

# Informe sobre el Monitoreo de Noticieros y la difusión de sus resultados durante el periodo de Precampañas

(Del 10 de enero al 18 de febrero de 2015)

---

Proceso Electoral Federal 2014-2015

11 de marzo 2015

**Secretaría Ejecutiva**

## ÍNDICE

1.	RESUMEN EJECUTIVO -----	3
2.	INTRODUCCIÓN -----	4
3.	FUNDAMENTO LEGAL -----	5
4.	METODOLOGÍA-----	6
5.	RESULTADOS GENERALES -----	8
6.	DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS DEL MONITOREO -----	15
7.	ANEXO-----	17

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Durante el periodo de precampañas electorales del Proceso Electoral Federal 2014-2015, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) realizó el monitoreo de las transmisiones en los programas en radio y televisión que difunden noticias, así como en diez programas de espectáculos o de revista. Con base en los informes semanales y acumulados presentados, los resultados más destacados del monitoreo de precampaña para Diputadas y Diputados Federales son los siguientes:

1. El tiempo total otorgado a la cobertura noticiosa durante el periodo de precampañas fue de **124 horas, 31 minutos y 23 segundos**:

Radio	Televisión
98 horas, 56 minutos, 44 segundos	25 horas, 34 minutos, 39 segundos

2. Los partidos con mayor tiempo de cobertura noticiosa en radio fueron: PRD (26.11%), PAN (18.73%) y PRI (11.06%). Los partidos con mayor tiempo de cobertura noticiosa en televisión fueron: PAN (17.5%), PRD (16.37%) y PRI (14%).
3. De las 2,273 piezas informativas transmitidas en radio y televisión para Diputadas y Diputados Federales, se restaron las que corresponden a los géneros opinión y análisis, y debate lo que nos da la cifra de 1,783; de las cuales 1,275 no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticieros. De las 508 piezas informativas valoradas, hubo 26 valoraciones positivas y 977 valoraciones negativas.
4. En cuanto a la cobertura noticiosa en términos de la equidad de género, resalta que 73.44% de las piezas de monitoreo analizadas no incluyeron especificación de género; 7.58% se dedicaron tanto a hombres como a mujeres; 17.41% se dedicaron a precandidatos; y 1.5% fueron piezas de monitoreo dedicadas a

precandidatas. Cabe señalar que estos porcentajes deben leerse en correspondencia con el número de precandidatas y precandidatos registrados.

## **2. INTRODUCCIÓN**

Con base en lo estipulado en el artículo 185 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral tiene la obligación de ordenar la realización del monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Como se ha hecho desde el Proceso Electoral Federal de 2009, la autoridad electoral encomendó este trabajo a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en coordinación con la Dirección de Verificación y Monitoreo de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas de los Partidos Políticos del INE.

El objetivo de esta tarea es proporcionar al Consejo General del INE, y a la sociedad mexicana en general, información que permita conocer el enfoque y tratamiento con el que los noticieros le dan cobertura a las precampañas electorales durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015. En seguimiento a la metodología aprobada por el Consejo General, durante el periodo de precampañas que comprende del 10 de enero al 18 de febrero de 2015, la UNAM se encargó de monitorear un catálogo que incluye a los 63 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes—por su audiencia— del país.

De esta manera, este Informe pone a la vista de la sociedad mexicana el comportamiento de los medios masivos de comunicación, en sus espacios que difunden noticias, con relación a la cobertura que dieron a los diferentes actores de la contienda durante el periodo de precampañas. El trabajo de la UNAM y la difusión de los resultados que realiza el INE permiten establecer un marco de exigencia pública para que los medios de comunicación se

apeguen, cada vez más, a los criterios de equidad, imparcialidad y objetividad, propios del ejercicio periodístico libre y plural.

La información que se presenta en este Informe comprende el periodo completo de precampañas antes referido, y reporta los resultados acumulados entregados por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en los *Informes de Monitoreo de Espacios Noticiosos en Radio y Televisión de las Precampañas Electorales para Diputadas y Diputados Federales*, que se encuentran publicados en el portal <http://monitoreo2015.ine.mx/>. Asimismo, el presente documento informa sobre las acciones de la Secretaría Ejecutiva para dar la más amplia difusión a los resultados del monitoreo de noticieros, a través de diversos medios de comunicación: internet, prensa escrita, radio y televisión.

