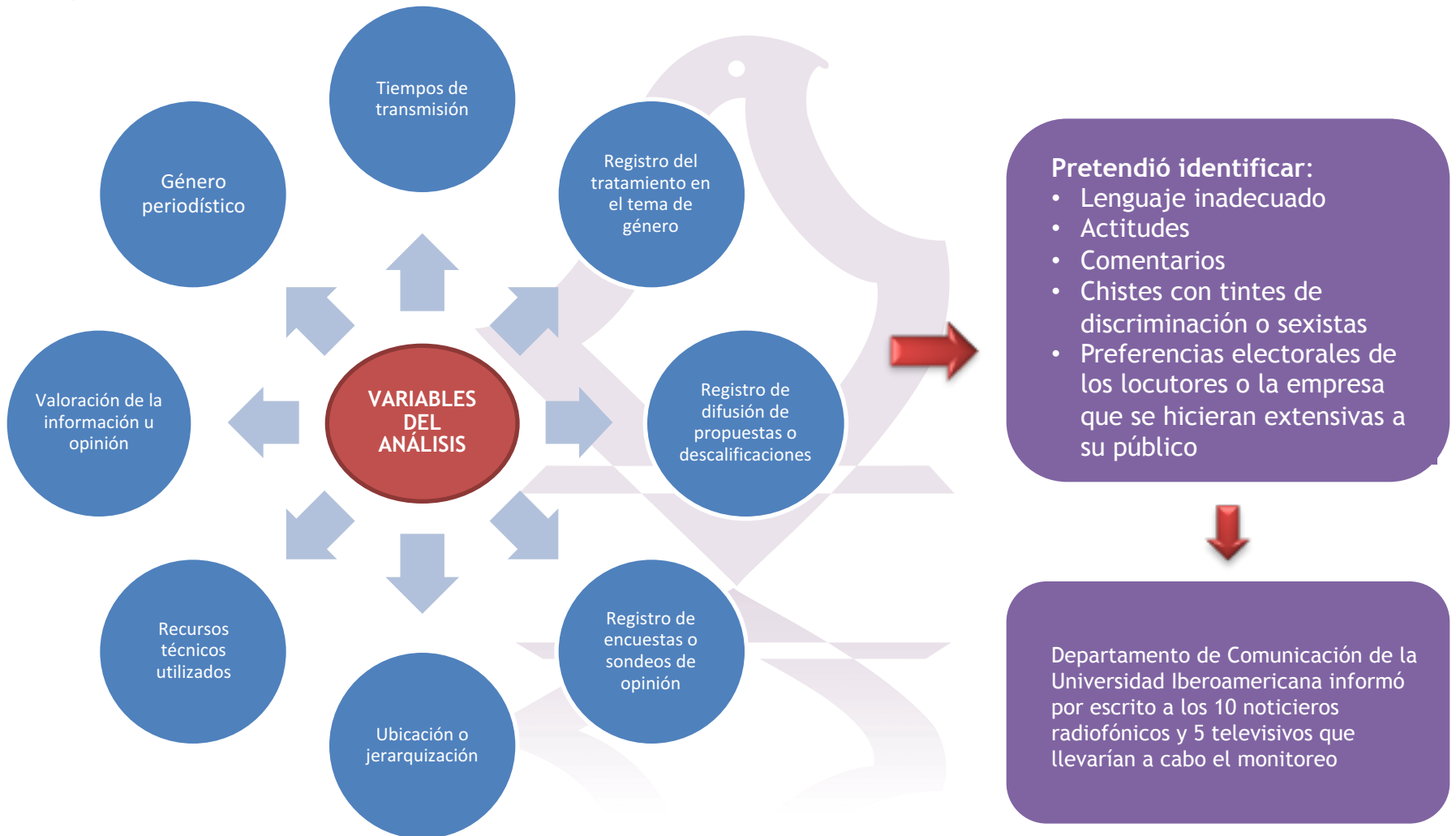


## ANÁLISIS CUANTITATIVO: VARIABLES DEL ANÁLISIS

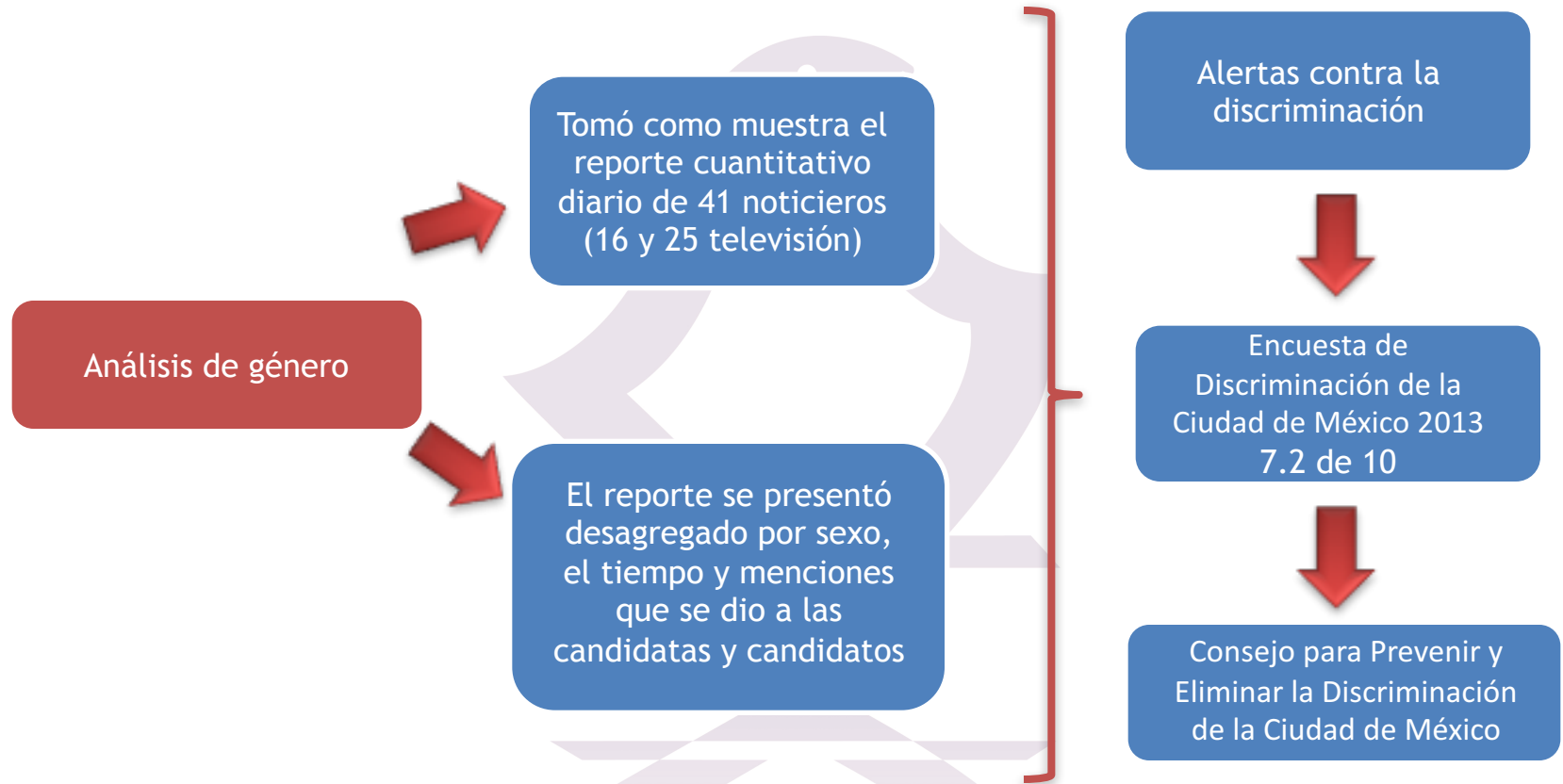




# ANÁLISIS CUALITATIVO: VARIABLES DE ANÁLISIS



## ANÁLISIS DE GÉNERO

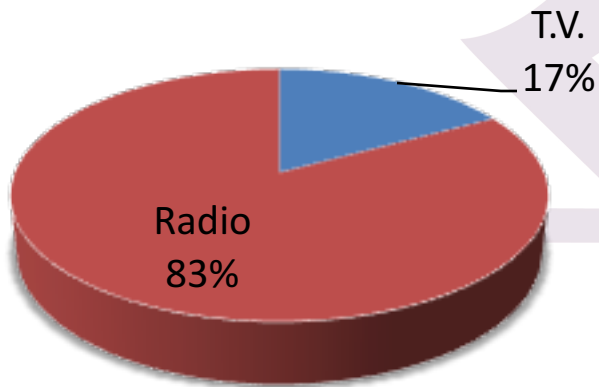




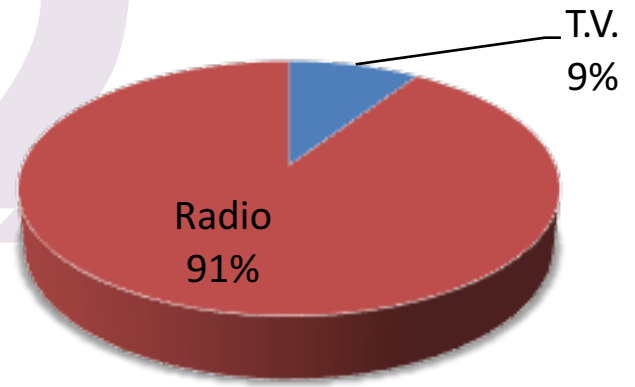
# HALLAZGOS GENERALES

# PRINCIPALES HALLAZGOS CUANTITATIVOS

**Menciones por medio de comunicación (UIA-IEDF)**



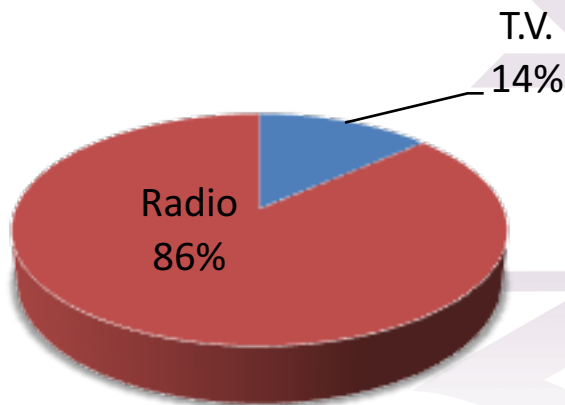
**Tiempo por medio de comunicación (UIA-IEDF)**



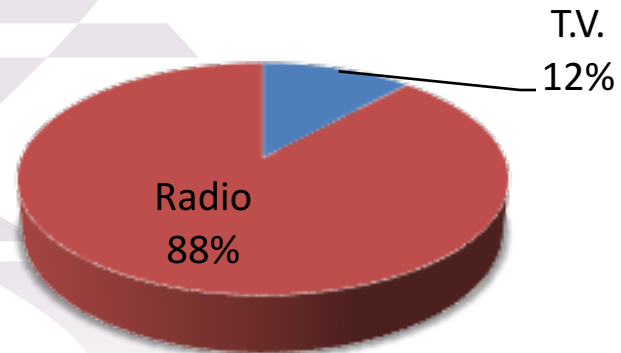
## PRINCIPALES HALLAZGOS CUANTITATIVOS

El comparativo con los resultados del monitoreo nacional en relación a la campaña de Diputados al Congreso de la Unión arrojó resultados similares, se obtuvo que la radio dio el 86% de las menciones y el 88% del tiempo en el transcurso del Proceso Electoral Federal 2014-2015, mientras que la televisión únicamente destinó el 14% y 12%, respectivamente.

