



Primer Informe que presenta la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en materia de Monitoreo de Medios de Comunicación, con Perspectiva de Género, a las Transmisiones de las Precampañas y Campañas Electorales para la Elección de Alcaldías y Diputaciones de la Ciudad de México en los Medios de Comunicación que Difundan Noticias, durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021 en la Ciudad de México.

Enero 2021

ÍNDICE

Contenido

I. Presentación.....	3
II. Marco Jurídico .	5
II.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	5
II.2. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.	6
II.3. Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer	8
II.4. Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer	8
II.5. Plataforma de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer	9
II.6. Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.....	10
II.7. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para la Igualdad entre Mujeres y Hombres	11
II.8. Ley de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres.....	12
II.9. Ley para Prevenir y Eliminar la Discriminación	12
II.10. Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia en la Ciudad de México	12
II.11. Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México ...	13
II.12 Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral.....	14
II.13 Manual de Uso Incluyente No Sexista y No Discriminatorio de Lenguaje del IECM	17
III. Acciones del IECM para el cumplimiento en materia de monitoreo.....	18
IV. Reportes de monitoreo de espacios que difunden noticias	22
V. Criterios metodológicos utilizados	23
VI. Anexos .	25

I. Presentación.

De conformidad con la normatividad electoral, así como diversas legislaciones internacionales y nacionales que promueven la igualdad entre mujeres y hombres, así como prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer, el Instituto Nacional Electoral (INE) y los Órganos Públicos Locales Electorales (OPLE) deben realizar el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difunden noticias, durante los procesos electorales; el cual debe incorporar la perspectiva de género.

El Consejo General del Instituto Nacional Electoral (INE) expidió el Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral (Reglamento de Elecciones)¹, el cual establece en su artículo 296, numeral 1, que el objetivo del Monitoreo de programas de radio y televisión que difundan noticias será 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 las precandidaturas y candidaturas a un cargo de elección popular; ese mismo artículo establece que la finalidad del monitoreo es 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 Electorales Locales, se realizarán monitoreos de programas de radio y televisión que difundan noticias.

Asimismo, se establece en su numeral 2 que los OPLE, cuyas legislaciones electorales así lo dispongan, llevarán a cabo el monitoreo de los programas de radio y televisión que difunden noticias en un proceso electoral.

Adicionalmente, la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, en su artículo 48 Bis, fracción II, menciona que corresponde al INE y a los OPLE, en el ámbito de sus competencias incorporar la perspectiva de género al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en

¹ Aprobado el 7 de septiembre de 2016 a través del Acuerdo identificado con la clave alfanumérica **INE/CG/661/2016**.

los programas en radio y televisión que difundan noticias, durante los procesos electorales.

Adicionalmente, el Reglamento de Elecciones establece diversos plazos para cumplir con las atribuciones de cada OPLE en esta materia. En particular, lo relacionado al artículo 299, numeral 1, inciso e), donde se establece que se deberá presentar al menos un informe mensual al Consejo General u Órgano Superior de Dirección del OPLE, con los resultados del monitoreo.

Precisado lo anterior, se señala que el 10 de agosto del año de 2020, el Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), a través del acuerdo identificado con la clave alfanumérica IECM/ACU-CG-051/2020, aprobó la *“Convocatoria dirigida a la ciudadanía y partidos políticos a participar en el Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021...”*, misma que fue publicada el 17 siguiente en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

Asimismo, el 11 de septiembre de 2020, el referido Consejo General declaró el inicio formal del Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021.

En ese sentido, y en cumplimiento del artículo 299 del Reglamento de Elecciones, esta Secretaría Ejecutiva presenta al Consejo General del IECM, el primer informe mensual en materia de Monitoreo de Medios de Comunicación, con Perspectiva de Género, a las Transmisiones de las Precampañas y Campañas Electorales para la Elección de Alcaldías y Diputaciones de la Ciudad de México en los Medios de Comunicación que Difundan Noticias, durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021 en la Ciudad de México.

II. Marco Jurídico

II.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

El artículo 6, párrafos primero, segundo y tercero, y apartado B, fracciones II, III y IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que:

"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 de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones:

[...]

- II. 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.
- III. 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.

II.2. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

En términos del artículo 256, 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. 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".

Por su parte, el artículo 257 dispone que:

"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".

Asimismo, el artículo 258 refiere que, además de los derechos previstos en la Ley de mérito 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 subtitulaje, 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;

II. A que se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto; y

III. A contar con mecanismos que les den 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.

II.3. Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer

El artículo 8, incisos a) y b) establece lo siguiente:

"Los Estados Parte 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."

II.4. Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer

Los artículos 5, inciso a); y **7** indican:

Artículo 5. "Los Estados Parte 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 Parte 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;

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

II.5. Plataforma de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer

El **párrafo 243**, incisos d) y e) en la parte conducente indica:

"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."

II.6. Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres

Los artículos 1, 41 y 42, fracciones I, IV y V establecen 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".

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."

II.7. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para la Igualdad entre Mujeres y Hombres

El artículo 48 Bis, indica:

"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.

II.8. Ley de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres

El **artículo 16**, fracción X determina que el Sistema para la igualdad sustantiva entre Mujeres y Hombres, deberá 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.

II.9. Ley para Prevenir y Eliminar la Discriminación

En términos de la fracción XV del artículo 5 de esta ley, se consideran como conductas discriminatorias, 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.

II.10. Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia en la Ciudad de México

Los artículos 6, fracción IX y **7**, fracción VIII establecen:

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

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.”

II.11. Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México

El artículo 4, inciso c), fracciones VI y VII del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, refiere que se entenderá por violencia política de género, 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.

En ese contexto, define a la violencia política contra las mujeres en razón de género, como 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.

II.12 Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral

En materia de monitoreo de espacios que difunden noticias establece:

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 electorales locales, 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.

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.

II.13 Manual de Uso Incluyente No Sexista y No Discriminatorio de Lenguaje del IECM

El manual de mérito refiere en su **Capítulo IV y V**, que:

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

Se considerará el uso de una comunicación visual incluyente y no sexista que, consiste en representar visualmente a mujeres y hombres en igualdad. Esta comunicación deberá orientar el uso no discriminatorio, así como evitar el daño a la integridad, los derechos y las libertades de las personas

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

La responsabilidad del Instituto Electoral es asegurar el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en todas las comunicaciones (orales, escritas y audiovisuales), así como en los materiales informativos y formativos que se elaboren, difundan y distribuyan durante o previo a los procesos electorales y de participación ciudadana, incluso en el quehacer cotidiano.

III. Acciones del IECM para el cumplimiento en materia de monitoreo.

El IECM ha emprendido diversas acciones para dar cumplimiento al Reglamento de Elecciones respecto al monitoreo objeto del presente informe, entre las que se mencionan las siguientes:

1.- El 9 de noviembre de 2020, durante la Séptima Sesión Urgente, la Junta Administrativa del IECM aprobó tres documentos elaborados por la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión en coordinación con la Unidad Técnica de Género y Derechos Humanos. Estos documentos fueron:

- Metodología para el Monitoreo de Espacios que Difunden Noticias.
- Lineamientos para el monitoreo de espacios que difunden noticias.
- Catálogo para el monitoreo de espacios que difunden noticias.

Dichos documentos se encuentran disponibles en:
<http://www.iecm.mx/www/taip/minutas/ja/2020/IECM-JA091-20.pdf>

2.- El 16 de noviembre de 2020, en cumplimiento al artículo 301 del Reglamento de Elecciones, la Unidad Técnica de Vinculación con Organismos Externos, a través del oficio IECM/UTVOE/283/2020 notificó a la Unidad Técnica de Vinculación con los Organismos Públicos Locales del INE los documentos aprobados por la Junta Administrativa referidos.

3.- La Secretaría Administrativa convocó a la Licitación Pública Nacional No. IECM-LPN-15/20, relativa a la contratación de la prestación de los servicios de monitoreo de espacios que difunden noticias con perspectiva de género, la cual fue publicada el 17 de noviembre de 2020 y se declaró desierta con el fallo de fecha 3 de diciembre de 2020.

4.- Posteriormente, se efectuó el Concurso por invitación restringida a cuando menos tres proveedores No. IECM-INV-16/20, relativo a la contratación de la prestación de los servicios de monitoreo de espacios que difunden noticias con perspectiva de género; sin embargo, este concurso se declaró desierto el 18 de diciembre de 2020 por no contar con al menos 3 concursantes.

5.- Atendiendo el procedimiento en materia administrativa, la contratación del servicio se realizó mediante adjudicación directa con la empresa *Manatie Prod, S.A. de C.V.*

6.- El 19 de enero de 2021, las Unidades Técnicas de Comunicación Social y Difusión, y de Género y Derechos Humanos, remitieron a la Secretaría Ejecutiva los Reportes de monitoreo en formato PDF, elaborados por la empresa *Manatie Prod, S.A. de C.V.*, correspondientes a los periodos del 23 al 31 de diciembre de 2020 y del 1 al 7 de enero de 2021; lo anterior mediante oficio No. IECM/UTCSyD/0033/2021 e IECM/UTGyDH/007/2021, con el fin de que la Secretaría Ejecutiva validara su incorporación en la página web del IECM e instruyera al área correspondiente, dar cumplimiento al inciso g del numeral 23 del convenio con el INE que establece: "Respecto a los reportes que el IECM elabore referente al monitoreo de los programas de radio y televisión incluidos en el catálogo aprobado, éstos deberán ser enviados a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP) para su presentación ante el Comité de Radio y Televisión del INE. La entrega de estos reportes deberá realizarse de acuerdo a la periodicidad con la que sean elaborados".

7.- El 20 de enero de 2021, la Secretaría Ejecutiva del IECM remitió a la Unidad Técnica de Vinculación con Organismos Externos (UTVOE) el oficio No. IECM/UTCSyD/0033/2021 e IECM/UTGyDH/007/2021 de fecha 19 de enero de 2021, en el cual se adjuntaron los reportes de Monitoreo de espacios que difunden noticias con perspectiva de género, correspondientes a los periodos del 23 al 31 de diciembre de 2020 y del 1 al 7 de enero de 2021, elaborados por la empresa *Manatie*

Prod, S.A. de C.V. Lo anterior, para que se remitiera a la Unidad Técnica de Vinculación con los Organismos Públicos Locales (UTVOPL) del INE, a través del apartado de Consultas del SIVOPLE, para su debida atención y efectos institucionales a que haya lugar por parte del área competente del INE.

8.- El 22 de enero de 2021, por correo electrónico institucional, la Secretaría Ejecutiva instruyó a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión para que los Reportes de monitoreo remitidos en los oficios No. IECM/UTCSyD/0033/2021 y No. IECM/UTGyDH/007/2021, fueran publicados en esa fecha en la página oficial de Internet del IECM, dentro del Micrositio del Proceso Electoral Ordinario 2020-2021, lo anterior para su debida publicidad.

Los reportes pueden ser consultados en el siguiente enlace:
<https://www.iecm.mx/www/Elecciones2021/site/monitoreo.html>

9.- El 23 de enero de 2021, las Unidades Técnicas de Comunicación Social y Difusión y de Género y Derechos Humanos remitieron a la Secretaría Ejecutiva los Reportes de monitoreo en formato PDF, elaborados por la empresa *Manatie Prod, S.A. de C.V.*, correspondientes al periodo del 8 al 14 de enero de 2021; lo anterior mediante correo, con el fin de que la Secretaría Ejecutiva validara su incorporación en la página web del IECM e instruyera al área correspondiente, dar cumplimiento al inciso g del numeral 23 del convenio con el INE.

10.- En esa misma fecha, la Secretaría Ejecutiva del IECM remitió a la Unidad Técnica de Vinculación con Organismos Externos (UTVOE), vía correo electrónico el reporte de Monitoreo de espacios que difunden noticias con perspectiva de género, correspondiente al periodo del 8 al 14 de enero de 2021, elaborado por la empresa *Manatie Prod, S.A. de C.V.* Lo anterior, para que se remitiera a la Unidad Técnica de Vinculación con los Organismos Públicos Locales (UTVOPL) del INE, a través del apartado de Consultas del SIVOPLE, para su debida atención y efectos institucionales a que haya lugar por parte del área competente del INE.

Asimismo, a través de correo electrónico institucional, la Secretaría Ejecutiva instruyó a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión para que el Reporte de monitoreo referido en párrafo previos fuera publicado en esa fecha en la página oficial de Internet del IECM, dentro del Micrositio del Proceso Electoral Ordinario 2020-2021, lo anterior para su debida publicidad.

Dichos reportes pueden ser consultados en el siguiente enlace:
<https://www.iecm.mx/www/Elecciones2021/site/monitoreo.html>

IV. Reportes de monitoreo de espacios que difunden noticias

El monitoreo se solicitó con el fin de observar, analizar y reportar los contenidos mediáticos en radio, televisión, medios impresos y digitales, dentro del marco del Proceso Electoral 2020-2021.

Los reportes emitidos del 23 de diciembre de 2020 al 14 de enero de 2021, que se adjuntan como Anexos del presente informe, dan cuenta del tratamiento que se le ha dado a la cobertura noticiosa en la etapa de precampañas, así como la incidencia de la participación de las mujeres y hombres como agentes principales en el desarrollo de los procesos político-electorales, incluyendo variables como el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje y la detección de posibles casos de violencia política contra las mujeres en razón de género.

Durante el período reportado se monitorearon 480 piezas en medios de comunicación radiofónicos, televisivos, impresos y digitales, de las cuales 132 refieren de manera explícita el proceso electoral ordinario de la Ciudad de México.

Se resalta que, durante dicho período de monitoreo, no hubo incidencias que reportar en materia de violencia política contra las mujeres en razón de género.

V. Criterios metodológicos utilizados

Para la realización del monitoreo se integró en su metodología la observación de la perspectiva de género, partiendo como eje central lo establecido por la reforma de 2020 a la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

Para atender esta categoría de análisis, se establecieron variables para la enunciación e información recabada que visibilice las aristas en las precampañas hechas por las personas agentes, incluyendo las menciones sobre precampañas electorales de las personas precandidatas, candidatas a las alcaldías y diputaciones al Congreso de la Ciudad de México de cualquier partido político o coalición, o candidaturas sin partido, todo lo anterior desagregado por sexo.

La enunciación e información estableció criterios específicos, entre los cuales, se señalan:

- Establecimiento de 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;
- Detección y notificación de casos en los que se pueda identificar violencia política contra las mujeres en razón de género, estereotipos, discriminaciones y omisiones hacia las mujeres en la vida política; y
- Detección del uso incluyente, no discriminatorio y no sexista del lenguaje en los espacios noticiosos.

Comprendidas las variables de enunciación, en la elaboración de la metodología se establecieron ocho métodos aplicables, de los cuales, en lo que respecta al abordaje para transversalizar la perspectiva de género se incluyeron los siguientes:

- **Método para evaluar la perspectiva de género.** Se construyó con el fin de incluir en los reportes datos diferenciales que permitan analizar la

desigualdad de enfoques en el trabajo periodístico y las diferencias cuantitativas de generación noticiosa entre hombres y mujeres, así como la evaluación del número de agresiones verbales y simbólicas efectuadas por:

- Contenidos estereotipados;
 - Contenidos sutilmente estereotipados;
 - Contenidos estereotipados por omisión; y
 - Contenidos con sensibilidad de género.
-
- **Método para evaluar el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.** Su funcionalidad se aplica en la observancia del monitoreo, con el fin de identificar 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 la violencia política contra las mujeres en razón de género.** Este método se enfoca en la observancia de casos que pudieran considerarse actos de violencia política en razón de género contra de las mujeres durante los hechos noticiosos, incluyendo en la observación los debates para alcaldías.

VI. Anexos.

Se adjuntan, como Anexos, los reportes de monitoreo de espacios que difunden noticias, emitidos del 23 de diciembre de 2020 al 14 de enero de 2021, que dan cuenta del tratamiento que se le ha dado a la cobertura noticiosa, tal como se indica en el apartado IV del presente informe, identificados como a continuación se indica:

- **Monitoreo Precampañas. Proceso Electoral Ordinario 2020-2021.**
Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020.
- **Monitoreo Precampañas. Proceso Electoral Ordinario 2020-2021.**
Periodo del 1 al 7 de enero de 2021.
- **Monitoreo Precampañas. Proceso Electoral Ordinario 2020-2021.**
Periodo del 8 al 14 de enero de 2021.



Monitoreo Precampañas. Proceso Electoral Ordinario 2020-2021

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

Presentación del proyecto



Con el objetivo de dotar a la ciudadanía de la Ciudad de México con información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, respecto del tratamiento que se da en los medios de comunicación a las precampañas dentro del marco del proceso electoral 2020-2021, se presenta el *Reporte de Tratamiento* que se ha dado durante el periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020.

En ese sentido, se enfatizó la observación con perspectiva de género, el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, así como la detección de 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 la elaboración del presente reporte, se monitoreó un total de *67 medios de comunicación*; de los cuales, 17 fueron televisivos; 21 radiofónicos; 12 medios de comunicación impresos y 17 digitales de conformidad al Catálogo para el Monitoreo de Espacios que difunden noticias, aprobado mediante acuerdo IECM.JA091-20, visible en la siguiente liga: <http://www.iecm.mx/www/taip/minutas/ja/2020/IECM-JA091-20.pdf>



1. Monitoreo Precampañas.

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

1. Monitoreo Precampañas.

- 1.1 Género periodístico de las piezas monitoreadas.....Pág. 5
- 1.2 Piezas de monitoreo.
 - 1.2.1 Todos los medios de comunicación.Pág. 6
 - 1.2.2 Medios de comunicación radiofónicos.Pág. 7
 - 1.2.3 Medios de comunicación televisivos.Pág. 8
 - 1.2.4 Medios de comunicación impresos.Pág. 9
 - 1.2.5 Medios de comunicación digitales.Pág. 10
- 1.3 Tiempo aire dedicado a precampañas electorales.Pág. 11
- 1.4 Tratamiento de la información.Pág. 12

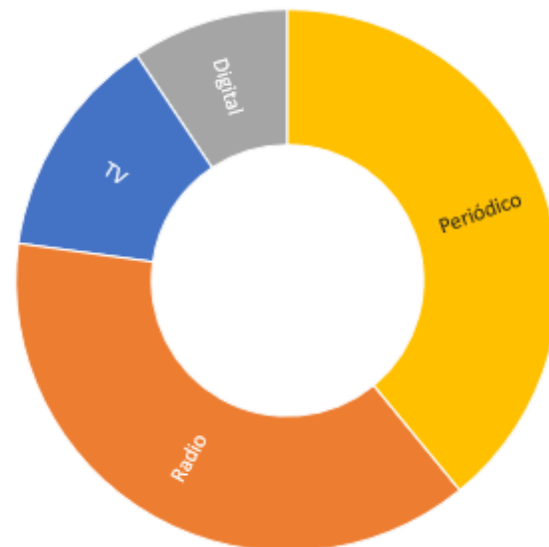
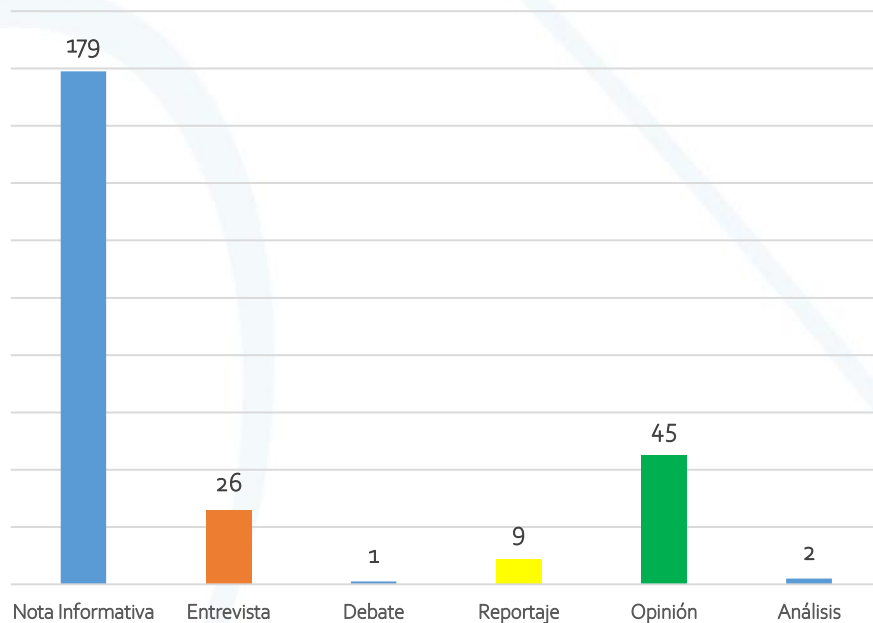
2. Monitoreo Precampañas. Perspectiva de género.

