



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.

SEGUNDO INFORME PARCIAL DE ABRIL
INFORME DEL 16 DE 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 16 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 58 nombres de del género femenino y 99 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 760 emisiones, 603 fueron de radio y 157 de televisión en 10 municipios con cobertura amplia en varias poblaciones del estado de Sonora del periodo del 16 al 30 de abril de 2021 en sus respectivos horarios (**Gráfica 1**).

Se encontraron 1277 menciones en relación a candidaturas para la gubernatura, diputaciones y ayuntamientos, de estas, 1023, el 80% fueron para el género masculino y 254, el 20% 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 1277 menciones, 960 se registraron en radio y 317 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 56%. Le sigue el género de opinión y análisis con el 33% y para entrevista se registró el 11% (**Gráfica 6**).

De las menciones sobre candidaturas a la gubernatura, y aspirantes a una candidaturas y candidaturas independientes para diputaciones locales y ayuntamientos, 1170 no tienen valoración; es decir, los reporteros/as, conductores/as, locutores/as no pronunciaron verbalmente adjetivos calificativos; quedando 51 menciones con valoraciones positivas y 56 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 y los aspirantes a candidaturas y candidaturas independientes y se pueden calificar como negativas, porque hubo adjetivos calificativos con carácter negativo hacia las personas candidatas o aspirantes a candidaturas.

De las menciones para las candidaturas y las y los aspirantes a una candidatura independiente, 76 contaron con perspectiva de género, y 1201 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 760 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. Igualmente, se encontraron espacios noticiosos con análisis exclusivo de candidatos y candidatas. Las piezas periodísticas como los debates y los reportajes no tuvieron presencia en los noticieros de radio y televisión monitoreados en este periodo, solo el realizado por el Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana a los candidatos y la candidata a la gubernatura de Sonora, pero este solo fue retomado en los noticieros analizados, a través de notas informativas y opinión/análisis, en ninguno se transmitió completamente, solo extractos del mismo.

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 registraron 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, en el presente periodo 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 indicador.

En la variable de *enunciante del mensaje* fue principalmente registrado por parte de locutores/as, conductores/as, reporteros/as, candidatos/as de partidos políticos o coaliciones, aspirantes a candidaturas, dirigentes e integrantes de partidos políticos, analistas políticos. En este periodo de monitoreo se registraron además sujetos de

enunciación como voceros, voceras de precampañas 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 segundo periodo de análisis del mes de abril, fueron los relacionados al debate y a las actividades de campañas de los candidatos y la candidata a la gubernatura, los 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
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
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
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 80% fueron para hombres y el 20% para mujeres. Esto representó un tiempo total de 94 horas con 0 minutos y 13 segundos para los hombres y 13 horas con 56 minutos con 13 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 candidaturas 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 94 horas, 0 minutos y 13 segundos, esto representa el 87% y el género femenino obtuvo un tiempo total de 13 horas con 56 minutos y 13 segundos, con 13% (**Gráfica 3**).

GÉNERO	TIEMPO TOTAL	%
Hombres	94:00:13	87
Mujeres	13:56:13	13
Total	107:56:23	100

Tabla 1.

1.2. RESULTADOS GENERALES EN RADIO POR GÉNERO

En radio, el tiempo de transmisión para el género masculino fue de 83 horas con 52 minutos y 14 segundos, registrando un 90%. Para el género femenino fueron 9 horas, 23 minutos y 28 segundos, arrojando así un 10%.

CANDIDATO/A O ASPIRANTE	TIEMPO TOTAL	%
Hombres	83:52:14	90
Mujeres	9:23:28	10
Total	93:15:42	100

Tabla 2.

1.3. RESULTADOS GENERALES EN TELEVISIÓN POR GÉNERO

En televisión el tiempo de transmisión para el género masculino fue de 10 horas con 07 minutos y 59 segundos, registrando un 70% y el género femenino registró 4 horas con 32 minutos y 45 segundos, registrando un 30%.

CANDIDATO/A O ASPIRANTE	TIEMPO TOTAL	%
Hombres	10:07:59	70
Mujeres	4:32:45	30
Total	14:40:44	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 718 menciones en notas informativas, 133 en entrevista y 426 en opinión y análisis.

