



MONITOREO DE MEDIOS

MONITOREO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO A PROGRAMAS QUE DIFUNDAN NOTICIAS MEDIANTE RADIO Y TELEVISIÓN DURANTE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS DEL PROCESO ELECTORAL 2020-2021 EN SONORA.

INFORME MENSUAL DE ABRIL
INFORME DEL 1 AL 30 DE ABRIL DE 2021
GRÖSSMAN BEYOND MARKETING

INTRODUCCIÓN

Con el presente monitoreo se busca concientizar a los medios de comunicación y a la clase política en su conjunto, sobre la importancia de internalizar la paridad de género no solo como una imposición legal, sino como un elemento fundamental para consolidar la democracia, así como para subsanar una de las tantas desigualdades que forman parte de la vida política de México, la brecha de género.

Entendiendo el rol que juegan los medios de comunicación en la democracia moderna, este Instituto se da a la tarea de promover que exista una cobertura cada vez más igualitaria entre mujeres y hombres en precandidaturas y candidaturas y, además, que la forma en la que se muestre a las precandidatas y candidatas se enfoque en presentar y analizar sus propuestas políticas y trayectoria profesional, y en el proceso, eliminar la generación de contenido cargado de estereotipos de género que ubiquen a las candidatas en su ámbito privado.

El presente informe es resultado de un monitoreo de medios de comunicación realizado durante el periodo del 1 al 30 de abril del 2021 con los insumos de información proporcionados a través del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del estado de Sonora (IEEyPC) que proveyó de grabaciones de programas de radio y televisión (audio y video) emitidos en este periodo en los municipios de: Guaymas, Etchojoa, Navojoa, Hermosillo, Cananea, Caborca, San Luis Río Colorado, Puerto Peñasco, Cajeme y Nogales.

Para dicho monitoreo se siguió una metodología mixta en la que se basó el registro de diferentes aspectos nombrados como “variables” y posteriormente su concentración en matrices diseñadas exprofeso que permitieron a su vez realizar un análisis cuantitativo y cualitativo.

Uno de los objetivos de este monitoreo es identificar y registrar estos diferentes tipos de eventos (visibilización y mención de hombres y mujeres en la vida pública -especialmente aquella vinculada a la política-, los temas que son abordados en estos programas, las valoraciones emitidas sobre las y los actores políticos, el uso del lenguaje incluyente, el uso de estereotipos, etc.) ocurridos durante los programas de radio y televisión que consume la ciudadanía sonorenses en su diario acontecer y específicamente en periodos de gran coyuntura e importancia como es el electoral.

Los periodos en los cuales se realizará el monitoreo son:

1. Precampaña de Gubernatura: del 15 de diciembre de 2020 al 23 enero de 2021.
2. Precampaña de Diputaciones y Ayuntamientos: del 04 de enero de 2021 al 23 enero de 2021 (se amplió por disposición del INE —Acuerdo INE/CG04/2021 —, a fecha 31 de enero de 2021).
3. Campaña de Gubernatura: del 05 de marzo al 2 de junio de 2021.
4. Campaña de Diputaciones y Ayuntamientos: del 24 de abril al 02 de junio de 2021.

ACTORES POLÍTICOS

A continuación se presentan los actores políticos:

ACTOR POLÍTICO	SIGLAS
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	PAN
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	PRI
PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	PRD
PARTIDO DEL TRABAJO	PT
PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO	PVEM
MOVIMIENTO CIUDADANO	MC
MORENA	MORENA
NUEVA ALIANZA SONORA	NAS
PARTIDO ENCUENTRO SOLIDARIO	PES
REDES SOCIALES PROGRESISTAS	RSP
FUERZA POR MÉXICO	FXM
COALICIÓN VA POR SONORA	VPS
CANDIDATURA COMÚN VA POR SONORA (PAN, PRI Y PRD)	CC VPS
CANDIDATURA COMÚN JUNTOS HAREMOS HISTORIA (MORENA, PT, PVEM Y PNA SONORA)	CC JHH
ASPIRANTE A CANDIDATURA INDEPENDIENTE CON DERECHO A REGISTRO	CI
CANDIDATA Y CANDIDATOS	
PRECANDIDATAS Y PRECANDIDATOS	

METODOLOGÍA DEL MONITOREO

Los testigos de grabación son enviados por parte del IEEyPC mediante un repositorio que permite descargar los archivos correspondientes de los noticieros grabados de las distintas localidades donde se realiza el presente monitoreo.

Una vez recibidos los archivos, fueron clasificados por medio (radio y televisión), municipio y día de transmisión, mismos que mediante el uso de herramientas informáticas fueron convertidos en texto para realizar una búsqueda sistemática que incluyó localizar palabras y situaciones claves; los tiempos de las piezas informativas, así como las menciones de las y los actores políticos. Una vez detectadas las palabras claves de los nombres de los partidos políticos, coaliciones y aspirantes a candidaturas independientes, así como los nombres de los y las precandidatas, y todo nombre marcado en la metodología, se procedió a guardarlos en una base de datos (FIREBASE) y se respaldaron en un servidor (ZARE).

Concluido el proceso técnico anterior, se procedió a registrar la información en la matriz de análisis derivada de la metodología con perspectiva de género, proporcionada por el

IEEyPC. El producto de las matrices es analizado, tomando en cuenta las variables de lenguaje incluyente y uso de estereotipos de género. El informe se elabora con base en un análisis cuantitativo y cualitativo.

En este informe de monitoreo del mes de abril, del total de las menciones se registró la presencia de 149 nombres de del género femenino y 234 nombres del género masculino, esto referente a candidatas/os, precandidatas/os y aspirantes a candidatura independiente con derecho a registro, para los puestos de gubernatura, diputaciones o ayuntamientos, que aunque el periodo de campaña es solo para candidatos y candidata a gubernatura, en este periodo de análisis se tomaron en cuanto aquellos y aquellas aspirantes que fueron mencionados por los sujetos de enunciación.

RESULTADOS GENERALES

Como resultado del monitoreo realizado en Sonora aplicado a 82 programas que difunden noticias en radio y televisión, de los cuales se hicieron un total de 1485 emisiones, 1164 fueron de radio y 321 de televisión en 10 municipios con cobertura amplia en varias poblaciones del estado de Sonora del periodo del 1 al 30 de abril de 2021 en sus respectivos horarios (**Gráfica 1**).

Se encontraron 2918 menciones en relación a las precandidaturas y aspirantes a candidatura independiente por la gubernatura, diputaciones y ayuntamientos, de estas, 2224, el 76% fueron para el género masculino y 694, el 24% fueron para el género femenino (**Gráfica 2**).

Para el presente monitoreo, es considerado el catálogo de programas de radio y televisión, aprobados por Consejo General, mismos que comprenden los municipios de Guaymas, Etchojoa, Navojoa, Hermosillo, Cananea, Caborca, San Luis Río Colorado, Puerto Peñasco, Cajeme y Nogales, los cuales representan una cobertura estratégica en el estado de Sonora.

En este análisis de monitoreo se observó la presencia de un mayor número de menciones en notas informativas. Del total de las 2918 menciones, 1963 se registraron en radio y 955 en televisión (**Gráfica 5**). Respecto a los géneros periodísticos más utilizados en los noticieros de radio y televisión, sobresale el género de nota informativa con un total 67%. Le sigue el género de opinión y análisis con el 26% y para entrevista se registró el 7% (**Gráfica 6**).

De las menciones sobre precandidaturas, candidaturas y aspirantes a una candidatura independiente a la gubernatura, diputaciones locales y ayuntamientos, 2723 no tienen valoración; es decir, los reporteros/as, conductores/as, locutores/as no pronunciaron verbalmente adjetivos calificativos; quedando 87 menciones con valoraciones positivas y 108 negativas donde sí hubo adjetivos expresadas por los reporteros/as, conductores/as y locutores/as (**Gráfica 4**).

Se consideran menciones positivas en las que hubo adjetivos calificativos en favor de los y las precandidatas, las y los aspirantes a candidaturas independientes y se pueden calificar como negativas, porque hubo adjetivos calificativos con carácter negativo hacia los y las precandidatas, las y los aspirantes a candidaturas independientes.

De las menciones para las precandidaturas, candidaturas y las y los aspirantes a una candidatura independiente, 184 contaron con perspectiva de género, y 2734 sin perspectiva de género. Es decir, son consideradas menciones sin perspectiva de género aquellas que no contaban con lenguaje incluyente y uso de estereotipos de género (**Gráfica 4**).

La información generada por el monitoreo realizado a los 1485 programas noticiosos se registró exclusivamente en noticias ubicadas al interior de los programas de radio y televisión en Sonora. En este periodo se identificaron espacios informativos con mesas de análisis y ediciones especiales dentro de los noticieros relacionado con los temas arranque de campañas electorales. En el caso del municipio de Cajeme el programa *A corte directo*, emitido los viernes por la noche, se ha utilizado exclusivamente para presentar a los candidatos y candidatas de diferentes puestos de elección popular; además de voceros de los diferentes partidos políticos. Igualmente, se encontraron espacios noticiosos con análisis exclusivo de candidatos y candidatas, así como de aspirantes a candidaturas. Los géneros periodísticos como los debates y los reportajes no tuvieron presencia dentro de los espacios de los noticieros de radio y televisión monitoreados en este periodo, sin embargo fue un tema concurrido los debates entre candidatos a la gubernatura organizados por el IEEyPC y Grupo Televisa Hermosillo.

En este monitoreo, se utilizaron los siguientes indicadores o variables para el análisis de la información: *tiempos de transmisión, género periodístico, valoración de la información y opinión, recursos técnicos utilizados, importancia de la noticia, fuente de información, igualdad de género y no discriminación, sujetos de enunciación, uso de lenguaje incluyente y no sexista, violencia política contra las mujeres en razón de género* y registro de encuestas de sondeo y opinión.