- 2.1 Análisis de la perspectiva de género.Pág. 14
- 2.2 Perspectiva de género.Pág. 15
- 2.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.Pág. 16
- 2.4 Ejemplos de incidencias con referencias al uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.Pág. 18
- 2.5 Violencia política contras las mujeres en razón de género.Pág. 19

1.1 Género periodístico de las piezas monitoreadas

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

Género periodístico

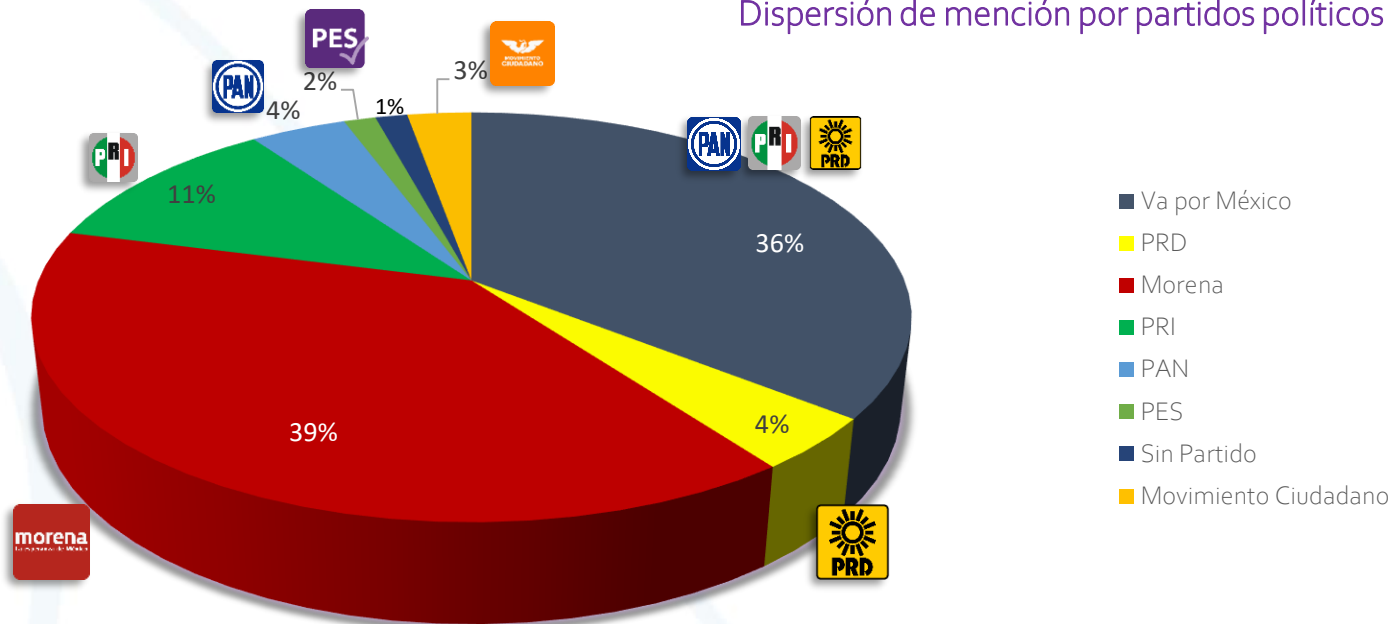


* Nota - La diferencia entre las 320 Piezas informativas y las 262 piezas de géneros periodísticos reportados, radica en que 58 piezas de monitoreo son "Avances Informativos" en los distintos medios de comunicación que se monitorearon.

1.2.1 Piezas de monitoreo

Precampaña del 23 al 31 de diciembre de 2020 (Todos los medios de comunicación)

Dispersión de mención por partidos políticos

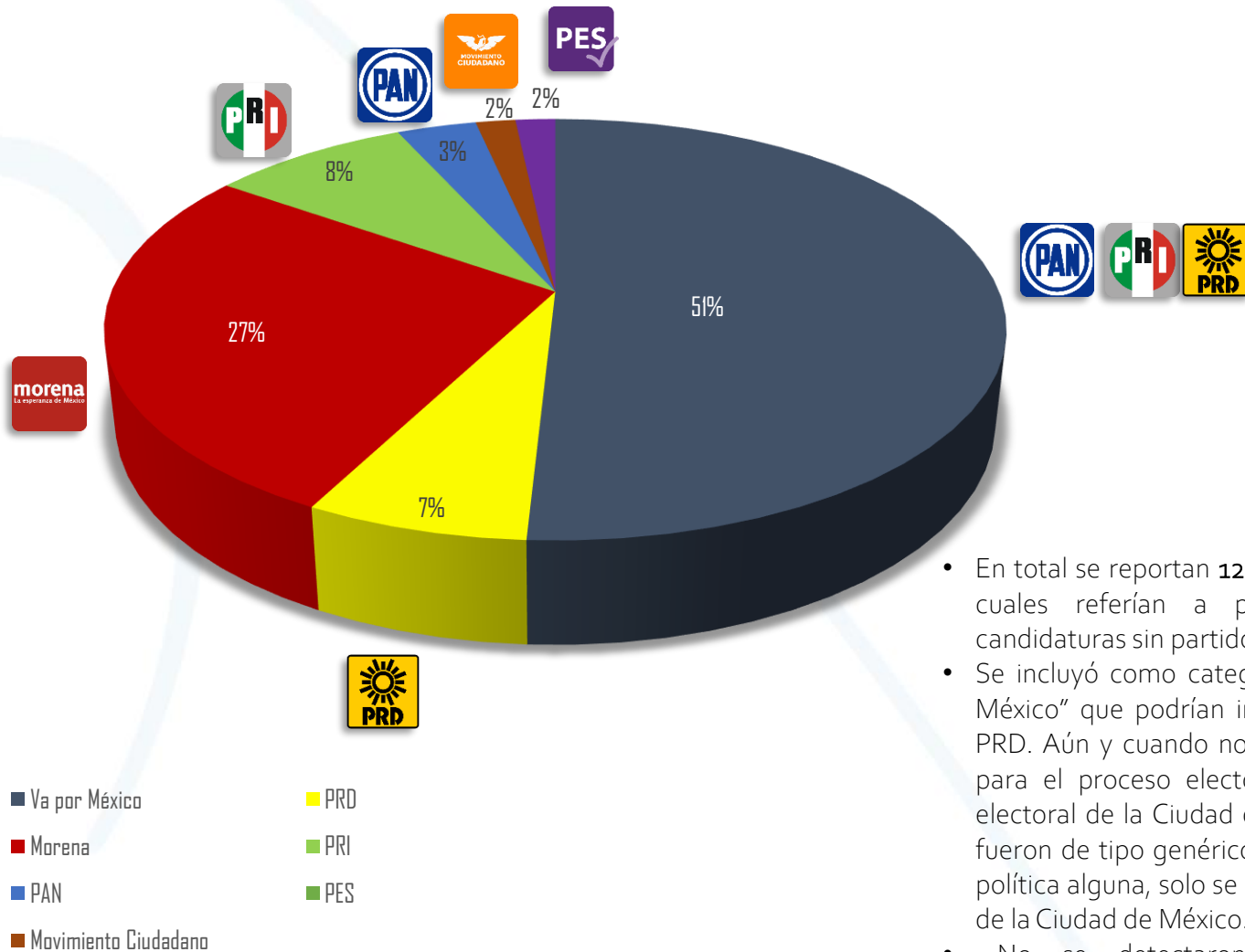


En total se obtuvieron **320 piezas informativas**. Siendo que 18 de estas hacen referencia precisa del proceso electoral de la Ciudad de México, mientras que las restantes no especifican de manera particular sobre el proceso electoral nacional o de alguna entidad federativa.

- 56% no fueron enfocadas a ningún partido específicamente.
- No hubo menciones directas a ninguna precandidata, precandidato o candidatura sin partido para las elecciones del 2021.
- Se incluyó como categoría las menciones de “Va por México” que podrían integrar los partidos PAN, PRI Y PRD. Aún y cuando no se desprende si es una alianza para el proceso electoral federal o para el proceso electoral de la Ciudad de México. Las otras menciones fueron de tipo genérico, es decir, sin especificar fuerza política alguna, solo se mencionaba el proceso electoral de la Ciudad de México.
- No se detectaron piezas de monitoreo de candidaturas sin partido.

1.2.2 Piezas de monitoreo

Precampaña del 23 al 31 de diciembre de 2020 (Medios de comunicación radiofónicos)

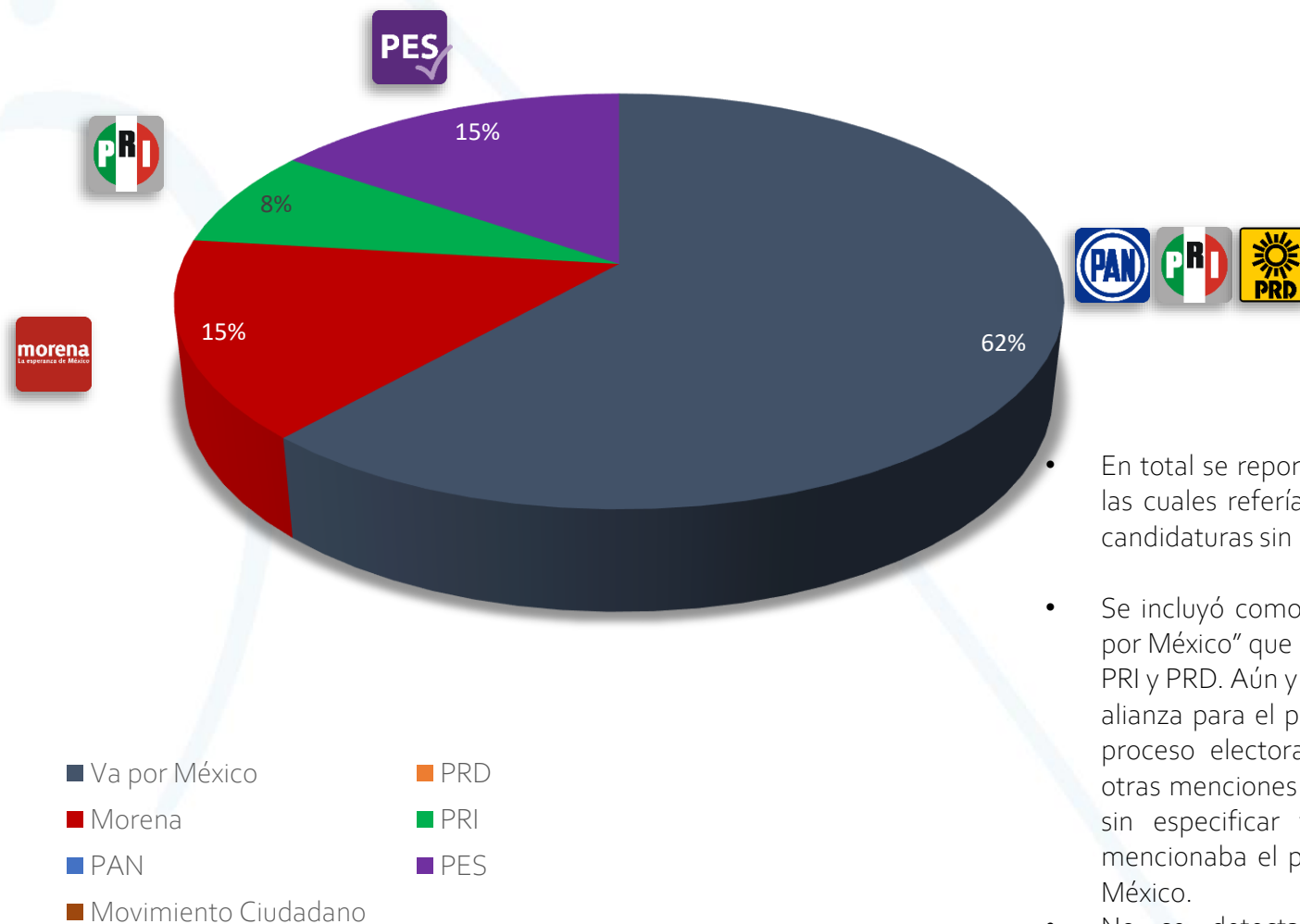


- En total se reportan **122 piezas de monitoreo**, 59 de las cuales referían a partidos políticos, alianzas o candidaturas sin partido.
- Se incluyó como categoría las menciones de “Va por México” que podrían integrar los partidos PAN, PRI y PRD. Aún y cuando no se desprende si es una alianza para el proceso electoral federal o para el proceso electoral de la Ciudad de México. Las otras menciones fueron de tipo genérico, es decir, sin especificar fuerza política alguna, solo se mencionaba el proceso electoral de la Ciudad de México.
- No se detectaron piezas de monitoreo de candidaturas sin partido.

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

1.2.3 Piezas de monitoreo

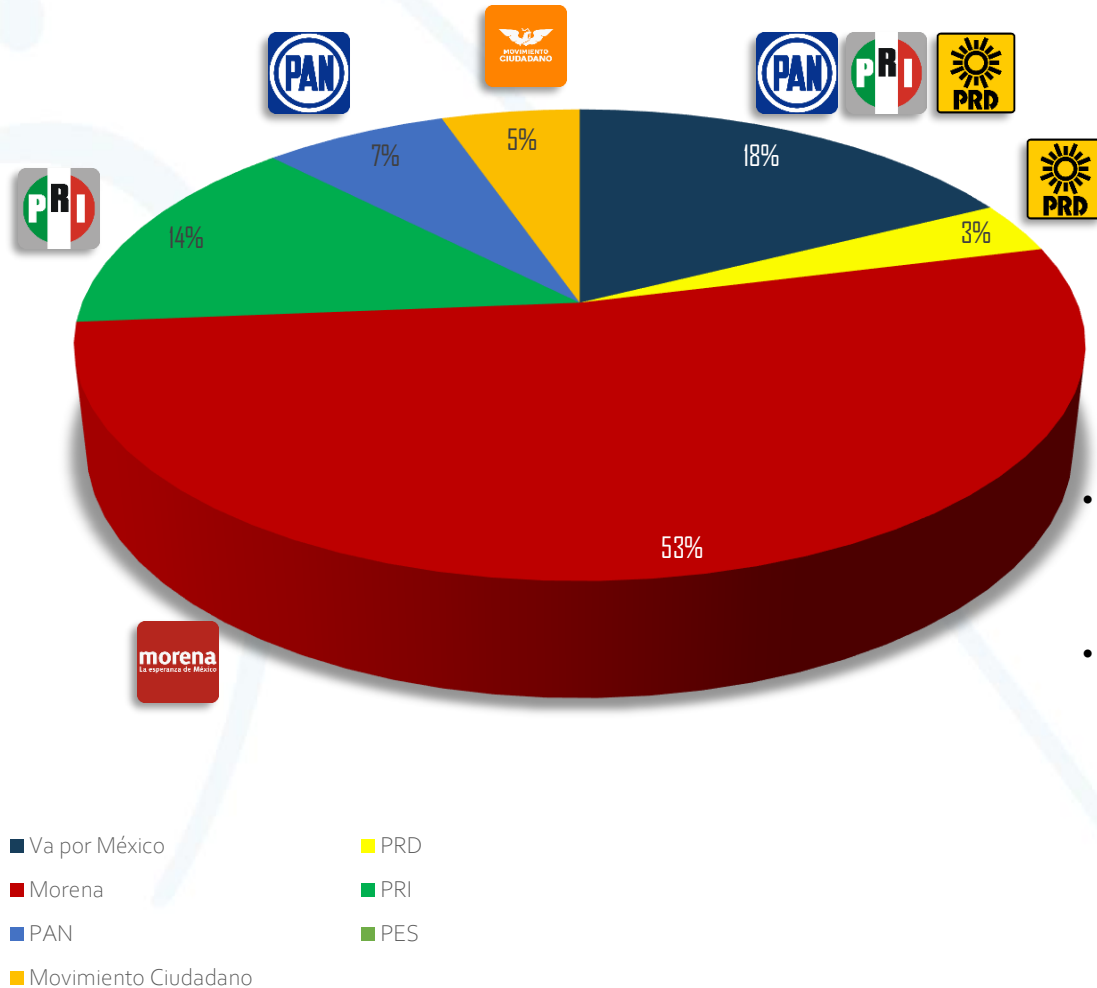
Precampaña del 23 al 31 de diciembre de 2020 (Medios de comunicación televisivos)



- En total se reportan **37 piezas de monitoreo**, 13 de las cuales referían a partidos políticos, alianzas o candidaturas sin partido.
- Se incluyó como categoría las menciones de “Va por México” que podrían integrar los partidos PAN, PRI y PRD. Aún y cuando no se desprende si es una alianza para el proceso electoral federal o para el proceso electoral de la Ciudad de México. Las otras menciones fueron de tipo genérico, es decir, sin especificar fuerza política alguna, solo se mencionaba el proceso electoral de la Ciudad de México.
- No se detectaron piezas de monitoreo de candidaturas sin partido.

1.2.4 Piezas de monitoreo

Precampaña del 23 al 31 de diciembre de 2020 (Medios de comunicación impresos)

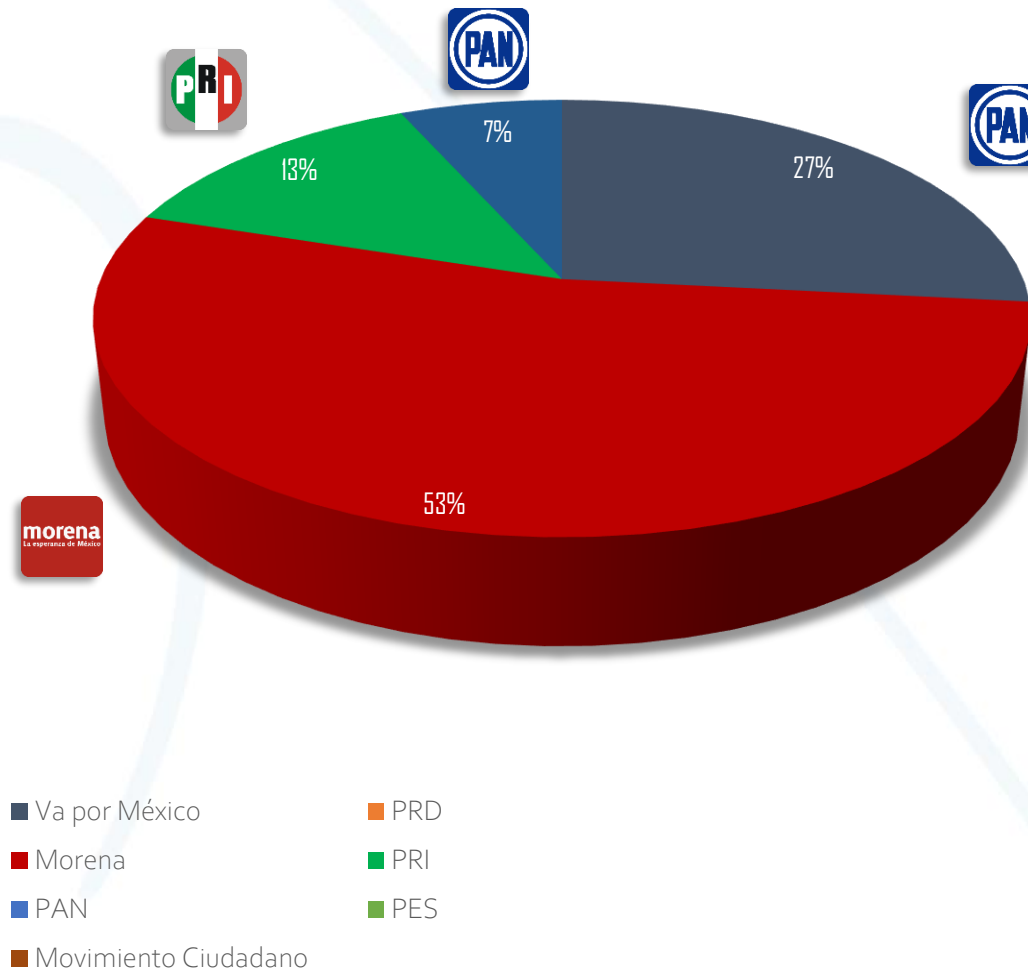


- En total se reportan **126 piezas de monitoreo**, 57 de las cuales referían a partidos políticos, alianzas o candidaturas sin partido.
- Se incluyó como categoría las menciones de “Va por México” que podrían integrar los partidos PAN, PRI y PRD. Aún y cuando no se desprende si es una alianza para el proceso electoral federal o para el proceso electoral de la Ciudad de México. Las otras menciones fueron de tipo genérico, es decir, sin especificar fuerza política alguna, solo se mencionaba el proceso electoral de la Ciudad de México.
- No se detectaron piezas de monitoreo de candidaturas sin partido.

