



METODOLOGÍA PARA EL MONITOREO DE ESPACIOS QUE DIFUNDEN NOTICIAS

INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

METODOLOGÍA PARA EL MONITOREO DE ESPACIOS QUE DIFUNDEN NOTICIAS

I. Fundamento Legal

Para la realización del monitoreo.

1. **Artículo 6**, párrafos primero, segundo y tercero, y apartado B, fracciones 11, 111 y IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que a la letra establece lo siguiente:

"La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado. [. . .] Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión. El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones.

B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones:

{ ... }

11. Las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias. 11/. La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3 de esta Constitución. IV. Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; se establecerán las condiciones que deben regir los contenidos y la contratación de los servicios para su transmisión al público, incluidas aquellas relativas a la responsabilidad de los concesionarios respecto de la información transmitida por cuenta de terceros, sin afectar la libertad de expresión y de difusión.



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

2. **Artículo 256**, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que a la letra dice:

"El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el Artículo 3o. de la Constitución; y asimismo establece como derechos de las audiencias: I. Los de recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación; II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad; III. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta; IV. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa; [...] VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria; [...] VIII. Que en la presentación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o *nacional*, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas; IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación; y X. Los demás que se establezcan en ésta y otras leyes".

3. **Artículo 257**, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que establece lo siguiente:

"El Ejecutivo Federal y el Instituto, en sus respectivos ámbitos de competencia, promoverán condiciones para que las audiencias con discapacidad, tengan acceso a los servicios de radiodifusión, en igualdad de condiciones con las demás audiencias".

4. **Artículo 258**, fracciones I, II, y III de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que a la letra establece lo siguiente:

"Además de los derechos previstos en esta Ley y con el objeto de que exista una igualdad real de oportunidades, las audiencias con discapacidad gozarán de los siguientes derechos: I. Contar con servicios de subtítulo, doblaje al español y lengua de señas mexicana para accesibilidad a personas con debilidad auditiva. Estos servicios deberán estar disponibles en al menos uno de los programas noticiosos de mayor audiencia a nivel nacional; 1/. A que se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto; y 111. A contar con mecanismos que les den



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los defensores de las audiencias, siempre y cuando no represente una carga desproporcionada o indebida al concesionario".

5. Capítulo XVIII, artículos 296, 298 y 299 del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral, que establecen

Artículo 296.

1. Con el objetivo de dotar a la sociedad mexicana de información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, que permita conocer el tratamiento que se dará a las precampañas y campañas electorales de los precandidatos y candidatos a un cargo de elección popular, y con la finalidad de contribuir al fortalecimiento de un voto informado y razonado, durante las precampañas y campañas de los procesos electorales federales, y, en su caso, de los procesos Reglamento de Elecciones, se realizarán monitoreos de programas de radio y televisión que difundan noticias.

2. Es responsabilidad del Instituto, tratándose de procesos electorales federales o de aquellos locales cuya organización le corresponda realizar, y en su caso, de los OPL, cuyas legislaciones electorales así lo dispongan, llevar a cabo el monitoreo de los programas de radio y televisión que difunden noticias en un proceso electoral, acorde a las respectivas atribuciones previstas para cada autoridad en la legislación.

Artículo 298.

1. Para efectos de realizar el monitoreo de programas de radio y televisión que difundan noticias, se deberá observar lo siguiente:

a) El Instituto o, en su caso, el OPL que corresponda, aprobarán con al menos cuarenta y cinco días de anticipación al inicio de las precampañas, la metodología aplicable al monitoreo de noticias para precampañas y campañas.

b) Al menos veinte días de anticipación al inicio de las precampañas, el Instituto y, en su caso, el OPL que corresponda, acorde a las atribuciones previstas para cada autoridad en las legislaciones respectivas, aprobarán el catálogo de programas de radio y televisión que difundan noticias, a los que se aplicará el monitoreo. Dicho catálogo deberá tener como sustento para su elaboración, un análisis de audiencias.

c) El Instituto o, en su caso, el OPL correspondiente, podrán contratar la realización de los monitoreos a personas morales que demuestren experiencia en dicha actividad o similares, o a instituciones de educación superior, para lo cual emitirán la convocatoria respectiva, con las especificaciones técnicas para el análisis y realización de los monitoreos.



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

- d) Los OPL, a través de la UTVOPL, deberán informar al Instituto las determinaciones que se adopten sobre lo relativo a llevar a cabo monitoreos de programas de radio y televisión que difundan noticias, dentro de los cinco días siguientes a su aprobación.
- e) Para cada una de las actividades citadas en el presente artículo, se podrá tomar como referencia lo aprobado por el Instituto en el proceso electoral federal inmediato anterior.

Artículo 299.