GÉNERO PERIODÍSTICO	TOTAL	RADIO	TELEVISIÓN
Nota informativa	718	450	268
Entrevista	133	87	46
Opinión Análisis	426	423	3
Total	1277	960	317

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	553	165
Entrevista	96	37
Opinión y Análisis	374	52
Total	1023	254

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 1023 menciones y 254 para mujeres (Gráfica 5).

GÉNERO	RADIO	TELEVISIÓN
Hombres	796	227
Mujeres	164	90
Total	960	317

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 16 al 30 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	41	10
NEGATIVAS	46	10
SIN VALORACIÓN	936	234
TOTAL	1023	254

Tabla 7.

PERSPECTIVA DE GÉNERO	HOMBRES	MUJERES
SIN PERSPECTIVA DE GÉNERO	970	231
CON PERSPECTIVA DE GÉNERO	53	23
TOTAL	1023	254

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	40	1	8	2
NEGATIVAS	33	13	6	4
SIN VALORACIÓN	723	213	150	84
TOTAL	796	227	164	90

Tabla 9.

PERSPECTIVA DE GÉNERO	HOMBRES		MUJERES	
	RADIO	TV	RADIO	TV
SIN PERSPECTIVA DE GÉNERO	750	220	145	86
CON PERSPECTIVA DE GÉNERO	46	7	19	4
TOTAL	796	227	164	90

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 *cita e imagen* para el género femenino (**Gráfica 8**).

RECURSOS RADIO	HOMBRES	MUJERES
Cita y voz	118	23

Solo voz	144	38
Solo cita	493	93
Cita y audio	41	10
RECURSOS T.V.	HOMBRES	MUJERES
Voz e imagen	50	21
Solo cita	4	0
Solo imagen	28	17
Cita e imagen	139	49
Solo voz	6	3

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	234	58
Vinculada con el resumen introductorio	347	84
Sin relación con el resumen introductorio	681	169

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	1	0
Del minuto 5 al 15	42	5
Del minuto 15 al 30	197	65
Del minuto 30 al 60	321	86
Del minuto 60 al 90	268	60
Del minuto 90 al 120	109	30
Posterior	85	8
Total	1023	254

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 16 al 30 de abril se registraron como fuente de la información a los sectores: **institucional, partidos políticos, medios de comunicación, sector académico 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	88	23
Locutor/ Locutora	332	137

Identificación del rol de la persona de la enunciación (medios de comunicación)	Sexo de la persona de la enunciación	
	Hombre	Mujer
Reportero/ Reportera	189	187
Periodista/analista	34	18
Voz en off	4	2
Editorialista	30	0
Totales	677	367

Tabla 14.

Identificación del rol de la persona de la enunciación (actores políticos)	Sexo de la persona de la enunciación	
	Hombre	Mujer
Aspirantes	0	4
Vocero/vocera de partido político o campaña	34	28
Analistas políticos	53	0
Dirigente de partido	1	0
Funcionario/a	2	2
Candidato/Candidata	80	29
Totales	170	63

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 16 al 30 de abril de 2021, en este periodo de análisis los locutores/as, conductores/as, reporteros/as, entre otros enunciadores, 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 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 1275, de los cuales 1042 fueron realizadas por integrantes de los medios de comunicación y 233 por otros sujetos de enunciación. Desagregando estos números por género, 845 personas fueron del género masculino y 430 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 del no uso de lenguaje incluyente:

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 precandidaturas y aspirantes a candidaturas independientes, de las 1277 menciones, 76 sí registraron información con perspectiva de género, es decir, el 6%.

Los datos del monitoreo realizado del 16 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

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, jeh!, 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.