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

1.2.5 Piezas de monitoreo

Precampaña del 23 al 31 de diciembre de 2020 (Medios de comunicación digitales)

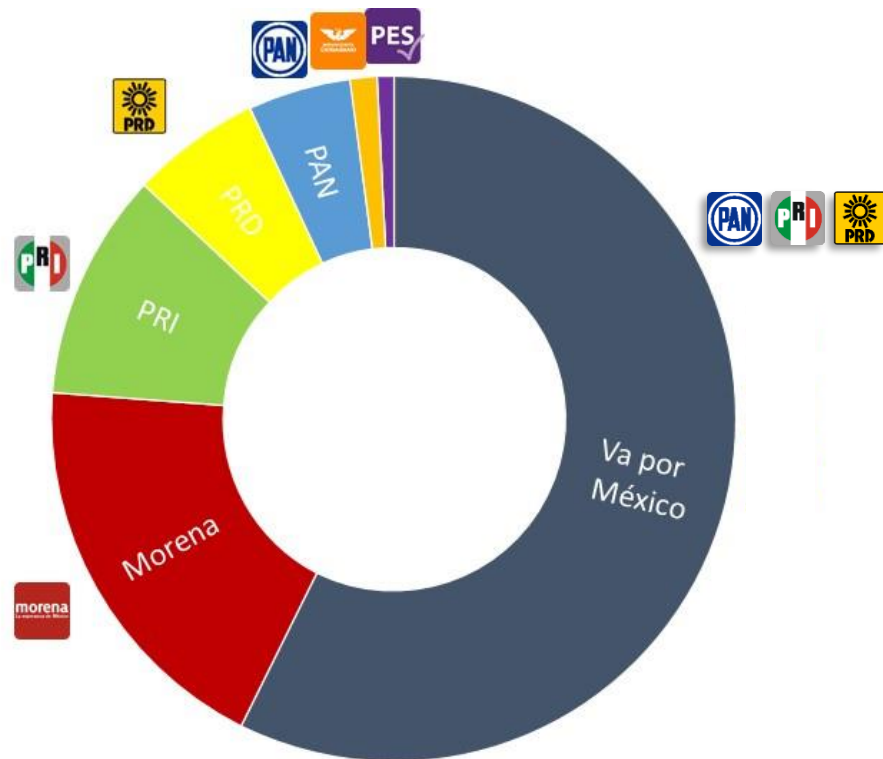


- En total se reportan **35 piezas de monitoreo**, 15 de las cuales referían a partidos políticos, alianzas o candidaturas sin partido.
- Se incluyó como categoría las menciones de “Va por México” que podrían integrar los partidos PAN, PRI Y PRD. Aún y cuando no se desprende si es una alianza para el proceso electoral federal o para el proceso electoral de la Ciudad de México. Las otras menciones fueron de tipo genérico, es decir, sin especificar fuerza política alguna, solo se mencionaba el proceso electoral de la Ciudad de México.
- No se detectaron piezas de monitoreo de candidaturas sin partido.

1.3 Tiempo aire dedicado a precampañas electorales

Precampaña del 23 al 31 de diciembre de 2020 (Medios de comunicación de radio y televisión)

- El total de tiempo dedicado a las precampañas electorales sumaron **7 horas, 41 minutos y 6 segundos**:
 - 6 horas 51 minutos en radio.
 - 51 minutos y 6 segundos en televisión.
- Por lo que hace a 3 horas con 40 minutos, no se citaron precandidata, precandidato ni partido político alguno de manera específica.



Tiempo aire dedicado a precampañas electorales

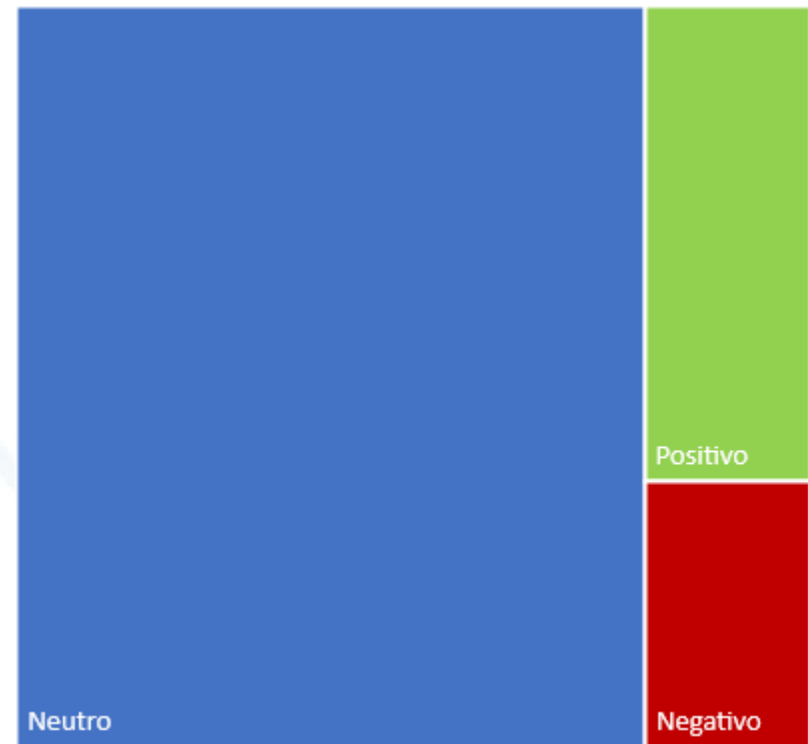
Partido político, coalición, alianza o candidatura sin partido	Tiempo total
Va por México	2 horas y 17 minutos
PRD	15 minutos y 22 segundos
Morena	46 minutos y 14 segundos
PRI	26 minutos y 21 segundos
PAN	12 minutos y 3 segundos
PES	2 minutos
Movimiento Ciudadano	3 minutos y 5 segundos
Sin mención a partido político o precandidatura alguna	3 horas y 40 minutos

1.4 Tratamiento de la información

Precampaña del 23 al 31 de diciembre de 2020 (Todos los medios de comunicación)

La valoración de las menciones de carácter electoral para este periodo de precampaña hacia los diferentes partidos políticos, así como a las alianzas, coaliciones formuladas o candidaturas sin partido, se manejaron con el siguiente tratamiento:

- 94 notas con valoración neutra.
- 16 notas con valoración positiva.
- 9 notas con valoración negativa.





2. Monitoreo Precampañas. Perspectiva de género.

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

2.1 Análisis de la perspectiva de género

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020



El presente monitoreo transversalizó la observación de la perspectiva de género, para lo cual, se siguió una metodología que observa tres ejes prioritarios:

- 1. Perspectiva de género.** Analiza el tratamiento que se da en el hecho noticioso, fundamentalmente a estereotipos y roles, tanto en lo simbólico como en lo práctico, lo verbal y lo no verbal.
- 2. Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.** Se observa la manera de nombrar y hacer referencia a las mujeres y grupos de atención prioritaria, sobre todo, si ello influye en la visibilización de las mujeres en sentido positivo.
- 3. Violencia política contra las mujeres en razón de género.** Se analizan conductas de quienes conducen o generan la pieza noticiosa, así como de los contenidos, a fin de detectar situaciones que configuren posibles casos de violencia política contra las mujeres en razón de género.

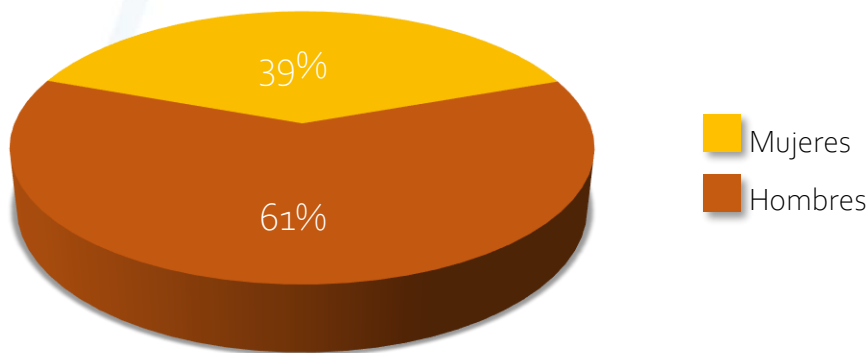
2.2 Perspectiva de género

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

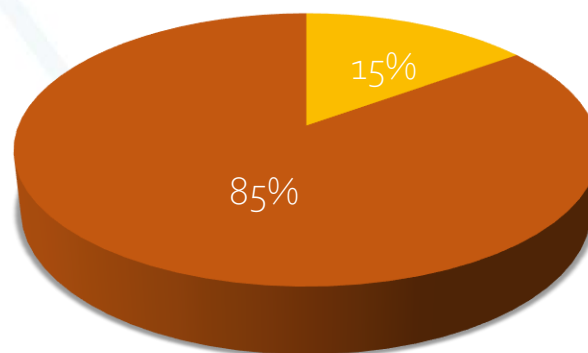
Se entenderá por perspectiva de género el uso de una herramienta conceptual y metodológica que demuestra que las diferencias entre mujeres y hombres son culturales y sociales, no solo biológicas; analizando las relaciones asimétricas de opresión, subordinación y discriminación de género que afectan principalmente a las mujeres; con base en lo anterior, se menciona lo siguiente:

- Del total de piezas informativas presentadas (320), el 39% fueron presentadas por mujeres y el 61% por hombres. (Gráfica 1)
- De las piezas informativas del género periodístico *entrevista*, el 15% de las personas entrevistadas fueron mujeres, mientras que el 85% restante, recayó en los hombres. (Gráfica 2)

Gráfica 1. Piezas informativas.
Sexo de las personas que presentan o firman la noticia.



Gráfica 2. Piezas informativas.
Sexo de la persona entrevistada, participantes en los hechos noticiosos.



Mujeres
Hombres

2.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

Se entenderá por uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, a una acción inicial para impulsar la cultura cívica y política libre de estereotipos; que obliga a observar la manera de nombrar 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.

Al respecto se señala que:

- El 56% de las piezas de monitoreo hacen uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje al presentar contenidos referentes a los temas de interés de este reporte.

Si se utilizó - 56%

No se utilizó - 44%

Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje
en piezas informativas monitoreadas

2.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

- De los 67 Medios de comunicación monitoreados, de la cuales **59 no hacen uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje**, lo cual se desglosa de la siguiente manera:
 - a) 34 en medios impresos
 - b) 22 en radio
 - c) 2 en televisión
 - d) 1 en medios digitales
- Los medios de comunicación que de manera puntual en alguna pieza monitoreada se considera cometieron incidencias por la falta del uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje de manera correcta en este periodo son:

Radiofónicos (frecuencia)	Impresos	Digitales	Televisivos (canal)
Imagen Radio (90.5)	El Metro	Televisa.com	Televisa (canal 2)
La Octava (88.1)	El Universal		Imagen Televisión (canal 3)
Radio Fórmula (103.3)	La Crónica de Hoy		
El Heraldo Radio (98.5)	Reforma		
	Excélsior		

2.4 Ejemplos de incidencias con referencia al uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020

Fecha	Tipo de medio	Nombre del medio	Horario	Nombre del programa o sección	Sexo de las personas que presentan o afirman la información	Nombre de quien presenta o publica la nota	Incidencias
31/12/2020	Impreso	Periódico El Universal	N/A	Nación A10	Mujer	Teresa Moreno	"Se sostiene que Morena debe elegir a los mejores candidatos para 2021, aunque no pertenezcan a su partido, pidió Ricardo Monreal Ávila." (sic)
28/12/2020	Digital	Noticieros Televisa.com	N/A	televisa.news		JPG	"... los nacidos en agosto y septiembre serán funcionarios de casilla en elecciones 2021." (sic)

* Se puede acceder a esta información detallada a nivel de pieza de monitoreo, así como más detalles en el documento llamado Reporte Monitoreo IECM en la hoja "Consolidado diciembre final".

2.5 Violencia política contra las mujeres en razón de género

Periodo del 23 al 31 de diciembre de 2020



Se entenderá por violencia política contra las mujeres en razón de género, a toda acción u omisión incluida la tolerancia, dirigida a una mujer por el hecho de ser mujer, obstaculizando o anulando sus derechos político-electorales, incluyendo el ejercicio del cargo.

Se resalta que en este periodo monitoreado **no hubo incidencias** que reportar.



Monitoreo Precampañas. Proceso Electoral Ordinario 2020-2021

Periodo del 1 al 7 de enero de 2021

Presentación del proyecto

Con el objetivo de dotar a la ciudadanía de la Ciudad de México con información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, respecto del tratamiento que se da en los medios de comunicación a las precampañas dentro del marco del proceso electoral 2020-2021, se presenta el *Reporte de Tratamiento* que se ha dado durante el periodo del 1 al 7 de enero de 2021.

En ese sentido, se enfatizó la observación con perspectiva de género, el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, así como la detección de 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 la elaboración del presente reporte, se monitoreó un total de 72 *medios de comunicación*; de los cuales, 09 fueron televisivos; 20 radiofónicos; 34 medios de comunicación impresos y 09 digitales de conformidad al Catálogo para el Monitoreo de Espacios que difunden noticias, aprobado mediante acuerdo IECM.JA091-20, visible en la siguiente liga: <http://www.iecm.mx/www/taip/minutas/ja/2020/IECM-JA091-20.pdf>.

I. Monitoreo Precampañas.

- 1.1 Género periodístico de las piezas monitoreadas.....Pág. 5
- 1.2 Piezas de monitoreo.
 - 1.2.1 Todos los medios de comunicación.Pág. 6
 - 1.2.2 Medios de comunicación radiofónicos.Pág. 7
 - 1.2.3 Medios de comunicación televisivos.Pág. 8
 - 1.2.4 medios de comunicación impresos.Pág. 9
 - 1.2.5 Medios de comunicación digitales.Pág. 10
- 1.3 Tiempo aire dedicado a precampañas electorales.Pág. 11
- 1.4 Tratamiento de la información.Pág.. 12

2. Monitoreo Precampañas. Datos exclusivos sobre piezas de monitoreo particulares de la Ciudad de México.

- 2.1 Género periodístico de piezas de monitoreo enfocados a las elecciones en la Ciudad de México.Pág. 14
- 2.2 Piezas de monitoreo enfocados a las elecciones en la Ciudad de México.Pág. 15
- 2.3 Tratamiento de la información enfocado a las elecciones en la Ciudad de México.Pág. 16

3. Monitoreo Precampañas. Perspectiva de género.

- 3.1 Análisis de la perspectiva de género.Pág. 18
- 3.2 Perspectiva de género.Pág. 19
- 3.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.Pág. 21
- 3.4 Ejemplos de incidencias con referencias al uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.....Pág. 23
- 3.5 Violencia política contra las mujeres en razón de género.Pág. 24



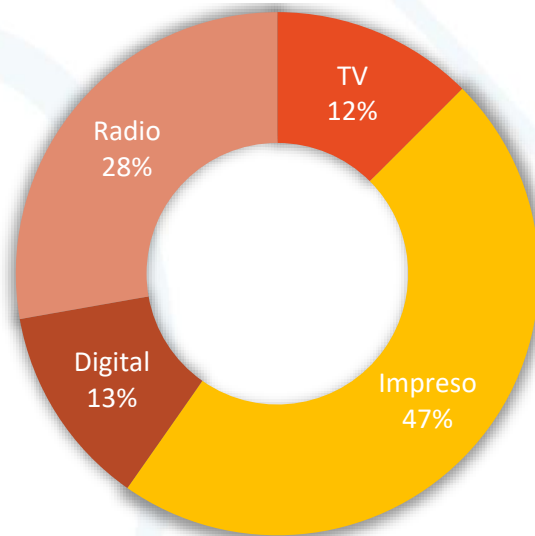
1. Monitoreo Precampañas.

Periodo del 1 al 7 de enero de 2021

1.1 Género periodístico de las piezas monitoreadas

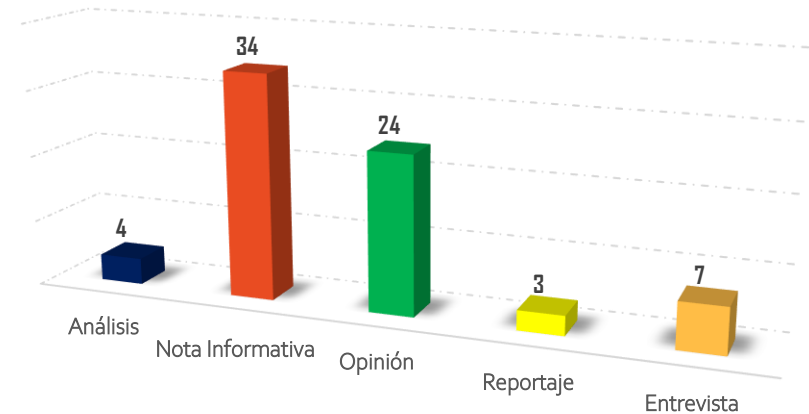
(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

Dispersión de Piezas de monitoreo
de acuerdo al Medio de comunicación



Medio de comunicación	Número de Piezas de monitoreo
Digital	9
Impreso	34
Radiofónico	20
Televisivo	9

Género Periodístico



Género Periodístico	Número de Piezas de monitoreo
Análisis	4
Nota Informativa	34
Opinión	24
Reportaje	3
Entrevista	7

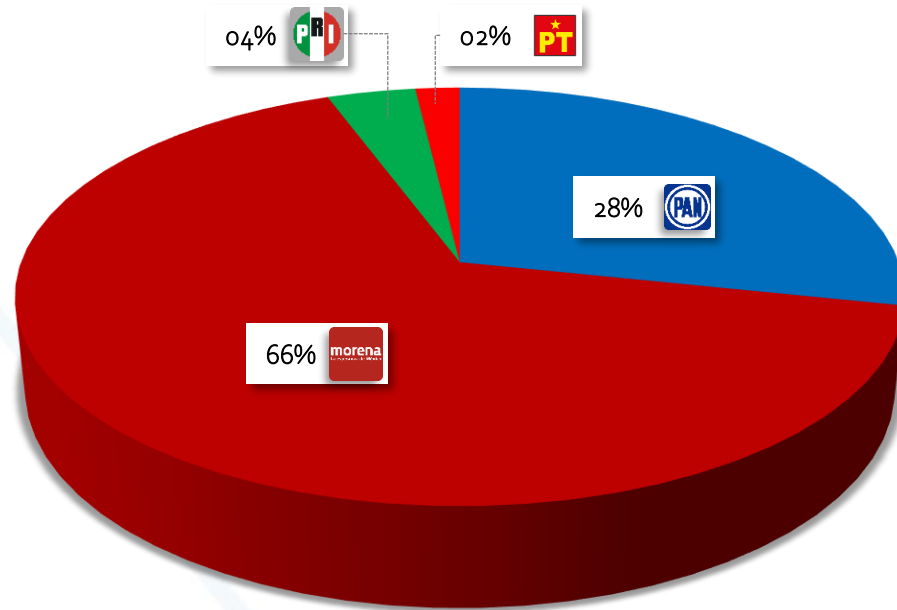
Se ubicaron 72 piezas de monitoreo durante el periodo reportado, de las cuales 16 piezas refieren de manera explícita a las elecciones en la Ciudad de México.

*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

1.2.1 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación)

Dispersión de menciones por partidos políticos



Se obtuvieron **72 piezas de monitoreo** durante este periodo, de las cuales **16 piezas refieren** de manera explícita a las elecciones en la Ciudad de México:

- **51 piezas de monitoreo** citan Partidos Políticos o candidatura sin partido.
- **18 piezas de monitoreo** no fueron enfocadas a ningún partido político o precandidatura.
- **3 piezas de monitoreo** hacen alusión directa a precandidatas para el proceso electoral 2020-2021.

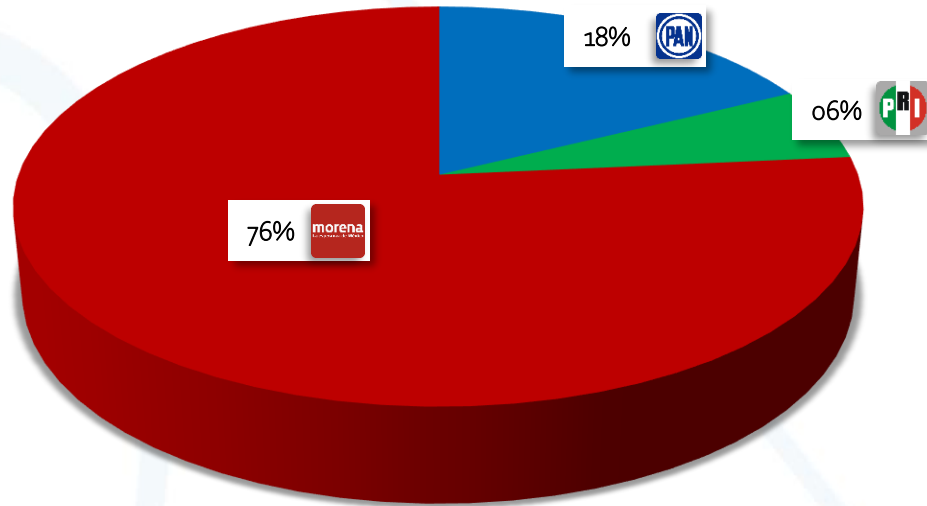
Precandidata	Número de Piezas de monitoreo
Patricia Aceves	1
Dolores Padierna	2

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

1.2.2 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Medios de comunicación radiofónicos)

Dispersión de menciones por partidos políticos



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
PAN	3
PRI	1
Morena	13
Sin Especificar	3

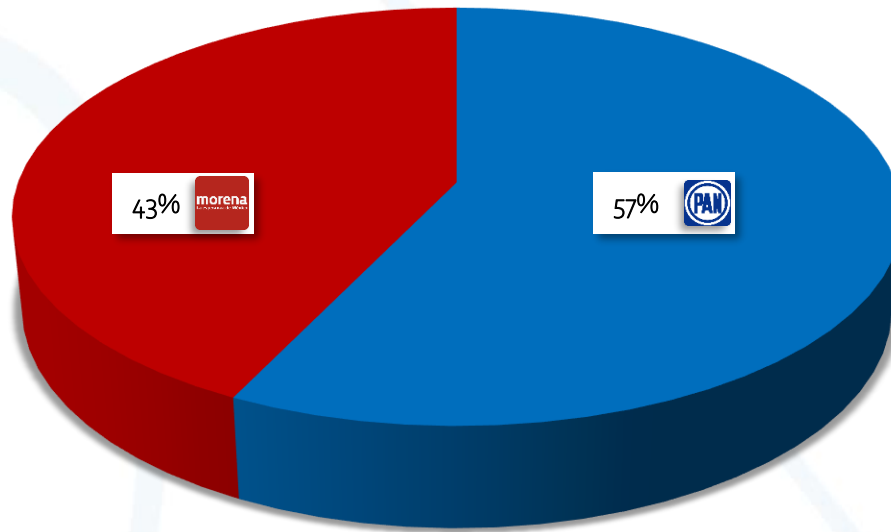
En total se reportan **20 piezas de monitoreo**, 17 de las cuales referían a partidos políticos:

- No se hizo referencia a ninguna precandidatura en específico.
- No se identificaron piezas de monitoreo que explícitamente se refirieran a las elecciones en la Ciudad de México.