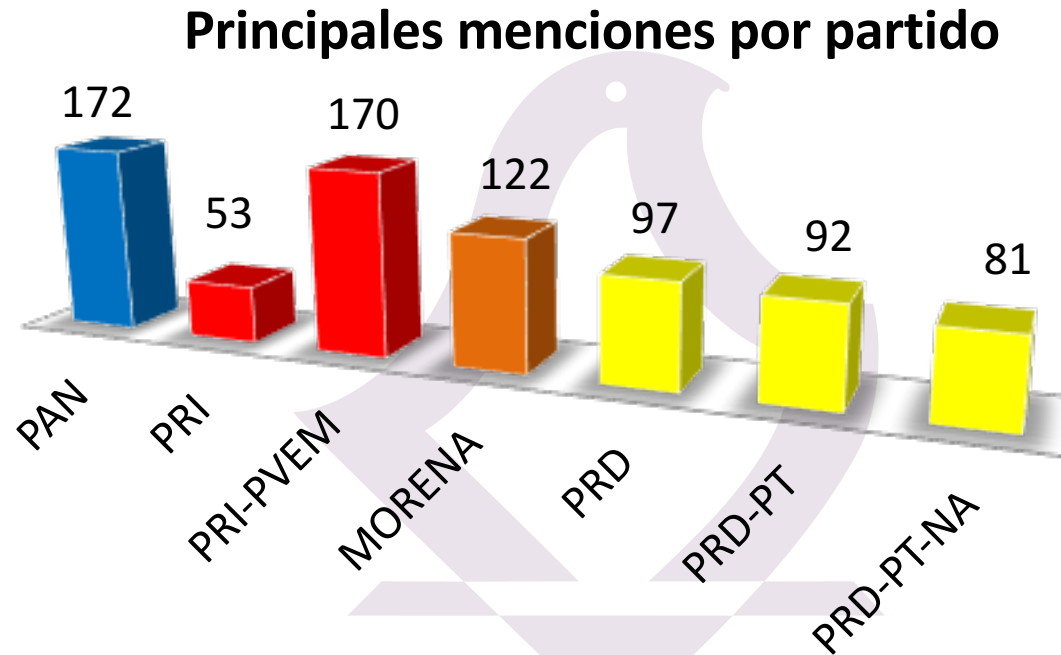
**Menciones por medio de comunicación (UNAM-INE)**