1. Entre los objetivos específicos de la metodología referida, deberán contemplarse, al menos, los siguientes:

- a) Monitorear los programas de radio y televisión que difundan noticias, de conformidad con el catálogo de programas que difundan noticias aprobado por el Consejo General, o en su caso, el OPL que corresponda.
- b) Elaborar reportes semanales respecto de los programas de radio y televisión incluidos en el catálogo de programas que difundan noticias, en cuyo contenido se enuncie a las precampañas y campañas que deban realizarse durante el proceso electoral, especificando en dicho reporte el tiempo destinado y la orientación positiva, negativa o neutra de la mención a cada partido político, así como en su momento a las candidaturas sin partido. Dicho reporte deberá realizar un análisis cuantitativo y cualitativo.
- c) Incluir en los reportes información desagregada por género, que derive de los indicadores, con la finalidad de contribuir a la identificación de las posibles diferencias que existan sobre el tratamiento otorgado a las candidaturas de partido y sin partido en los espacios de radio y televisión. El monitoreo y sus respectivos reportes deberán incluir los programas de espectáculos o revista que difunden noticias, se podrá incluir en los reportes, información sobre el monitoreo de programas de espectáculos o revista, de radio y de televisión con mayor nivel de audiencia en el ámbito territorial respectivo, con la finalidad de conocer el espacio otorgado a las candidaturas de partido y sin partido de la o las elecciones que se celebren.
- d) Difundir los resultados del monitoreo de forma oportuna, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto, o en su caso, del OPL correspondiente, en la página electrónica de dichas autoridades, así como en los demás medios de difusión que determine el Consejo General.
- e) Presentar al menos un informe mensual al Consejo General u Órgano Superior de Dirección del OPL, con los resultados del monitoreo

Para transversalizar la perspectiva de género

6. **Artículo 8**, incisos a) y b) de la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará) que a la letra establece lo siguiente:

"Los Estados Partes convienen en adoptar, en forma progresiva, medidas específicas, inclusive programas para:

- a) Fomentar el conocimiento y la observancia del derecho de la mujer a una vida libre de violencia, y el derecho de la mujer a que se respeten y protejan sus derechos humanos;
- b) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, incluyendo el diseño de programas de educación formales y no formales apropiados a todo nivel del proceso educativo, para contrarrestar prejuicios y costumbres y todo otro tipo de prácticas que se basen en la premisa de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los géneros o en los papeles estereotipados para el hombre y la mujer que legitiman o exacerban la violencia contra la mujer."

7. **Artículos 5**, inciso a); y **7** de la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) que a la letra establecen lo siguiente:

Artículo 5. "Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para: a) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres." [...]

Artículo 7. "Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en la vida política y pública del país y, en particular, garantizarán a las mujeres, en igualdad de condiciones con los hombres, el derecho a:

- a) Votar en todas las elecciones y referéndums públicos y ser elegibles para todos los organismos cuyos miembros sean objeto de elecciones públicas;
- b) Participar en la formulación de las políticas gubernamentales y en la ejecución de éstas, y ocupar cargos públicos y ejercer todas las funciones públicas en todos los planos gubernamentales;



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

c) Participar en organizaciones y en asociaciones no gubernamentales que se ocupen de la vida pública y política del país."

8. **Párrafo 243**, incisos d) y e) de la Plataforma de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer (Plataforma de Beijing) que en la parte conducente establece lo siguiente:

"Objetivo Estratégico J La Mujer y los Medios de Difusión,

[...]

Objetivo Estratégico J.2.Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

[...]

243. Medidas que han de adoptar los gobiernos y las organizaciones internacionales, en la medida que no atenten contra la libertad de expresión:

[...]

d) Alentar a los medios de difusión a que se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual y bien de consumo, en lugar de presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo;

e) Fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos."

9. **Artículos 1, 41 y 42**, fracciones 1, IV y V de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, que a la letra establece lo siguiente:

Artículo 1.

"La presente ley tiene por objeto regular y garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres, proponer los lineamientos y mecanismos institucionales que orienten a la Nación hacia el cumplimiento de la igualdad sustantiva en los ámbitos público y privado, promoviendo el empoderamiento de las mujeres y la lucha contra toda discriminación basada en el sexo. Sus disposiciones son de orden público e interés social y de observancia general en todo el Territorio Nacional".

Artículo 41.

"Será objetivo de la Política Nacional la eliminación de los estereotipos que fomentan la discriminación y la violencia contra las mujeres".



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

Artículo 42.

"Para los efectos de lo previsto en el artículo anterior, las autoridades correspondientes desarrollarán las siguientes acciones:

I Promover acciones que contribuyan a erradicar toda discriminación, basada en estereotipos de género.

[...]

IV. Promover la utilización de un lenguaje con perspectiva de género en la totalidad de las relaciones sociales, y

V. Velar por que los medios de comunicación transmitan una imagen igualitaria plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, promuevan el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres y eviten la utilización sexista de lenguaje."

10. **Artículo 48Bis** de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, que establece:

"Corresponde al Instituto Nacional Electoral y a los Organismos Públicos Locales Electorales, en el ámbito de sus competencias:

I Promover la cultura de la no violencia en el marco del ejercicio de los derechos políticos y electorales de las mujeres;

II. Incorporar la perspectiva de género al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias, durante los procesos electorales, y

III. Sancionar, de acuerdo con la normatividad aplicable, las conductas que constituyan violencia política contra las mujeres en razón de género.

11. **Actividad 23**, del Convenio General de Coordinación y Colaboración entre el INE y el IECM, Convenio INE/DJ/80/2020, el cual establece que:

"23. Monitoreo de espacios que difunden noticias

a) Con la finalidad de apoyar a "EL IECM" para cumplir con el monitoreo de noticiarios, "EL INE" podrá proporcionar los testigos de noticiarios de las señales de radio y televisión que monitorean los Centros de Verificación y Monitoreo (CEVEM), conforme al catálogo que aprueben. [...] "EL IECM" colaborará con "EL INE" para replicar en sus canales institucionales de comunicación información validada. Para lo anterior, se solicitará a "EL IECM" designar a una persona que funja como enlace de comunicación con "EL INE"."