1.2.3 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Medios de comunicación televisivos)

Dispersión de menciones por partidos políticos



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
PAN	4
Morena	3
Sin Especificar	2

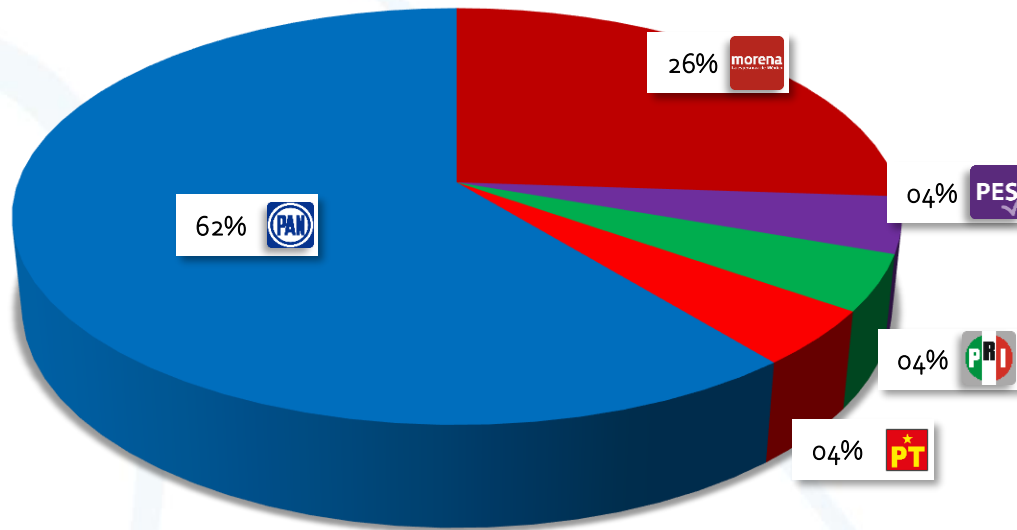
En total se reportan **9 piezas de monitoreo**, 7 de las cuales refieren partidos políticos de manera directa:

- Se identificaron **2 piezas de monitoreo** que explícitamente se refirieron a las elecciones en la Ciudad de México.

1.2.4 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Medios de comunicación impresos)

Dispersión de menciones por partidos políticos



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
PAN	6
PES	1
PRI	1
PT	1
Morena	14
Sin Especificar	11

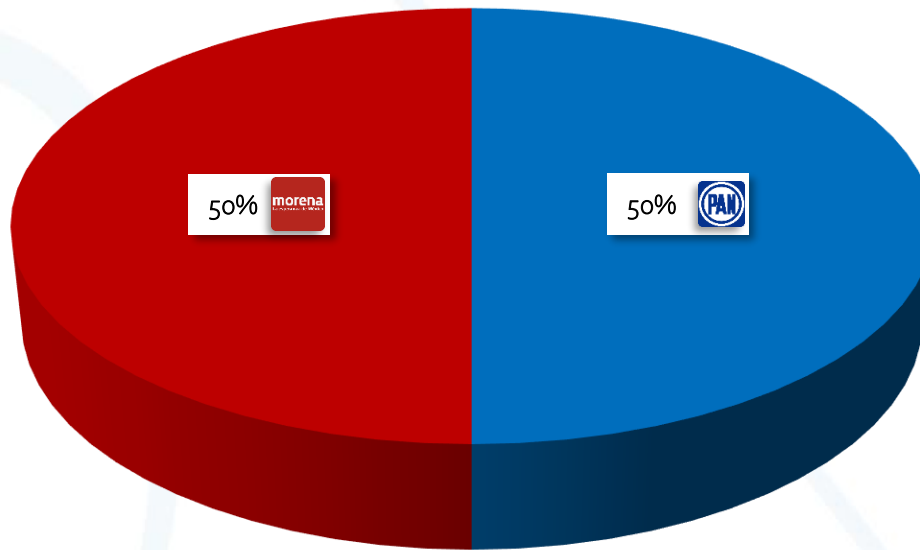
En total se reportan **34 piezas de monitoreo**.

- Se identificaron **23 piezas de monitoreo**, haciendo alusión directa a partidos políticos.
- 1 pieza de monitoreo** específica de manera directa a una precandidata en el medio de comunicación "El Universal" (Patricia Aceves).
- 12 piezas de monitoreo** explícitamente hablaron de las elecciones en la Ciudad de México.

1.2.5 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Medios de comunicación digitales)

Dispersión de menciones por partidos políticos



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
PAN	2
Morena	2
Sin especificar	5

Se reportan **9 piezas de monitoreo**, 4 de las cuales referían a partidos políticos específicos.

- Se ubicaron **2 piezas de monitoreo específicas** a una precandidata para las elecciones del 2021 (Dolores Padierna).
- Se identificó **1 piezas de monitoreo** que explícitamente se refirió a las elecciones en la Ciudad de México.

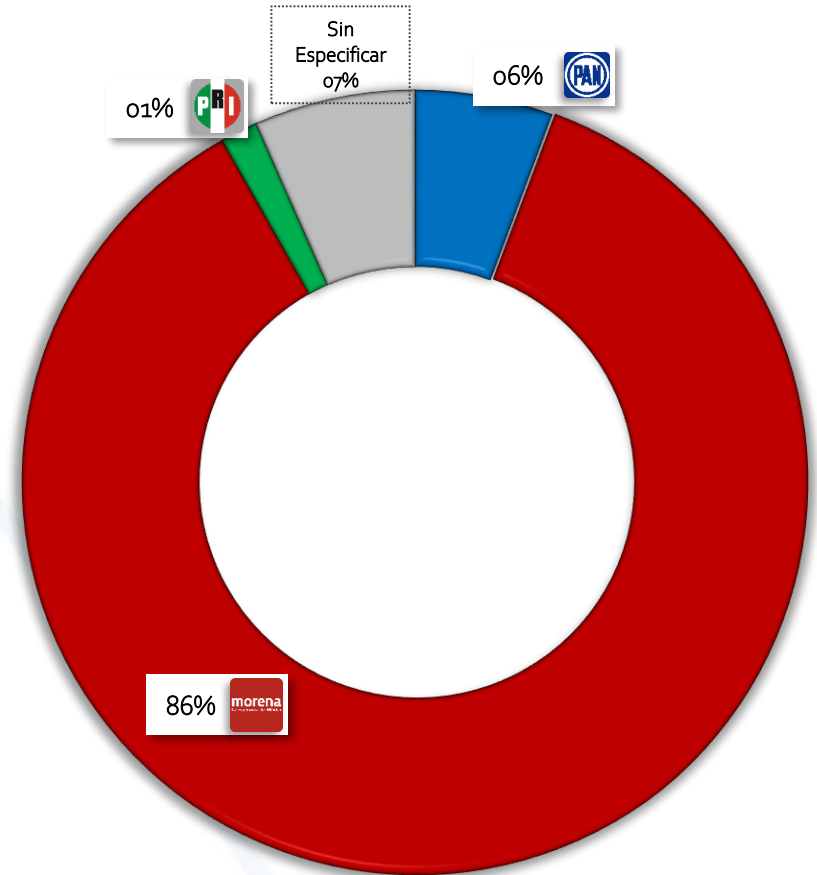
1.3 Tiempo aire dedicado a precampañas electorales

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Medios de comunicación de radio y televisión)

- El total de tiempo aire dedicado a las precampañas electorales sumó **54 minutos con 4 segundos**:
 - 43 minutos 1 segundos en radio.
 - 11 minutos y 03 segundos en televisión.

Tiempo aire dedicado a precampañas electorales

Partido político, coalición, alianza o candidatura sin partido	Tiempo total
MORENA	43 minutos y 13 segundos
PAN	3 minutos y 1 segundos
PRI	46 segundos
Sin mención a partido político o precandidatura alguna	7 minutos y 1 minutos



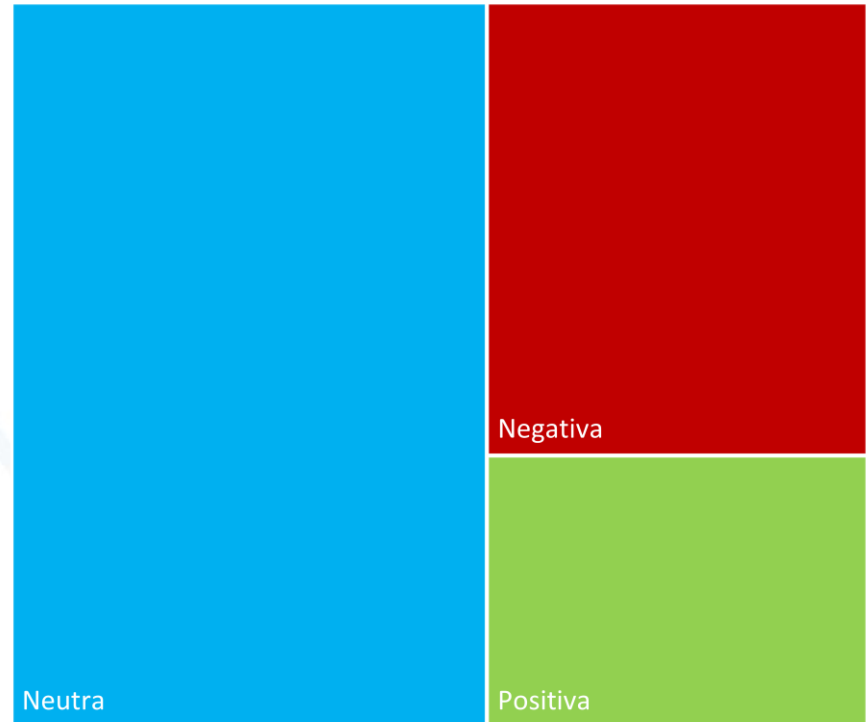
1.4 Tratamiento de la información

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación)

La valoración de las menciones de carácter electoral para este periodo de precampaña hacia los diferentes partidos políticos, así como a las alianzas, coaliciones formuladas o candidaturas sin partido, se manejaron con el siguiente tratamiento:

- 40 notas con valoración neutra.
- 12 notas con valoración positiva.
- 20 notas con valoración negativa.

Con respecto a la valoración del tratamiento de información en las piezas de monitoreo en donde se menciona algún partido político podemos ver la dispersión en la siguiente tabla:



	Positivo	Negativo	Neutro
Morena	4	12	18
PAN	6	1	8
PRI	0	1	1
PES	0	0	1
PT	0	0	1

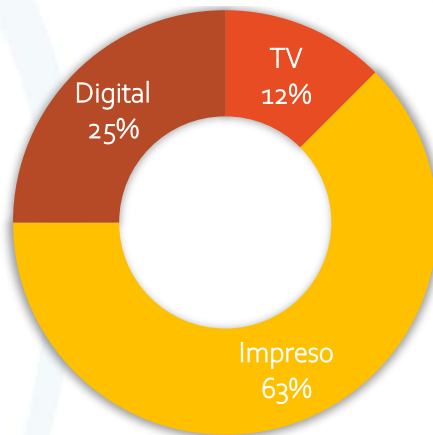


Periodo del 1 al 7 de enero de 2021

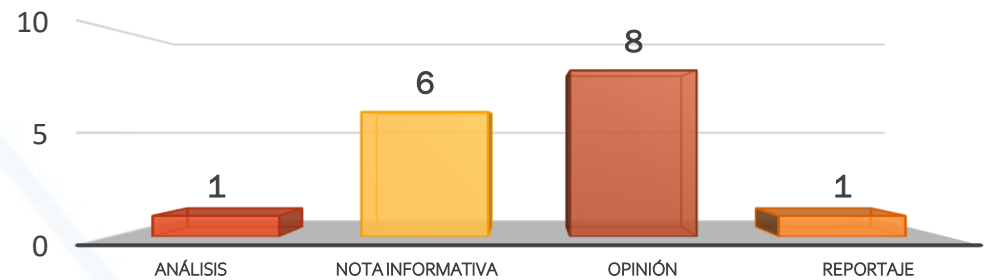
2.1 Género periodístico de piezas de monitoreo enfocados específicamente a las elecciones en la Ciudad de México

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación -menciones específicas a elecciones en la Ciudad de México-)

Dispersión de piezas de monitoreo de acuerdo al medio de comunicación



Género periodístico



Medios de comunicación con menciones específicas a elecciones en la Ciudad de México, bajo el género Nota Informativa

Radiofónicos (frecuencia)	Impresos	Digitales	Televisivos (canal)
	La Prensa	Universal.com	Canal 21
	Contra Réplica (2)	LaJornada.com	

*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

2.2 Piezas de monitoreo específicamente enfocados a las elecciones en la Ciudad de México

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación -menciones específicas a elecciones en la Ciudad de México-)



En total se obtuvieron **16 piezas de monitoreo** durante este periodo, de las cuales:

- 6 piezas de monitoreo no se enfocaron algún partido político de manera específica.
- Se detectaron 3 menciones específicas a precandidaturas enfocadas a Morena: Dolores Padierna (2); Patricia Aceves (1).

El tiempo al aire acumulado en el medio de comunicación televisivo sumó **2 minutos y 2 segundos**.

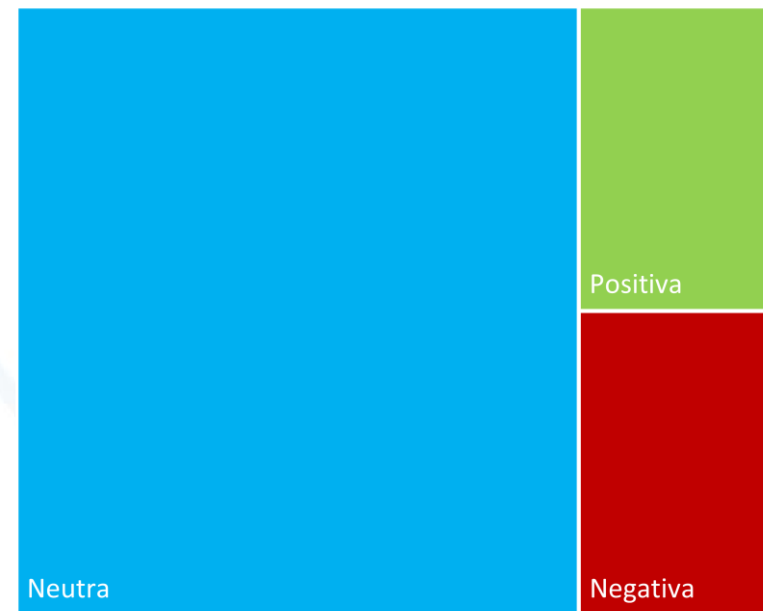
2.3 Tratamiento de la información de las piezas de monitoreo enfocadas particularmente a las elecciones en la Ciudad de México

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación -menciones específicas a elecciones en la Ciudad de México-)

La valoración de las menciones de carácter electoral para este periodo de precampaña hacia los diferentes partidos políticos, así como a las alianzas, coaliciones formuladas o candidaturas sin partido, se manejaron con el siguiente tratamiento:

- 12 notas con valoración neutra.
- 2 notas con valoración positiva.
- 2 notas con valoración negativa.

Con respecto a la valoración del tratamiento de información en las piezas de monitoreo en donde se menciona algún partido político podemos ver la dispersión en la siguiente tabla:



	Positivo	Negativo	Neutro
Morena	1	1	4
PAN	1		3



3. Monitoreo Precampañas. Perspectiva de género.

Periodo del 1 al 7 de enero de 2021

3.1 Análisis de la perspectiva de género

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

El presente monitoreo transversalizó la observación de la perspectiva de género, para lo cual, se siguió una metodología que observa tres ejes prioritarios:

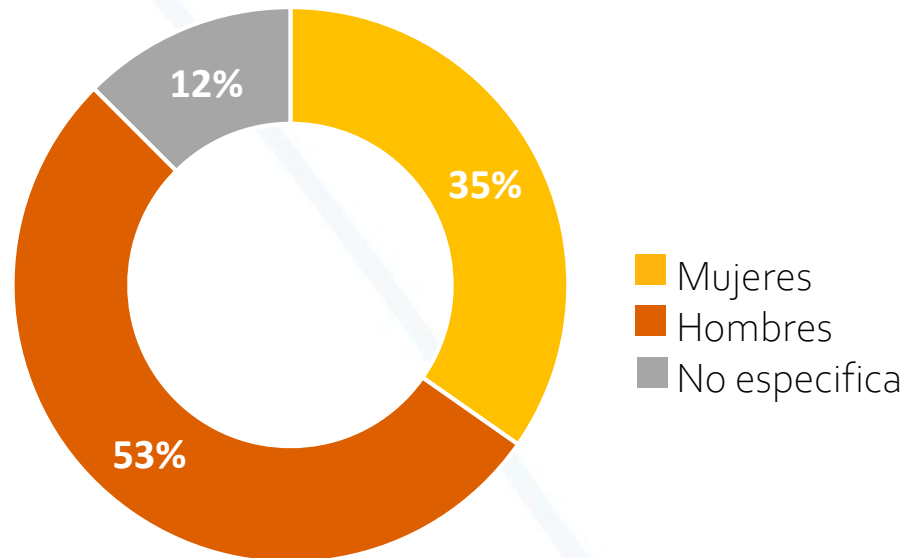
- 1. Perspectiva de género.** Analiza el tratamiento que se da en el hecho noticioso, fundamentalmente a estereotipos y roles, tanto en lo simbólico como en lo práctico, lo verbal y lo no verbal.
- 2. Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.** Se observa la manera de nombrar y hacer referencia a las mujeres y grupos de atención prioritaria, sobre todo, si ello influye en la visibilización de las mujeres en sentido positivo.
- 3. Violencia política contra las mujeres en razón de género.** Se analizaron conductas de quienes conducen o generan la pieza noticiosa, así como de los contenidos, a fin de detectar situaciones que configuren posibles casos de violencia política contra las mujeres en razón de género.

3.2 Perspectiva de género

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

Se entenderá por perspectiva de género el uso de una herramienta conceptual y metodológica que demuestran que las diferencias entre mujeres y hombres son culturales y sociales, no solo biológicas; analizando las relaciones asimétricas de opresión, subordinación y discriminación de género que afectan principalmente a las mujeres; con base en lo anterior, se menciona:

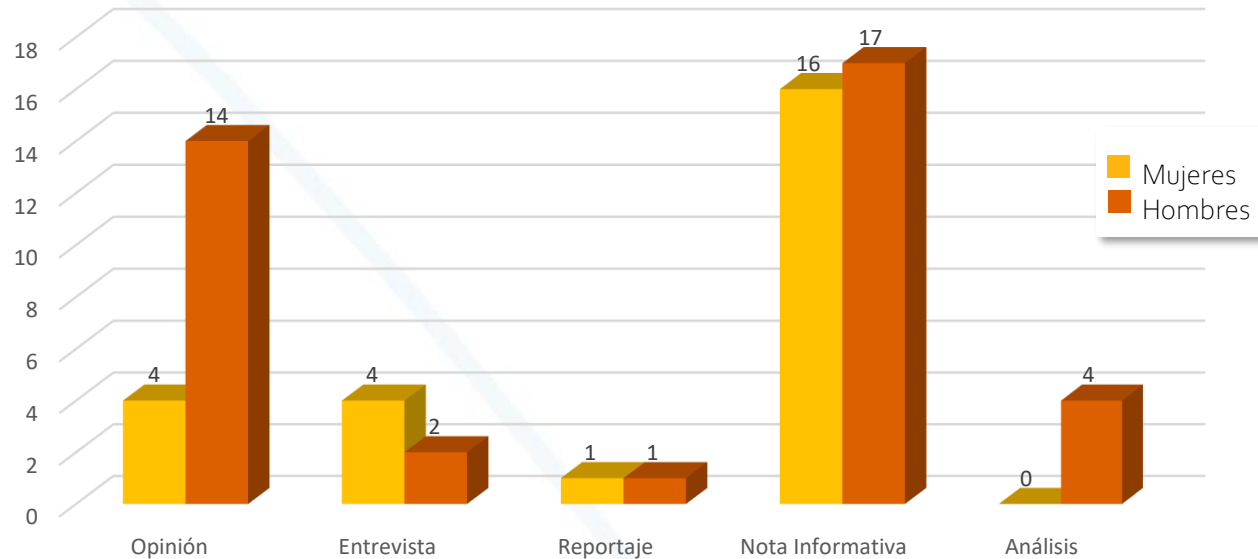
- Del total de piezas de monitoreo presentadas (72), el 35% fueron presentadas por mujeres, el 53% por hombres y 12% no especificaron.