**Tiempo por medio de comunicación (UNAM-INE)**



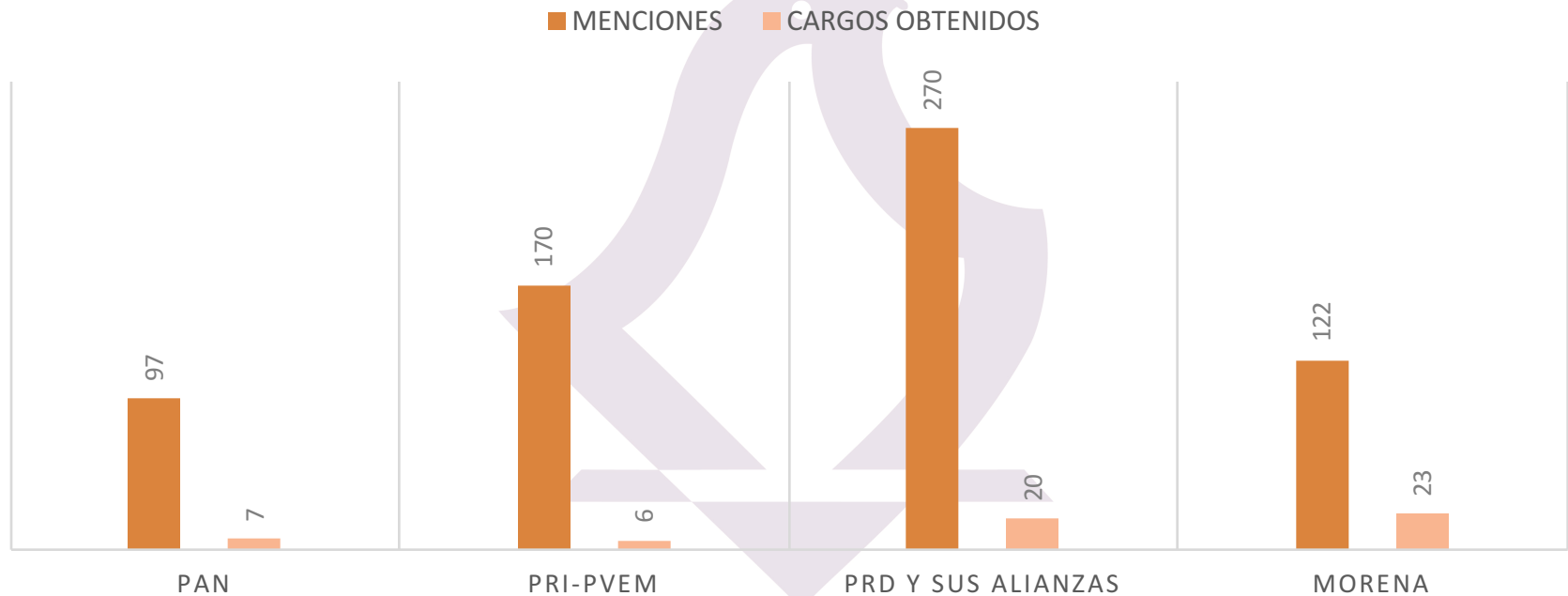
## PRINCIPALES HALLAZGOS CUANTITATIVOS



Las menciones como partido y las que obtuvieron con sus alianzas para la postulación de candidatos comunes arrojan nuevos resultados: el PRI y PRI-PVEM registrarían en total 223 menciones y más de seis horas y media de tiempo en los medios; el PRD y sus alianzas PRD-PT y PRD-PT-PANAL sumarían 270 menciones en más de ocho horas y cincuenta minutos de transmisión.

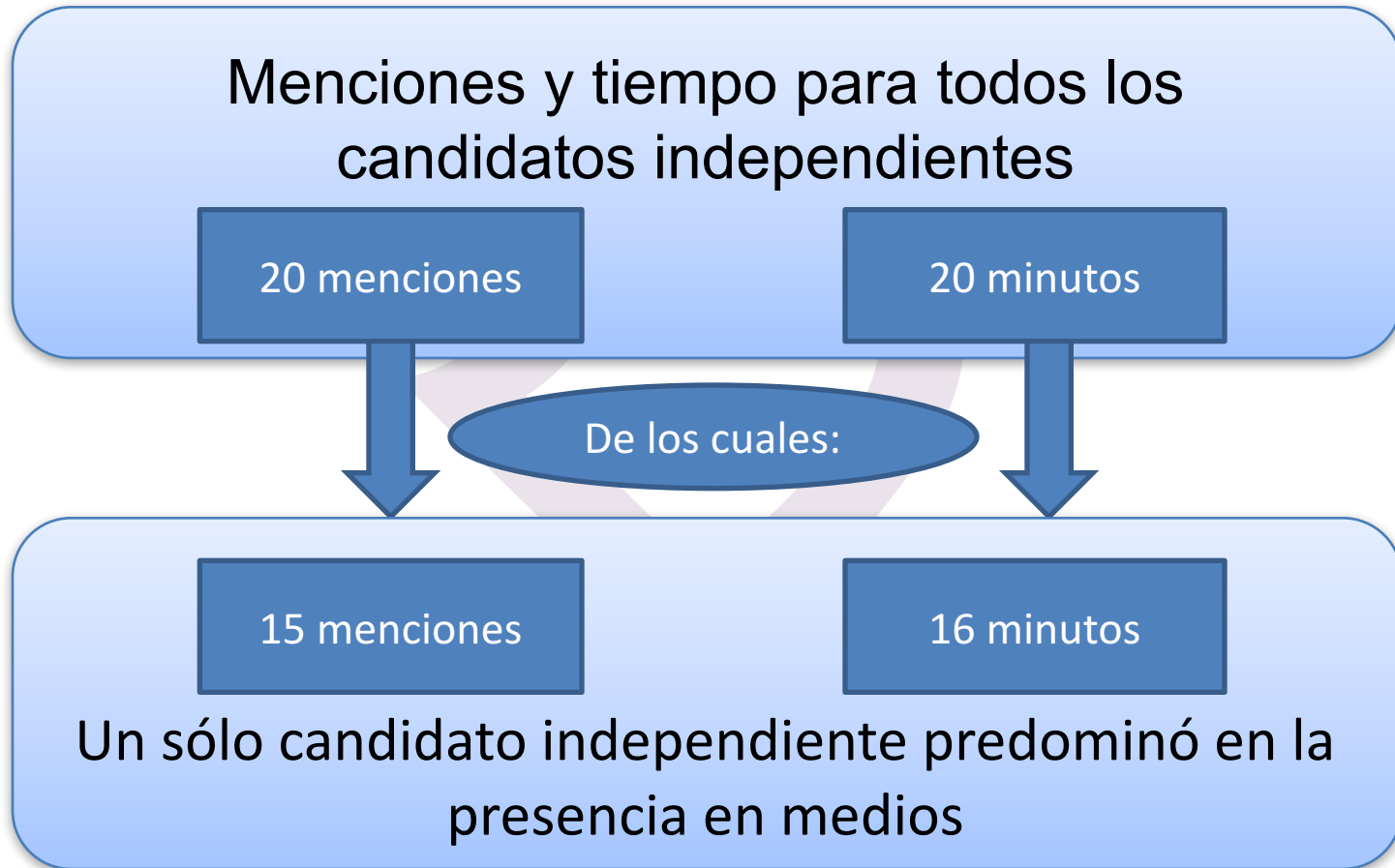
## PRINCIPALES HALLAZGOS CUANTITATIVOS

### Correlación menciones agrupadas y cargos obtenidos (JD y DMR)



No obstante que el PRD y sus alianzas (PRD-PT y PRD-PT-PNA) obtuvieron el mayor número de menciones, obtuvieron menos triunfos que MORENA, partido que obtuvo menos de la mitad de las menciones registradas para el PRD y sus alianzas. Si se comparan los datos del PRD y MORENA resulta que el PRD requirió de 28.3 menciones para cada triunfo mientras que MORENA requirió solamente de 5.3.