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

12. **Artículo 4**, inciso c), fracción VI y VII del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, que establece:

“Para efectos de este Código se entenderá:

“VI. Violencia Política de Género. Son las acciones, conductas, y omisiones que violentan, transgreden normas electorales o derechos político electorales de la ciudadanía en procesos democráticos, electorales, de participación ciudadana o fuera de ellos, que conllevan un elemento discriminador por razones de género, como pueden ser patrones, roles, identidades, estereotipos, relaciones asimétricas de poder, condiciones de vulnerabilidad, exclusión, diferenciación no justificada o negación del reconocimiento de la igualdad de derechos y dignidad de todas las personas por cualquiera de las características inherentes a la condición humana.” [...]

“VII. La violencia política contra las mujeres en razón de género: es toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en elementos de género y ejercida dentro de la esfera pública o privada, que tenga por objeto o resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales de una o varias mujeres, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo.”

13. **Artículo 16**, fracción X de la Ley de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres, la cual determina que:

“El Sistema deberá:

X. Concertar con los medios de comunicación pública y privada la adopción de medidas de autorregulación, a efecto de contribuir al cumplimiento de la presente Ley, mediante la adopción progresiva de la transmisión de una imagen igualitaria, libre de estereotipos y plural de mujeres y hombres.”

14. **Artículo 6**, fracción IX y artículo 7, fracción VIII de la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia en la Ciudad de México que a la letra establece:

“**Artículo 6**. Los tipos de violencia contra las mujeres son:



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

IX. Simbólica: La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos, transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad.”

“**Artículo 7.** Las modalidades de violencia contra las mujeres son:

VIII. Violencia mediática contra las mujeres: Aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio de comunicación local, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres.”

15. **Artículo 6**, fracción XV de la Ley para Prevenir y Eliminar la Discriminación, la cual informa que:

“En términos del artículo 5 de esta ley, se consideran como conductas discriminatorias:

XV. Ofender o ridiculizar a las personas o promover la violencia en su contra a través de mensajes o imágenes en cualquier medio de comunicación, material de divulgación o entretenimiento.”

16. **Capítulo IV y V** del Manual del uso incluyente no sexista y no discriminatorio del lenguaje del IECM, cuyo texto establece que:

“**Capítulo IV.** Inclusión y no sexismo en la comunicación visual.”

“**Capítulo V.** Alcances incluyentes, no sexistas y no discriminatorios del lenguaje en procesos electorales, de participación ciudadana y en documentación oficial del IECM.”

METODOLOGÍA

II. Objetivos

Objetivo general

Dotar a la ciudadanía de la Ciudad de México de información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, respecto del tratamiento que se da, en los medios de comunicación, a las precampañas y campañas en el marco del proceso electoral 2020-2021; además, enfatizar la observación con perspectiva de género, el uso del lenguaje incluyente y no sexista, y detectar posibles casos de violencia política en razón de género, con la finalidad de contribuir al fortalecimiento de un voto informado, razonado y libre de violencia. Para ello, se deberá atender la siguiente periodicidad:

- Precampañas (23 de diciembre de 2020 al 31 de enero de 2021).
- Campañas (del 4 de abril al 2 de junio de 2021).
- Periodo de reflexión y jornada electoral (del 3 de junio al 6 de junio de 2021).

Objetivos específicos

- a) Monitorear los medios de comunicación que difundan noticias de conformidad con el catálogo de programas que apruebe el IECM.
- b) Obtener y analizar la información correspondiente que permita conocer el tiempo destinado y el trato otorgado a cada partido político o coalición, así como en su momento a las personas candidatas sin partido durante la etapa de precampañas y campañas del proceso electoral local 2020-2021.
- c) Obtener información desagregada por género periodístico con la finalidad de contribuir a la identificación y análisis de las diferencias -en el caso de que existan sobre el tratamiento otorgado a las precandidatas y los precandidatos, las candidatas y los candidatos, así como las candidaturas sin partido en los espacios de radio y televisión que difundan noticias.
- d) Obtener y analizar la información que permita conocer el tiempo y espacio destinado a cada partido político o coalición, así como en su momento a las precandidaturas, candidaturas y candidaturas sin partido.
- e) Otorgar las herramientas para analizar la tendencia de la información difundida sobre cada partido político o coalición, así como en su momento a las candidaturas sin partido.
- f) Analizar cuantitativamente el tratamiento informativo en la cobertura noticiosa para observar: i) el género de la fuente o hecho noticioso, considerando el sexo de las personas conductoras, reporteras, locutoras, analistas o voz en *off*

- g) Analizar cualitativamente el tratamiento que se da en la cobertura noticiosa a los estereotipos y roles de género, desagregados en hombres y mujeres. Así como el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.
- h) Analizar cualitativamente el tratamiento que en los espacios de noticias y medios de comunicación se da respecto de: i) mencionar a las mujeres como agentes principales, contribuyentes y beneficiarias del proceso de desarrollo o, ii) si las notas se centran en sus vínculos con hombres y/o las reducen a objetos sexuales y bienes de consumo.
- i) Obtener información que permita detectar posibles casos de violencia política contra las mujeres por razón de género.

