

Morena, con mayor cobertura durante campañas

Candidaturas del partido cuentan con el mayor número de valoraciones negativas: monitoreo de la UNAM

ARIADNA GARCÍA

—nacion@eluniversal.com.mx

Morena es el partido que mayor tiempo de transmisión ha tenido en radio y televisión en este proceso electoral, pero sus candidaturas cuentan con el mayor número de valoraciones negativas.

Así quedó especificado en el informe sobre monitoreo de noticieros y la difusión de sus resultados durante el periodo de campañas, que fue elaborado por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

En el informe, presentado ante el Consejo General del INE, se especificó que se analizó el periodo acumulado del 4 de abril al 2 de mayo pasados.

Se analizaron 605 horas, 31 minutos, 49 segundos, en los que Morena tuvo 13.43% de cobertura,

y los que tienen menos han sido los candidatos independientes, con 3.57%. En el análisis se estableció que el mayor tiempo fue dedicado al género periodístico de noticia informativa, seguido de las entrevistas.

En el caso de la valoración de la información, de las piezas en radio y televisión dedicadas a las campañas para diputaciones se restaron las que corresponden a los géneros de opinión, análisis y

debate y se tuvieron 21 mil 964, de las cuales, 18 mil 401 no tuvieron valoración por parte de conductores o reporteros de noticieros.

Sin embargo, de las 3 mil 563 piezas informativas evaluadas, hubo mil 47 valoraciones positivas y 5 mil 647 negativas.

“Las candidaturas con más valoraciones positivas fueron de VPM (Vamos por México PRI-PAN-PRD) y las candidaturas con más valoraciones negati-

vas fueron las de Morena”, se detalló. En el informe se incorporó el tema de equidad de género, con la finalidad de contribuir a la identificación de las diferencias sobre el tratamiento otorgado a las candidatas y candidatos.

“Se registraron 4 mil 119 menciones [en radio y televisión] de género para mujeres; 7 mil 284 fueron para hombres y 19 mil 574 menciones no incluyeron especificación de género”, mencionó.

“Desde ya varios años hemos atestiguado la cobertura desigual que los medios de comunicación dan a las mujeres y los hombres, particularmente en el marco de los procesos electorales.

“No se trata sólo de que las cubren en menor medida, sino de que, además, los medios de comunicación no están haciendo uso del lenguaje incluyente y no sexista, por lo que las candidatas están siendo invisibilizadas y están aún reproduciendo estereotipos de género que, sabemos, son una herramienta de la que se vale el sistema patriarcal para mantener a las mujeres fuera del espacio público y político”, expuso la consejera Dania Ravel.

Es indispensable que los medios de comunicación, dijo, sean sensibles con el tema, ya que se trata de la participación política y la garantía de los derechos político-electorales de las mujeres.

En el monitoreo se detectó que se usan estereotipos hacia las mujeres, como cosificación, roles domésticos, rasgos físicos o vestimenta, edad y rasgos de subordinación, entre otros. ●



13.43%
DE LA
COBERTURA
mediática
acaparó
Morena del
4 de abril al
2 de mayo
pasados.

**INFORME DE LA
FCPYS DE LA UNAM**

**“Las candidaturas con
más valoraciones
positivas fueron de VPM
[Vamos por México
PRI-PAN-PRD] y las
candidaturas con más
valoraciones negativas
fueron las de Morena”**



ARCHIVO EL UNIVERSAL

El informe sobre monitoreo de noticieros y la difusión de sus resultados durante el periodo de campañas fue entregado al INE.