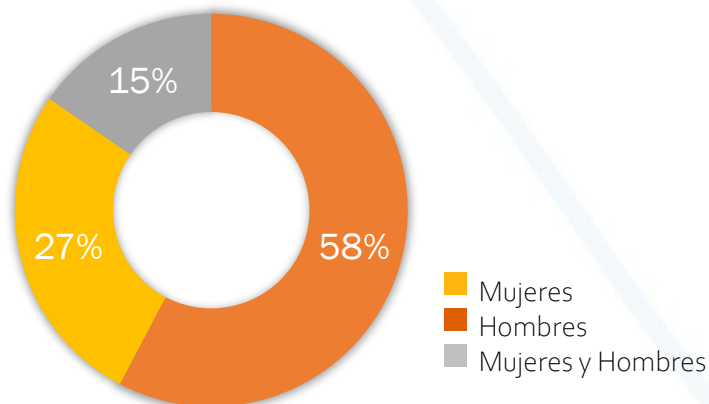
3.2 Perspectiva de género

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

Las 63 piezas de monitoreo clasificadas en géneros periodísticos y desagregadas por sexo, quedan como se muestra en la siguiente gráfica:



La cantidad de piezas de monitoreo que se centran en mujeres es del 27%, en hombres 58%, mientras que para ambos asciende al 15%.



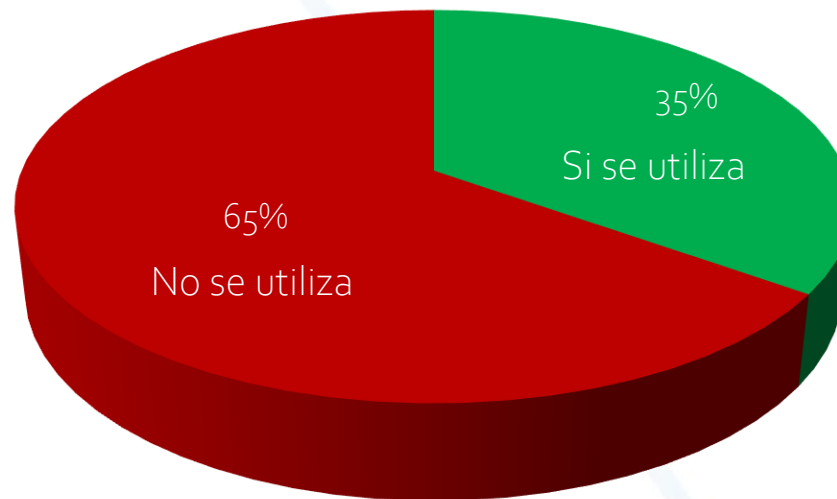
**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

3.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

Se entenderá por uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, a una acción inicial para impulsar la cultura cívica y política libre de estereotipos; que obliga a observar la manera de nombrar 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. Al respecto se señala que:

- El 35% de las piezas de monitoreo **hacen uso** incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, al presentar contenidos referentes a los temas de interés de este reporte.



Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en piezas informativas.

3.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

- Referente a los medios de comunicación que no hicieron uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en todas sus piezas monitoreadas, las incidencias se dispersan de la siguiente manera:
 - 17 en medios de comunicación impresos.
 - 2 en medios de comunicación radiofónicos.
 - 5 en medios de comunicación televisivos.
 - 2 en medios de comunicación digitales
- Los medios de comunicación que de manera puntual en alguna pieza monitoreada se considera cometieron incidencias por la falta de uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje de manera correcta en este periodo son:

Radiofónicos (frecuencia)	Impresos	Digitales	Televisivos (canal)
Imagen Radio (90.5)	El Metro	Milenio.com	Televisa (canal 2)
Ciudad por la mañana (104.1)	La Crónica de Hoy	Universal.com	Once Noticias (canal 11)
	Reforma		Telediario (canal 6)
	La Prensa		
	El Universal		

3.4 Ejemplos de incidencias con referencia al uso no incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

Fecha	Tipo de medio	Nombre del medio	Horario	Nombre del programa o sección	Sexo de la persona que presenta o afirma la información	Nombre de quien presenta o publica la nota	Incidencias
05/01/2021	Impreso y Digital	Universal.com	N/A	El Caballito	N/A	N/A	“... El sábado vence el plazo para los diputados federales que deseen contender por una candidatura en la Ciudad de México se registren y algunos representantes de la 4T están deshojando la margarita. Destacan los nombres de Sergio Mayer, Lorena Villavicencio y Beatriz Rojas. Los dos primeros buscan la alcaldía en Álvaro Obregón y la última suceder a su esposo, Francisco Chíguil, en Gustavo A. Madero”. (sic)

3.5 Violencia política contra las mujeres en razón de género

Precampaña del 1 al 7 de enero de 2021

Se entenderá por violencia política contra las mujeres en razón de género, a toda acción u omisión incluida la tolerancia, dirigida a una mujer por el hecho de ser mujer, obstaculizando o anulando sus derechos político-electorales, incluyendo el ejercicio del cargo.

Se resalta que en este periodo monitoreado **no hubo incidencias** que reportar.



Monitoreo Precampañas. Proceso Electoral Ordinario 2020-2021

Periodo del 8 al 14 de enero de 2021

Presentación del proyecto

Con el objetivo de dotar a la ciudadanía de la Ciudad de México con información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, respecto del tratamiento que se da en los medios de comunicación a las precampañas dentro del marco del proceso electoral 2020-2021, se presenta el *Reporte de Tratamiento* que se ha dado durante el periodo del 8 al 14 de enero de 2021.

En ese sentido, se enfatizó la observación con perspectiva de género, el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, así como la detección de 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 la elaboración del presente reporte, se monitoreó un total de 67 *medios de comunicación*; de los cuales, 17 fueron televisivos; 21 radiofónicos; 12 medios de comunicación impresos y 17 digitales de conformidad al Catálogo para el Monitoreo de Espacios que difunden noticias, aprobado mediante acuerdo IECM.JA091-20, visible en la siguiente liga: <http://www.iecm.mx/www/taip/minutas/ja/2020/IECM-JA091-20.pdf>.

1. Monitoreo Precampañas.

- 1.1 Género periodístico de las piezas monitoreadas.....Pág. 6
- 1.2 Piezas de monitoreo.
 - 1.2.1 Todos los medios de comunicación.Pág. 7
 - 1.2.2 Medios de comunicación radiofónicos.Pág. 8
 - 1.2.3 Medios de comunicación televisivos.Pág. 9
 - 1.2.4 medios de comunicación impresos.Pág. 10
 - 1.2.5 Medios de comunicación digitales.Pág. 11
- 1.3 Tiempo aire dedicado a precampañas electorales.Pág. 12
- 1.4 Tratamiento de la información.Pág.. 13
- 1.5 Ejemplos del tratamiento de la información Pág. 14

2. Monitoreo Precampañas. Datos exclusivos sobre piezas de monitoreo particulares de la Ciudad de México.

- 2.1 Género periodístico de piezas de monitoreo enfocados a las elecciones en la Ciudad de México.Pág. 16
- 2.2 Piezas de monitoreo enfocados a las elecciones en la Ciudad de México.Pág. 17
- 2.3 Tratamiento de la información enfocado a las elecciones en la Ciudad de México.Pág. 18
- 2.4 Ejemplos del tratamiento de la información enfocado a las elecciones en la Ciudad de México Pág. 19

3. Monitoreo Precampañas. Perspectiva de género.

3.1	Análisis de la perspectiva de género.	Pág. 21
3.2	Perspectiva de género.	Pág. 22
3.2.1	Piezas de monitoreo con perspectiva de género (Todos los medios)	Pág. 24
3.2.2	Piezas de monitoreo con perspectiva de género (Medios radiofónicos)	Pág. 25
3.2.3	Piezas de monitoreo con perspectiva de género (Medios televisivos)	Pág. 26
3.2.4	Piezas de monitoreo con perspectiva de género (Medios impresos)	Pág. 27
3.2.5	Piezas de monitoreo con perspectiva de género (Medios digitales)	Pág. 28
3.2.6	Tiempo aire dedicado a hombres y mujeres en radio y en televisión.....	Pág. 29
3.2.7	Piezas de monitoreo con perspectiva de género específicamente enfocadas a las elecciones en la Ciudad de México	Pág. 30
3.2.8	Tiempo aire dedicado a hombres y mujeres en radio y en televisión (Menciones exclusivas CDMX)	Pág. 31
3.3	Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.	Pág. 32
3.4	Ejemplos de incidencias con referencias al uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.....	Pág. 35
3.5	Violencia política contra las mujeres en razón de género.	Pág. 36



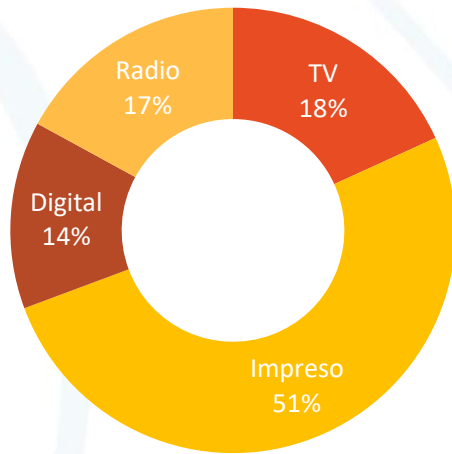
1. Monitoreo Precampañas.

Periodo del 8 al 14 de enero de 2021

1.1 Género periodístico de las piezas monitoreadas

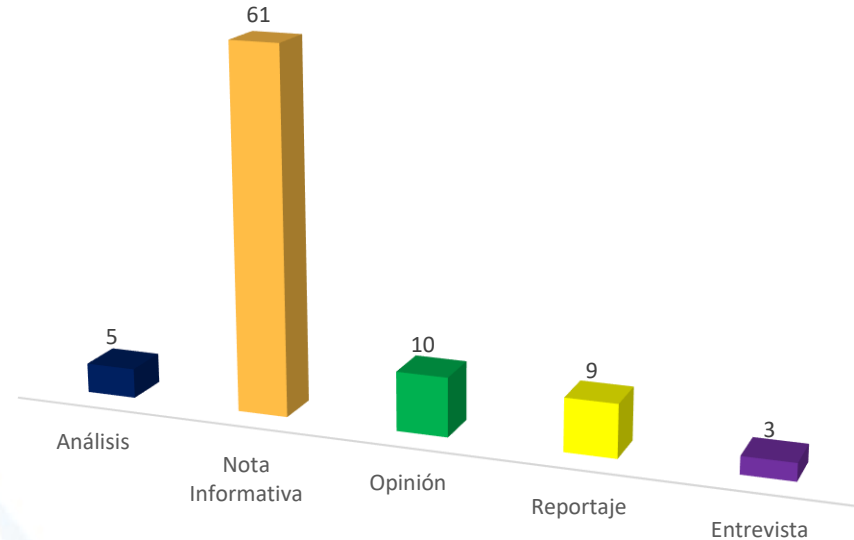
(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

Dispersión de Piezas de monitoreo
de acuerdo con el Medio de comunicación



Medio de comunicación	Número de Piezas de monitoreo
Digital	12
Impreso	45
Radiofónico	14
Televisivo	16

Género Periodístico



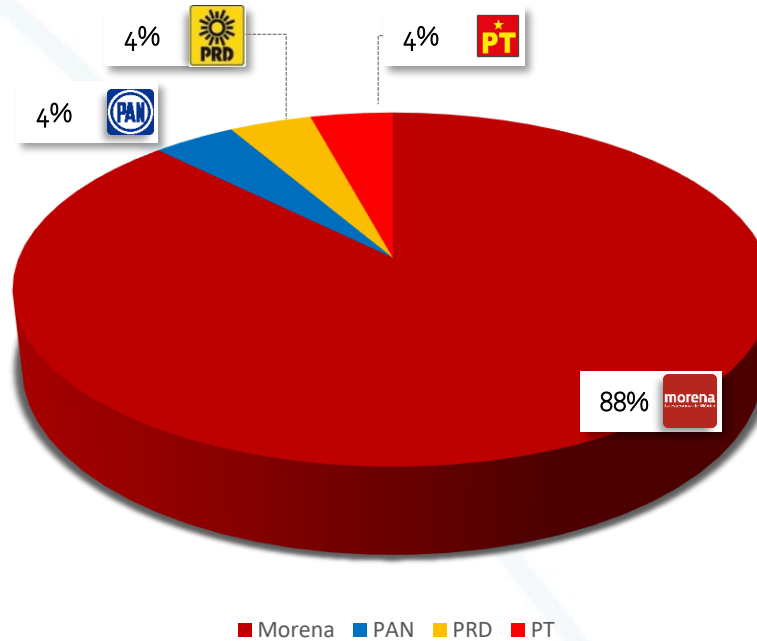
Género Periodístico	Número de Piezas de monitoreo
Análisis	5
Nota Informativa	61
Opinión	10
Reportaje	9
Entrevista	3

Se ubicaron 88 piezas de monitoreo durante el periodo reportado, de las cuales 48 piezas refieren de manera explícita a las elecciones en la Ciudad de México.

*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

1.2.1 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación)



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
PAN	1
Morena	21
PRD	1
PT	1

Precandidata o precandidato	Número de Piezas de monitoreo
Alfredo Adame	2
Blue Demon Jr.	2
Carístico	2
Dolores Padierna	8
Gabriela Osorio	1
Héctor Hernández	3
Isabela Rosales Herrera	1
Malillani Marín	1
Mariana "La Barbie" Juárez	1
Néstor Núñez	1
Tinieblas	2

Se obtuvieron **88 piezas de monitoreo** durante este periodo, de las cuales:

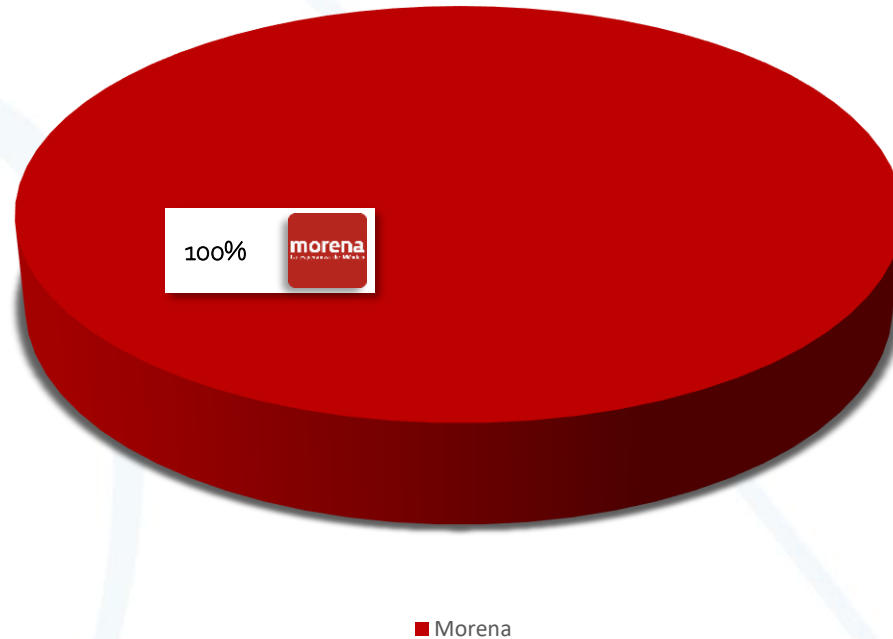
- **48 piezas refieren** de manera explícita a las elecciones en la **Ciudad de México**
- **24 piezas de monitoreo** citan Partidos Políticos.
- **24 piezas de monitoreo** hacen alusión directa a precandidatas y precandidatos para el proceso electoral 2020-2021.

Las piezas monitoreadas no son exclusivas, una pieza puede contener múltiples alusiones a partidos, precandidaturas y candidaturas

*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

1.2.2 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación radiofónicos)



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
Morena	1

Precandidata o precandidato	Número de Piezas de monitoreo
Dolores Padierna	2

En total se reportan **14 piezas de monitoreo**,

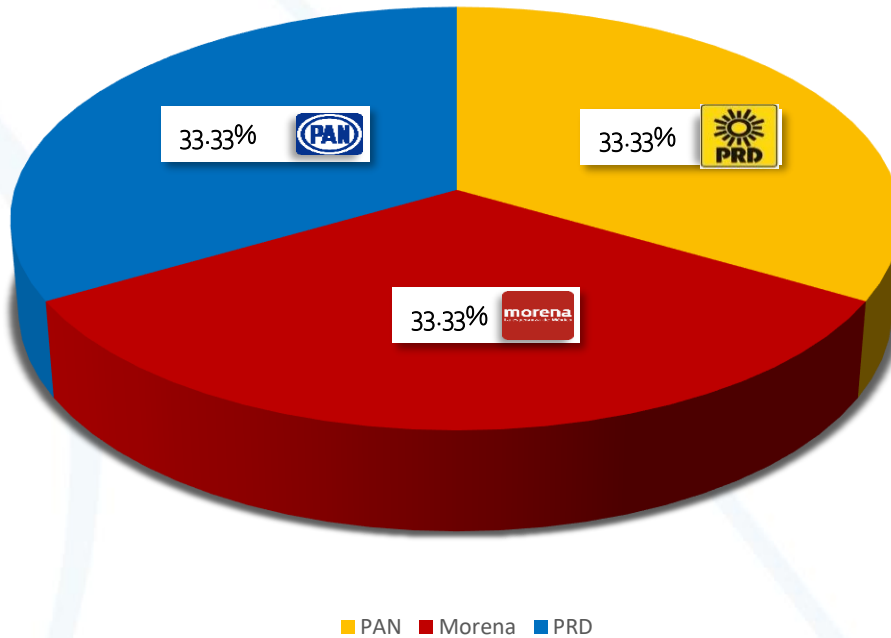
- Se identificó **1 pieza de monitoreo**, haciendo alusión directa a un partido político.
- **2 piezas de monitoreo** haciendo alusión de manera directa a una precandidata o precandidato.
- **2 piezas de monitoreo** explícitamente hablaron de las elecciones en la Ciudad de México

Las piezas monitoreadas no son exclusivas, una pieza puede contener múltiples alusiones a partidos, precandidaturas y candidaturas

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

1.2.3 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación televisivos)



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
PAN	1
Morena	1
PRD	1

Precandidata o precandidato	Número de Piezas de monitoreo
Alfredo Adame	1
Blue Demon Jr.	1
Carístico	1
Dolores Padierna	2
Héctor Hernández	1
Tinieblas	1

En total se reportan **16 piezas de monitoreo**,:

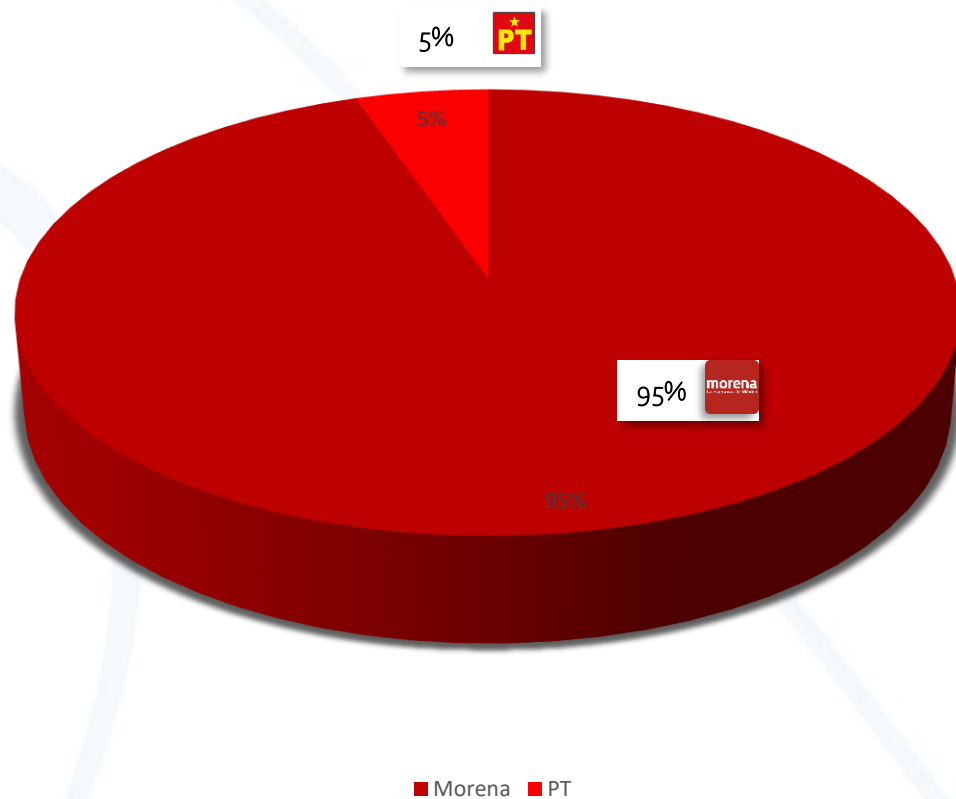
- Se identificaron **3 piezas de monitoreo**, haciendo alusión directa a partidos políticos.
- **7 piezas de monitoreo** haciendo alusión de manera directa a una precandidata o precandidato
- **11 piezas de monitoreo** explícitamente hablaron de las elecciones en la Ciudad de México.

Las piezas monitoreadas no son exclusivas, una pieza puede contener múltiples alusiones a partidos, precandidaturas y candidaturas

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

1.2.4 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación impresos)



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
PT	1
Morena	18

Precandidata o precandidato	Número de Piezas de monitoreo
Alfredo Adame	1
Blue Demon Jr.	1
Carístico	1
Dolores Padierna	2
Héctor Hernández	2
Malillani Marín	1
Mariana "la Barbie" Juárez	1
Néstor Núñez	1
Tinieblas	1

En total se reportan **45 piezas de monitoreo**.