# Cobertura a candidatos independientes





## PRINCIPALES HALLAZGOS CUALITATIVOS

### Análisis Cualitativo (Televisión)

- En los noticieros de la empresa TELEVISA la cobertura de la campaña en el D.F. fue casi nula con tiempos de cobertura desde un minuto hasta un máximo de diez minutos en sus tres noticieros de mayor impacto.
- Noticias con Lolita Ayala y El Noticiero con Joaquín López-Dóriga fueron los noticieros con menor cobertura ya que sólo presentaron 2 y 3 menciones cada uno.
- En contrario, Hechos de la Noche y Hechos AM presentaron 12 y 18 menciones, respectivamente.

## PRINCIPALES HALLAZGOS CUALITATIVOS

### Análisis Cualitativo (Radio)

- El noticiero con menor cobertura fue Contraportada con 3 menciones únicamente, seguido de Enfoque Segunda Emisión con 7 menciones y 1 entrevista o mesa de debate.
- La mayor cobertura fue por Reporte 98.5, con 65 menciones y 7 entrevistas o mesas de debate; en segundo lugar, Ciro Gómez Leyva por la Mañana realizó 22 menciones y 17 entrevistas o mesas de debate; En los Tiempos de la Radio con Óscar Mario Beteta realizó el mayor número de entrevistas o mesas de debate con 20.



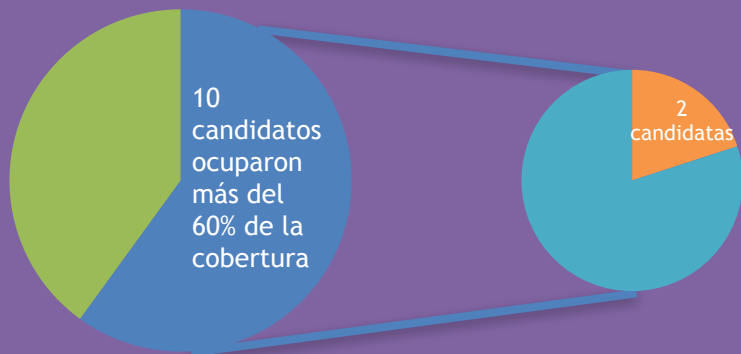
# HALLAZGOS DEL ANÁLISIS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO



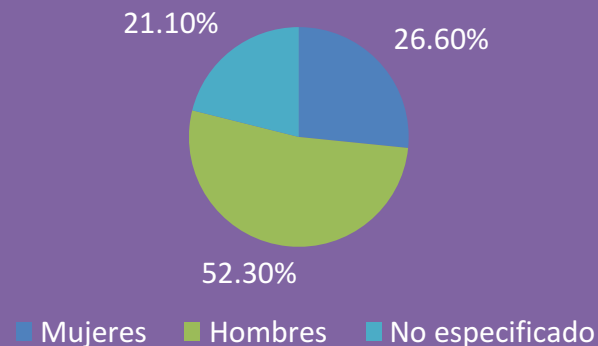
# PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ANÁLISIS DE GÉNERO

## Ciudad de México

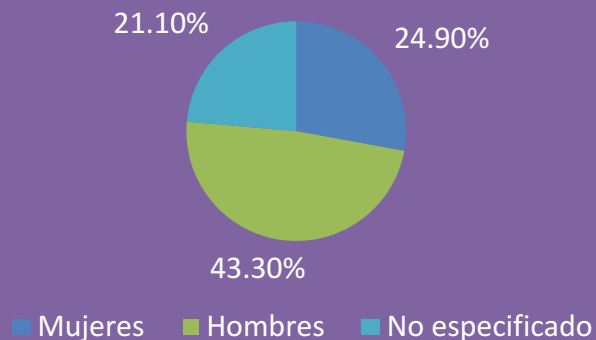
### Cobertura informativa



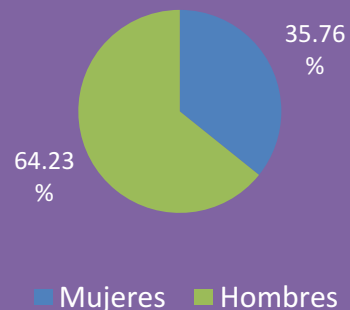
### Tiempo de Cobertura



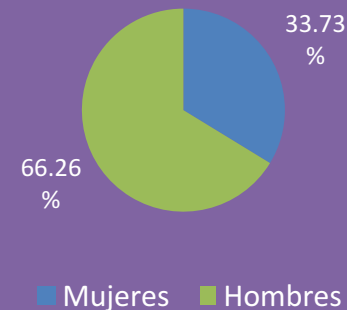
### Menciones



### Menciones



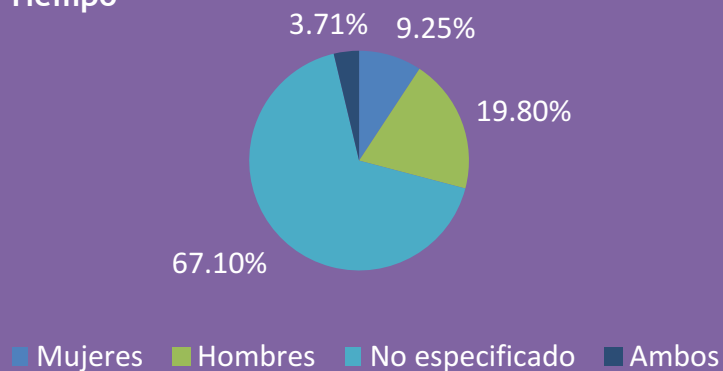
### Tiempo



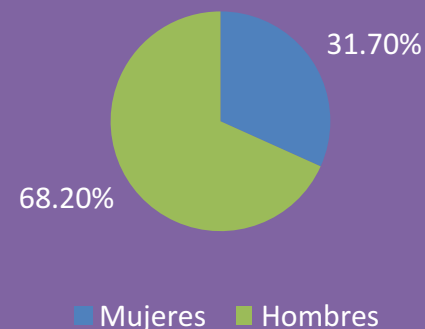
# PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ANÁLISIS