### 3. FUNDAMENTO LEGAL

#### Normatividad

Artículo 185, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, que establece lo siguiente:

- *El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.*

Artículos 6, numerales 1, inciso c), y 2, inciso j); 66, numeral 2, inciso d); y 66, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, que establecen lo siguiente:

- *Es atribución del Consejo General aprobar el Acuerdo que establezca la metodología y el catálogo de noticieros para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas que difundan noticias en radio y televisión;*
- *Es atribución del Comité proponer al Consejo la metodología y catálogo de noticieros para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y*

*campañas electorales federales en los programas en radio y televisión que difundan noticias.*

#### 4. METODOLOGÍA

La metodología del monitoreo de noticieros se construyó con base en la experiencia del Proceso Electoral Federal 2011-2012, así como con el Acuerdo INE/CG133/2014 aprobado por el Consejo General en la sesión del 20 de agosto de 2014, mediante el cual se aprobaron los *Lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomiendan a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes*, los cuales introducen las siguientes directrices generales:

- Privilegiar la libertad de expresión y responsabilidad de los comunicadores;
- Promover una cobertura noticiosa imparcial y equitativa de las precampañas y campañas electorales, partidos políticos y candidatos;
- Promover una crítica respetuosa y abierta a los candidatos;
- Promover e impulsar programas de debate entre los candidatos.

De esta manera, durante las precampañas se monitoreó la información de la cobertura noticiosa que hicieron los medios de comunicación sobre las actividades de precandidatas y precandidatos de los partidos políticos o coaliciones, y aspirantes a candidaturas independientes. Para su análisis, la UNAM clasificó las piezas informativas en los siguientes cinco rubros, de acuerdo con el género periodístico correspondiente: nota informativa, entrevista, debate, reportaje y opinión y/o análisis.

Para fines del monitoreo, los géneros periodísticos se definen de la siguiente manera:<sup>1</sup>

- **Nota informativa.** Se trata de un hecho probable o consumado y que a juicio del o la periodista, podría ser de gran trascendencia e interés general. Expone oportunamente un hecho noticioso y se caracteriza por su objetividad.
- **Entrevista.** Género descriptivo-narrativo. Da a conocer una situación, un hecho o una personalidad con base en una serie de preguntas y respuestas.
- **Debate.** Género argumentativo donde los participantes exponen sus ideas respecto de algún tema desde distintos puntos de vista. Generalmente es moderado por el o la conductora o reportera.
- **Reportaje.** Género narrativo y expositivo que presenta los hechos, los interrelaciona, contrasta y analiza. A través de estas operaciones establece una interpretación, pero no los valora directamente. El reportaje cumple su función con el ofrecimiento de los datos. El reportaje atribuye las opiniones a las personas que las mantienen, pero no ofrece las del o la reportera.
- **De opinión y análisis.** El enunciador interpreta y valora la noticia.

Con base en esta clasificación, existe una diferencia concluyente entre una nota informativa y los programas destinados a emitir opiniones y análisis que son vertidas como complemento a la información, y que permiten a los ciudadanos contar con elementos adicionales para su ponderación.

Criterios internacionalmente aceptados en la profesión periodística coinciden en que las notas informativas deben incluir una descripción clara y completa de los acontecimientos, de la manera más objetiva posible, sin sesgos ni juicios de cualquier índole. Es así que

---

<sup>1</sup> Véase Universidad Nacional Autónoma de México, "Monitoreo de Espacios Noticiosos en Radio y Televisión Precampañas Electorales Federales para Diputadas y Diputados 2014-2015. Periodo del 10 de enero al 18 de febrero de 2015", p. 32.

resulta total establecer un contexto de exigencia -como el que propicia la realización de monitoreos- sobre la cobertura noticiosa, para que las notas informativas se apeguen a los códigos de ética de la labor periodística.

Por otro lado, los programas de análisis, de confrontación de ideas y posiciones políticas son foros para conocer las múltiples opciones y puntos de vista que componen el espectro político y cultural nacional; su característica principal es la argumentación razonada y la toma de posturas mediante opiniones, cuya naturaleza es de suyo subjetiva. Estos espacios deben gozar de la mayor apertura y libertad, pues manifiestan la diversidad y pluralidad de posiciones. Por ello, las piezas informativas catalogadas como parte del género periodístico de opinión y análisis están garantizadas por la libertad de expresión, privilegiando la auto-regulación y la ética periodística de los comunicadores mediante una crítica respetuosa y abierta hacia las y los precandidatos, las y los candidatos y partidos políticos.

Por esta razón, y porque así lo dispone la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General decidió no incluir los programas de opinión y análisis en el monitoreo sobre el cual reporta el presente Informe. No obstante, atendiendo las preocupaciones de los partidos políticos sobre el uso de los programas de espectáculos o revista como foros para difundir actividades de precampaña y campaña, el Consejo General incluyó en el monitoreo los 10 programas de espectáculos o revista con mayor audiencia del país.