En cuanto a la variable de género periodístico, en este se incluyen nota informativa, entrevista, reportaje, debate y opinión y análisis, mismos que se utilizan para presentar la información. De estos géneros, no se registraron debates ni reportajes realizados dentro de los programas que forman parte del catálogo de programas que transmiten noticias en radio y televisión, por tanto, no hay presencia de la variable de locaciones para este indicado.

En la variable de *enunciante del mensaje* fue principalmente registrado por parte de locutores/as, conductores/as, reporteros/as, precandidatos/as de partidos políticos o coaliciones, aspirantes a candidaturas independientes, dirigentes e integrantes de partidos políticos, analistas políticos, así como diputados o diputadas locales. En este periodo de monitoreo se registraron además sujetos de enunciación como voceros, voceras de precampañas, ciudadanos, ciudadanas y coordinador/a de campaña (**Gráfica 10**).

En cuanto a la variable de *recursos técnicos utilizados* hubo mayor presencia del recurso técnico de *solo cita* para el caso de la radio. Para televisión se presentaron más menciones en *cita e imagen*. (Gráfica 7).

En el caso del *tipo de fuente* del mensaje se registró en los partidos políticos, sector institucional, académico, medios de comunicación, sector empresarial y sociedad civil. En cuanto a la *importancia de la noticia* se encontró un mayor número de menciones o noticias sin vinculación al resumen introductorio, además de aparecer la información del minuto 30 al 60 (Gráfica 9).

Los temas abordados durante este primer periodo de análisis del mes de abril, fueron los relacionados al debate de candidatos a gobernador, actividades y arranques de campañas para gubernatura, registros de candidaturas para presidencias municipales, diputaciones locales y también los temas relacionados a sus propuestas como: seguridad, economía, equidad de género, mujeres, jóvenes, sostenibilidad y medio ambiente, desarrollo regional, derechos humanos, economía, elecciones, política, salud, educación e infraestructura, cultura, deporte, gobierno/gobernabilidad y transparencia, política social, y temas legislativos.

Además, destaca en este periodo la variable de *propuestas de los candidatos y la candidata* a la gubernatura de Sonora que refieren después del arranque de sus campañas y de sus actividades proselitistas.

PROPUESTA	TEMA
Eliminar trámites burocráticos para quienes deseen invertir.	Economía
Reducción de presupuesto a Congreso para destinarlo a programa de becas.	Temas legislativos
Declaración de no daño patrimonial.	Gobierno/gobernabilidad y transparencia
Creación de comedores comunitarios.	Política social
Elevar atribuciones del Instituto Sonorense de las Mujeres.	Mujeres
No aceptar funcionarios con antecedentes de violencia intrafamiliar.	Mujeres
Centro especializado para jóvenes y adultos en el espectro autista.	Política social
Creación de Fondo Revolvente para emprendedores.	Economía
Recorte de presupuesto del gasto corriente para invertirlo en necesidades de las mujeres.	Mujeres

PROPUESTA	TEMA
Implementar auditoría en tiempo real a través de una aplicación digital ciudadana.	Gobierno/gubernabilidad y transparencia
Presupuesto del Instituto Sonorense de las Mujeres elaborado con perspectiva de género.	Mujeres
Ministerio público a domicilio	Seguridad pública
Política integral para combatir adicciones.	Salud
Gabinete paritario.	Equidad de género
Dar prioridad a empresas sonorenses en licitaciones.	Desarrollo regional
Crear centros especializados en atención a las mujeres.	Mujeres
Reforestación de la Riviera del Río Mayo en Navojoa.	Sostenibilidad y medio ambiente
Otorgar casas abandonadas en colonias conflictivas a policías para que sean vigilantes de la zona.	Seguridad pública
Creación de corredor fiscal Guarmas-Nogales.	Economía
Ampliación de aduanas sonorenses.	Economía
Utilización de aplicaciones digitales en trámites de gobierno.	Gobierno/gubernabilidad y transparencia
Explotación de yacimientos de litio de Bacadéhuachi.	Economía
Eliminar impuestos sobre la nómina para madres solteras.	Mujeres
Redireccionar ruta de la cultura en Sonora.	Cultura
Mantener al Ejército Mexicano como supervisor de obras e infraestructura.	Gobierno/gubernabilidad y transparencia
Guarderías para madres trabajadoras.	Mujeres
Construcción de Hospital General en Ures.	Salud
Entrega de medicinas mediante aplicaciones.	Salud
Centro regional de atención al cáncer en Ciudad Obregón.	Salud

PROPUESTA	TEMA
Municipalizar el Poblado Miguel Alemán	Desarrollo regional
Decretar Alerta de Violencia de Género	Mujeres
Fomentar turismo en la región Comcaac.	Desarrollo regional
Consultas a domicilio y estancias de cuidado para adultos mayores financiadas por el Estado.	Política social
Programa de financiamiento para “changarros” y tiendas de barrio para resurtir sus negocios.	Economía
Creación de centros de desintoxicación económicamente accesible.	Salud.
Diseñar modelo integral de búsqueda para las colectivas de Madres Buscadoras	Seguridad pública
Promover la educación en nuevas masculinidades desde la educación primaria.	Equidad de género
Elaborar padrón de personas con discapacidad en el Estado.	Política social
Cadena de cuartos fríos para el sector frío en todo Sonora.	Economía
Política integral de salud para el combate a las adicciones.	Salud
Gobiernos paritarios con perspectivas de género.	Gobierno/gubernabilidad, transparencia y rendición de cuentas
Desarrollo de ciudades seguras, camiones urbanos exclusivos para trabajadoras con botones de alerta y cámaras de seguridad.	Mujeres
Decretar alerta de género.	Mujeres
Ministerios públicos a domicilio.	Seguridad pública
Programa integral para erradicar el consumo de drogas en jóvenes.	Política social
Creación de una comisión estatal del medio ambiente.	Sostenibilidad y medio ambiente
Instalación de paneles solares.	Sostenibilidad y medio ambiente
Tarifa eléctrica fija para Sonora.	Política social
Basificación del personal médico.	Salud

PROPUESTA	TEMA
Botones de alerta y cámaras de seguridad en parques.	Seguridad pública
Reducción del 50% del presupuesto a partidos políticos.	Gobierno/gubernabilidad, transparencia y rendición de cuentas
Creación de un consejo consultivo empresarial.	Economía
Becas completas a estudiantes de biomedicina.	Educación
Mayor inversión para instituciones de educación superior.	Educación
Impulsar las cooperativas para el apoyo a las MiPymes.	Economía
Creación de un observatorio juvenil	Jóvenes
Construcción de carretera de 3 carriles Sonora-Chihuahua	Infraestructura
Escuela de salud pública.	Salud
Banco de bienestar.	Política social
Gabinete inclusivo.	Gobierno/gubernabilidad, transparencia y rendición de cuentas
Recuperación del CRIT.	Política social
Reactivar fondo minero.	Economía
Creación de agencia de protección animal.	Política social
Convertir el Hospital General en un hospital universitario para estudiantes de medicina y enfermería.	Salud
Creación de una secretaría del medio ambiente.	Sostenibilidad y medio ambiente
Crear el consejo coordinador empresarial en Sonora.	Economía
Crear una red de clínicas para atención a la salud.	Salud
Construir planta potabilizadora en Pueblo Yaqui.	Política social
Creación de oficina de enlace y fiscalía general para los pueblos originarios.	Seguridad pública

PROPUESTA	TEMA
Recorte de 500 millones al Congreso del Estado.	Gobierno/gubernabilidad, transparencia y rendición de cuentas
Estancias infantiles para madres trabajadoras.	Mujeres
Creación del instituto estatal de planeación	Infraestructura

Del total de las menciones, el 83% fueron para hombres y el 17% para mujeres. Esto representó un tiempo total de 133 horas con 59 minutos y 39 segundos para los hombres y 27 horas con 8 minutos con 4 segundos para las mujeres (**Gráfica 3**).

RESULTADOS

I. TIEMPO DE TRANSMISIÓN

Consiste en el tiempo que cada noticiario dedicado a las campañas de partidos políticos, coaliciones y coaliciones comunes, así como aspirantes a candidaturas y aspirantes a candidaturas independientes. Se mide el tiempo efectivo en minutos y segundos, se desagrega por género y se presenta en forma de porcentaje. El tiempo total resulta de la suma de los tiempos registrados correspondientes. A continuación, se muestran los resultados obtenidos en este periodo para esta variable:

1.1. RESULTADOS GENERALES EN RADIO Y TELEVISIÓN POR GÉNERO

De los resultados obtenidos del análisis de monitoreo en los noticieros de radio y televisión, el género masculino fue el que obtuvo el mayor tiempo de transmisión con 133 horas, 59 minutos y 39 segundos, esto representa el 83% y el género femenino obtuvo un tiempo total de 27 horas con 8 minutos y 4 segundos, con 17% (**Gráfica 3**).

GÉNERO	TIEMPO TOTAL	%
Hombres	133:59:39	83
Mujeres	27:08:04	17
Total	161:07:43	100

Tabla 1.

1.2. RESULTADOS GENERALES EN RADIO POR GÉNERO

En radio, el tiempo de transmisión para el género masculino fue de 114 horas con 9 minutos y 53 segundos, registrando un 85%. Para el género femenino fueron 19 horas, 49 minutos y 6 segundos, arrojando así un 25%.

CANDIDATO/A O ASPIRANTE	TIEMPO TOTAL	%
Hombres	114:09:53	85
Mujeres	19:49:06	15
Total	133:58:59	100

Tabla 2.

1.3. RESULTADOS GENERALES EN TELEVISIÓN POR GÉNERO

En televisión el tiempo de transmisión para el género masculino fue de 19 horas con 49 minutos y 46 segundos, registrando un 72% y el género femenino registró 7 horas con 18 minutos y 58 segundos, registrando un 28%.