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 16 al 10 DE ABRIL DEL 2021

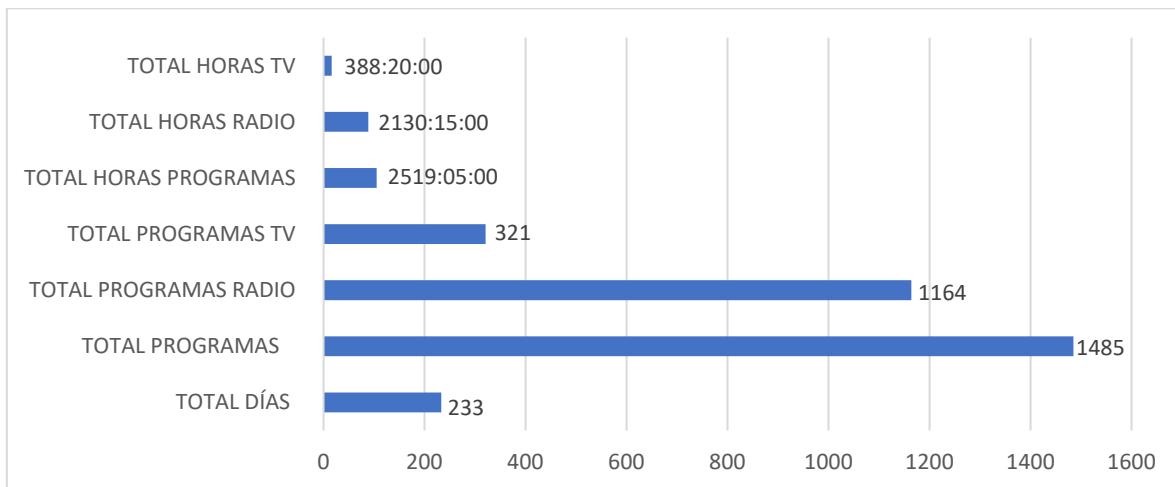
Se analizaron un total de 760 programas, 603 fueron de radio y 157 de televisión. En la siguiente tabla se muestra a detalle los programas por municipios.

MUNICIPIO	TOTAL DÍAS ANALIZADOS POR MUNICIPIO (PERIODO DE 15 DÍAS)	TOTAL PROGRAMAS EMITIDOS	TOTAL PROGRAMAS RADIO	TOTAL PROGRAMAS TV
SLRC	13	13	13	0
PEÑASCO	7	14	14	0
NOGALES	12	91	75	16
CABORCA	10	11	11	0
CANANEA	10	19	19	0
GUAYMAS	15	138	138	0
HERMOSILLO	15	277	182	95
CAJEME	13	143	97	46
NAVOJOA	13	49	49	0
ETCHOJOA	5	5	5	0
TOTAL	113	760	603	157

Tabla 16.

1. RESULTADOS GENERALES POR HORAS Y PROGRAMAS DEL MONITOREO.

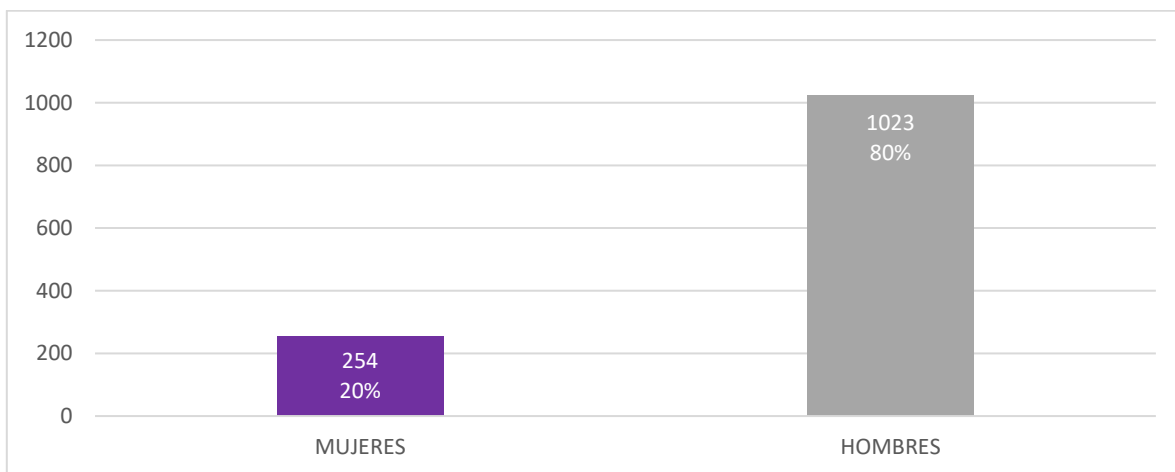
Durante el periodo monitoreado de los noticieros de radio y televisión en Sonora, del 16 al 30 de abril de 2021, el total de los días de monitoreo por el total de los municipios fue de 113, de los cuales se analizaron 760 programas, 603 de radio y 157 de televisión; representando 1302 horas con 35 minutos en total, de las cuales 1110 horas con 35 minutos fueron de programas de radio y 191 horas con 30 minutos fueron de programas de televisión.