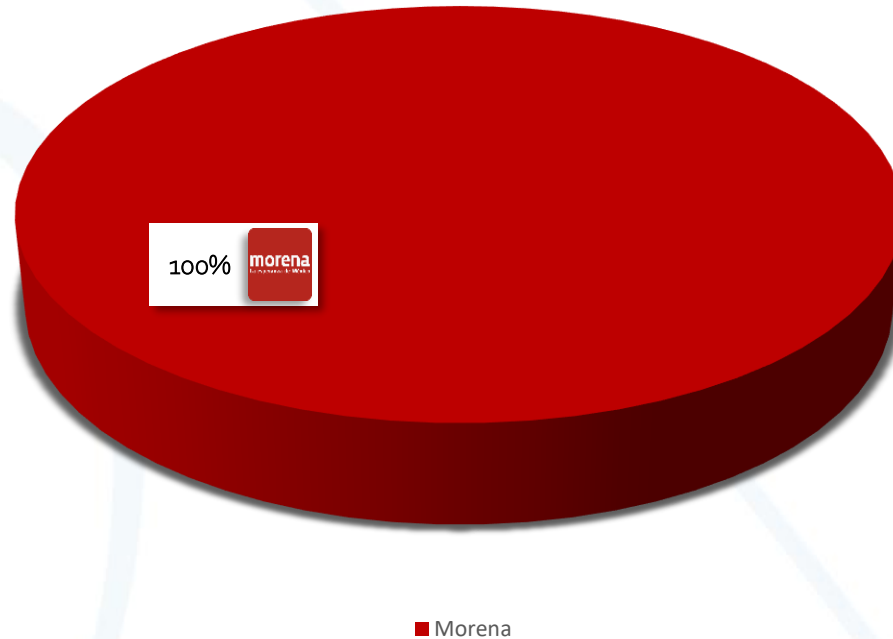
- Se identificaron **19 piezas de monitoreo**, haciendo alusión directa a partidos políticos.
- 11 piezas de monitoreo** hacen alusión de manera directa a una precandidata o precandidato.
- 27 piezas de monitoreo** explícitamente hablaron de las elecciones en la Ciudad de México.

Las piezas monitoreadas no son exclusivas, una pieza puede contener múltiples alusiones a partidos, precandidaturas y candidaturas

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

1.2.5 Piezas de monitoreo

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación digitales)



Partido Político	Número de Piezas de monitoreo
Morena	1

Precandidata o precandidato	Número de Piezas de monitoreo
Dolores Padierna	2
Gabriela Osorio	1
Isabela Rosales Herrera	1
Néstor Núñez	1

Se reportan **12 piezas de monitoreo**:

- Se identificó **1 pieza de monitoreo**, haciendo alusión directa a partidos políticos.
- **5 piezas de monitoreo** hacen alusión de manera directa a una precandidata o precandidato.
- **8 piezas de monitoreo** explícitamente hablaron de las elecciones en la Ciudad de México

Las piezas monitoreadas no son exclusivas, una pieza puede contener múltiples alusiones a partidos, precandidaturas y candidaturas

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

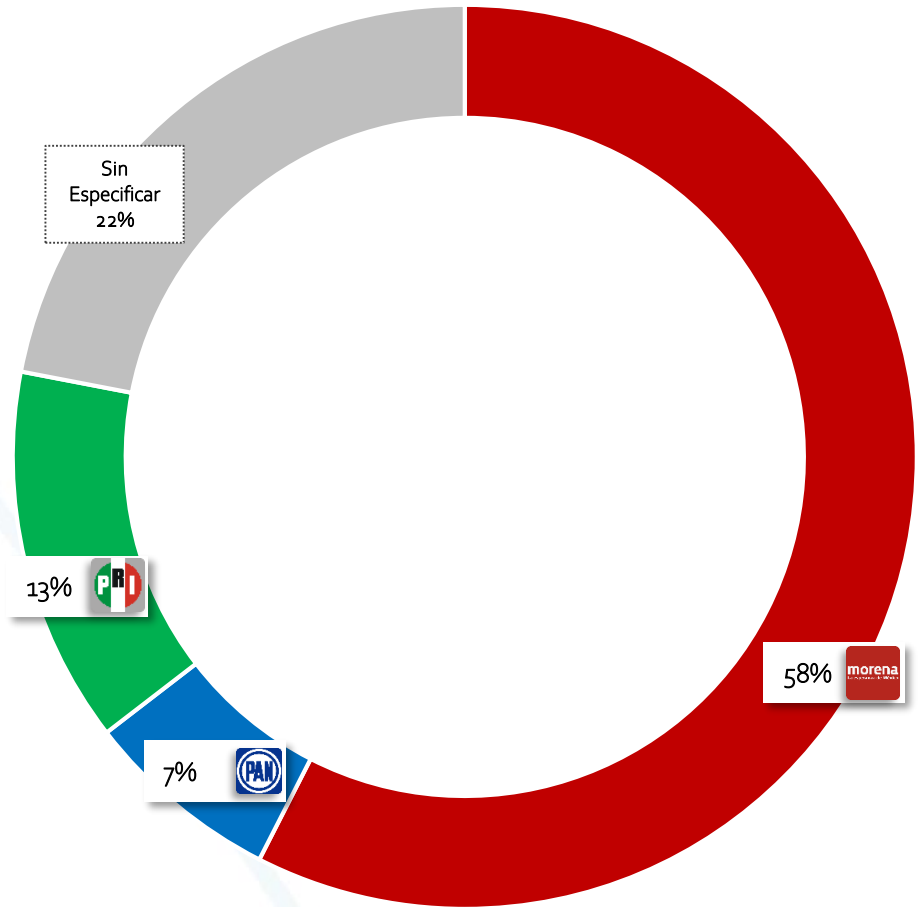
1.3 Tiempo aire dedicado a precampañas electorales

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación de radio y televisión)

- El total de tiempo aire dedicado a las precampañas electorales sumó **1 Hora, 29 minutos con 7 segundos**:
 - 1 hora, 7 minutos 29 segundos en radio.
 - 21 minutos y 38 segundos en televisión.

Tiempo aire dedicado a precampañas electorales

Partido político, coalición, alianza o candidatura sin partido	Tiempo total
MORENA	51 minutos y 15 segundos
PAN	6 minutos y 17 segundos
PRI	12 minutos
Sin mención a partido político o precandidatura alguna	19 minutos y 35 segundos

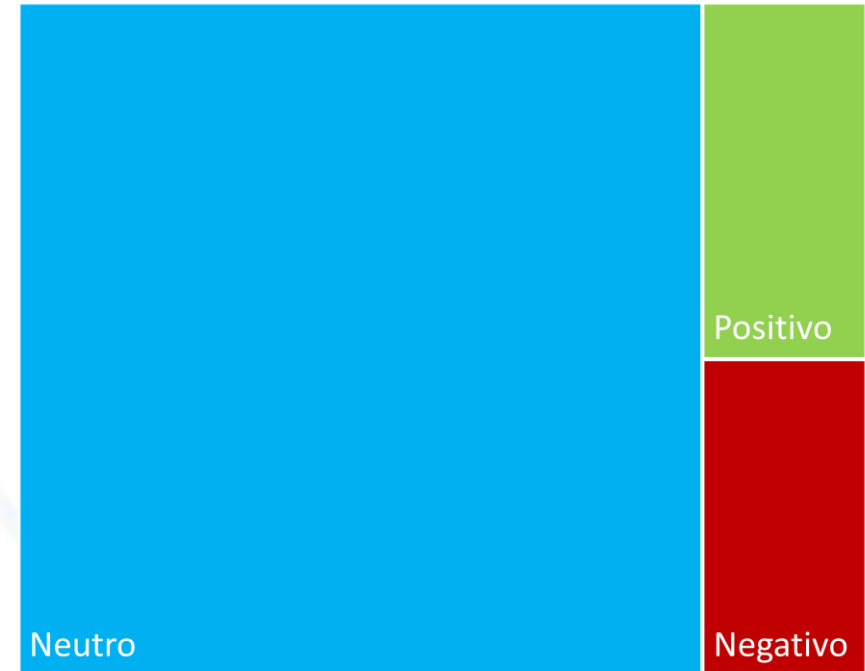


1.4 Tratamiento de la información

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación)

La valoración de las menciones de carácter electoral para este periodo de precampaña hacia los diferentes partidos políticos, así como a las alianzas, coaliciones formuladas o candidaturas sin partido, se manejaron con el siguiente tratamiento:

- 71 notas con valoración neutra.
- 9 notas con valoración positiva.
- 8 notas con valoración negativa.



Con respecto a la valoración del tratamiento de información en las piezas de monitoreo en donde se mencionó algún partido político podemos ver la dispersión en la siguiente tabla:

	Positivo	Negativo	Neutro
Morena	2	3	16
PAN	0	0	1
PRD	1	0	
PT	0	0	1

1.5 Ejemplos del tratamiento de la información

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación)

La valoración de las menciones de carácter electoral para este periodo de precampaña hacia los diferentes partidos políticos, así como a las alianzas, coaliciones formuladas o candidaturas sin partido, se manejaron con el siguiente tratamiento:

- **Valoración neutra.** Abarca oraciones o frases idiomáticas que sólo dan la información sin dar muestra de algún tipo de tono en la mención, o bien, inclinaciones políticas o apoyo explícito a precandidatas o precandidatos.
- **Valoración positiva.** Abarca oraciones o frases idiomáticas que contengan aprobaciones verbales, comentarios favorables, apoyo y uso de adjetivos con contenido semántico positivo como: bueno, sincero, confiable.
- **Valoración negativa.** Abarca oraciones o frases idiomáticas que contengan desaprobaciones verbales, comentarios peyorativos sobre actos u acciones y uso de adjetivos con contenido semántico negativo como: mentiroso, tonto, traicionero.

Con respecto a la valoración del tratamiento de la información en las piezas de monitoreo, se presentan los siguientes ejemplos:

Tipo de medio	Nombre del medio	Tratamiento de la información	Ejemplo
Impreso	Excélsior	Neutro	<i>Se apuntan para candidaturas personajes del mundo del espectáculo.</i>
Digital	Noticieros.televisa.com	Positivo	<i>El instituto garantizará candidaturas de afromexicanos, personas con discapacidad y LGBT</i>
Impreso	La Jornada	Negativo	<i>Militantes se pronuncian en contra del Verde Ecologista, así como de manejos turbios en relación con la designación de candidatos.</i>

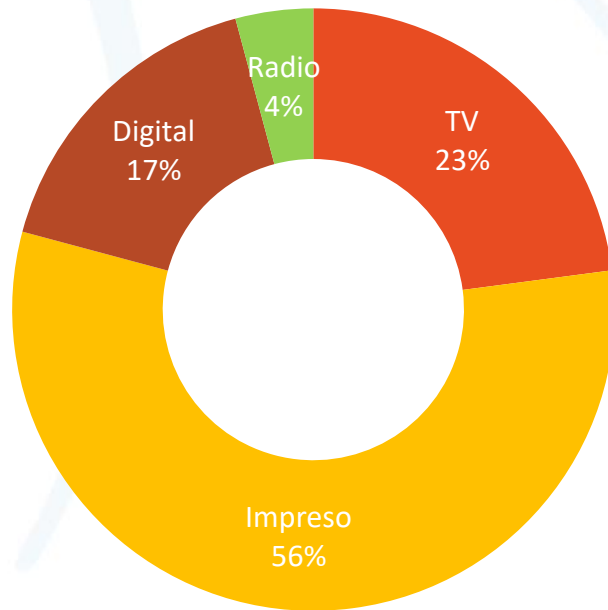


Periodo del 8 al 14 de enero de 2021

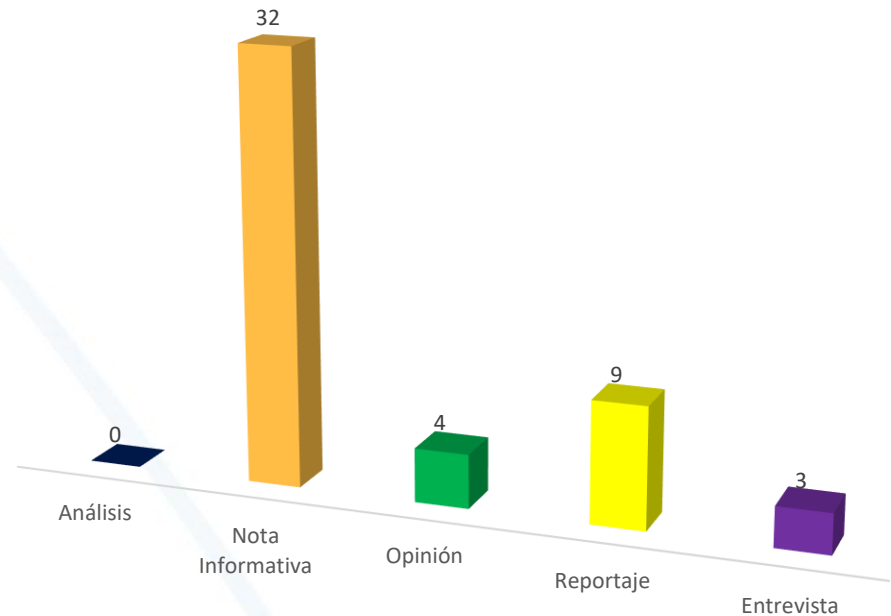
2.1 Género periodístico de piezas de monitoreo enfocadas específicamente a las elecciones en la Ciudad de México

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación -menciones específicas a elecciones en la Ciudad de México)

Dispersión de piezas de monitoreo de acuerdo al medio de comunicación

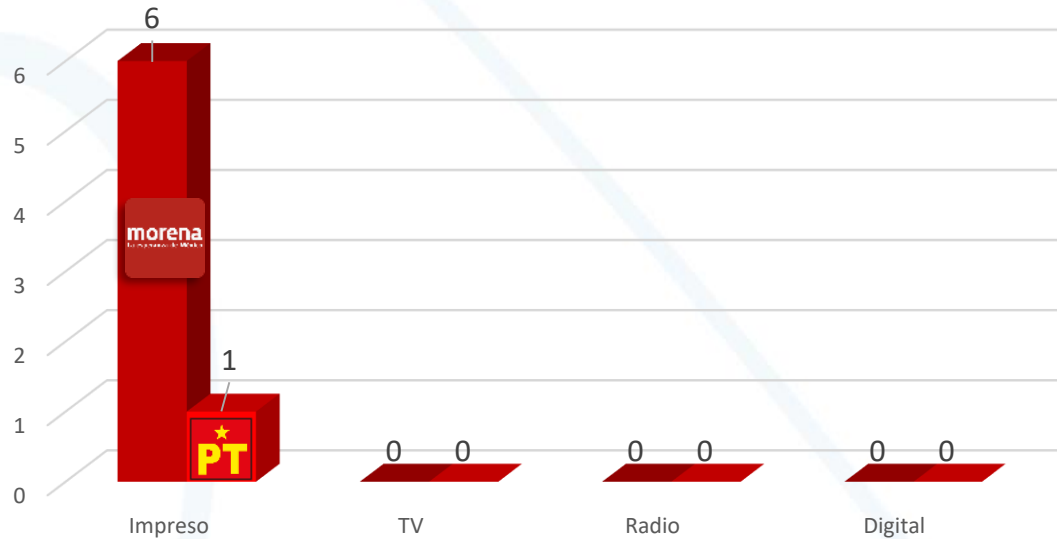


Género periodístico



2.2 Piezas de monitoreo específicamente enfocadas a las elecciones en la Ciudad de México

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación -menciones específicas a elecciones en la Ciudad de México-)



Precandidata o precandidato

Número de Piezas de monitoreo

Alberto Venegas	1
Carlos Hernández Mirón	1
Guadalupe Chávez	1
Alfredo Adame	2
Blue Demon Jr.	2
Cáristico	2
Dolores Padierna	8
Gabriela Osorio	1
Héctor Hernández	3
Isabela Rosales	2
Jaime López	1
Lorena Villavicencio	1
Malillani Marín	1
Mariana "La Barbie" Juárez	1
Néstor Núñez	2
Tinieblas	1

En total se obtuvieron **48 piezas de monitoreo** durante este periodo, de las cuales:

- 7 piezas de monitoreo no se enfocaron en algún partido político de manera específica.
- Se detectaron 30 menciones específicas a precandidaturas.
- El tiempo al aire acumulado en medios de comunicación radiofónicos y televisivos es de: 35 minutos y 55 segundos, de los cuales se divide en 12 minutos y 14 segundos en Radio y 18 minutos y 41 segundos en TV

Las piezas monitoreadas no son exclusivas, una pieza puede contener múltiples alusiones a partidos, precandidaturas y candidaturas

**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

2.3 Tratamiento de la información de las piezas de monitoreo enfocadas particularmente a las elecciones en la Ciudad de México

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación -menciones específicas a elecciones en la Ciudad de México-)

La valoración de las menciones de carácter electoral para este periodo de precampaña hacia los diferentes partidos políticos, así como a las alianzas, coaliciones formuladas o candidaturas sin partido, se manejaron con el siguiente tratamiento:

- 42 notas con valoración neutra.
- 6 notas con valoración positiva.
- 0 notas con valoración negativa.

Con respecto a la valoración del tratamiento de información en las piezas de monitoreo en donde se mencionó algún partido político podemos ver la dispersión en la siguiente tabla:



	Positivo	Negativo	Neutro
Morena	1	0	6
PT	0	0	1

2.4 Ejemplos del tratamiento de la información de las piezas de monitoreo enfocadas particularmente a las elecciones en la Ciudad de México

La valoración de las menciones de carácter electoral para este periodo de precampaña hacia los diferentes partidos políticos, así como a las alianzas, coaliciones formuladas o candidaturas sin partido, se manejaron con el siguiente tratamiento:

- **Valoración neutra.** Abarca oraciones o frases idiomáticas que sólo dan la información sin dar muestra de algún tipo de tono en la mención, o bien, inclinaciones políticas o apoyo explícito a precandidatas o precandidatos.
- **Valoración positiva.** Abarca oraciones o frases idiomáticas que contengan aprobaciones verbales, comentarios favorables, apoyo y uso de adjetivos con contenido semántico positivo como: bueno, sincero, confiable.
- **Valoración negativa.** Abarca oraciones o frases idiomáticas que contengan desaprobaciones verbales, comentarios peyorativos sobre actos u acciones y uso de adjetivos con contenido semántico negativo como: mentiroso, tonto, traicionero.

Con respecto a la valoración del tratamiento de la información en las piezas de monitoreo, se presentan los siguientes ejemplos:

Tipo de medio	Nombre del medio	Tratamiento de la información	Ejemplo
Televisión	Imagen Televisión	Neutro	<i>Blue Demon JR. para Coordinador de Gustavo A. Madero por el Partido Redes Sociales Progresistas</i>
Digital	Noticieros.televisa.com	Positivo	<i>El Tribunal Electoral de la Ciudad de México avaló que servidores públicos pueden continuar con el empadronamiento o apelación de ciudadanos a programas sociales que apliquen en transferencia directa mientras ocurren las campañas electorales</i>
		Negativo	<i>No se registraron piezas informativas calificadas como negativas en este periodo</i>

*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.



3. Monitoreo Precampañas. Perspectiva de género.

Periodo del 8 al 14 de enero de 2021

3.1 Análisis de la perspectiva de género

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

El presente monitoreo transversalizó la observación de la perspectiva de género, para lo cual, se siguió una metodología que observa tres ejes prioritarios:

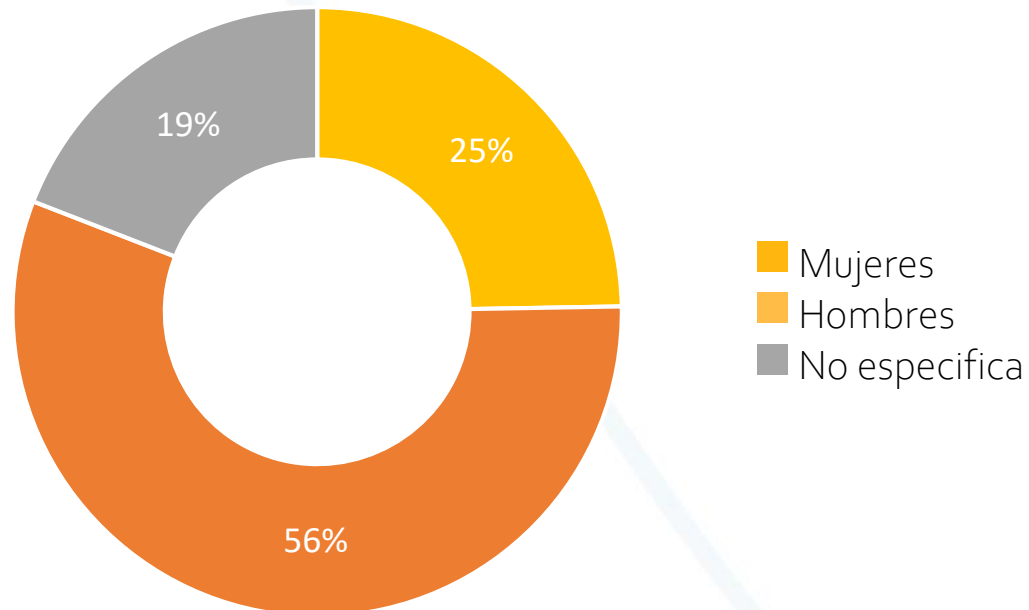
- 1. Perspectiva de género.** Analiza el tratamiento que se da en el hecho noticioso, fundamentalmente a estereotipos y roles, tanto en lo simbólico como en lo práctico, lo verbal y lo no verbal.
- 2. Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.** Se observa la manera de nombrar y hacer referencia a las mujeres y grupos de atención prioritaria, sobre todo, si ello influye en la visibilización de las mujeres en sentido positivo.
- 3. Violencia política contra las mujeres en razón de género.** Se analizaron conductas de quienes conducen o generan la pieza noticiosa, así como de los contenidos, a fin de detectar situaciones que configuren posibles casos de violencia política contra las mujeres en razón de género.