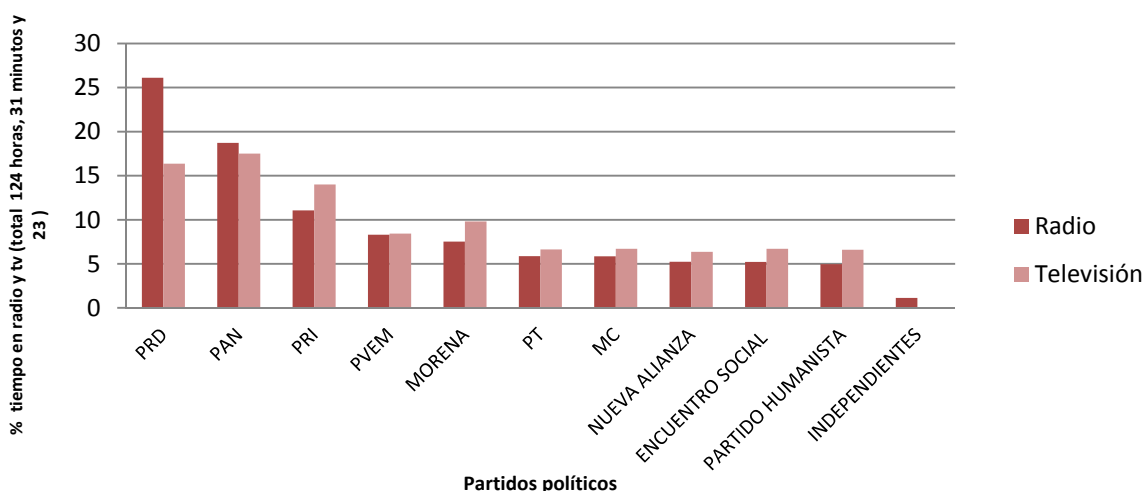
## **5. RESULTADOS GENERALES**

- ***Tiempo de transmisión***

El tiempo total dedicado a las precampañas de Diputadas y Diputados Federales de los partidos políticos y colaciones en los programas monitoreados en radio y televisión que difunden noticias fue de 124 horas, 31 minutos y 23 segundos: 79.46% de este tiempo fue transmitido por radio y 20.54% por televisión. El PRD, PAN y PRI fueron los partidos



políticos con mayor cobertura en ambos medios de comunicación. En contraparte, los partidos Nueva Alianza, Partido Humanista y, especialmente, los aspirantes a candidaturas independientes recibieron la menor cobertura periodística.