Gráfica 1.

2. MENCIONES POR GÉNERO

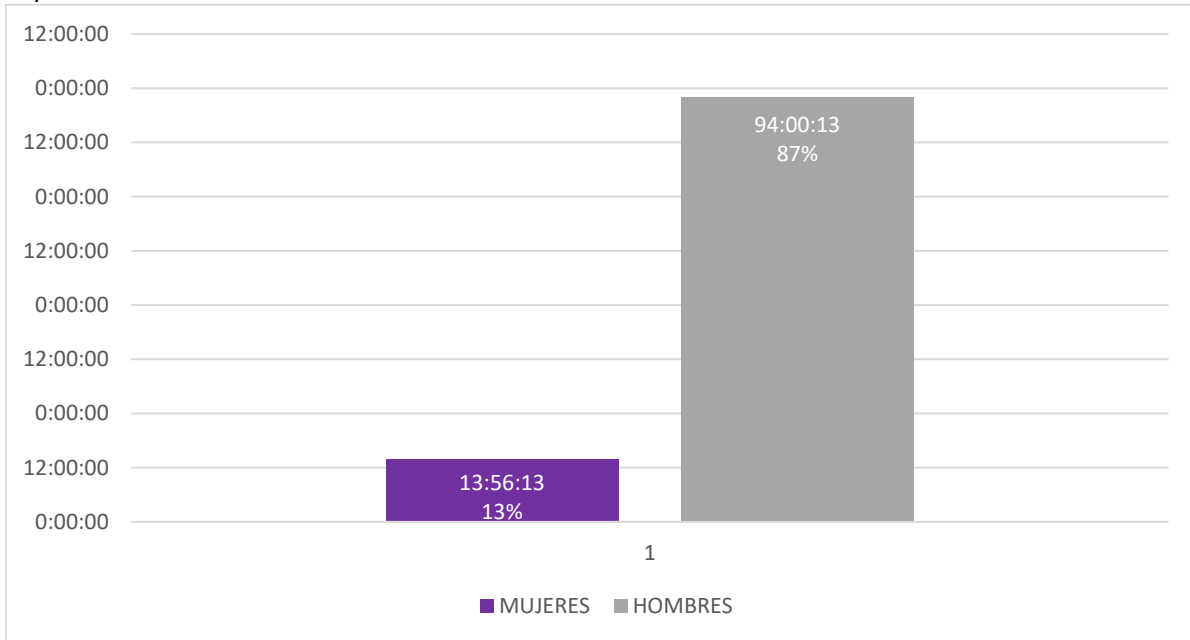
Del total de menciones registradas durante el periodo analizado, los datos registrados fueron desagregados por género, resultando 1277 para los hombres, lo que representó el 80% y 254 para las mujeres, lo que representó el 20%.



Gráfica 2.