III. Consideraciones generales

- a) El monitoreo de espacios noticiosos se construyó con base en la experiencia del IECM en los procesos electorales de 2015 y 2018, mediante las cuales se monitorearon las campañas de ambos procesos. Así mismo, se considera el ejercicio de monitoreo del proceso electoral federal del año 2018 (INE/CG507/2017).
- b) El monitoreo incluye la observación de la perspectiva de género a partir de lo establecido por la reforma de 2020 en materia de violencia política en razón de género (Artículo 48Bis de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia).
- c) La Institución educativa u organización recibirá por parte del IECM, el catálogo de medios de comunicación que serán objeto de monitoreo.
- d) El monitoreo se realizará durante las precampañas y campañas electorales y hasta la jornada electoral.

IV. Criterios metodológicos

Con el fin de obtener resultados más exactos en el análisis del monitoreo, se adoptarán diversos criterios metodológicos, que se precisan a continuación:

1. Unidades de análisis

Se analizarán piezas de monitoreo, piezas informativas y valoraciones.

a. Pieza de monitoreo. Unidad de análisis que contiene todas las variables, es decir, la fracción o las fracciones generadas por la división de la información presentada a lo largo de la transmisión del noticiario o el espacio otorgado. En la nomenclatura de esta metodología, una pieza de monitoreo equivale a una mención.

b. Pieza informativa. Unidad completa de información que se define por las características propias del género periodístico del que se trate. Por ejemplo, un reportaje puede presentarse en el cuerpo del noticiario y en el resumen

informativo. En ese caso, se trata de una sola pieza informativa, pero se toman como dos piezas de monitoreo porque se suman los tiempos que haya registrado en ambos casos, lo cual permite una mayor precisión.

c. Valoraciones: Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por quien conduce o la reportera o el reportero del noticiero.

2. Sujetos de la enunciación (quien habla)

Se determinan para delimitar el universo de los actores a ser monitoreados. El monitoreo considerará sólo aquellas menciones respecto de las precampañas y campañas hechas por las siguientes personas, agentes o sujetos, desagregado por sexo:

- Del medio de comunicación:
 - a) Las personas conductoras;
 - b) Las personas reporteras y locutoras;
 - c) Analistas de información;
 - d) Cualquier voz en *off*.
- Actores políticos:
 - a) Las personas precandidatas, candidatas a las alcaldías y diputaciones al Congreso de la Ciudad de México, de cualquier partido político o coalición, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente metodología.
 - b) Candidatas y candidatos sin partido.
 - c) Presidentas y presidentes nacionales y locales de los partidos políticos.
 - d) Persona que lidere bancada o fracción parlamentaria.
 - e) Presidencia de la República.
 - f) Jefatura de gobierno de la Ciudad de México
 - g) Secretarías y secretarios de Estado locales o federales
 - h) Liderazgos morales o históricos (siempre que sean anunciados así por el medio de comunicación).

3. Objeto de enunciación (de lo que se habla)

Se monitoreará cualquier mención sobre precampañas y campañas electorales de las personas precandidatas, candidatas a las alcaldías y diputaciones al Congreso de la



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

Ciudad de México de cualquier partido político o coalición, o candidaturas sin partido. Se monitoreará cualquier aparición de las personas precandidatas y candidatas en los espacios que difunden noticias independientemente del tema que traten y la manera en que sean presentadas, desagregadas por sexo.

Además, se monitoreará cualquier mención sobre campañas electorales de las candidatas y candidatos sin partido.

Se deberán informar los siguientes criterios en la enunciación:

- Analizar el ejercicio de la libertad de expresión y responsabilidad de las personas comunicadoras, así como los casos que lleguen a atentar contra la dignidad de otras personas durante las coberturas noticiosas;
- Revisar si la cobertura noticiosa de las precampañas y campañas electorales, partidos políticos y candidaturas sin partido es imparcial y equitativa;
- Observar si durante el proceso se realiza una crítica respetuosa y abierta a las precandidaturas y candidaturas con partido o sin partido, así como el ejercicio del derecho de réplica;
- Referir los casos en los que se realiza un ejercicio de crítica y debate entre precandidaturas y candidaturas;
- Establecer parámetros para observar que la difusión de la cobertura de las precampañas y campañas electorales se realice con perspectiva de género, con enfoque de derechos humanos y bajo los principios de igualdad y no discriminación;
- Detectar y dar cuenta de casos en los que se pueda identificar violencia política en razón de género, estereotipos, discriminaciones y omisiones hacia las mujeres en la vida política;
- Detectar y dar cuenta respecto del uso incluyente, no discriminatorio y no sexista del lenguaje en los espacios noticiosos;

IV. Variables del monitoreo.

A continuación, se desarrolla la metodología que será aplicable al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas de las personas candidatas a las alcaldías y diputaciones al Congreso de la Ciudad de México de cualquier partido político o coalición, o candidaturas sin partido

1. Tiempos de transmisión



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

Consiste en el tiempo que cada programa que difunda noticias dedica a las precampañas y campañas de las personas precandidatas y candidatas de cada uno de los partidos políticos o coaliciones contendientes y candidaturas sin partido en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente metodología.