CANDIDATO/A O ASPIRANTE	TIEMPO TOTAL	%
Hombres	19:49:46	73
Mujeres	7:18:58	27
Total	27:08:44	100

Tabla 3.

II. GÉNEROS PERIODÍSTICOS

El método que se utilizó para evaluar el “Género periodístico”, se distinguió mediante el tiempo dedicado a través de los siguientes géneros: nota informativa, entrevista, debate, reportaje, y opinión o análisis. El género periodístico equivale a una pieza informativa. El tiempo total de piezas de monitoreo será igual al tiempo total de los géneros periodísticos o piezas informativas.

2.1. MENCIONES DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS TOTALES EN RADIO Y TELEVISIÓN

En esta variable se contabilizaron 1948 menciones en notas informativas, 199 en entrevista y 771 en opinión y análisis.

GÉNERO PERIODÍSTICO	TOTAL	RADIO	TELEVISIÓN
Nota informativa	1948	1083	865
Entrevista	199	146	53
Opinión Análisis	771	734	37
Total	2918	1963	955

Tabla 4.

La nota informativa fue el género periodístico más utilizado en los noticieros monitoreados debido a que los medios comunicaban el evento noticioso, porque las circunstancias así lo precisaban.

2.2. MENCIONES TOTALES DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA HOMBRES Y MUJERES

En la siguiente tabla se muestran las menciones registradas por cada género periodístico, desagregados entre hombres y mujeres. Se puede observar un mayor número de notas informativas, entrevista, opinión y análisis, para el sexo masculino (**Gráfica 6**).

GÉNERO PERIODÍSTICO	HOMBRES	MUJERES
Nota informativa	1465	483
Entrevista	145	54
Opinión y Análisis	614	157
Total	2224	694

Tabla 5.

2.3. MENCIONES TOTALES DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA HOMBRES Y MUJERES, EN RADIO Y TELEVISIÓN

En cuanto a las menciones totales registradas en radio y televisión por género, el mayor porcentaje se presentó en el género masculino con 2224 menciones y 694 para mujeres (**Gráfica 5**).

GÉNERO	RADIO	TELEVISIÓN
Hombres	1512	712
Mujeres	451	243
Total	1963	955

Tabla 6.

III. VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y OPINIÓN

Se clasifica como información valorada aquella que presentó verbalmente adjetivos calificativos que fueron mencionados por la o el conductor, la o el reportero del noticiero, así como la o el locutor o cualquier voz en off, invitado o invitada, persona entrevistada, así como por las y los analistas de información.

Este proceso se llevó a cabo con base en la metodología proporcionada por el IEEyPC.

Descripción del proceso:

a) Se contabilizó el número de piezas informativas que presentaron alguna valoración expresada mediante algún adjetivo calificativo o frase idiomática utilizada como adjetivo explícito, hacia una mujer que forma parte de un partido político, candidatura, coalición o candidatura común, así como para las y los candidatos independientes.

Se contabilizó también el número de piezas informativas que no tuvieron ninguna valoración a través de algún adjetivo calificativo explícito. Se tomaron en cuenta todos los géneros periodísticos.

b) De la información que presentó alguna valoración, implicación o calificación, en los términos expuestos en el punto anterior, se distinguió entre aquellas que fueron negativas y aquellas que fueron positivas.

c) Se clasificó como información valorada aquella que presentó verbalmente adjetivos calificados o frases específicas que se utilizaron como adjetivos y que fueron mencionados por la o el conductor, la o el reportero del programa, las y los locutores o cualquier voz en off, invitado o invitada, persona entrevistada, así como por las y los analistas de información.

d) Las valoraciones se midieron en relación con los géneros periodísticos. Así como el tiempo total de valoraciones que fue equivalente al tiempo total de géneros periodísticos.

e) Tipos de valoración. Se clasificaron como positivas y negativas, dependiendo de si son a favor o en contra del candidato o candidata, aspirante a candidatura. Las menciones hacia las y los representantes de los partidos, coalición o candidatura común, por tipo de valoración pueden ser iguales o mayores al total de menciones por piezas informativas, ya que un partido, coalición o candidatura común, puede ser valorado más de una vez y de distintas maneras en una misma información.

En la siguiente información se presentan los resultados registrados de esta variable.

3.1. VALORACIÓN TOTAL DE LAS MENCIONES EN PIEZAS MONITOREADAS DESAGREGADAS POR GÉNERO

En esta tabla se muestran los resultados obtenidos del análisis realizado a las noticias monitoreadas del periodo del 1 al 30 de abril, donde se encontraron valoraciones para los candidatos, candidatas o las y los aspirantes a una candidatura por la gubernatura de Sonora, diputaciones o presidencias municipales, desagregados por género. El género masculino fue el que arrojó más registros en todas las variables, siendo quien obtuvo mayor cantidad de menciones durante de este reporte (**Gráfica 4**).

VALORACIÓN	HOMBRES	MUJERES
POSITIVAS	73	14
NEGATIVAS	81	27
SIN VALORACIÓN	2070	653
TOTAL	2224	694

Tabla 7.

PERSPECTIVA DE GÉNERO	HOMBRES	MUJERES
SIN PERSPECTIVA DE GÉNERO	2098	636
CON PERSPECTIVA DE GÉNERO	126	58
TOTAL	2224	694

Tabla 8.

3.2. VALORACIÓN TOTAL DE MENCIONES EN PIEZAS DE RADIO Y TELEVISIÓN POR GÉNERO

En los datos que a continuación se detallan, se establece también la variable de perspectiva de género, que se explica en el apartado III y que se refiere a la igualdad de género y no discriminación.

En este apartado se hace una relación de las menciones que resultaron positivas para cada género, tanto masculino como femenino, registrando el género masculino mayor número de valoraciones tanto positivas como negativas.

VALORACIÓN	HOMBRES		MUJERES	
	RADIO	TV	RADIO	TV
POSITIVAS	69	4	12	2
NEGATIVAS	65	16	23	4
SIN VALORACIÓN	1378	692	416	237
TOTAL	1512	712	451	243

Tabla 9.

PERSPECTIVA DE GÉNERO	HOMBRES		MUJERES	
	RADIO	TV	RADIO	TV
SIN PERSPECTIVA DE GÉNERO	1454	644	421	215
CON PERSPECTIVA DE GÉNERO	58	68	30	28
TOTAL	1512	712	451	243

Tabla 10.

IV. RECURSOS TÉCNICOS UTILIZADOS PARA PRESENTAR LA INFORMACIÓN

El análisis de la variable del recurso técnico utilizado en los noticieros de radio y televisión en Sonora, identifica si existe un trato equitativo sobre los formatos utilizados en los programas para hombre y mujer, de tal manera que los medios de comunicación registraban la información de la siguiente manera:

4.1. RECURSOS UTILIZADOS DESAGREGADOS POR GÉNERO

En la siguiente tabla se muestra el número de menciones en los recursos técnicos utilizados en los noticieros de radio y televisión, desagregados por género masculino y femenino, en los cuales se registró un mayor número para los hombres que para las mujeres (**Gráfica 7**).

En el caso de los recursos utilizados en radio desagregados por género, la variable de *solo cita* obtuvo el mayor número de menciones, por parte del género masculino y la variable *solo cita* para el género femenino (**Gráfica 8**).

RECURSOS RADIO	HOMBRES	MUJERES
Cita y voz	190	41
Solo voz	207	64
Solo cita	1034	327
Cita y audio	81	19
RECURSOS T.V.	HOMBRES	MUJERES
Voz e imagen	110	39
Solo cita	56	24
Solo imagen	35	22
Cita e imagen	475	148
Solo voz	36	10

Tabla 11.

V. IMPORTANCIA DE LAS NOTICIAS

Es la ubicación de las piezas de monitoreo al interior del noticiario y que también es una variable que da cuenta de la importancia que los medios de comunicación le dan a la noticia; tanto la jerarquización de la pieza, así como del tiempo en el que apareció la misma.

5.1. JERARQUIZACIÓN DE LAS MENCIONES POR PIEZA INFORMATIVA POR GÉNERO

La siguiente tabla muestra los resultados obtenidos de la variable *jerarquización de la pieza informativa*, por género. En estos datos el mayor número lo obtuvieron los hombres, contrario a la presencia del género femenino, que registró el menor porcentaje (**Gráfica 9**).

JERARQUIZACIÓN DE LA PIEZA INFORMATIVA	HOMBRES	MUJERES
Presentada en el resumen introductorio	333	97
Vinculada con el resumen introductorio	493	146
Sin relación con el resumen introductorio	1734	540

Tabla 12.

5.2. SEGMENTO DEL TIEMPO EN QUE APARECIÓ LA MENCIÓN DE LA PIEZA INFORMATIVA POR GÉNERO

En esta variable, las menciones de las piezas informativas se presentaron en su mayoría del minuto 30 al 60 de los noticieros del monitoreo realizado en los medios de comunicación de Sonora, tanto para el género masculino como para el género femenino.

SEGMENTO	HOMBRES	MUJERES
Primeros cinco minutos	10	3
Del minuto 5 al 15	168	55
Del minuto 15 al 30	398	141
Del minuto 30 al 60	811	259
Del minuto 60 al 90	375	106
Del minuto 90 al 120	233	70
Posterior	229	60
Total	2224	694

Tabla 13.

VI. FUENTE DE INFORMACIÓN

En este apartado es necesario identificar si la fuente de la información se asocia con algún grupo o sector específico, los cuales pueden identificarse con alguno de los siguientes: Empresarial, Religioso, Sociedad civil, Medios de comunicación, Sector político, Ámbito gubernamental y/o Académico.