3.2 Perspectiva de género

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

Se entenderá por perspectiva de género al uso de una herramienta conceptual y metodológica que demuestra que las diferencias entre mujeres y hombres son culturales y sociales, no solo biológicas; analizando las relaciones asimétricas de opresión, subordinación y discriminación de género que afectan principalmente a las mujeres; con base en lo anterior, se menciona:

- Del total de piezas de monitoreo (88), 21 fueron realizadas por mujeres, 50 por hombres y 17 no especificaron (no venían firmadas o firmaban redacción, según sea el caso) .

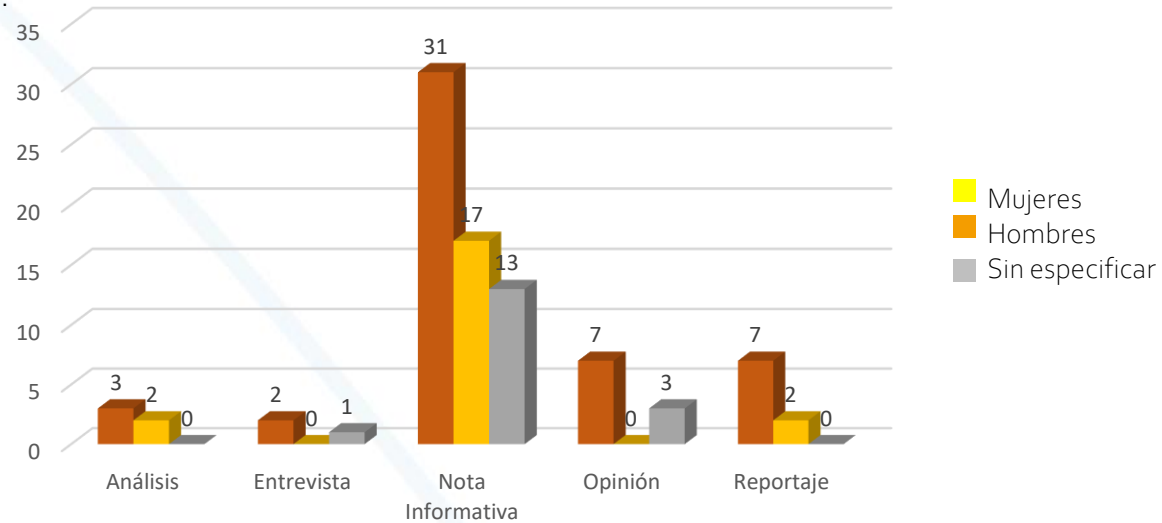


**La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

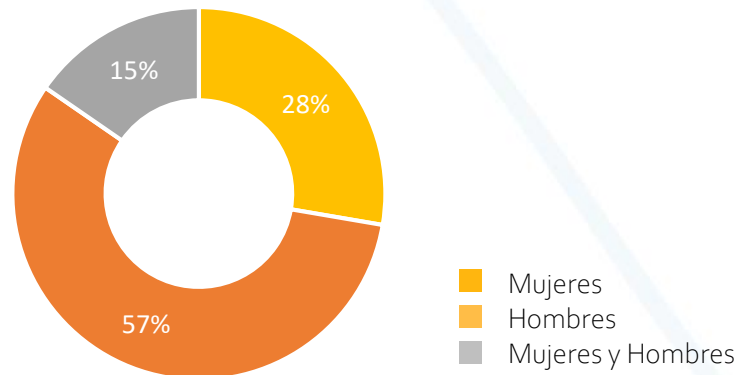
3.2 Perspectiva de género

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

Se pudieron clasificar 88 piezas de monitoreo en géneros periodísticos y desagregadas por sexo, quedando como se muestra en la siguiente gráfica:



La cantidad de piezas de monitoreo que se centran en mujeres son 18, en hombres 37, mientras que para ambos son 10.

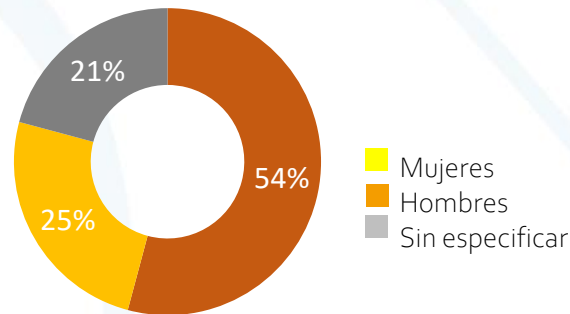


3.2.1 Piezas de monitoreo con perspectiva de género

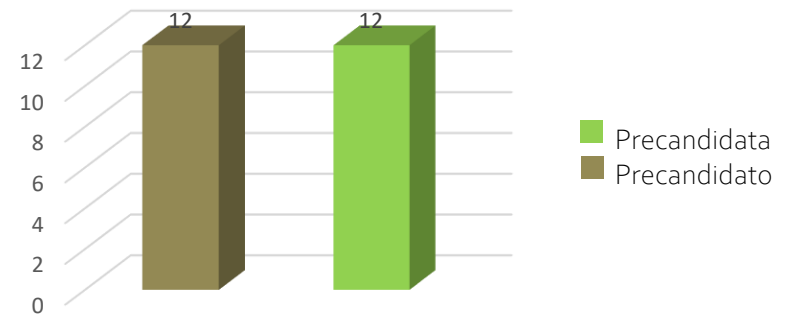
Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación)

Se obtuvieron **88 piezas de monitoreo** durante este periodo.

- **24 piezas de monitoreo** citan a Partidos Políticos, 6 fueron hechas por mujeres, 13 por hombres y 5 no se especifica.

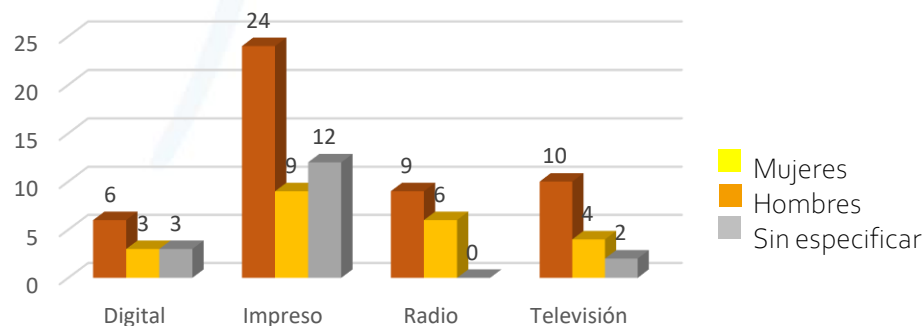


- **24 piezas de monitoreo** hacen alusión directa a precandidatas y precandidatos para el proceso electoral 2020-2021, dividido de la siguiente forma.

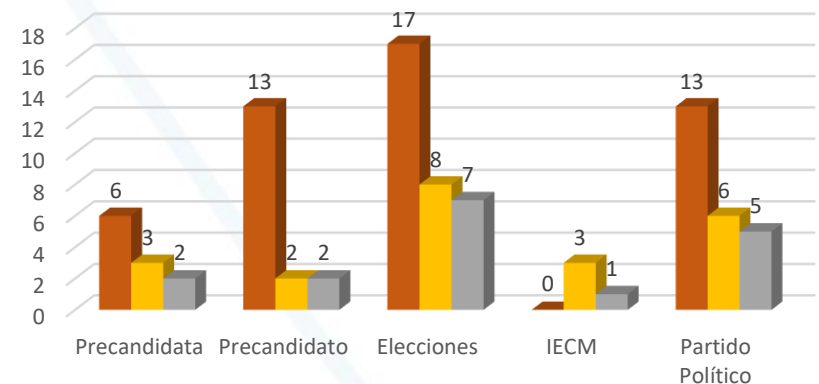


Con base en las **88 piezas de monitoreo** durante este periodo, se presenta la participación de mujeres, hombres y aquellos que no se especifican por:

Tipo de medio



Tema de la pieza informativa

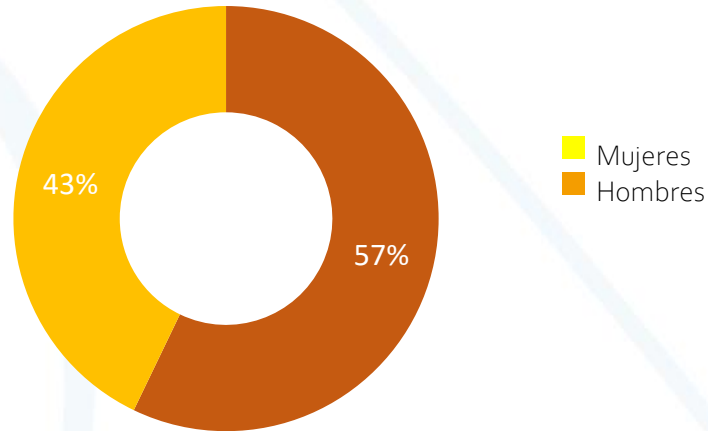


3.2.2 Piezas de monitoreo con perspectiva de género

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación radiofónicos)

En total se reportan **14 piezas de monitoreo en medios radiofónicos**

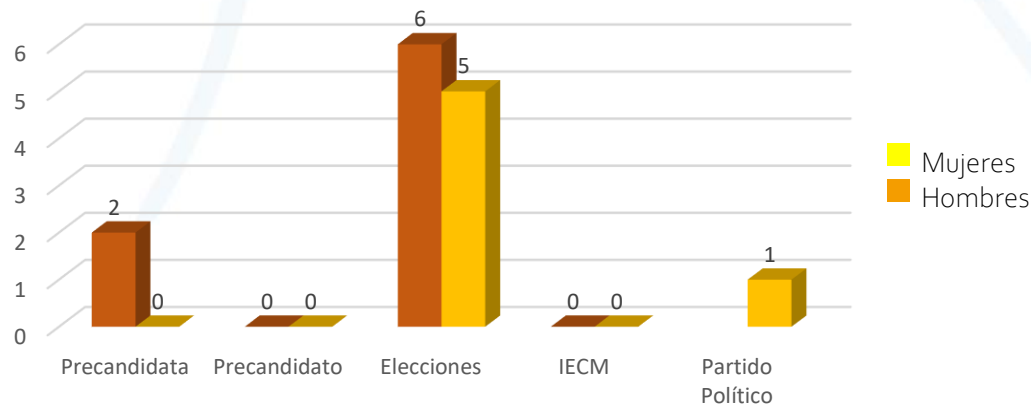
- Se identifica que 6 piezas de monitoreo fueron hechas por mujeres y 8 por hombres



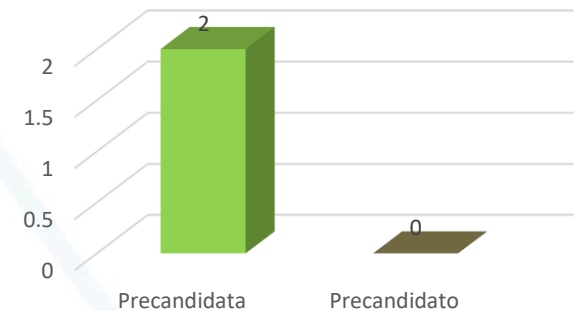
- Cargo desempeñado por quién presentó la pieza de monitoreo.

	Mujer	Hombre
Reportera o Reportero	6	3
Periodista	0	5

- Se presenta la participación de mujeres y hombres de acuerdo con el tema de las 14 piezas de monitoreo



- Se registran 2 piezas de monitoreo que explícitamente hablaron de precandidatas

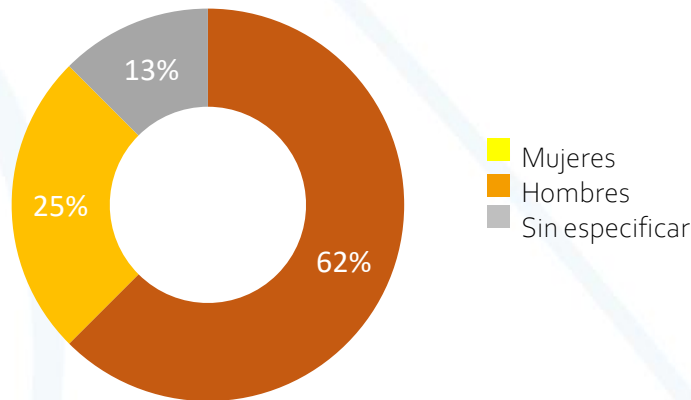


3.2.3 Piezas de monitoreo con perspectiva de género

(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación televisivos)

En total se reportan **16 piezas de monitoreo en medios televisivos**

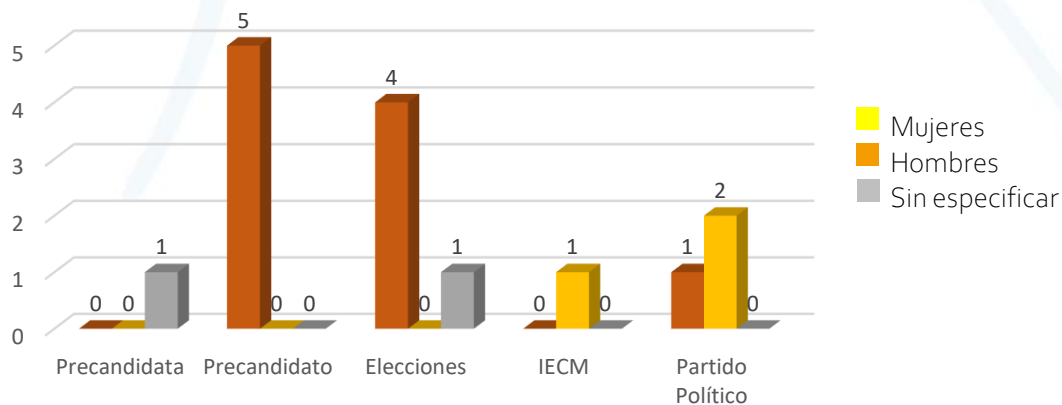
- Se identifica que 4 piezas de monitoreo fueron hechas por mujeres, 10 por hombres y 2 no se especifica



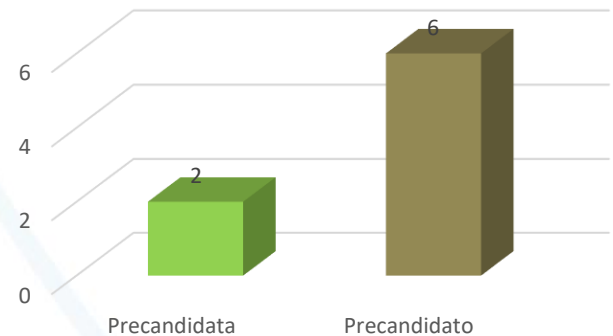
- Cargo desempeñado por quién presentó la pieza de monitoreo.

	Mujer	Hombre
Reportera o Reportero	2	4
Periodista	2	6

- Se presenta la participación de mujeres y hombres de acuerdo con el tema de las 16 piezas de monitoreo



- Se registran 2 piezas de monitoreo que explícitamente hablaron de precandidatas y 6 que hablaron de precandidatos



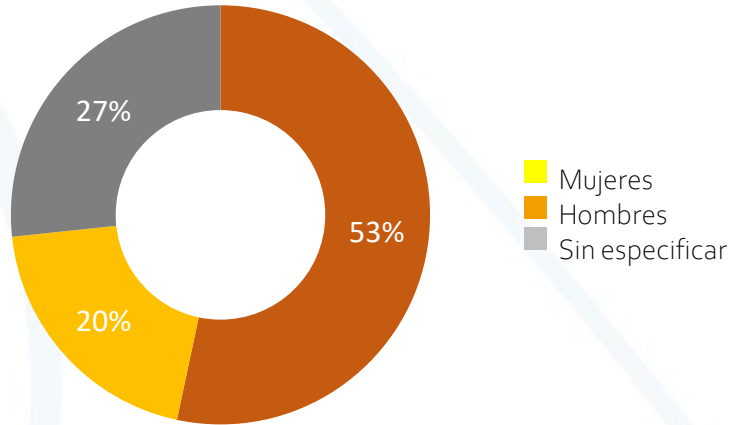
*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

3.2.4 Piezas de monitoreo con perspectiva de género

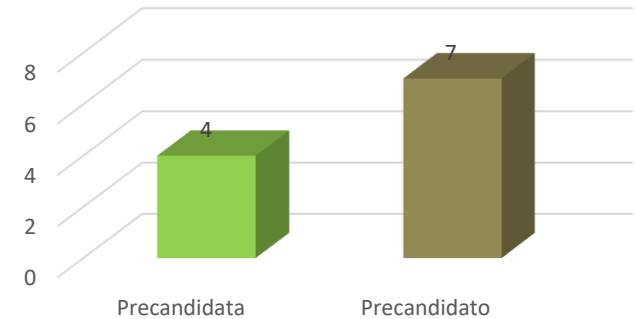
(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación impresos)

En total se reportan **45 piezas de monitoreo en medios impresos**

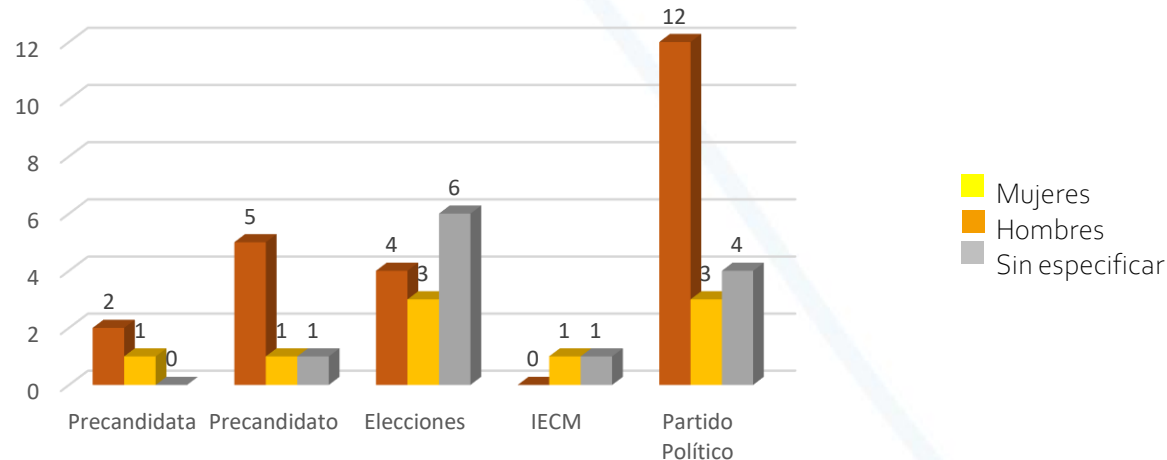
- Se identifica que 9 piezas de monitoreo fueron hechas por mujeres, 24 por hombres y 12 no se especifica



- Se registran 4 piezas de monitoreo que explícitamente hablaron de precandidatas y 7 que hablaron de precandidatos



- Se presenta la participación de mujeres y hombres de acuerdo con el tema de las 45 piezas de monitoreo



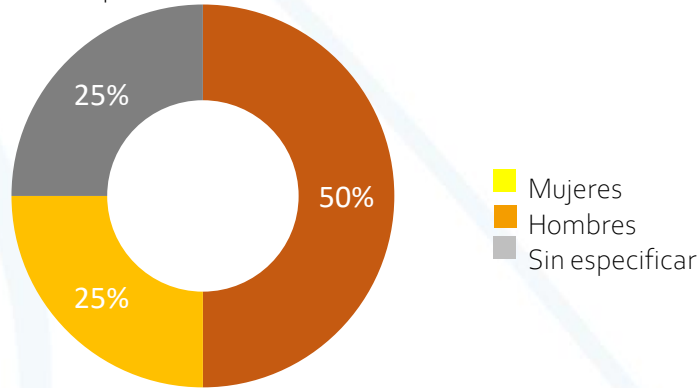
*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

3.2.5 Piezas de monitoreo con perspectiva de género

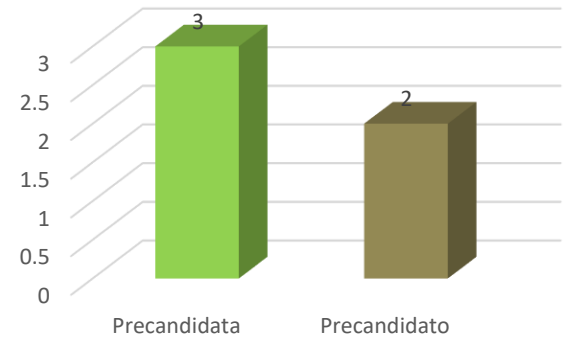
(Incluyen las piezas que hicieron mención genérica de los procesos electorales, sin desprender si se referían al proceso de la Ciudad de México). Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación digitales)