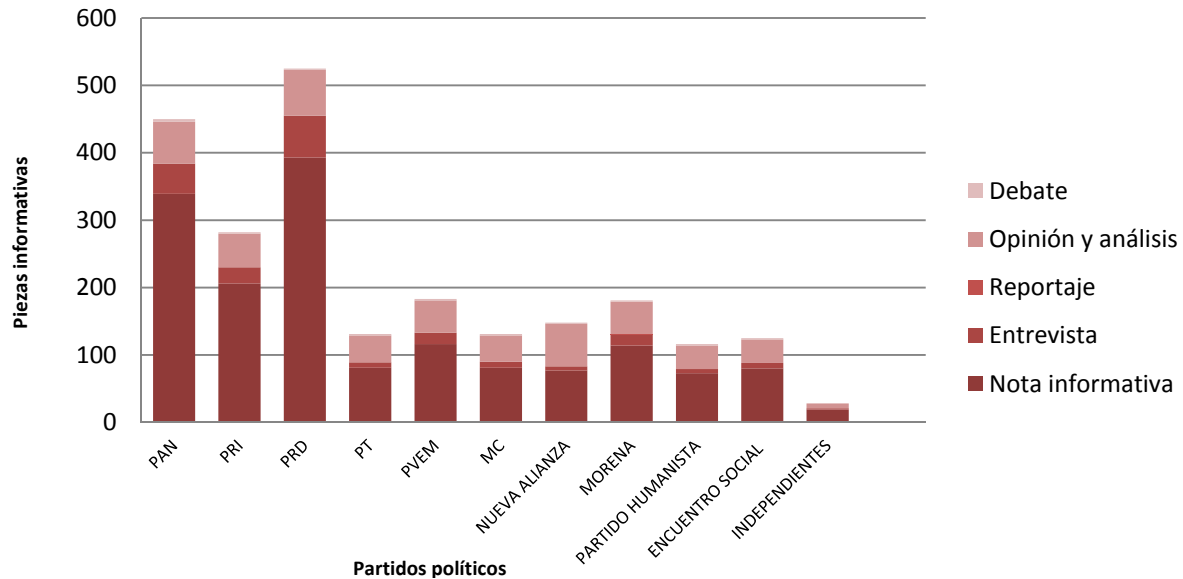
**Gráfica 1. Tiempo de transmisión**

**Tabla 1. Tiempos de transmisión**

PARTIDO O COALICIÓN	RADIO		TELEVISIÓN	
	TIEMPO	%	TIEMPO	%
PRD	25:50:12	26.11	04:11:14	16.37
PAN	18:32:06	18.73	04:28:33	17.5
PRI	10:56:37	11.06	03:34:48	14
PVEM	08:13:09	8.31	02:09:29	8.44
MORENA	07:26:17	7.52	02:30:35	9.81
PT	05:48:23	5.87	01:41:46	6.63
MC	05:47:37	5.86	01:44:00	6.78
NUEVA ALIANZA	05:10:34	5.23	01:37:50	6.37
ENCUENTRO SOCIAL	05:09:34	5.21	01:42:58	6.71
PARTIDO HUMANISTA	04:54:59	4.97	01:41:10	6.59
ASPIRANTE A CANDIDATO INDEPENDIENTE	01:07:16	1.13	00:12:16	0.8

- **Género periodístico**

El género periodístico más utilizado en ambos medios de comunicación fue la nota informativa. Los partidos o coaliciones que concentraron el mayor número de piezas

informativas para la precampaña de Diputadas y Diputados Federales fueron: PRD, PAN y PRI.

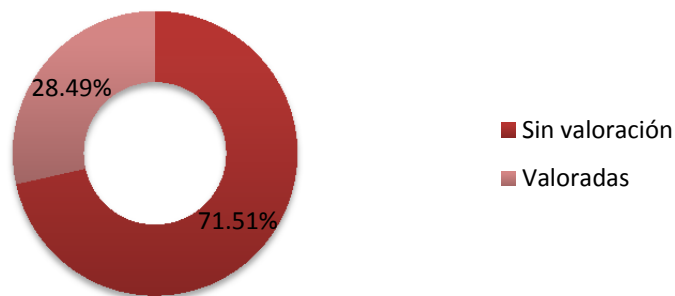
**Gráfica 2. Género periodístico**

**Tabla 2. Género periodístico**

Partido o coalición	Nota informativa	Entrevista	Reportaje	Opinión y análisis	Debate
PAN	339	45	0	62	4
PRI	206	24	0	50	2
PRD	393	62	0	68	2
PT	81	8	0	40	2
PVEM	116	17	0	48	2
MC	81	9	0	39	2
NUEVA ALIANZA	77	6	0	63	2
MORENA	114	16	1	48	2
PARTIDO HUMANISTA	73	6	0	35	2
ENCUENTRO SOCIAL	80	8	0	35	2
ASPIRANTE CANDIDATO INDEPENDIENTE	19	2	0	7	0

- **Valoración de la información**

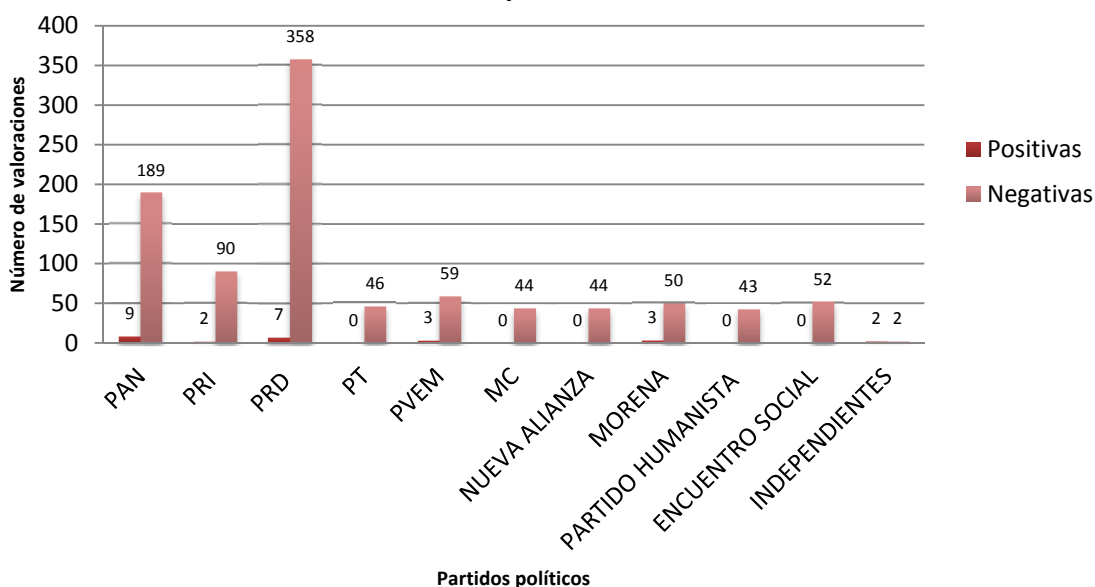
Esta variable es relevante porque pone en perspectiva el tiempo dedicado a las precampañas en los medios de comunicación. De acuerdo con la metodología establecida, de las 2,273 piezas informativas transmitidas en radio y televisión para Diputadas y Diputados Federales, se restaron las que corresponden a los géneros opinión y análisis, y debate lo que nos da la cifra de 1,783; de las cuales 1,275 no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticieros. De las 508 piezas informativas valoradas, hubo 26 valoraciones positivas y 977 valoraciones negativas.<sup>2</sup>