Método para evaluar "Tiempos de transmisión":

- a) Se medirá el tiempo efectivo, en minutos y segundos, que se destine a la información sobre las precampañas y campañas electorales de las precandidatura y candidaturas a alcaldías y diputaciones al Congreso de la Ciudad de México de cada partido político o coalición, así como las y los candidatos sin partido, dentro de cada programa que difunda noticias, haciendo distinción entre cada una de ellas.
- b) Asimismo, se registrará el tiempo otorgado a cada persona precandidata, candidata, así como candidata sin partido, partido político o coalición, y se presentará como proporción (en porcentaje) del total otorgado a todos los partidos políticos y personas candidatas sin partido.
- c) En los casos en que se emita información sobre las precampañas o campañas de los partidos políticos o coaliciones, así como de candidatas y candidatos sin partido de manera general o respecto de un conjunto de partidos o candidatas y candidatos, se medirá el tiempo por separado destinado a cada uno de los partidos políticos o coaliciones, cada una de las personas candidatas las candidaturas de partido y sin partido.
- d) El tiempo total dedicado a las precampañas o campañas electorales de cada partido político o coalición será la suma de los tiempos registrados correspondientes a cada uno de los géneros periodísticos utilizados para emitir la información,
- e) El tiempo total de transmisión equivale al tiempo total de las piezas de monitoreo dedicado a los partidos políticos o coaliciones, así como a las personas candidatas sin partido en precampañas o campañas electorales, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente metodología.
- f) El tiempo total de piezas de monitoreo será igual al total de tiempo de piezas informativas. El tiempo destinado a menciones por partido político o coalición, así como candidatas o candidatos sin partido (piezas de monitoreo) será distinto al tiempo dedicado a partidos políticos o coaliciones y candidaturas sin partido, contabilizando en piezas informativas debido a que éstos pueden ser mencionados más de una vez en distintas piezas de monitoreo.
- g) En caso de que la pieza de monitoreo sea específica para un partido político, coalición, así como para una candidata o candidato sin partido, sin consideración del género periodístico del que se trate, se le otorgará el tiempo total, aunque se mencione de manera ocasional a otro partido o coalición. Sólo si la pieza de monitoreo se refiere de manera general a las precampañas, campañas, personas precandidatas,



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

candidatas de diferentes partidos políticos o coaliciones, se otorgará el mismo tiempo entre aquellos que se mencionen.

2. Género periodístico

Es el formato utilizado para la presentación de la información sobre las precampañas. y campañas de los partidos políticos o coaliciones y sus precandidaturas, candidaturas, así como candidaturas sin partido, el cual se clasifica al menos, en los siguientes:

1. Nota informativa;
2. Entrevista;
3. Debate;
4. Reportaje; y
5. Opinión y análisis.

Método para evaluar el "Género periodístico":

a) Para la medición de esta variable se deberá distinguir el tiempo dedicado a cada partido político o coalición, personas precandidatas, candidatas, y candidatas sin partido a través de cada uno de los siguientes géneros: nota informativa, entrevista, debate, reportaje, y opinión y/o análisis.

b) El género periodístico equivale a una pieza informativa. El tiempo total de menciones o piezas de monitoreo será igual al tiempo total de los géneros periodísticos o piezas informativas.

c) Para fines del monitoreo, los géneros periodísticos se definen de la siguiente manera:

Nota informativa. Se trata de un hecho probable o consumado y que a juicio del o la periodista, podría ser de gran trascendencia y de interés general. Expone oportunamente un hecho noticioso.

Entrevista. Género descriptivo-narrativo. Da a conocer una situación, un hecho o una personalidad con base en una serie de preguntas y respuestas.

Debate. Género argumentativo donde las personas participantes exponen sus ideas respecto de algún tema desde distintos puntos de vista. Generalmente es moderado por una persona conductora o reportera.

Reportaje. Género narrativo y expositivo que presenta los hechos, los interrelaciona, contrasta y analiza. A través de estas operaciones establece una interpretación, pero no los valora directamente. El reportaje cumple su función con el ofrecimiento de los datos. El reportaje atribuye las opiniones a las personas que las mantienen, pero no ofrece las opiniones de la persona reportera.

De opinión y análisis. Quien enuncia interpreta y valora la noticia.

3. Valoración de la información y opinión.

Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la persona conductora, reportera, locutora, analistas de información, o cualquier voz en *off*

Método para evaluar "Valoración de la información y opinión":

- a) Se contabilizará el número de piezas informativas que presentaron alguna valoración expresada mediante algún adjetivo calificativo o frase idiomática utilizada como adjetivo explícito, hacia el partido político, coalición o su persona precandidata candidata, o candidata sin partido en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente metodología. Se contabilizará también el número de piezas informativas que no tuvieron ninguna valoración a través de algún adjetivo calificativo explícito, las cuales se considerarán como piezas no adjetivadas. Se tomarán 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 deberá distinguir entre aquellas que fueron negativas y aquellas que fueron positivas.
- c) Adicionalmente, se deberá contabilizar el tiempo que representaron el número de menciones sin valoración y el número de menciones con valoración. De éstas últimas, se deberá contabilizar el tiempo que representaron el número de menciones valoradas positiva y negativamente.
- d) Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificados y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la persona conductora, reportera, locutora, analista de información, o cualquier voz en *off*,
- e) Adicionalmente, se enlistarán los adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la persona conductora, reportera, locutora, analista de información, o cualquier voz en *off*, en todas las piezas de monitoreo.
- f) En consideración y respeto a los principios de la libertad de expresión, la información clasificada como propia del género "opinión y análisis", "debate" así como los programas de "espectáculos o de revista" no se analizará como información valorada ni positiva ni negativamente; excepto en los casos en los que se dé un trato diferenciado a hombres y mujeres siguiendo estereotipos y roles de género
- g) Para el caso de los programas de espectáculos o de revista, sólo se aplicará la variable "Tiempo de transmisión".
- h) Las valoraciones se medirán en relación con los géneros periodísticos, excepto el de "opinión y análisis" así como "debate". Así, el tiempo total de valoraciones será

equivalente al tiempo total de géneros periodísticos menos las piezas informativas de opinión y análisis, y debate.