## Elección federal

Tiempo



Tiempo por género

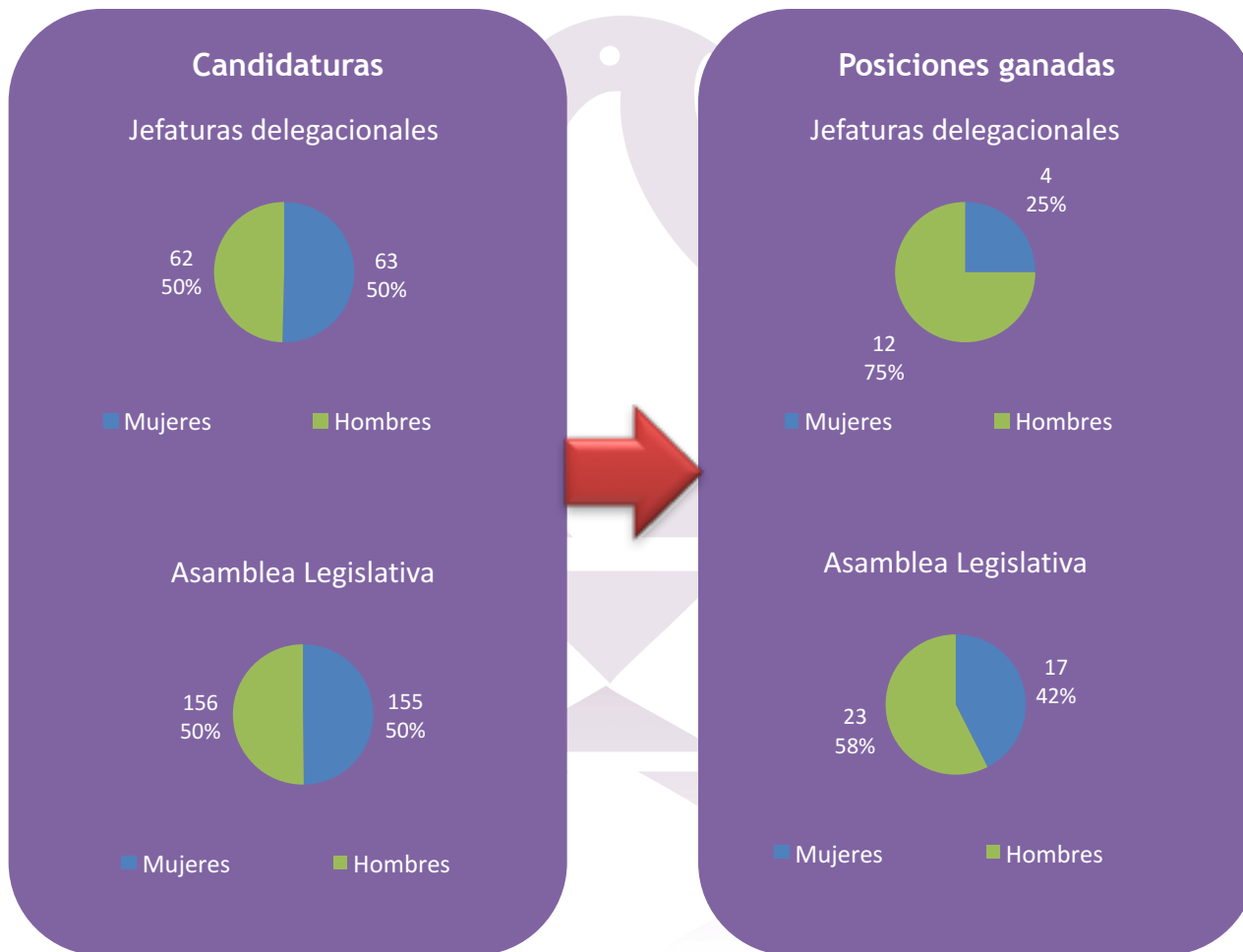


Ámbito latinoamericano, desde diferentes metodologías se ha identificado la existencia de una menor cobertura mediática de las mujeres candidatas



Aún se siguen enfrentando claras desigualdades

# COMPARACIÓN COBERTURA CON CANDIDATURAS EN EL PROCESO 2014-2015



## COMPARACIÓN COBERTURA CON CANDIDATURAS EN EL PROCESO 2014-2015

“OJOS QUE (aún) NO VEN. Nuevo reporte de ocho países: género, campañas electorales y medios en América Latina”