**Gráfica 3. Valoración de la información**



<sup>2</sup> En una misma pieza informativa pueden haber varias adjetivaciones.

Gráfica 4. Tipo de valoración

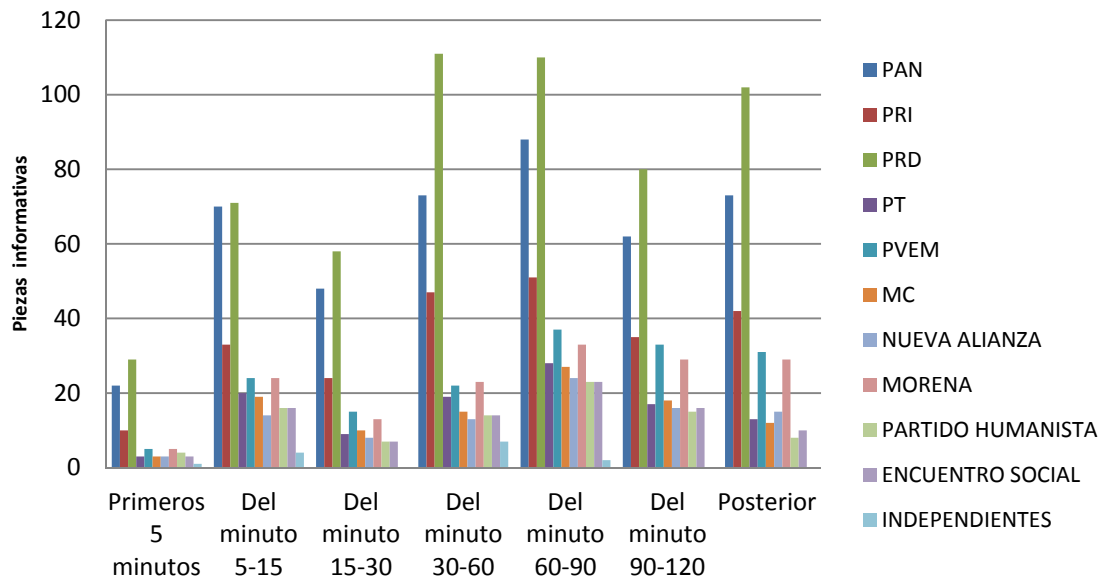


- **Recursos técnicos para presentar la información**

El recurso técnico más utilizado en radio para hablar de las precampañas de los partidos y coaliciones de Diputadas y Diputados Federales fue “sólo cita”. Es decir, el reportero o comunicador reportó un hecho noticioso sin hacer uso de grabaciones de voz de los actores relevantes. En cuanto a la televisión, el recurso técnico más utilizado para referirse a las precampañas fue “sólo imagen”, es decir, los reporteros hicieron uso de imágenes de las y los precandidatos y/o partidos políticos para reportar sus notas.

- **Ubicación o jerarquización de la información**

Esta variable mide la jerarquización de la información con base en la ubicación de las piezas informativas al interior del noticiario. Por lo que se observa en la Gráfica 5, la presentación de la información de todos los partidos políticos y aspirantes a candidaturas independientes sigue el mismo patrón, en su respectiva proporción. La mayor cantidad de notas informativas se presentaron entre los minutos 5-15, 30-60 y 60-90.