En el periodo del 1 al 30 de abril se registraron como fuente de la información a los sectores: **institucional, medios de comunicación, sociedad civil y político.**

VII. IGUALDAD DE GÉNERO Y NO DISCRIMINACIÓN

Además de las valoraciones enlistadas, a fin de atender los temas de igualdad de género, no discriminación y violencia política contra las mujeres en razón de género, se estableció lo siguiente:

Sexo de la persona de la enunciación. Consistió en identificar si la persona que realizó la enunciación fue hombre o mujer, mediante el registro del sexo (los y las reporteras, locutoras o conductoras, los y las analistas de información y cualquier voz en off, invitado o invitada, persona entrevistada, así como por las y los analistas de información), con la finalidad de identificar si existe alguna relación entre la persona que emite la nota, entrevista, reportaje, etc., respecto de la presencia de estereotipos de género y uso de lenguaje incluyente y no sexista.

Identificación del rol de la persona de la enunciación (medios de comunicación)	Sexo de la persona de la enunciación	
	Hombre	Mujer
Conductor/ Conductora	307	185
Locutor/ Locutora	793	275
Reportero/ Reportera	441	431
Periodista/analista	71	25
Voz en off	4	2
Editorialista	30	0
Totales	1646	918

Tabla 14.

Identificación del rol de la persona de la enunciación (actores políticos)	Sexo de la persona de la enunciación	
	Hombre	Mujer
Aspirantes	3	4
Vocero/vocera de partido político o campaña	46	34
Analistas políticos	87	8
Ciudadano/ciudadana	19	9
Dirigente de partido	4	2
Funcionario/a	5	5
Candidato/Candidata	102	34
Totales	266	96

Tabla 15.

De los anteriores datos, es necesario precisar que se consideran como personas de la enunciación, aquellas que emiten algún comentario relacionado a los temas que son objeto

del análisis del presente monitoreo, por lo cual fueron cuantificadas, de tal forma que no se toman en cuenta todas las personas que realizan comentarios sobre cualquier tema.

Además, es importante mencionar que algunos locutores/locutoras de radio tienen más de una emisión del noticiario al día, sin embargo, se contabilizan las menciones en las que participaron como sujetos de enunciación, es decir, cada sujeto de enunciación podría aparecer varias veces, si en ese periodo hizo más de una mención relacionado a las variables analizadas. En el caso de los reporteros/reporteras estos pueden aparecer en diferentes noticieros por pertenecer al mismo grupo radiofónico o trabajar en varios programas. Cabe aclarar que en este indicador se contabilizó que el número de reporteros/reporteras que aparecen como sujetos de enunciación, es menor al registrado para locutores/locutoras.

Lenguaje incluyente y no sexista. El uso de un lenguaje incluyente se refiere a aquel que refleja la pluralidad de la sociedad en la que vivimos, aquel que no excluye a ningún grupo social de la narrativa, por no considerarlo relevante, o bien, por creer que con enunciar a hombres, haciendo referencia a lo masculino, se nombra e incluye a las mujeres. Esta variable se registró a través del número de piezas de monitoreo donde se identificó el uso del lenguaje incluyente por parte de las conductoras o los conductores de los noticieros.

La información se presentó de forma proporcional en relación con el total del número de piezas de monitoreo de las precampañas.

En caso de identificar que no se hace uso de lenguaje incluyente y no sexista, se registró al grupo al que pertenece la mención, es decir, se indicó el grupo que fue omitido.

En la información analizada durante el periodo del 1 al 30 de abril de 2021, en este periodo de análisis los locutores/as, conductores/as, reporteros/as, entre otros enunciantes, hacen generalizaciones del masculino en las noticias relacionadas a las precampañas electorales.

Las frases más utilizadas y que se repitieron con constancia en esta variable fueron: *los candidatos, los aspirantes, los diputados, los abanderados*, dejando de lado el uso del género femenino en su discurso.

La información en la que no se utilizaba lenguaje incluyente fue realizada en su mayoría por parte del género masculino. En cuanto a los sujetos de enunciación se registraron 2924, de los cuales 2562 fueron realizadas por integrantes de los medios de comunicación y 362 por otros sujetos de enunciación. Desagregando estos números por género, 1910 personas fueron del género masculino y 1014 para el género femenino (**Gráfica 10**).

El municipio que registró mayor número de uso de lenguaje no incluyente fue Hermosillo, siendo la radio el medio de comunicación con mayor número de menciones.

En esta misma variable, el uso de lenguaje no incluyente se presentó en su mayoría en los noticieros con horario matutino, desde las 6:15 hasta las 12:00 horas.

Relación de menciones con lenguaje no incluyente:

1 de abril

En Hermosillo, en el programa noticioso *transmitido de 06:30 a 09:00 horas* por Televisa Hermosillo, el conductor al presentar la sección de *Decisión 2021* donde informa sobre las actividades de los candidatos y la candidata a la gubernatura, no utiliza lenguaje incluyente: "*Vamos con Decisión 2021, la ronda de lo que han hecho a los candidatos a la gubernatura del estado de Sonora en las últimas horas aquí en nuestra entidad... Alfonso Durazo*".
2, 7, 8, 9, 12, 13, 14 y 15 de abril por el mismo conductor en el programa. Asimismo, esto se repite en las fechas:

5 de abril

En Guaymas, en el programa noticioso *transmitido de 13:00 a 14:00 horas* por *Sonora Emedios*, el locutor se refiere a las actividades de campaña sin utilizar el lenguaje incluyente: "*Vamos a ir con la agenda de los candidatos, vamos a comenzar con Ricardo Bours...*"

9 de abril

En Hermosillo, en el programa noticioso *transmitido de 06:15 a 08:30 horas* por *Grupo Imagen*, el locutor al presentar las actividades de los candidatos y la candidata a la gubernatura no utiliza el lenguaje incluyente: "*Vámonos con la información de los candidatos esta mañana...*".
Asimismo, esto se repite en las fechas: 12 y 14 de abril.

14 de abril

En Guaymas, en el programa noticioso *transmitido de 13:00 a 14:00 horas* por *Sonora Emedios*, el locutor informa sobre los candidatos y las candidatas a la presidencia municipal de Guaymas y no hace uso del lenguaje incluyente: "*Serán 10 los candidatos, Anabel, vamos con Iván Acevedo*".

23 de abril

El día 23 de abril en Caborca en el programa *noticioso transmitido de 12:00 a 13:30 horas* por *Radio Palacios*, el locutor al presentar una nota informativa expresó: "*Le comento el recorrido de los candidatos a gobernador*".

El día 23 de abril en el programa *noticioso transmitido de 06:30 a 08:00 horas* por *Larsa Comunicaciones*, el locutor al presentar información sobre las actividades de campaña, dijo: "*Vamos a recorrer lo que andan haciendo los candidatos al gobierno de la entidad, 6 entre ellos una mujer que buscan ser el próximo gobernador o gobernadora*".

26 de abril

El día 26 de abril en Caborca en el programa *noticioso transmitido de 12:00 a 13:30 horas* por *Radio Palacios*, el locutor al presentar una nota informativa expresó: "*Son nueve candidatos a la presidencia municipal*".

El día 26 de abril en Puerto Peñasco en el programa *noticioso transmitido de 07:00 a 08:00 horas por Audiorama Comunicaciones*, la locutora al informar sobre el arranque de campañas en ese municipio no utilizó lenguaje incluyente: **“Los abanderados de todos los partidos arrancaron campañas este sábado...”**, **“Algunos candidatos realizaron actos multitudinarios...”**.

El día 26 de abril en Hermosillo en el programa *noticioso de televisión transmitido de 20:00 a 21:00 horas por Televisa Hermosillo*, el conductor al informar sobre una reunión de trabajo del candidato Ricardo Bours comentó que: **“los candidatos a las diputaciones locales y una federal” utilizando el género masculino solamente**”.

VIII. VIOLENCIA POLÍTICA CONTRA LAS MUJERES EN RAZÓN DE GÉNERO

Se establece la valoración para identificar la presencia de estereotipos de género vinculada al tema de violencia política contra las mujeres en razón de género.

Presencia de estereotipos de género. Se clasifica como información con presencia de estereotipos de género, aquella que reproduce expresiones que asignen a una persona ciertos atributos o roles en razón de sus características físicas visibles, lo que hace innecesaria la consideración del resto de sus habilidades, necesidades, deseos y circunstancias individuales. Así mismo, hacer referencia a su condición de mujer vinculada a lo doméstico, de esposa, madre, en vez de mencionar sus capacidades políticas y en la toma de decisiones en un cargo institucional.

Se registró el número de piezas de monitoreo valoradas que presentan al menos un rol o estereotipo de género, mencionadas por los y las reporteras, locutoras o conductoras, analistas de información y cualquier voz en off, invitado o invitada, persona entrevistada, así como por las y los analistas de información.

Análisis cualitativo de la información con perspectiva de género

La metodología cualitativa tiene como finalidad conocer e interpretar los contenidos discursivos representados en cada variable respecto a la igualdad de género, el lenguaje incluyente, los estereotipos de género y la violencia política contra las mujeres en razón de género; que son emitidos por los y las precandidatas, las y los candidatos, los medios de comunicación, las instituciones políticas y otros actores sociales.

Es importante destacar que las menciones relacionadas a la variable con perspectiva de género fueron aquellas que no utilizaron lenguaje incluyente o hicieron el uso de estereotipos de género. En este informe de abril, se encontró que, del total de menciones

de precandidatos, precandidatas y aspirantes a candidatura independiente, de las 2918 menciones, 184 sí registraron información con perspectiva de género, es decir, el 6%.

Los datos del monitoreo realizado del 1 al 30 de abril en el tema de perspectiva de género, demuestran que no se utilizó lenguaje incluyente, con uso de estereotipos de género.

Uso de estereotipo de género

En este periodo del 1 al 30 de abril se mencionaron en los noticieros monitoreados encuestas realizadas por empresas dedicadas a esto, en ellas no mencionó la metodología utilizada y solo haciendo referencia a los datos que resultaron de ellas y además, solo se alude a los candidatos con mayores porcentajes, sin mencionar al resto de los candidatos ni a la candidata a gobernadora.