3. TIEMPO TOTAL DE MENCIONES POR GÉNERO

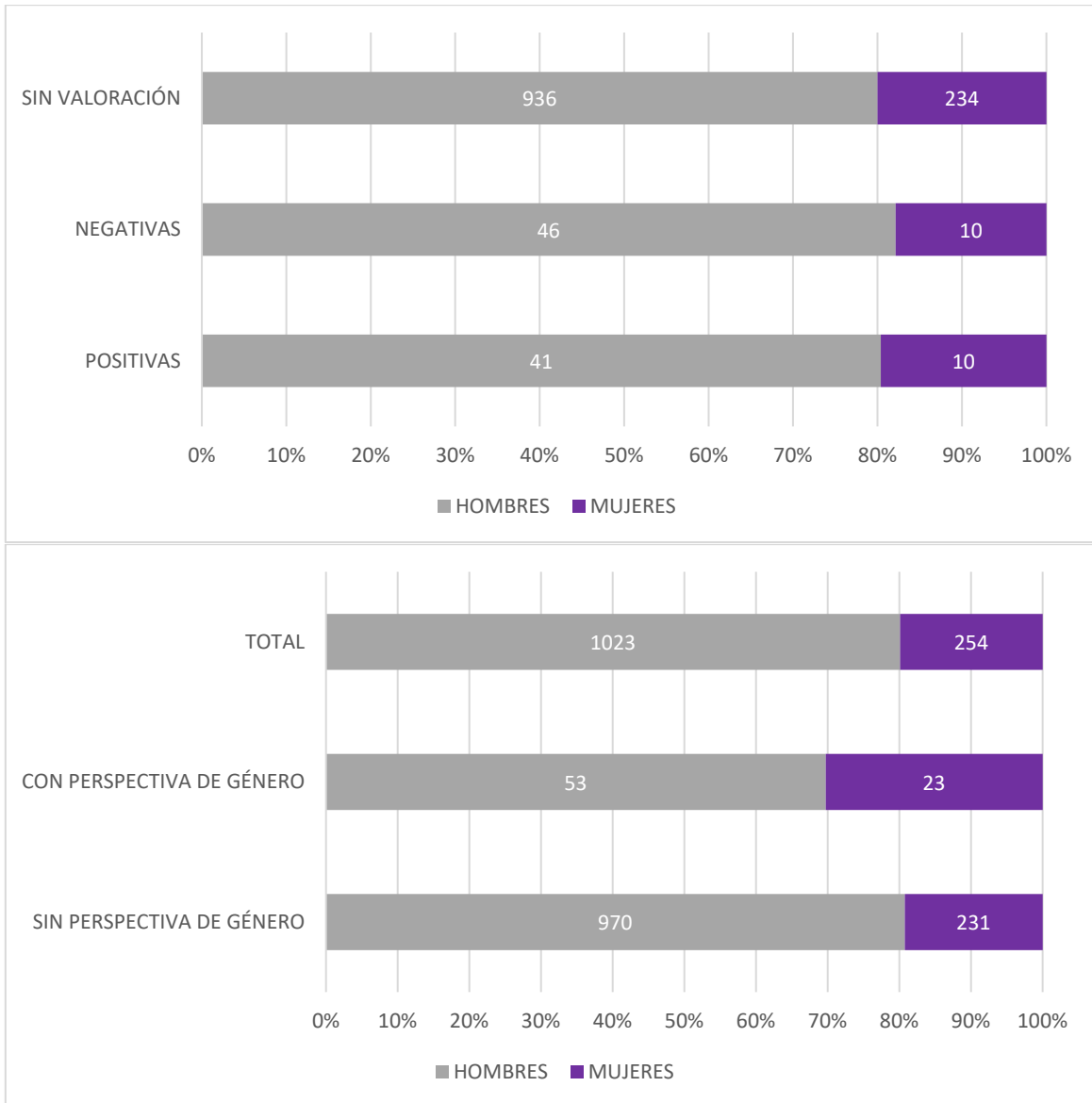
De igual manera sucede con el tiempo total que ocuparon las menciones para el género masculino y el femenino, con 94 horas con 0 minutos y 13 segundos para los hombres representando el 87% y para las mujeres, 13 horas con 56 minutos, 13 segundos representando el 13%.



Gráfica 3.