**Gráfica 5. Ubicación de la información**

**Tabla 3. Jerarquización de la información**

Partido o coalición	Primeros 5 minutos	Del minuto 5-15	Del minuto 15-30	Del minuto 30-60	Del minuto 60-90	Del minuto 90-120	Posterior
PAN	22	70	48	73	88	62	73
PRI	10	33	24	47	51	35	42
PRD	29	71	58	111	110	80	102
PT	3	20	9	19	28	17	13
PVEM	5	24	15	22	37	33	31
MC	3	19	10	15	27	18	12
NUEVA ALIANZA	3	14	8	13	24	16	15
MORENA	5	24	13	23	33	29	29
PARTIDO HUMANISTA	4	16	7	14	23	15	8
ENCUENTRO SOCIAL	3	16	7	14	23	16	10
INDEPENDIENTES	1	4	0	7	2	1	7

- **Género**

La cobertura en radio y televisión registró que en la mayor parte del tiempo monitoreado no se hizo especificación alguna de género: en 90 horas, 20 minutos, 41 segundos (72.55% del total) no hacen referencia a mujeres u hombres precandidatos; 12 horas, 13 minutos, 16 segundos se dedicaron tanto a hombres como a mujeres (9.81%); y cuando se hizo distinción entre precandidatos y precandidatas, los primeros tuvieron una cobertura aproximada de 19 horas (15.26%) y las segundas alrededor de tres horas (2.37%).

En específico, la cobertura en radio en términos del tratamiento y la equidad de género fue: 1,541 piezas no incluyeron especificación de género, en 117 piezas se refirieron tanto a hombres como a mujeres, en 369 a precandidatos y en 39 a precandidatas.

En televisión se registraron 685 piezas que no incluyeron especificación de género, 113 se refirieron tanto a hombres como a mujeres, 159 piezas de monitoreo se dedicaron explícitamente a precandidatos y 8 a precandidatas.

- **Reporte de los resultados de los programas de espectáculos o revista**

Por primera vez en un Proceso Electoral, se incluyen a los 10 programas de espectáculos o revista con mayor audiencia en México. Lo anterior en atención a las preocupaciones de los partidos políticos por conocer la forma en que presentan la información política. El tiempo total dedicado a las precampañas de Diputadas y Diputados Federales de los partidos políticos en estos programas fue de 01 hora, 53 minutos, 16 segundos. La mayor parte de ese tiempo se concentró en tres partidos: PRD, Encuentro Social y PRI.

<b>Tabla 4. Tiempos de transmisión</b>		
<b>Partido o Coalición</b>	<b>Tiempo</b>	<b>%</b>
PRD	00:27:58	24.69
ENCUENTRO SOCIAL	00:18:29	16.32
PRI	00:09:22	8.27
PAN	00:08:47	7.75
PARTIDO DEL TRABAJO	00:07:54	6.97
PVEM	00:07:54	6.97

MC	00:07:54	6.97
NUEVA ALIANZA	00:07:54	6.97
MORENA	00:07:54	6.97
PARTIDO HUMANISTA	00:07:54	6.97
INDEPENDIENTES	00:01:16	1.12

## 5. DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS DEL MONITOREO

- **Publicación en Internet**

El INE diseñó un portal de internet para difundir los resultados del monitoreo, el cual permite acceder a los diferentes cortes de información, contiene todos los informes específicos y acumulados, y ofrece la posibilidad de consultar gráficos con resultados por cada variable de análisis (tiempo destinado, género periodístico, etc.) El sitio ofrece también toda la información relativa al trabajo de la UNAM: metodología, fundamento legal y objetivos. Los Informes ejecutivos presentados por la UNAM, y que son la fuente de información que despliega el sitio de internet y de los datos que difunde el INE a través de los medios de comunicación social de que dispone, explican la metodología y alcances del monitoreo. La liga desde donde se puede acceder al portal del monitoreo es: <http://monitoreo2015.ine.mx/>

La UNAM presentó informes semanales sobre las precampañas electorales para Diputadas y Diputados Federales 2014-2015 del monitoreo de noticieros en radio y televisión, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5. Informes sobre precandidatos a Diputados Federales		
Informe	Informes semanales	Informe final
1ro	Del 10 al 18 de enero	Del 10 de enero al 18 de febrero
2do	Del 19 al 25 de enero	
3ro	Del 26 de enero al 01 de febrero	
4to	Del 02 al 08 de febrero	
5to	Del 09 al 15 de febrero	
6to	Del 16 al 18 de febrero	