7 de abril

El día 7 de abril en Hermosillo, en el programa noticioso de televisión *transmitido en horario de 20:00 a 21:30 horas por Telemax*, uno de los conductores al comentar sobre aquellas candidaturas que buscaban reelección, menciona al actual presidente municipal de Cajeme, quien no obtuvo la aprobación para buscar la reelección. En dicho comentario, el conductor añade: *"Y el de Obregón, pero le dieron premio de consolación, su esposa va como en primera plurinominal"*, en el análisis se tiene la utilización del estereotipo "roles de dependencia/sumisión".

9 de abril

El día 9 de abril en Hermosillo, en el programa noticioso transmitido en horario de 07:00 a 11:00 horas por *Comunicadores del Desierto*, el locutor al informar sobre la solicitud de licencia de la presidenta municipal de Hermosillo para contender por la reelección, el locutor se refiere a ella como "doña", este término podría ser la utilización del estereotipo "trato o valoración" de la candidata.

El locutor: "en una semana se decide, pasa o no pasa, doña [nombre Presidenta Municipal de Hermosillo], ¡eh! que está muy rimbomante, que anda haciéndola de todo, que anda circulando obviamente con la posibilidad, eh, iren... no va sola, wow, un pandillón trae detrás eh, qué pandillón, y solo fue, y solo fue a registrarse, el pandillón que lleva, ¡ándale, ande doña [nombre Presidenta Municipal de Hermosillo], hasta la bandera del arcoiris, está atrás eh!, de la diversidad sexual, eh, no que no, así que pa' todos tiene (...)".

12 de abril

El día 12 de abril en Hermosillo en el programa noticioso transmitido en horario de 05:50 a 09:00 horas por *Uniradio*, durante la mesa de entrevista con candidatos y candidatas a diputaciones, el locutor invita a candidatos de Movimiento Ciudadano. El titular explicó la composición del Distrito III y V federal, mismo donde lo dicho recaer en el uso del estereotipo de comportamientos/roles de "Negativa de participación pública".

Locutor: "Pues [nombre del candidato] tiene muchos años en esto, pero [nombre de la candidata], ¿qué negocios de andar en estas broncas?" [risas].

Candidata: "Fíjate [nombre del locutor], que, que es la pregunta del millón, la pregunta del millón, eh, qué negocios, pues tengo muchísimo tiempo recorriendo calle, pero de verdad, a mí en lo personal, la pandemia, me hizo salir de mi zona de confort, y de estar haciendo lo mismo desde la sociedad civil como lo he hecho muchos años, y luchar por algo que, de verdad necesitamos ya".

Locutor: "Eres chef y activista...".

12 de abril

El día 12 de abril en Cajeme, durante el programa en el programa noticioso transmitido en horario de 08:00 a 09:00 horas *por Radiorama*, durante la sección de opinión con un analista/periodista, comentando con la locutora hicieron uso de estereotipos de roles de dependencia/sumisión para referirse a la candidata "plurinominal" número 1 del municipio de Cajeme por el partido Morena.

Analista/periodista: "Es el contexto que está viviendo Cajeme, pues, lo que siempre he dicho, pues hay policías buenos, pero desafortunadamente hay muchos policías coludidos con el crimen organizado, lo hemos comentado, lo hemos analizado y ahí están las consecuencias, pues, no sé cómo la veas tú".

Locutora: "No, no pues a como platicábamos al inicio de este, espacio que lo platicábamos ¿no?, pareciera que es una película, pareciera una... escenas hollywoodenses, pero sin embargo es la realidad que estamos viviendo en Cajeme".

Analista/periodista: "Es la que se va a vivir y se va a vivir hasta, hasta que se vaya este hombre, este capitán, este par de personajes pusilánimes que no le interesa... ya al señor [nombre del presidente municipal de Cajeme] pues ya va a nadar de muertito, ya logró lo que quería, colocar en posición pluri número uno a su mujer al Congreso y el capitán Tarango pues a gozar el baño ese que hizo de \$69,000 pesos y lamentablemente tanto policías como familiares a voltear pa' todos lados y a salir en parejas de a dos o de a cuatro porque quién sabe qué va a pasar, imagínate el desasosiego de sus familias de que un policía salga y no vuelva a su casa".

Locutora: "Como lo que viven cientos de familias aquí en Cajeme, fíjate que lo más triste, que mientras Cajeme se, se, se, este.... Se hunde en la inseguridad, en la violencia, pues la esposa del alcalde, sube mensajes a Facebook, sube sus videos a Facebook dando gracias por ser tomada en cuenta en una pluri".

13 de abril

En Hermosillo, en el programa noticioso transmitido en horario de 07:00 a 11:00 horas por *Comunicadores del Desierto*, el día 13 de abril, el locutor vuelve a referirse a la candidata [nombre de la candidata] como “doña”, término podría ser la utilización del estereotipo “trato o valoración” de la candidata.

En entrevista con el director de Macrodata, en el análisis éste refiere que la manera de hacer campaña es "tradicional", con reuniones con simpatizantes. A lo que el locutor responde: *"Localmente no es la misma, ¿no? localmente en la alcaldía, Doña [nombre candidata] está como 'solita' en la contienda (tono sarcástico para aludir que sí hace campaña con reuniones).*

Director Macrodata: *“Bastante solita”.*

Locutor: *“Bastante sola. Continúa con el tema de cómo se llevan a cabo las campañas, pero no menciona algún candidato o candidata”.*

26 abril

El día 26 de abril, en Nogales, en el programa noticioso transmitido en horario de 08:00 a 11:00 horas por Radio XENY, el locutor hace referencia a la candidata a la presidencia municipal de Hermosillo como **señora** y la llama **bravucona** por utilizar palabras altisonantes. En este diálogo las menciones del locutor se vinculan a las variables de uso de estereotipos de género de *Trato y Valoración y Negativa de participación política*.

Locutor: *“Vale la pena platicar con Gilberto sobre el folklórico arranque de campaña de la candidata de [nombre del partido político] a la presidencia municipal allá en Hermosillo, la ex panista [nombre de la candidata]. Porque hay quienes aseguran que sigue conservando su corazoncito azul de su ADN de su origen que es el [nombre del partido político]. A tal grado que aseguran en esta administración municipal que ella encabezó que está llena de puros ex [referencia a un partido político], entre ellos el ex alcalde de Nogales, quienes aseguran que ocupa un importante allá en el ayuntamiento de Hermosillo. Es un Ayuntamiento [referencia a un partido político] pero con la siglas de [nombre de un partido político]. Me da pena a mí, no es porque me escandalice, ruborice, el decir esas malas palabras, ¿verdad? Pero, pues, mejor que las diga ella, porque la candidata así se ha comportado, ¿no? **Muy bravucona, muy grosera.** Una cosa es tratar de caerle bien a la gente, pero siempre he tenido claro que como servidor, como gobernante pues hay que poner el ejemplo, ¿verdad? Este fue el arranque en el estacionamiento del Estadio Sonora allá en Hermosillo en donde [nombre de candidata] arrancó la campaña por la reelección del Ayuntamiento de Hermosillo, escuche usted el nivel, ¿cómo se dice [nombre de otra persona que participa en el programa]?, **nivel tan alto, nivel tan fino de expresión de la señora, es la presidenta municipal, ¡eh!, que busca reelegirse allá en Hermosillo”.***

Ese mismo día, en el mismo programa noticioso transmitido en horario de 08:00 a 11:00 horas por Radio XENY, en entrevista con una candidata aspirante a la presidencia municipal de Nogales, el locutor inicia saludándola, pero en cada intervención de la candidata este la

interrumpe en reiteradas ocasiones y, además, hace alusión a su condición de ama de casa, esto se vincula a las variables de uso de estereotipos de género de invisibilización y negativa de participación pública.

Candidata a la presidencia de Nogales: “Claro que sí, mi nombre es [nombre de candidata], pa’ los que no me conocen y pues creo que muchos, muchos ya me conocen, puesto que me lo dijeron ayer. Yo soy de Los Mochis, Sinaloa, orgullosamente, Nogales me adoptó hace 14 años y pues aquí tengo 3 hijas, [El locutor la interrumpe: “¿Mucho tiempo, verdad?]. Tres hijas, con 5 nietos, bien bendecida, a mi Dios y pues aquí andamos”.

Locutor: “¡Qué bueno! Una mujer del pueblo, madre de familia, que para serte franco, y yo he tenido que aceptarlo públicamente, digo, porque cuando uno se equivoca en la vida pues hay que tener el valor, la honestidad de reconocer sus errores, sus percepciones. Yo era de los que pensaba sinceramente, te lo digo, que, que pensaba que no ibas a ganar la diputación local [se ríe], que **no la ibas a hacer de diputada local porque eres una ama de casa, porque eres una mujer**, quizás, sin estudios profesionales, sin experiencia previa en la política, pero lo digo, vaya, tapada de boca que nos diste, a muchos”.

Candidata a la presidencia de Nogales: “Sí, pues, de hecho, sabemos que con una licencia no podemos, no necesitamos una licencia más que nada para ayudar al pueblo, hay que ser siempre humilde, sobre todo, pues para poder ayudar a nuestra gente necesitamos...” [El locutor la interrumpe].

30 de abril

El día 30 de abril, en el programa noticioso transmitido en horario de 08:00 a 11:00 horas por Radio XENY, el locutor hace referencia a la vestimenta de una candidata a diputada y la compara con un personaje de una película de Disney esto se vincula a la variable de uso de estereotipos de género de vestimenta/arreglo personal.