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

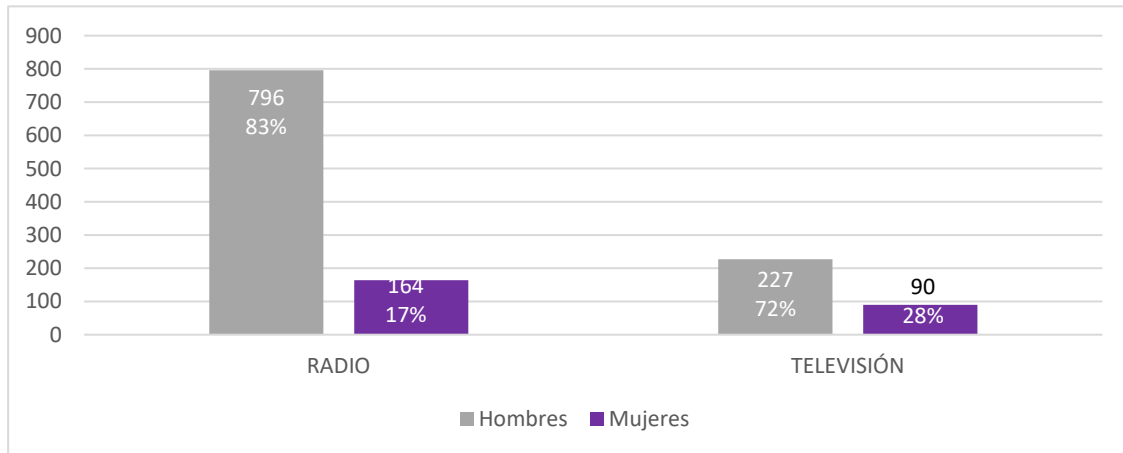
En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos de las menciones totales que registraron algún tipo de valoración, tal como se explicó en el apartado III de este informe, en el que se detallan el número total de menciones desagregadas por género masculino y femenino.



Gráfica 4.

5. MENCIONES DE PIEZAS INFORMATIVAS DESAGREGADAS POR GÉNERO

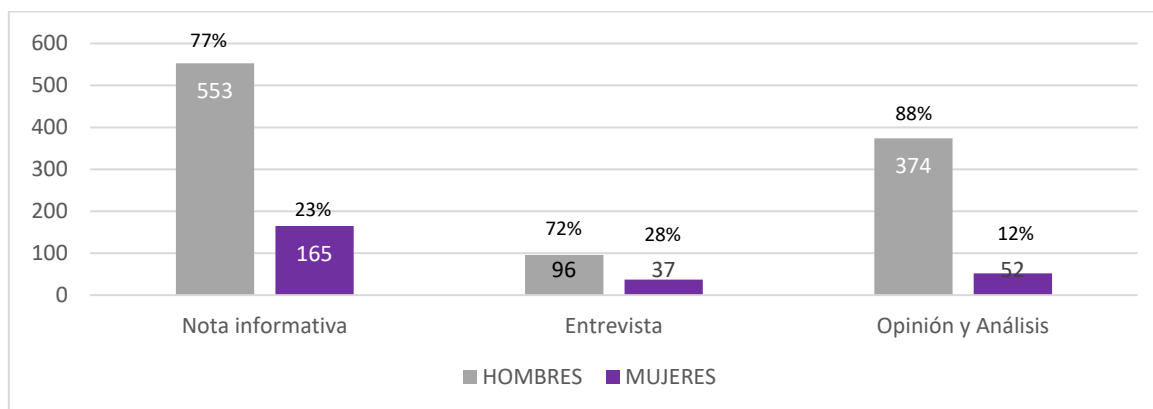
Del total de las menciones generadas del análisis del monitoreo realizado durante este segundo informe parcial de abril el número más alto lo registró el género masculino tanto en radio como en televisión, siendo el menor número para el género femenino.



Gráfica 5.