- **Desplegados publicados en prensa**

Se publicaron tres desplegados en seis medios de prensa escrita, de acuerdo a la siguiente pauta:

<b>Tabla 6. Desplegados</b>			
<b>Pauta</b>	<b>Fecha</b>	<b>Periódicos</b>	
1	10/02/2015	Excélsior	La Crónica
2	24/02/2015	La Jornada	La Razón
3	03/03/2015	Reforma	El Universal

- **Spots en radio y televisión**

Durante la precampaña, se transmitieron 81,203 spots en los que se reportaron los resultados del monitoreo realizado por la UNAM. Los spots se transmitieron en estaciones de radio y televisión de todos los estados de la República y el Distrito Federal, tal como se muestra en la siguiente tabla.

<b>Tabla 7. Transmisión del spot de Monitoreo de Noticieros</b>			
<b>Entidad</b>	<b>No. spots</b>	<b>Entidad</b>	<b>No. spots</b>
AGUASCALIENTES	1,470	MORELOS	1,304
BAJA CALIFORNIA	4,079	NAYARIT	1,179
BAJA CALIFORNIA SUR	929	NUEVO LEON	2,686
CAMPECHE	1,003	OAXACA	2,660
CHIAPAS	3,741	PUEBLA	2,331
CHIHUAHUA	4,664	QUERETARO	1,325
COAHUILA	4,591	QUINTANA ROO	1,713
COLIMA	1,126	SAN LUIS POTOSI	2,139
DISTRITO FEDERAL	2,396	SINALOA	3,803
DURANGO	2,008	SONORA	4,027
GUANAJUATO	3,358	TABASCO	1,646
GUERRERO	1,860	TAMAULIPAS	4,857
HIDALGO	1,487	TLAXCALA	496
JALISCO	4,216	VERACRUZ	5,826
MEXICO	1,904	YUCATAN	1,496
MICHOACAN	3,709	ZACATECAS	1,174
<b>Total general 81,203</b>			



**6. ANEXOS**

**EL INE PUBLICA LOS PRIMEROS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE PRECAMPAÑAS ELECTORALES 2015**

El Instituto Nacional Electoral (INE) presenta a la opinión pública los primeros resultados del monitoreo de noticieros que realiza la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Con el propósito de que la sociedad conozca la cobertura y el tratamiento noticioso que la radio y la televisión mexicanas procuran a los partidos y sus precandidatos, y por mandato de ley (artículo 185, párrafo 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales), el Consejo General del INE ordena la realización de monitoreos, cuyos resultados se presentan aquí.

Se trata del periodo de precampañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 10 al 25 de enero, y que se compone de un catálogo que incluye los 63 noticieros y los 10 programas de espectáculos más importantes del país, por su audiencia.

Según los resultados, el total de tiempo dedicado a los partidos políticos en los programas monitoreados, durante el periodo que se reporta fue:

TOTAL: 76 horas, 40 minutos, 45 segundos	
Radio	Televisión
59 horas, 30 minutos, 37 segundos	17 horas, 10 minutos, 08 segundos

Los resultados más importantes son:



Vale destacar que de las 1,279 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 25.72% (329) están adjetivadas por parte del medio de comunicación. En dichas piezas informativas se identificaron **18 valoraciones positivas** y **731 valoraciones negativas**, según la siguiente relación:

Valoraciones			
Partido		Positivas	Negativas
PRD		4	277
PAN		9	133
PRI		2	76
PVEM		0	36
morena	MORENA	1	37
PT		0	33
MC		0	33
PES		0	38
PANAL		0	34
PH		0	33
	Aspirantes a candidaturas independientes	2	1
	<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>731</b>

El informe completo del monitoreo de noticieros se encuentra publicado en la página de internet del INE: [monitoreo2015.ine.mx](http://monitoreo2015.ine.mx)



**EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE PRECAMPAÑAS ELECTORALES**

El Instituto Nacional Electoral (INE) presenta a la opinión pública los resultados del monitoreo de noticieros que realiza la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Con el propósito de que la sociedad conozca la cobertura y el tratamiento noticioso que la radio y la televisión mexicanas procuran a los partidos y sus precandidatos, y por mandato de ley (artículo 185, párrafo 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales), el Consejo General del INE ordena la realización de monitoreos, cuyos resultados se presentan aquí.