Guatemala

Candidatas: 25%  
Cobertura: 12.8%



Bolivia

Candidatas: 25%  
Cobertura: 12.8%



Argentina

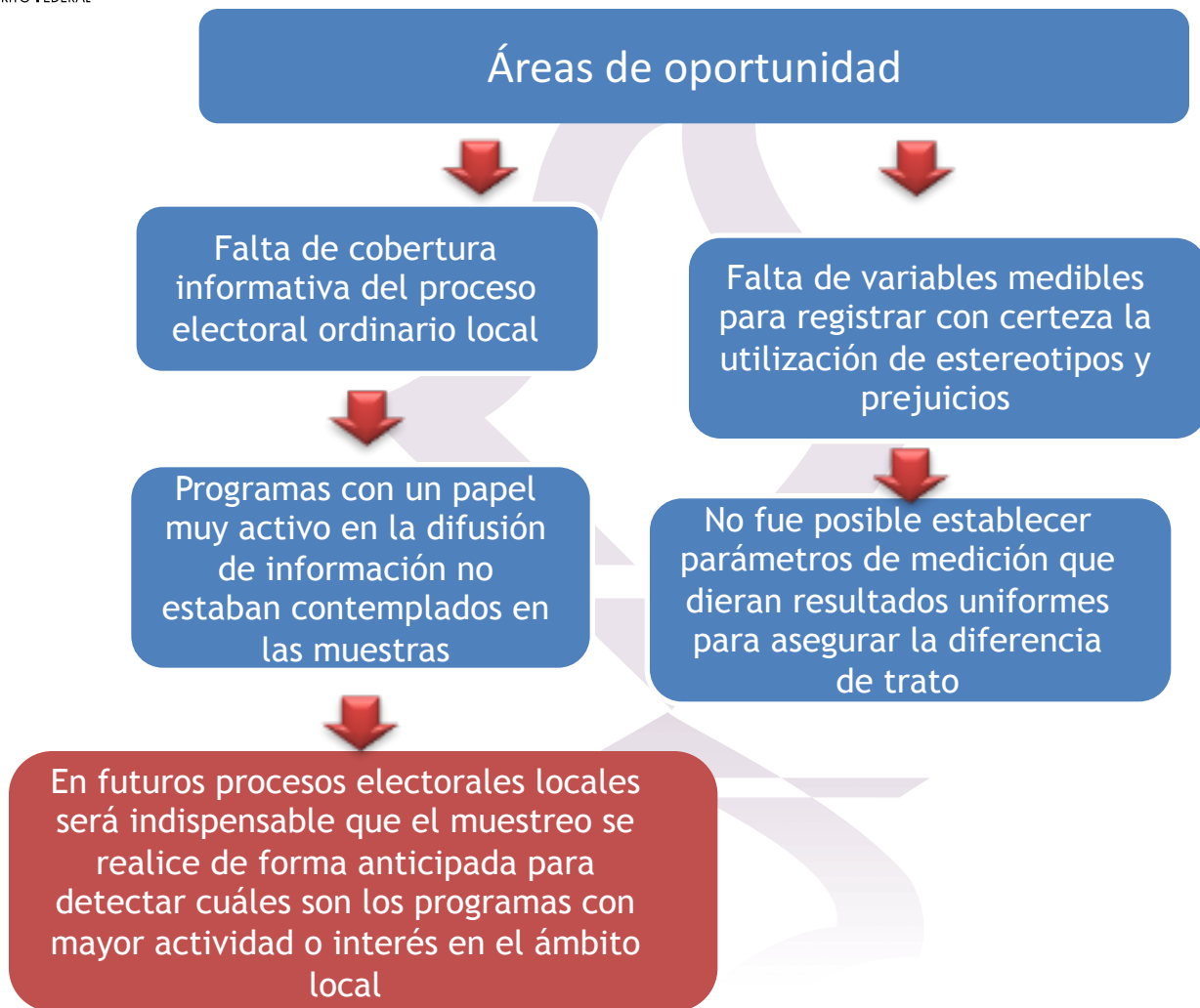
Candidatas: 25%  
Cobertura: 12.8%

En el monitoreo realizado no se obtuvieron indicios de un trato discriminatorio al referirse a las candidatas, o que los comunicadores se condujeran bajo estereotipos sexistas

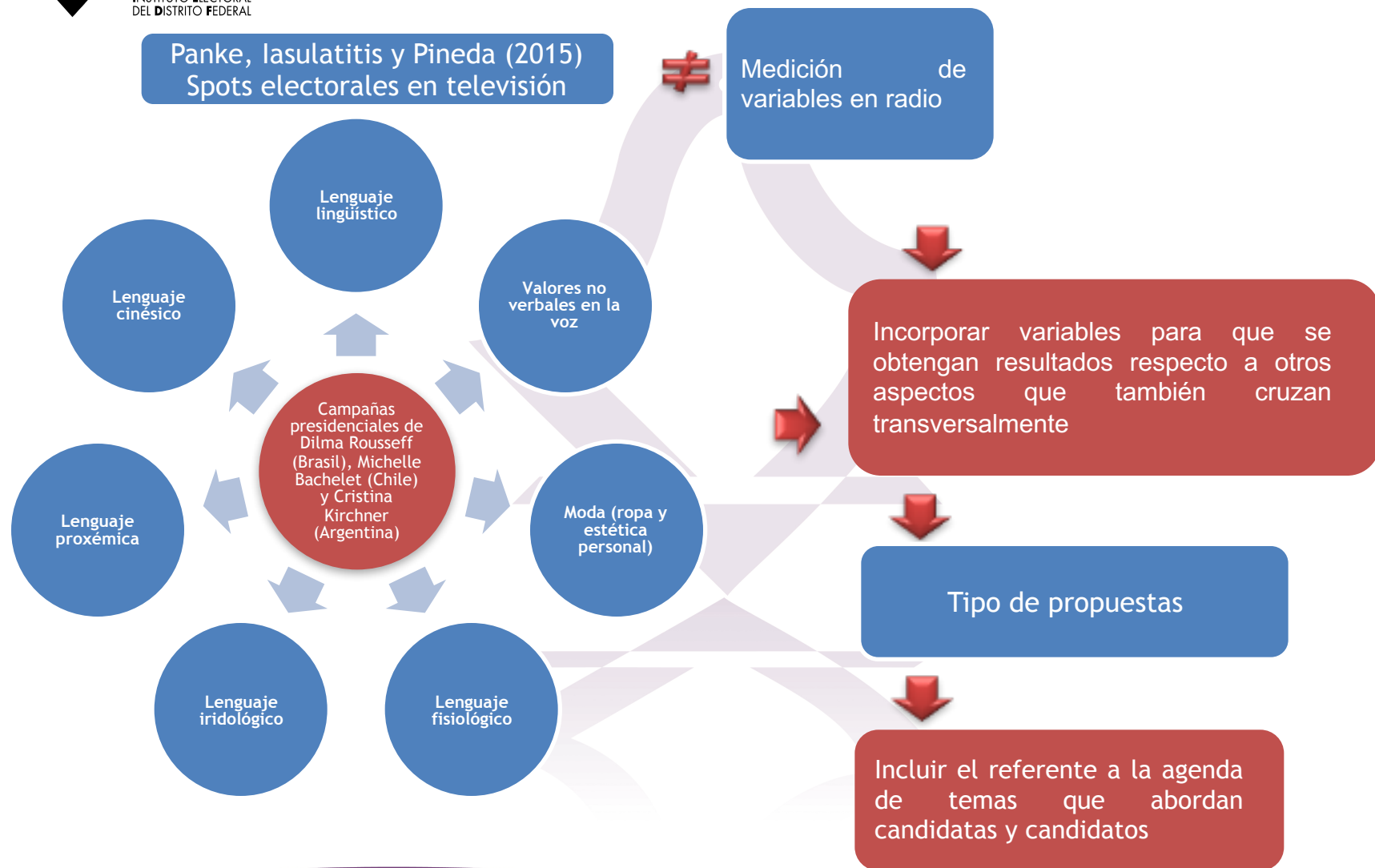
Los candidatos obtuvieron cerca del doble de tiempo que se destinó a las mujeres, 52.3% contra 26.6%.