Locutor: “Si la mamá le gusta vestir de vaquera, así como [nombre de una candidata], cuando va a Cananea, cuando va a Naco, cuando va a Cucurpe, cuando va a Arizpe, cuando va a Agua Prieta, la [nombre de candidata] se pone sus botas vaqueras, ¿no?, su sombrero, su pantalón levys, su camisa vaquera y el sombrero, claro que no puede faltar. Aunque de repente he visto algunos candidatos que se parecen, cuando se ponen vaquero, cuando se ponen sombrero vaquero se parecen más al Woody, ese personaje de Toy Story, de las caricaturas de Toy Story”.

Analista: “No, no no, pero [nombre de candidata] es gente de nosotros, del pueblo y le queda, le está todo lo vaquero”.

Locutor: “**No se parece la [nombre de la candidata] a la novia del Woody?**”

Analista: “**¿A la vaquerita?**”

Locutor: “A la vaquerita...” [se ríen los dos y van a comerciales].

IX. REGISTRO DE ENCUESTAS DE SONDEO Y OPINIÓN

En este apartado se deberán registrar las encuestas o sondeos de opinión que se difundan en los programas noticiosos que se monitoreen, con el objeto de identificar las encuestas originales que son publicadas y las que son reproducidas por los medios de comunicación.

El día 6 de abril, en Hermosillo en el programa *Reporte Wiki* se dio a conocer una encuesta publicada por el diario *El Financiero*, en donde se menciona solamente a los tres candidatos punteros, sin mencionar al resto de los candidatos y la candidata a la gubernatura de Sonora.

El mismo, en Hermosillo en el programa *Reporte 100* también se comparte la misma encuesta, con los mismos resultados y publicada por el mismo medio.

En Enlace Obregón del grupo Radiorama, el día 28 de abril tuvo un espacio dentro del programa una agencia de consultoría, misma que informó que realizaron un estudio financiado por su propia consultoría en el que hicieron 1,000 entrevistas efectivas por la aplicación de WhatsApp business con 95% de confiabilidad estadística con un margen de error 3.1%, con una tasa de rechazo aproximadamente del 19.4% (1 de c/5) que rechazaron el ejercicio.

Hicieron tres preguntas:

1) ¿Vieron el debate? El 36.5% sí lo vio.

2) ¿Quién opinan que ganó el debate?

Candidato(a) X con 38.6%; Candidato(a) Y con 26.3%; Candidato(a) N con 14.5%; Candidato(a) Z con 4.9%; Candidato(a) M con 3.1%; Candidato(a) R con 2.3%.

3) ¿Si las elecciones fueran hoy, por quién votaría?

Candidato(a) X con 34.3%; Candidato(a) Y con 31.2%; Candidato(a) N con 9.9%; Candidato(a) R con .8%; Candidato(a) Z con .7%; Candidato(a) M con .6%.

La consultoría opinó que con base en esa información lo que hay hasta esa fecha es un “empate técnico” entre los candidatos punteros, pues la diferencia no es significativa.

DATOS GRÁFICOS

DATOS GENERALES DEL MONITOREO DEL 1 AL 30 DE ABRIL DEL 2021

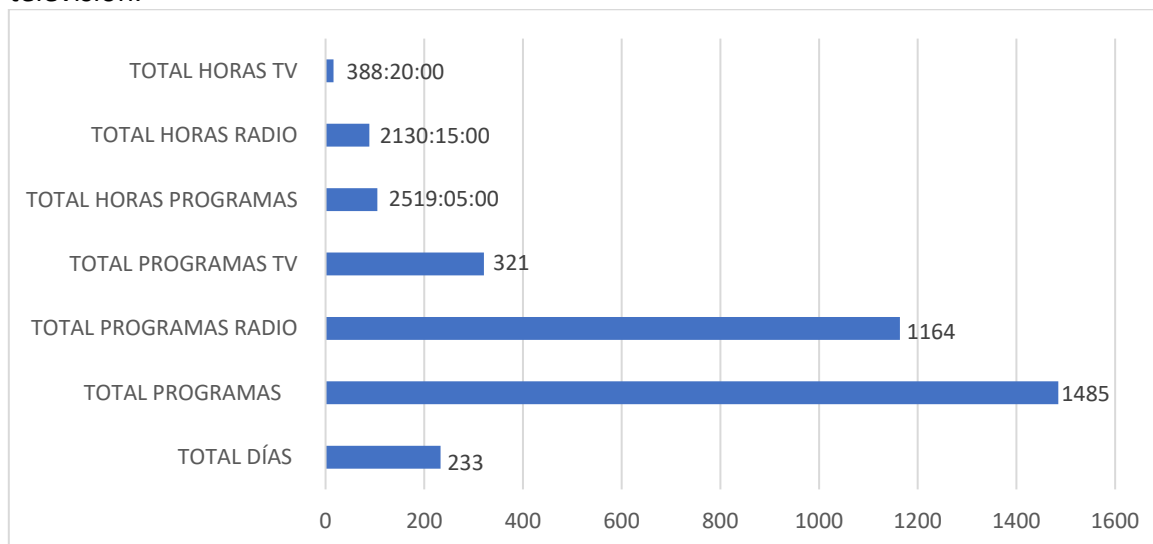
Se analizaron un total de 1485 programas, 1164 fueron de radio y 321 de televisión. En la siguiente tabla se muestra a detalle los programas por municipios.

MUNICIPIO	TOTAL DÍAS ANALIZADOS POR MUNICIPIO (PERIODO DE 29 DÍAS)	TOTAL PROGRAMAS EMITIDOS	TOTAL PROGRAMAS RADIO	TOTAL PROGRAMAS TV
SLRC	25	25	25	0
PEÑASCO	17	31	31	0
NOGALES	25	196	150	46
CABORCA	22	28	28	0
CANANEA	21	40	40	0
GUAYMAS	30	266	266	0
HERMOSILLO	29	518	334	184
CAJEME	26	277	186	91
NAVOJOA	25	91	91	0
ETCHOJOA	13	13	13	0
TOTAL	233	1485	1164	321

Tabla 16.

1. RESULTADOS GENERALES POR HORAS Y PROGRAMAS DEL MONITOREO.

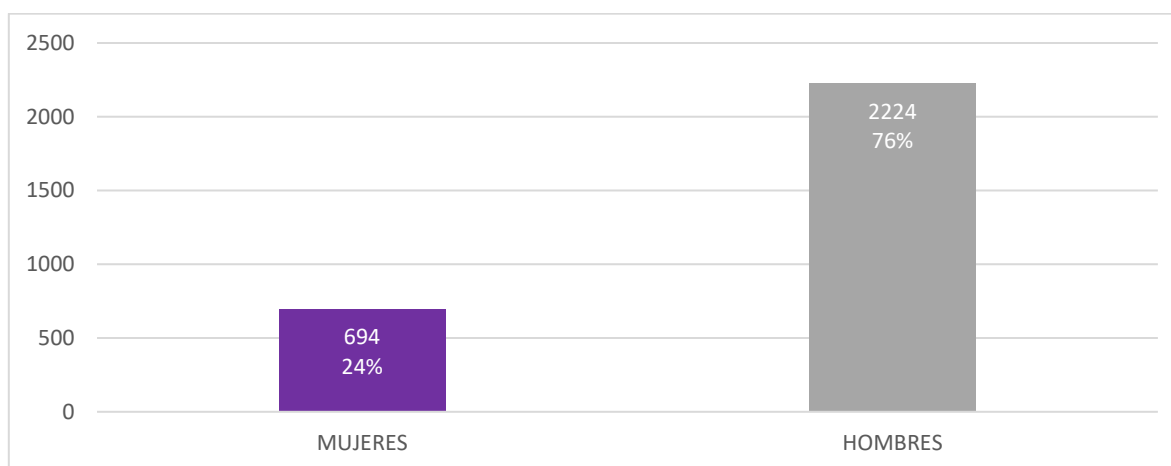
Durante el periodo monitoreado de los noticieros de radio y televisión en Sonora, del 1 al 30 de abril de 2021, el total de los días de monitoreo por el total de los municipios fue de 233, de los cuales se analizaron 1485 programas, 1164 de radio y 321 de televisión; representando 2519 horas con 5 minutos en total, de las cuales 2130 horas con 15 minutos fueron de programas de radio y 388 horas con 20 minutos fueron de programas de televisión.



Gráfica 1.

2. MENCIONES POR GÉNERO

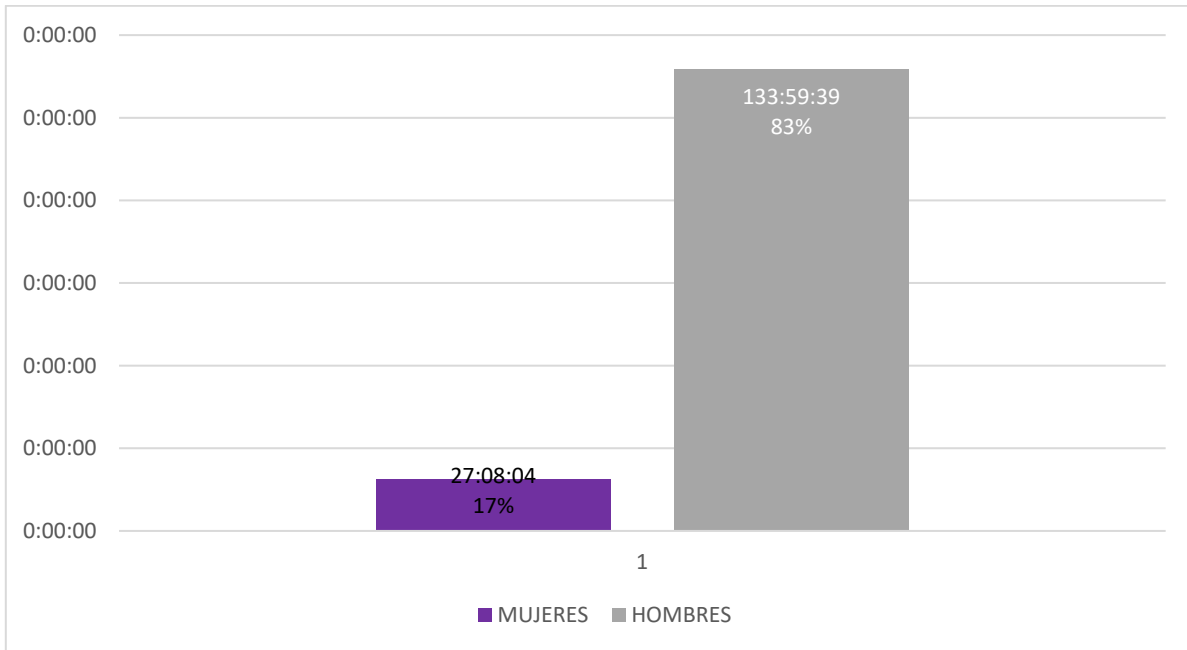
Del total de menciones registradas durante el periodo analizado, los datos registrados fueron desagregados por género, resultando 2224 para los hombres, lo que representó el 76% y 694 para las mujeres, lo que representó el 24%.