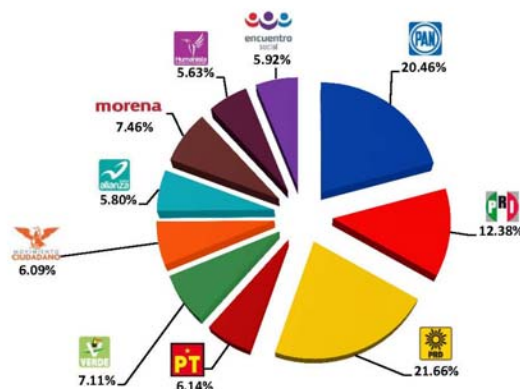
Se trata del periodo de precampañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 10 de enero al 08 de febrero, y que se compone de un catálogo que incluye los 63 noticieros y los 10 programas de espectáculos más importantes del país, por su audiencia.

Según los resultados, el total de tiempo dedicado a los partidos políticos en los programas monitoreados, durante el periodo que se reporta fue:

TOTAL: 95 horas, 58 minutos, 00 segundos	
Radio	Televisión
75 horas, 36 minutos, 39 segundos	20 horas, 21 minutos, 21 segundos

Los resultados más importantes son:

**Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos**



Vale destacar que de las 1,698 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 24.61% (418) están adjetivadas por parte del medio de comunicación. En dichas piezas informativas se **identificaron 22 valoraciones positivas y 879 valoraciones negativas**, según la siguiente relación:

Valoraciones			
Partido		Positivas	Negativas
	PRD	6	316
	PAN	9	178
	PRI	2	83
	PVEM	0	45
	MORENA	3	44
	PT	0	39
	MC	0	40
	PES	0	50
	PANAL	0	41
	PH	0	41
	Aspirantes a candidatos independientes	2	2
	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>879</b>

El informe completo del monitoreo de noticieros se encuentra publicado en la página de internet del INE: [monitoreo2015.ine.mx](http://monitoreo2015.ine.mx)

Nota: El 1.3% del tiempo que no se refleja en la gráfica se destinó a la cobertura noticiosa de los aspirantes a candidaturas independientes.


**EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE  
 PRECAMPAÑAS ELECTORALES 2015**

El Instituto Nacional Electoral (INE) presenta a la opinión pública los resultados del monitoreo de noticieros que realiza la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Con el propósito de que la sociedad conozca la cobertura y el tratamiento noticioso que la radio y la televisión mexicanas procuran a los partidos y sus precandidatos, y por mandato de ley (artículo 185, párrafo 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales), el Consejo General del INE ordena la realización de monitoreos, cuyos resultados se presentan aquí.

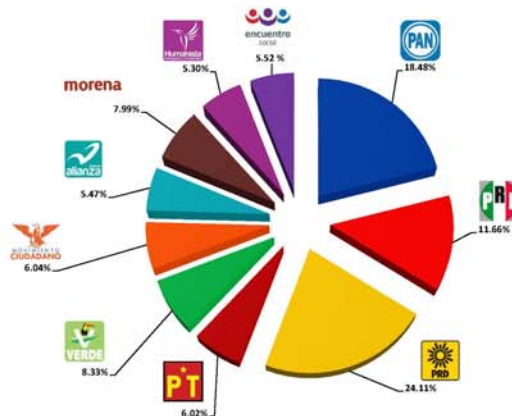
Se trata del periodo de precampañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 10 de enero al 18 de febrero, y que se compone de un catálogo que incluye los 63 noticieros y los 10 programas de espectáculos más importantes del país, por su audiencia.

Según los resultados, el total de tiempo dedicado a los partidos políticos en los programas monitoreados, durante el periodo que se reporta fue:

TOTAL: 124 horas, 31 minutos, 23 segundos	
Radio	Televisión
98 horas, 56 minutos, 44 segundos	25 horas, 34 minutos, 39 segundos

Los resultados más importantes son:

Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos



Nota: El 1.06% del tiempo que no se refleja en la gráfica se destinó a los aspirantes a candidaturas independientes.

Vale destacar que de las 2,273 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 22.34% (508) están adjetivadas por parte del medio de comunicación. En dichas piezas informativas se identificaron **26 valoraciones positivas** y **977 valoraciones negativas**, según la siguiente relación:

Valoraciones			
Partido	Positivas	Negativas	
PRD	7	358	
PAN	9	189	
PRI	2	90	
PVEM	3	59	
MORENA	3	50	
PT	0	46	
MC	0	44	
PES	0	52	
PANAL	0	44	
PH	0	43	
Aspirantes a candidaturas independientes	2	2	
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>977</b>	

El informe completo del monitoreo de noticieros se encuentra publicado en la página de internet del INE: [monitoreo2015.ine.mx](http://monitoreo2015.ine.mx)