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

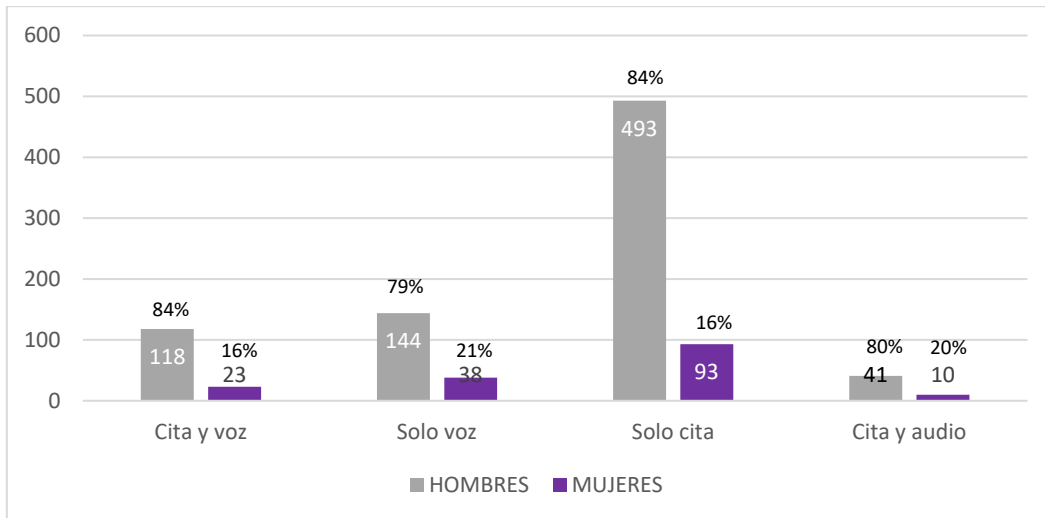
En esta gráfica se muestra el número total de menciones en piezas informativas, tanto de los resultados obtenidos del género masculino, que representó un mayor número, como el género femenino, que obtuvo el menor número en cada uno de los géneros informativos registrados, tanto en nota informativa como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



Gráfica 6.

7. RECURSOS UTILIZADOS EN RADIO DESAGREGADOS POR GÉNEROS

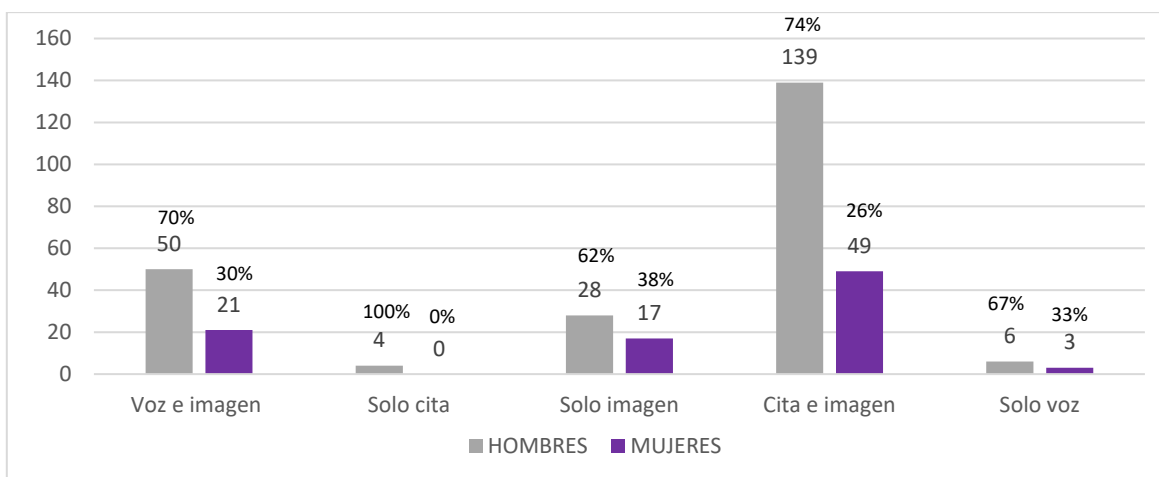
En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos para la variable del *recurso técnico utilizado* en los noticieros de radio en Sonora, desagregados por género masculino y femenino.



Gráfica 7.