Gráfica 2.

3. TIEMPO TOTAL DE MENCIONES POR GÉNERO

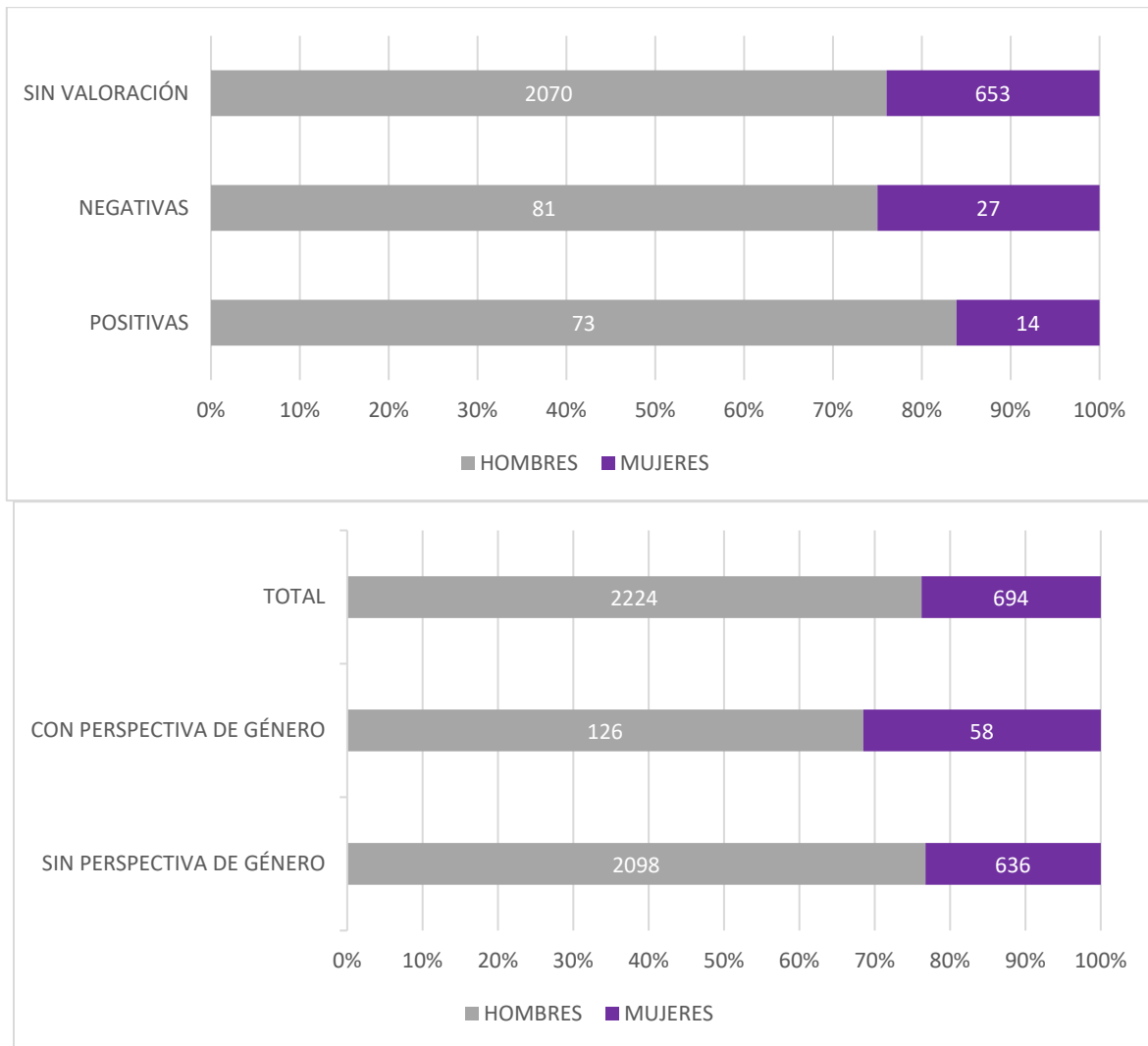
De igual manera sucede con el tiempo total que ocuparon las menciones para el género masculino y el femenino, con 133 horas con 59 minutos y 39 segundos para los hombres representando el 83% y para las mujeres, 27 horas con 8 minutos, 4 segundos representando el 17%.



Gráfica 3.

4. PROGRAMAS DE NOTICIEROS Y EL CUMPLIMIENTO DE PERSPECTIVA DE GÉNERO

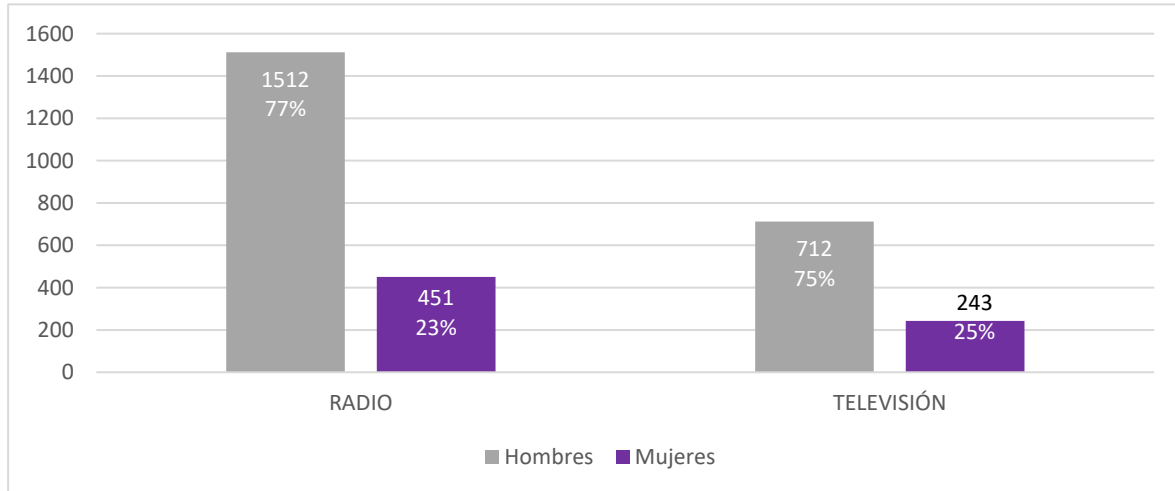
En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos de las menciones totales que registraron algún tipo de valoración, tal como se explicó en el apartado III de este informe, en el que se detallan el número total de menciones desagregadas por género masculino y femenino.



Gráfica 4.

5. MENCIONES DE PIEZAS INFORMATIVAS DESAGREGADAS POR GÉNERO

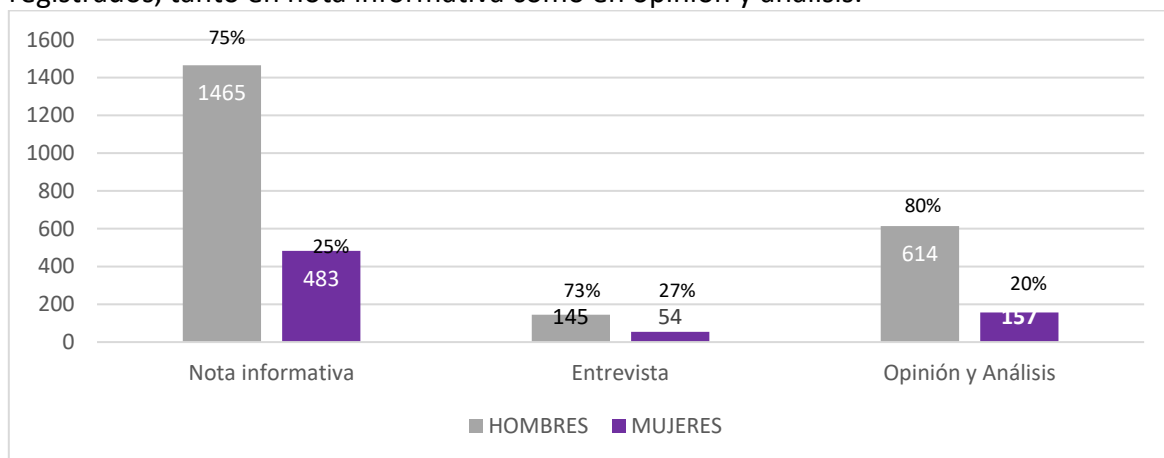
Del total de las menciones generadas del análisis del monitoreo realizado durante este informe mensual de abril, el número más alto lo registró el género masculino tanto en radio como en televisión, siendo el menor número para el género femenino.



Gráfica 5.