- i) Las valoraciones por partido político o coalición, personas precandidatas, candidatas, o candidatas sin partido, serán diferentes a las menciones por partido o coalición, ya que en una pieza de información pueden mencionarse distintos partidos políticos o coaliciones sin que todos ellos sean valorados, o bien, pueden valorarse partidos o coaliciones más de una vez dentro de la misma pieza.

Tipos de valoración. Se clasifican como positivas y negativas, dependiendo de si son a favor o en contra de los partidos o coaliciones, personas precandidatas, candidatas, en campaña, así como candidatas o candidatos sin partido en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente metodología. La suma del tiempo de las valoraciones positivas y negativas es equivalente al tiempo total de piezas valoradas. Las menciones de los partidos o coaliciones, por tipo de valoración pueden ser iguales o mayores al total de menciones por piezas informativas, ya que un partido o coalición puede ser valorado más de una vez y de distintas maneras en una misma información.

4. Perspectiva de género

Efectuar una metodología con perspectiva de género, a diferencia del enfoque y la categoría de género, implica un compromiso para la construcción de hipótesis, el levantamiento de datos, el análisis de resultados y su interpretación.

Quién realiza este análisis en el monitoreo, debe tener una posición política de transformación del *statu quo*, que le permita analizar las relaciones asimétricas de género; además de tener conocimiento personal de la condición de género.

Es necesario efectuar las siguientes preguntas:

- ¿Cómo aproximarse a la observancia, análisis e interpretación de datos con perspectiva de género?
- ¿En qué medida el método de la perspectiva de género privilegia los hallazgos?
- ¿Son conscientes o no las personas que realizan el monitoreo de lo que es la condición de género?
- ¿Tanto mujeres como hombres participan equitativamente en la jornada electoral?
- ¿Un monitoreo puede abordar las manifestaciones de desigualdad de género en la jornada electoral? ¿Cómo?
- ¿Tenemos conocimiento de las causas de desigualdad de género en la Ciudad de México?
- ¿Es de nuestro conocimiento el contexto político que han vivido las mujeres en contiendas electorales de años pasados?

Lo anterior entendiendo al género como la situación diferencial que viven mujeres y hombres debido a patrones institucionalizados en la cultura y que determinan situaciones

de discriminación, opresión, subordinación y sexismo que en la mayoría de las ocasiones afectan negativamente a las mujeres.

Por lo anterior, la perspectiva de género funge como herramienta conceptual que, en el monitoreo, permitirá demostrar que las diferencias entre mujeres y hombres se dan no sólo por su determinación biológica, también por las diferencias culturales, sociales y políticas asignadas a los seres humanos.

Método para evaluar la “Perspectiva de género”

- a) Es necesario conocer si quien publica la nota es hombre o mujer, para poder analizar la desigualdad de enfoques en el trabajo periodístico y las diferencias cuantitativas de generación noticiosa entre hombres y mujeres;
- b) Es necesario clasificar el hecho noticioso según el tratamiento que dan a hombres y a mujeres para destacar y evaluar cualitativamente el enfoque en la comunicación, y determinar el número de agresiones verbales y simbólicas efectuadas de hombres a mujeres, de mujeres a hombres, de hombres a hombres y de mujeres a mujeres. Lo anterior a través de la siguiente clasificación:
 - a. **Contenidos estereotipados:** Contenidos que son abiertamente estereotipados, por ejemplo, cuando utilizan un lenguaje que denigra a las mujeres, trivializa sus logros, glorifica o justifica la violencia masculina.
 - b. **Contenidos sutilmente estereotipados:** Contenidos con suposiciones no declaradas respecto de los roles que desempeñan mujeres y hombres.
 - c. **Contenidos estereotipados por omisión:** Hace referencia a noticias que pasaron por alto la posibilidad de ofrecer un ángulo distinto, incluyente y no sexista, o que carecen de sensibilidad de género.
 - d. **Contenidos con sensibilidad de género:** si entran en cualquiera de las siguientes condiciones:
 - i. Cuestionan estereotipos.
 - ii. Muestran equilibrio en sus fuentes e impactos diferenciados de situaciones particulares en mujeres y hombres.
 - iii. Destacan temas relativos a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres o sobre campañas, estructuras o procesos en favor de la igualdad de género.