8. RECURSOS TÉCNICOS UTILIZADOS EN TELEVISIÓN DESAGREGADOS POR GÉNERO

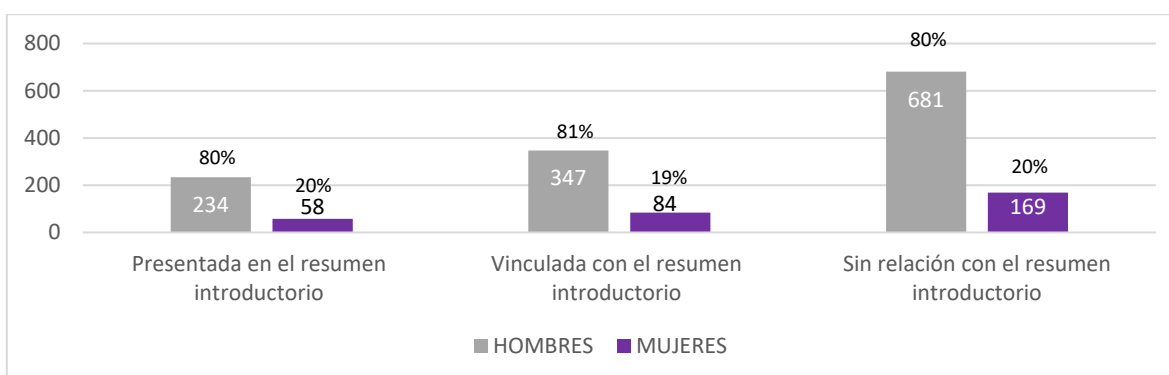
En la siguiente gráfica se muestran los resultados obtenidos para la variable del *recurso técnico utilizado* en los noticieros de televisión en Sonora, desagregados por género masculino y femenino.



Gráfica 8.

9. JERARQUIZACIÓN DE LA PIEZA INFORMATIVA DESAGREGADOS POR GÉNERO

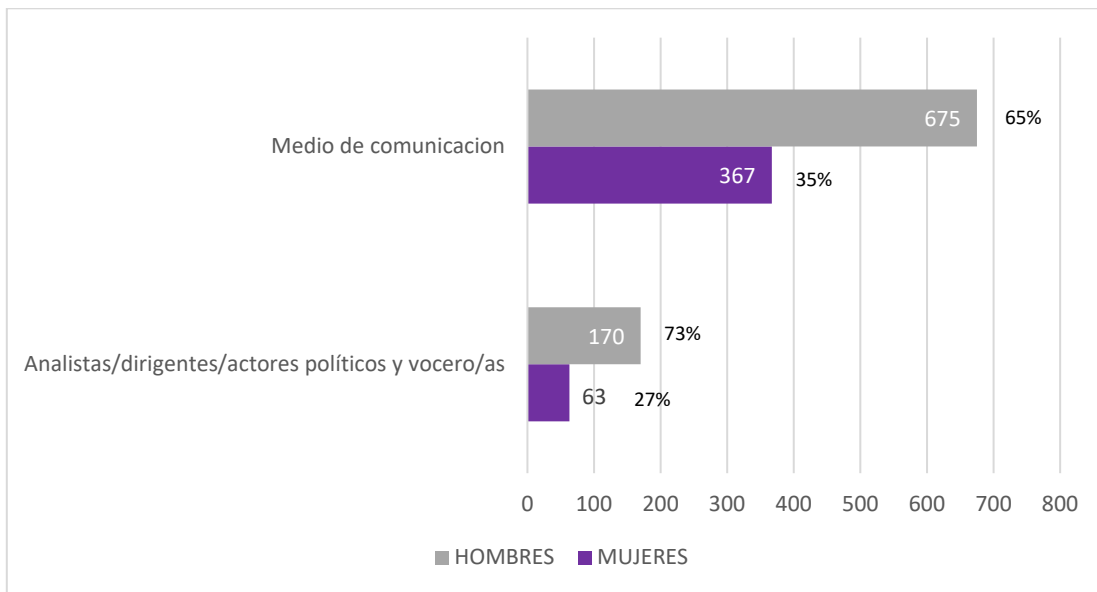
En cuanto a la jerarquización de la pieza informativa sobre la variable que vincula la noticia con el resumen introductorio, el género masculino prevalece en todas las variables.



Gráfica 9.

10. SUJETOS DE ENUNCIACIÓN

En cuanto a las menciones de los sujetos de enunciación se registraron 1275, de los cuales 845 personas fueron del género masculino y 430 personas del género femenino. De estos, 675 hombres y 367 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 170 hombres y 63 mujeres.



Gráfica 10.