6. GÉNERO PERIODÍSTICO POR MENCIONES EN PIEZAS INFORMATIVAS, DESAGREGADAS POR GÉNERO

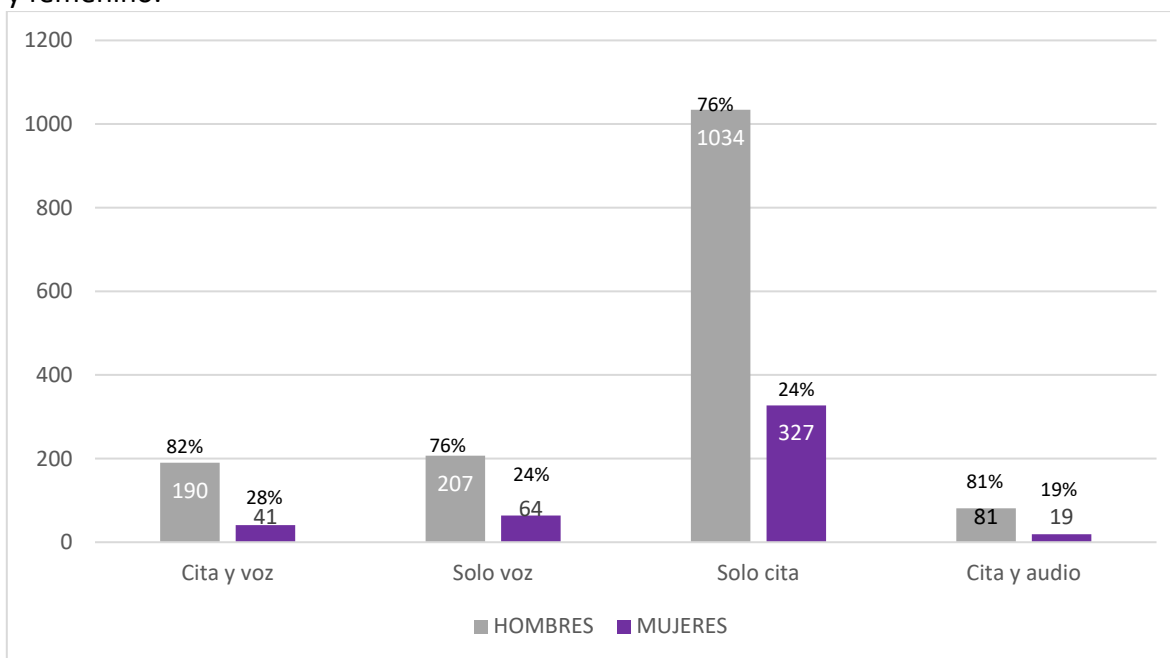
En esta gráfica se muestra el número total de menciones en piezas informativas, tanto de los resultados obtenidos del género masculino, que representó un mayor número, como el género femenino, que obtuvo el menor número en cada uno de los géneros informativos registrados, tanto en nota informativa como en opinión y análisis.



Gráfica 6.

7. RECURSOS UTILIZADOS EN RADIO DESAGREGADOS POR GÉNEROS

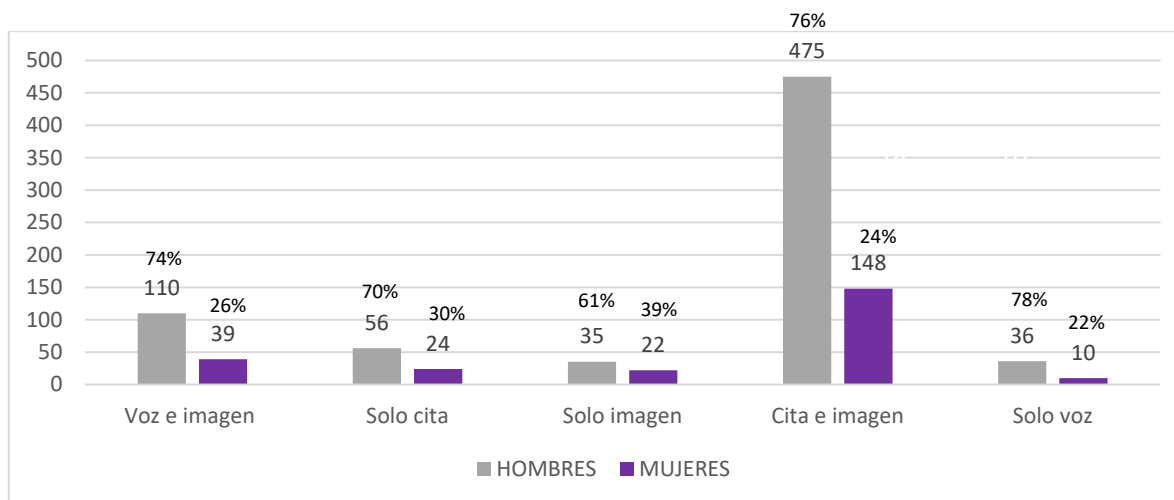
En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos para la variable del *recurso técnico utilizado* en los noticieros de radio en Sonora, desagregados por género masculino y femenino.



Gráfica 7.

8. RECURSOS TÉCNICOS UTILIZADOS EN TELEVISIÓN DESAGREGADOS POR GÉNERO

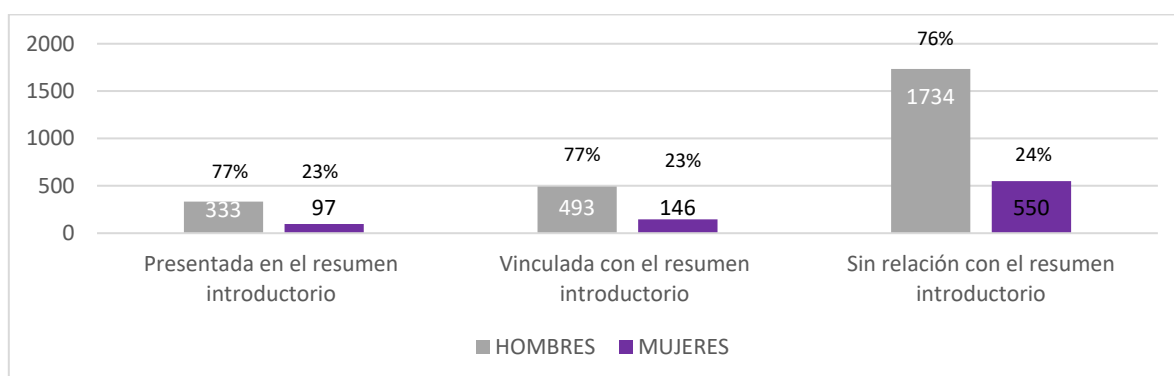
En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos para la variable del *recurso técnico utilizado* en los noticieros de televisión en Sonora, desagregados por género masculino y femenino.



Gráfica 8.

9. JERARQUIZACIÓN DE LA PIEZA INFORMATIVA DESAGREGADOS POR GÉNERO

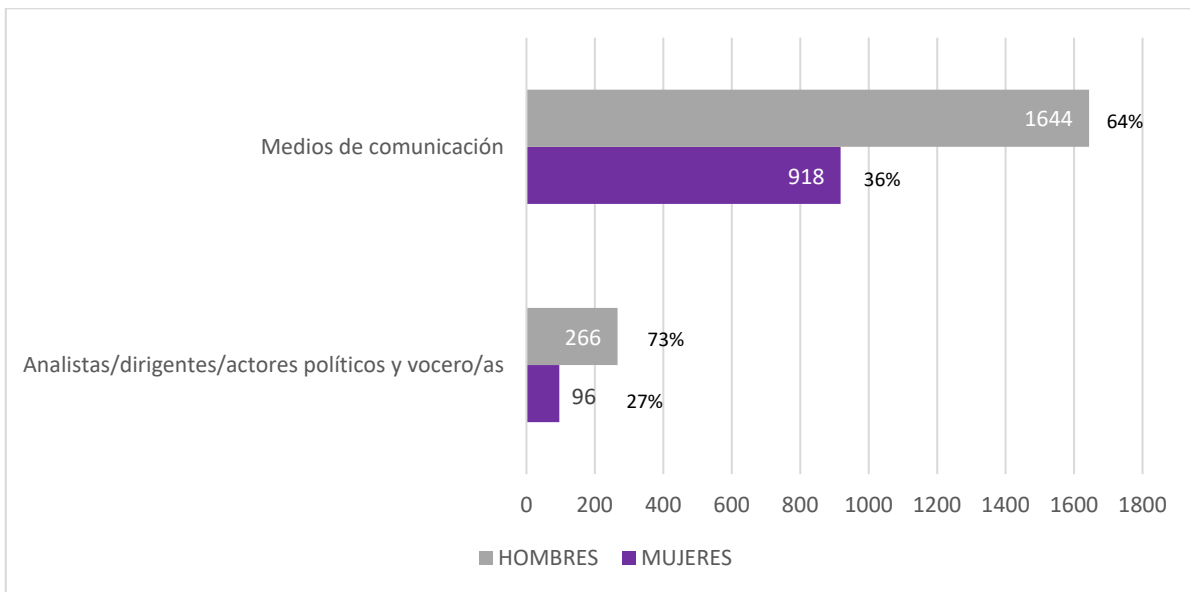
En cuanto a la jerarquización de la pieza informativa sobre la variable que vincula la noticia con el resumen introductorio, el género masculino prevalece en todas las variables.



Gráfica 9.

10. SUJETOS DE ENUNCIACIÓN

En cuanto a las menciones de los sujetos de enunciación se registraron 2924, de los cuales 1910 personas fueron del género masculino y 1014 personas del género femenino. De estos, 1644 hombres y 918 mujeres pertenecen a los medios de comunicación. En cuanto a las demás variables, mismas que pudieran ser analistas, dirigentes, integrantes de partidos políticos, voceros o voceras de campañas y actores políticos fueron 266 hombres y 96 mujeres.



Gráfica 10.