- c) Catalogar a personajes a quienes se hace referencia en la narrativa noticiosa, detallando, además del sexo, su cargo u ocupación; si se presenta como una candidata o candidato a un puesto de elección popular; si están siendo entrevistadas las personas candidatas; y si se les presenta como expertas o expertos en la materia. Este conjunto de criterios abre la posibilidad de estudiar las diferencias entre la cobertura a mujeres y hombres que forman parte de la vida política del país, así como entre candidatas y candidatos;
- d) Informar sobre el número de propuestas de las candidatas y candidatos destinadas a las mujeres, lo anterior permitirá velar y revisar la importancia del tema en las agendas políticas de las personas candidatas y su abordaje de la forma apropiada;
- e) Vigilar que los medios de comunicación presenten en sus contenidos una imagen diferenciada de las mujeres en todas sus diversidades (mujeres jóvenes, con discapacidad, afromexicanas, mayores, indígenas, entre otras);
- f) Dar cuenta de la forma en la que se presenta a las mujeres; si como un ser inferior, de explotación, como objeto sexual o de consumo; o bien, como agente principal y contribuyente del proceso de desarrollo; además de analizar si se resalta su mérito o la vinculación con los logros de hombres con los que tienen relación;
- g) Informar respecto de la difusión, en los medios de comunicación, de medidas y acciones para atender los discursos sexistas, acciones discriminatorias y de violencia contra las mujeres, con énfasis en la violencia política contra las mujeres en razón de género, durante la jornada electoral 2021;
- h) En caso de observar posibles actos de violencia política contra las mujeres en razón de género, informar al IECM sobre el tema para que esta efectúe las debidas diligencias según sus atribuciones. Además de elaborar un informe específico sobre los hechos cometidos;
- i) Reportar la proyección de imágenes y videos en los medios de comunicación donde se reproduzcan escenas de violencia y agresiones contra mujeres;
- j) Informar la producción y/o difusión de materiales y contenidos en los medios de comunicación respecto de las experiencias y posicionamientos de mujeres políticas que asumen sus liderazgos en la contienda electoral;
- k) Contemplar la difusión de campañas en los medios de comunicación que fomenten la conciencia de los derechos de las mujeres, su plena participación política, respeto a la diversidad y lucha contra la violencia política;

- l) Evitar el uso del término “género” como:
 - a. Sinónimo de mujer.
 - b. Como medida técnica y no como una categoría de análisis.
 - c. Como elemento para recoger datos diferenciados entre mujeres y hombres y no como una variable que impacta de manera diferencial en el contexto de vida de mujeres y hombres.

5. Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.

Se considera que el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje es una acción inicial para impulsar una cultura cívica y política libre de estereotipos. Además, obliga a observar la manera en que se nombra a la población femenina y de la diversidad sexual, así como a otras poblaciones que históricamente han sido invisibilizadas por razones más allá del género.

Método para evaluar el “Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje”:

- a. Se llevará registro e identificará si las personas conductoras de los espacios noticiosos hicieron un uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje o si se expresaron de forma discriminatoria, no incluyente y/o sexista sobre las personas precandidatas y candidatas;
- b. En el supuesto caso de identificar que algún medio se expresa de manera no incluyente, discriminatoria o sexista, se hará un registro específico que considerará el número de enunciaciones de manera no inclusiva, discriminadora o sexista. Entre las poblaciones que han sido discriminadas históricamente se enuncian las siguientes, de forma enunciativa, más no limitativa:
 - i) Mujeres.
 - ii) Niñas, niños y adolescentes.
 - iii) Personas jóvenes.
 - iv) Personas mayores.
 - v) Personas con discapacidad.
 - vi) Personas pertenecientes a pueblos y barrios originarios o de comunidades indígenas residentes.

- vii) Personas, pueblos y comunidades afromexicanas.
 - viii) Personas de la diversidad sexual, de identidades de género y de características sexuales.
 - ix) Personas migrantes, refugiadas y sujetas a protección internacional.
 - x) Personas que han sido víctimas de delitos.
 - xi) Personas en situación de calle y poblaciones callejeras.
 - xii) Personas con antecedentes penales y privadas de su libertad.
 - xiii) Personas que residen en instituciones de asistencia social.
 - xiv) Personas con creencias religiosas.
 - xv) Personas que viven con VIH.
- c. Se registrarán las frases, menciones y burlas con tonos despectivos y peyorativos sobre las personas precandidatas y candidatas, que sean mencionadas por quien conduce, reporta, analiza la información, por quien transmite noticias o sucesos, en la radio o en la televisión y/o cualquier voz en *off* en un hecho noticioso;
- d. Se informará si los medios de comunicación visuales promueven la representación de los hombres en tareas domésticas o en actividades que usualmente son asociadas con roles asignados a mujeres; además de integrar información de los medios que incluyen en su comunicación a mujeres en puestos de poder o toma de decisiones;
- e. Revisar si en las imágenes presentadas, dentro de los hechos noticiosos se muestra o no la inclusión respecto a diversas condiciones económicas, familiares, sociales y culturales; y si se usa o no simbología de accesibilidad universal.

6. Violencia política contra las mujeres en razón de género

Es considerada como toda acción u omisión ejercida en contra de una mujer, en el ámbito político o público, que tenga por objeto o resultado sesgar, condicionar, impedir, restringir, suspender, menoscabar, anular, obstaculizar, excluir o afectar el reconocimiento, acceso, goce o ejercicio de los derechos político-electorales de una mujer, así como el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo o función en el poder público.