# **DESAFÍOS Y DIFICULTADES PARA LA REALIZACIÓN DE FUTUROS MONITOREOS**





# PROBLEMAS CON LA MEDICIÓN DE VARIABLES TEMÁTICAS ABORDADAS POR LOS CANDIDATOS



## PROBLEMAS CON LA MEDICIÓN DE VARIABLES TEMÁTICAS ABORDADAS POR LOS CANDIDATOS

- 1. LENGUAJE LINGÜÍSTICO:** es el discurso verbal, su contenido y argumentos.
- 2. LENGUAJE CINÉSICO:** son los movimientos y las expresiones físicas durante el discurso y también los silencios.
- 3. LENGUAJE PROXÉMICA:** corresponde al uso y organización del espacio físico (cerca de las personas, sentada en una mesa con su equipo).
- 4. LENGUAJE IRIDOLÓGICO:** es el contacto visual muy perceptible en la televisión, cuando el candidato mira hacia la cámara o al entrevistador, por ejemplo.
- 5. LENGUAJE FISIOLÓGICO:** características morfológicas de una persona que deben ser tenidas en cuenta.
- 6. MODA (ROPA Y ESTÉTICA PERSONAL):** vestuario y apariencia escogida de acuerdo con la constitución de la persona y con los objetivos de la comunicación.
- 7. VALORES NO VERBALES EN LA VOZ:** el tono, el volumen y la contextura ayudan a reforzar el mensaje.



# **CONSIDERACIONES FINALES: EL MONITOREO DEL IEDF COMO MODELO EXPORTABLE**

## CONSIDERACIONES FINALES: EL MONITOREO DEL IEDF COMO MODELO EXPORTABLE

Implementar ejercicios de monitoreo evidencien lo que pasa en el terreno local

IEDF  
IEEPC Jalisco

### Beneficios:

- La visibilización de la discriminación de género en otras entidades del país.
- Fomento de la equidad en la contienda electoral desde una perspectiva de género.
- Sensibilización respecto al problema que enfrentan las mujeres que quieren acceder a cargos públicos.
- Concientización sobre los problemas que enfrentan el género femenino al poner en la discusión una perspectiva de este tipo.

### Obligaciones:

- Adoptar medidas concretas para erradicar la discriminación de las mujeres en el ejercicio de sus derechos políticos.
- Derecho que tienen los ciudadanos de obtener información que les sea útil para formarse una opinión



www.elecciondf2015.org

# CONSIDERACIONES FINALES: EL MONITOREO DEL IEDF COMO MODELO EXPORTABLE



## REPORTE FINAL MEDIOS EN TORNO A LAS CAMPAÑAS DEL DISTRITO FEDERAL 20 DE ABRIL DE 2015 - 7 DE JUNIO DE 2015

JUNE 19, 2015 / CLAUDIA ARRUÑADA

Monitoreo del comportamiento informativo en radio y televisión en el Distrito Federal

*Departamento de Comunicación*

*Universidad Iberoamericana, Ciudad de México*

**Reporte Final Medios en torno a las campañas del Distrito Federal**

**20 de abril de 2015 – 7 de junio de 2015**

Este Reporte Cuantitativo contiene tablas que resumen el comportamiento informativo en 41 programas noticiosos (16 de radio y 25 de televisión. Ver [Lista de Noticieros Monitoreados](#)) transmitidos desde el Distrito Federal sobre la campaña electoral 2015 en esta entidad federativa. Se monitorea el proceso mismo de las campañas y sus actores (partidos y candidatos). A continuación se presentan los datos más relevantes en relación con las variables monitoreadas (ver [Reporte Final Cuantitativo Campañas](#)).

[Continue Reading →](#)

## CONSIDERACIONES FINALES: EL MONITOREO DEL IEDF COMO MODELO EXPORTABLE

### *Ojos que no ven:*

“los medios informativos pueden invisibilizar a las mujeres políticas, ya que cuando hablan de ellas se hace poca referencia a su trayectoria o sus logros, y en contraste, informan sobre su situación marital o su condición de madre o jefa de familia”.

**GRACIAS**

**ybeltran@iedf.org.mx**



**@yuribeltranm**