En total se reportan **12 piezas de monitoreo en medios digitales**

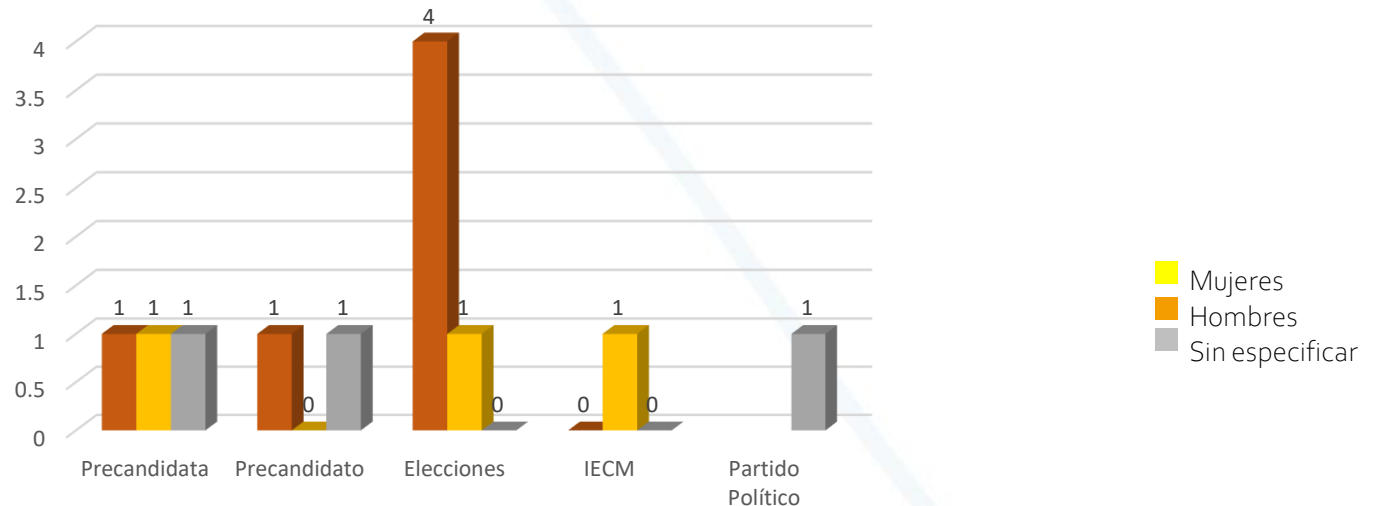
- Se identifica que 3 piezas de monitoreo fueron hechas por mujeres, 6 por hombres y 3 no se especifica



- Se registran 3 piezas de monitoreo que explícitamente hablaron de precandidatas y 2 que hablan de precandidatos



- Se presenta la participación de mujeres y hombres de acuerdo con el tema de las 12 piezas de monitoreo

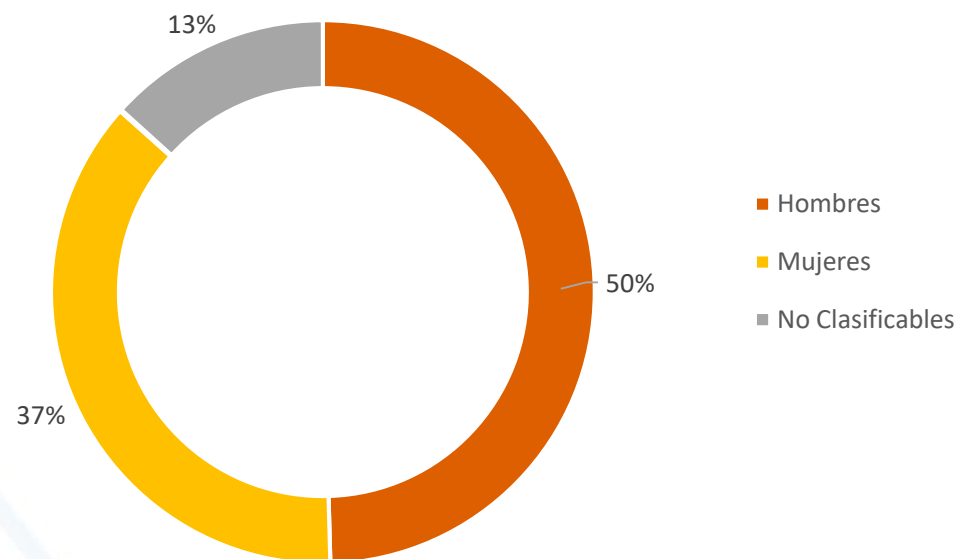


*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

3.2.6 Tiempo aire dedicado a hombres y mujeres en radio y en televisión

Precampaña del 08 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación de radio y televisión)

- El total de tiempo aire dedicado a las precampañas electorales sumó **1 Hora, 29 segundos y 7 segundos**
 - Tiempo dedicado a mujeres es de 44 minutos y 23 segundos
 - Para hombres 35 minutos y 15 segundos



Tiempo aire dedicado a hombres y mujeres en radio y en televisión

Sexo	Radio	Televisión
Mujeres	31 minutos y 38 segundos	12 minutos y 45 segundos
Hombres	29 minutos y 1 segundo	6 minutos y 14 segundos
Ambos	4 segundos	
No clasificables	6 minutos y 46 segundos	2 minutos y 39 segundos

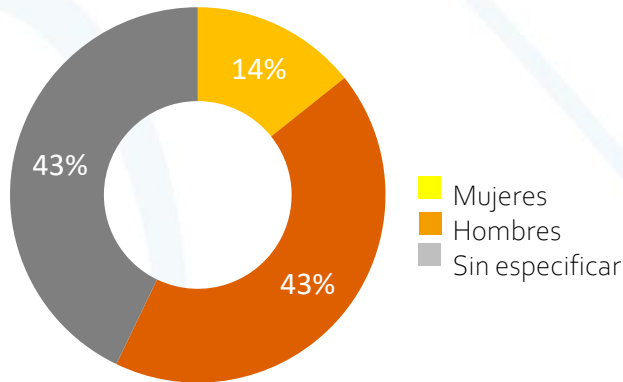
*La fuente de información se puede consultar, analizar, auditar y verificar desde el servidor que sirve de repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

3.2.7 Piezas de monitoreo con perspectiva de género específicamente enfocadas a las elecciones en la Ciudad de México

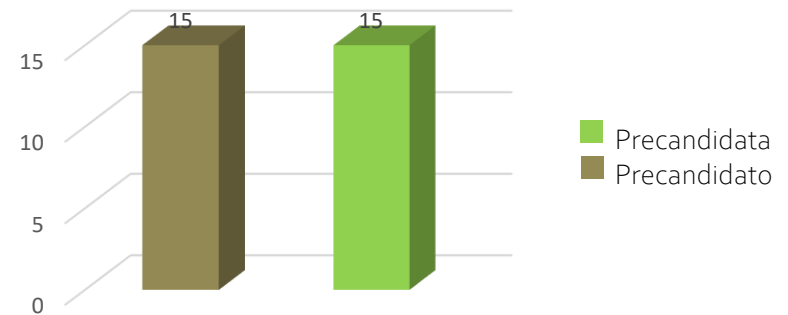
Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021 (Todos los medios de comunicación)

Se obtuvieron **48 piezas de monitoreo que refieren** de manera explícita a las elecciones en la Ciudad de México

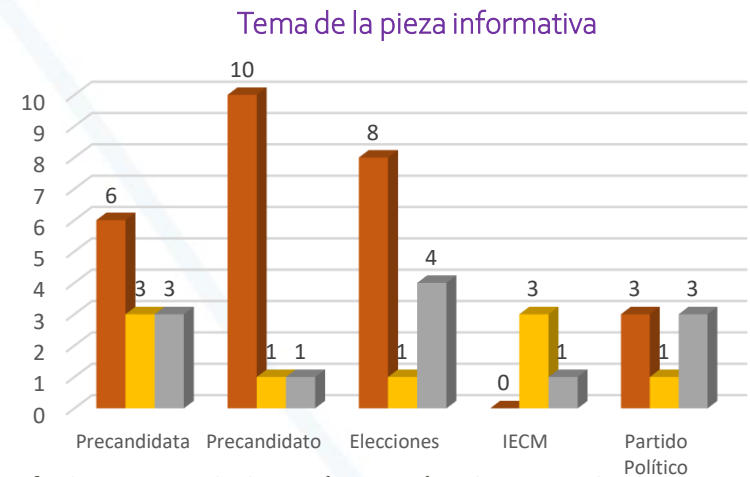
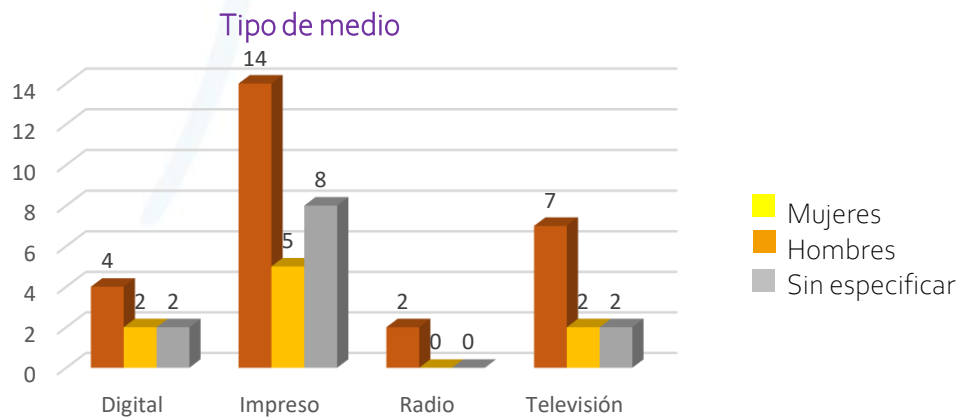
- **7 piezas de monitoreo** citan a Partidos Políticos, 1 fueron hechas por mujeres, 3 por hombres y 3 no se especifica.



- **24 piezas de monitoreo** hacen alusión directa a precandidatas y precandidatos para el proceso electoral 2020-2021, dividido de la siguiente forma.



Con base en las **48 piezas de monitoreo** durante este periodo, se presenta la participación de mujeres, hombres y aquellos que no se especifican por:

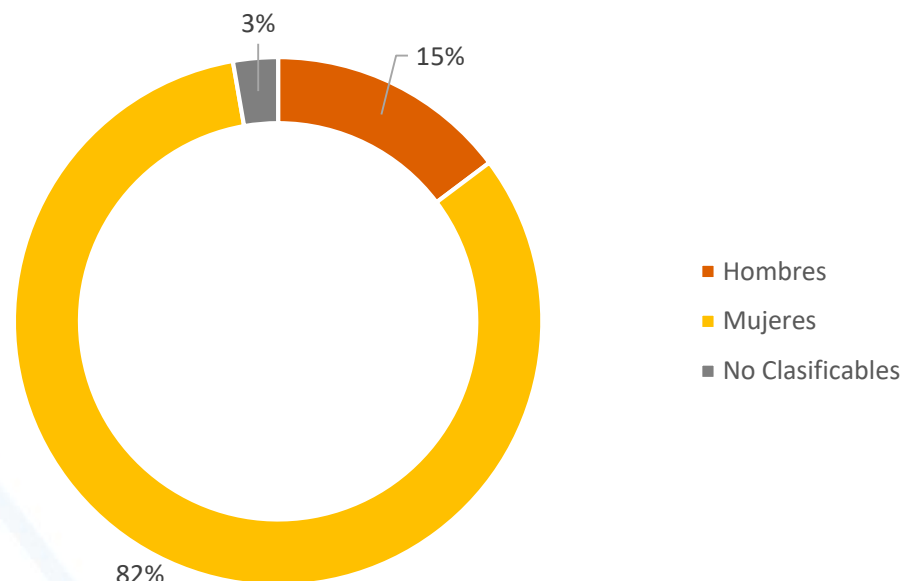


*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

3.2.8 Tiempo aire dedicado a hombres y mujeres en radio y en televisión (Menciones exclusivas CDMX)

Precampaña del 08 al 14 de enero de 2021 (Medios de comunicación de radio y televisión)

- El total de tiempo dedicado a las precampañas electorales sumaron **33 minutos y 55 segundos**
- Para mujeres el tiempo total suma 27 minutos y 59 segundos
- Para hombres el tiempo total suma 5 minutos



Tiempo aire dedicado a hombres y mujeres en radio y en televisión

Sexo	Radio	Televisión
Mujeres	15 minutos y 14 segundos	12 minutos y 45 segundos
Hombres	0	5 minutos
Ambos	0	0
No clasificables	0	56 segundos

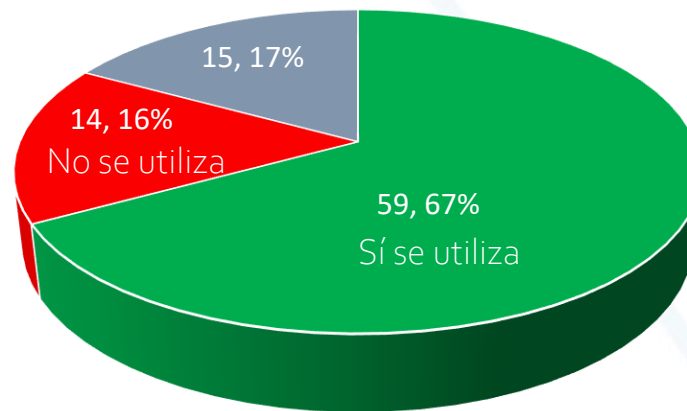
**La fuente de información se puede consultar, analizar, auditar y verificar desde el servidor que sirve de repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.*

3.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

Se entenderá por uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, a una acción inicial para impulsar la cultura cívica y política libre de estereotipos; que obliga a observar la manera de nombrar 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. Al respecto se señala que:

- El 67% de las piezas de monitoreo **hacen uso** incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje, al presentar contenidos referentes a los temas de interés de este reporte.
- El 16% de las piezas de monitoreo **no hacen** incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje
- El 17% de las piezas monitoreadas faltantes corresponden a aquellas que no tienen clasificación, ya que sólo se dio la información y no se usaron sustantivos, adjetivos, frases idiomáticas y oraciones que pudieran clasificarse.



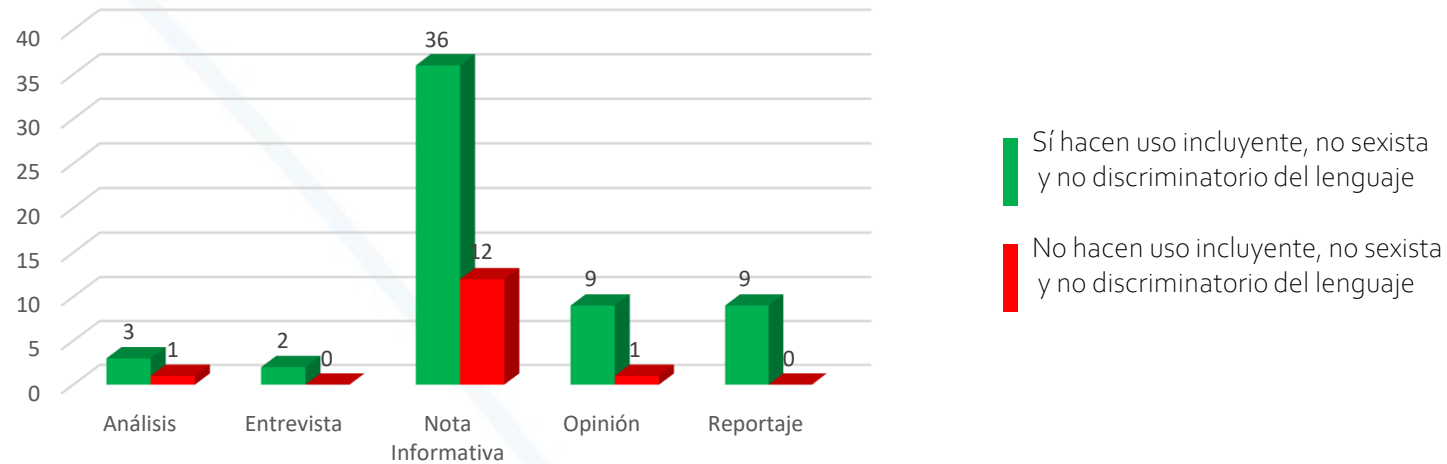
Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en piezas informativas.

*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

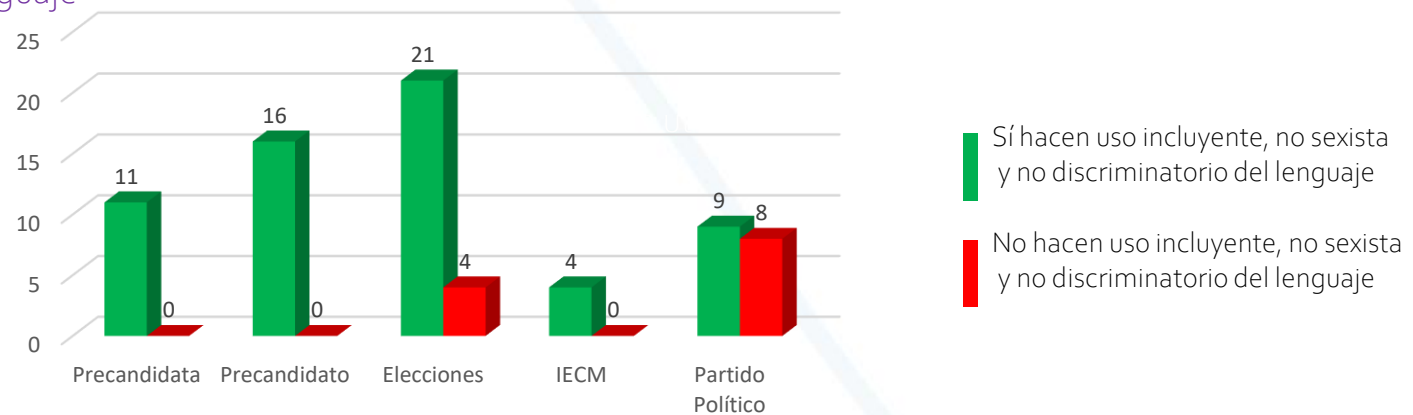
3.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

- En la gráfica se muestran las piezas de monitoreo por género periodístico que **hacen y no hacen uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje**



- De acuerdo a los temas de las piezas informativas, se clasifican las que **hacen y no hacen uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje**



*Para las gráficas mostradas, no se toman en cuenta las 15 piezas de monitoreo no clasificadas. Para mayor información, revisar la página 31 de este documento.

*La fuente de información se encuentra resguardada y es auditable y verificable desde el servidor que funciona como repositorio para almacenar el monitoreo respectivo.

3.3 Uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

- Referente a los medios de comunicación que no hicieron uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en todas sus piezas monitoreadas, las incidencias se dispersan de la siguiente manera:
 - 8 en medios de comunicación impresos.
 - 2 en medios de comunicación radiofónicos.
 - 3 en medios de comunicación televisivos.
 - 1 en medios de comunicación digitales
- Los medios de comunicación que de manera puntual en alguna pieza monitoreada se considera cometieron incidencias por la falta del uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje de manera correcta en este periodo son:

Radiofónicos (frecuencia)	Impresos	Digitales	Televisivos (canal)
Imagen Radio (90.5)	El Universal	Lopezdoriga.com	Televisa (canal 2)
Radio Fórmula (103.3)	El Sol de México		Telediario (canal 6)
	BASTA!		

3.4 Ejemplos de incidencias con referencia al uso no incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje.

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

Fecha	Tipo de medio	Nombre del medio	Horario	Nombre del programa o sección	Sexo de la persona que presenta o afirma la información	Nombre de quien presenta o publica la nota	Género Periódístico	Tema de la nota	Incidencias	Razones
08/01/2021	Televisión	Canal 6	6:00 a 10:00	Telediario	Mujer	Ana Laura Alanís	Nota informativa	Elecciones en la CDMX	"El Tribunal Electoral de la Ciudad de México avaló que servidores públicos pueden continuar con el empadronamiento o apelación de ciudadanos a programas sociales que apliquen en transferencia directa mientras ocurren las campañas electorales"	Utilizan el género masculino como genérico
	Radio									No se registraron incidencias en la radio durante el periodo de monitoreo
09/01/2021	Digital	Eluniversal.com	N/A	Metrópolis	Periodistas Metrópoli	N/A	Opinión	Candidaturas en la CDMX	Mujeres pelean la candidatura de Tlalpan	Trivializa los logros de las candidatas a través de un título amarillista en la nota.
13/01/2021	Impreso	El Universal	N/A	Metrópolis	Periodistas Metrópoli	N/A	Nota informativa	Elecciones en la CDMX	Núñez busca a toda costa repetir en Cuauhtémoc, que ha pedido a su gente de confianza y a los funcionarios de estructura que exijan a sus subalternos que, si viven en otra alcaldía o municipio cercano, cambien su INE a un domicilio en esa jurisdicción. La petición no cayó nada bien entre los trabajadores , pero no les queda de otra que atenderla.	Utilizan el género masculino como genérico

3.5 Violencia política contra las mujeres en razón de género

Precampaña del 8 al 14 de enero de 2021

Se entenderá por violencia política contra las mujeres en razón de género, a toda acción u omisión incluida la tolerancia, dirigida a una mujer por el hecho de ser mujer, obstaculizando o anulando sus derechos político-electorales, incluyendo el ejercicio del cargo.

Se resalta que en este periodo monitoreado **no hubo incidencias** que reportar.