Método para evaluar la “Violencia política contra las mujeres en razón de género”



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

a) Durante el ejercicio de monitoreo se deberá observar, en los hechos noticiosos, así como en los debates para alcaldías, los siguientes casos que pueden considerarse actos de violencia política contra las mujeres en razón de género:

- i) Actos que obliguen, instruyan o coaccionen a las mujeres a realizar actos diferentes a las funciones y obligaciones de su cargo, motivados por los roles o estereotipos de género;
- ii) Ejercicio de violencia y difamaciones contra las precandidatas y candidatas, sus familiares o personas cercanas, con el fin de sesgar, condicionar, impedir, acotar o restringir su participación y representación política y pública;
- iii) Impedimento o coerción en el ejercicio de la participación y representación de las mujeres precandidatas y candidatas;
- iv) Divulgación de información falsa, errónea o imprecisa de las candidatas y precandidatas, con la finalidad de impedir, obstaculizar o anular sus registros, desacreditar sus campañas electorales o impedir el ejercicio pleno de los derechos político-electorales;
- v) Difusión o revelación de información personal, privada o falsa, o de imágenes, información u opiniones con sesgos basados en los roles y estereotipos de género a través de cualquier medio, con o sin su consentimiento, que impliquen difamar, desprestigiar o menoscabar la credibilidad, capacidad y dignidad humana de las mujeres en la política;
- vi) Espionaje, acoso o desprestigio hacia las precandidatas y candidatas a través de los medios de comunicación con el objetivo o resultado de impedir o restringir el ejercicio de los derechos político-electorales.

7. Recursos técnicos utilizados para presentar la información

En los espacios noticiosos se deberán difundir las actividades de las precampañas y campañas políticas, atendiendo a criterios de uniformidad en el formato y los recursos técnicos utilizados por los medios de comunicación, de tal modo que se garantice un trato equitativo a todos los partidos políticos o coaliciones y a sus candidatas y candidatos, así como a las candidatas y candidatos sin partido.

Método para evaluar "Recursos técnicos utilizados para presentar la información":

- a) Se identificarán los recursos técnicos utilizados, del audio y de la imagen.
- b) En radio debe tomarse en cuenta:**



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

- Cita y voz: presentación de la noticia con o sin reportera o reportero, pero con la voz de las precandidatas y precandidatos, así como las candidatas o los candidatos o personas dirigentes del partido político o coalición.
- Cita y audio: presentación de la noticia por las personas conductoras, con reportera o reportero, pero sin la voz de las precandidatas y los precandidatos, o las candidatas y los candidatos o personas dirigentes del partido político o coalición.
- Sólo voz: entrevistas grabadas o en vivo, llamadas telefónicas de las precandidatas y los precandidatos, así como las candidatas y los candidatos o personas dirigentes del partido político o coalición.
- Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte de las personas conductoras, sin ningún tipo de recurso técnico como apoyo.

c) En televisión debe tomarse en cuenta:

- Voz e imagen: presentación de las personas conductoras y reporteras, pero con la imagen y el audio de las personas precandidatas, candidatas o dirigentes de que se trate. En este aspecto se incluirán las entrevistas realizadas en estudio.
- Cita e imagen: presentación o no de las personas conductoras, pero con cobertura de la reportera o reportero y con la imagen de las personas precandidatas, candidatas o dirigentes, pero sin su audio.
- Sólo voz: presencia de las personas precandidatas, candidatas, o dirigentes, en el noticiero por vía telefónica.
- Sólo imagen: reporte de las notas por parte de quien conduzca, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo.
- Sólo cita: únicamente lectura de las notas del partido o coalición por parte de quien conduzca.

8.Importancia de las noticias.

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

Método para evaluar "Importancia de la nota":

1. Se deberá jerarquizar información dentro del programa de radio o televisión conforme a los siguientes indicadores:
 - 1.1. Ubicación de la nota.
 - 1.2. Presentado en el resumen introductorio.
 - 1.3. Vinculada con el resumen introductorio.
 - 1.4. Sin relación con el resumen introductorio.



UNIDADES TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN Y GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

2. Segmento del tiempo en que apareció la nota.

- 2.1. Primeros cinco minutos.
- 2.2. Del minuto cinco al quince.
- 2.3. Del minuto quince al treinta.
- 2.4. Del minuto treinta al sesenta.
- 2.5. Del minuto sesenta al noventa.
- 2.6. Del minuto noventa al ciento veinte.
- 2.7. Posterior.

9. Género periodístico de la fuente del hecho noticioso y especificación (hombre o mujer) de la persona periodista que lo da a conocer.

Imágenes audiovisuales o verbales que se emplean para describir a una persona o el entorno que se refiere al hecho noticioso o que lo acompaña.

10. Informes de Resultados del Monitoreo

a. Elaborar reportes semanales sobre el tiempo destinado y el trato otorgado a las precampañas y campañas de cada partido político o coalición, así como en su momento a las candidatas y los candidatos sin partido que contienden para las alcaldías y diputaciones al Congreso de la Ciudad de México, conforme al Catálogo de medios que difunden noticias aprobado por el IECM.

b. Elaborar reportes semanales sobre información, desagregada por sexo, con la finalidad de contribuir a la identificación de las diferencias -en el caso de que existan- sobre el tratamiento otorgado a las precandidaturas, las candidaturas, así como a las candidatas y los candidatos sin partido que contienden para las alcaldías y diputaciones al Congreso de la Ciudad de México.

c. Quien provea el servicio deberá alertar, inmediatamente, a la UTGyDH y a la UTCSyD en caso de que se detecte alguna conducta que pueda ser constitutiva de violencia política contra las mujeres en razón de género.