

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

(Acumulado del 05 de abril al 17 de mayo de 2015)

---

Proceso Electoral Federal 2014-2015

27 de mayo 2015

**Secretaría Ejecutiva**



## ÍNDICE

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



## 1. RESUMEN EJECUTIVO

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), lleva a cabo el monitoreo a los programas de radio y televisión que difunden noticias, así como a diez programas de espectáculos o de revista, durante el periodo de campañas electorales del Proceso Electoral Federal 2014-2015. Con base en el informe acumulado del 05 de abril al 17 de mayo, los resultados más destacados del monitoreo de campañas para Diputadas y Diputados Federales son los siguientes:

1. El tiempo total otorgado a la cobertura noticiosa durante el periodo de campañas fue de **2,006 horas, 20 minutos y 22 segundos**:

Radio	Televisión
1,793 horas, 11 minutos, 30 segundos	213 horas, 08 minutos, 52 segundos

2. Los partidos con mayor tiempo de cobertura noticiosa en radio fueron: PAN (12.64%), PRI (11.52%) y PRD (9.78%). Los partidos con mayor tiempo de cobertura noticiosa en televisión fueron: PVEM (12.36%), PRI (10.75%) y PAN (10.22%).
3. De las 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 45,000, de las cuales 35,875 (casi 80%) no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticieros. De las 9,125 piezas informativas valoradas, hubo 1,796 valoraciones positivas y 18,720 valoraciones negativas.
4. En cuanto a la cobertura noticiosa en términos de la equidad de género, resalta que 71.19% de las piezas de monitoreo analizadas no incluyeron especificación de género; 3.81% se dedicaron tanto a hombres como a mujeres; 17.05% se dedicaron a candidatos; y 7.93% fueron piezas de monitoreo dedicadas a candidatas. Cabe señalar que estos porcentajes deben leerse en correspondencia con el número de candidatas y candidatos 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 campañas electorales durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015. En seguimiento a la metodología aprobada por el Consejo General, durante el periodo transcurrido de campañas que comprende del 05 de abril al 17 de mayo de 2015, la UNAM se ha encargado de monitorear un catálogo que incluye a los 493 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 dan a los diferentes actores de la contienda durante el periodo de campañas. 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 acumulado de campañas 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 Campañas 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 noticiarios 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 campañas se monitorea la información de la cobertura noticiosa que realizan los medios de comunicación sobre las actividades de los candidatos de los partidos políticos o coaliciones, y candidatos 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.

---

<sup>1</sup> Véase Universidad Nacional Autónoma de México, “Monitoreo de Espacios Noticiosos en Radio y Televisión Campañas Electorales Federales para Diputadas y Diputados 2014-2015. Periodo del 05 de abril al 17 de mayo de 2015”, p. 10.

- **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 verdaderas 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 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 campañas de Diputadas y Diputados Federales de los partidos políticos y colaciones en los programas monitoreados en radio y televisión que difunden noticias fue de 2,006 horas, 20 minutos y 22 segundos: 89.38% de este tiempo fue transmitido por radio y 10.62% por televisión. El PAN, PRI y PRD fueron los partidos políticos con mayor cobertura en ambos medios de comunicación. En contraparte, Encuentro Social, Partido Humanista, Partido del Trabajo y, especialmente, los candidatos independientes recibieron la menor cobertura periodística.



**Gráfica 1. Tiempo de transmisión**

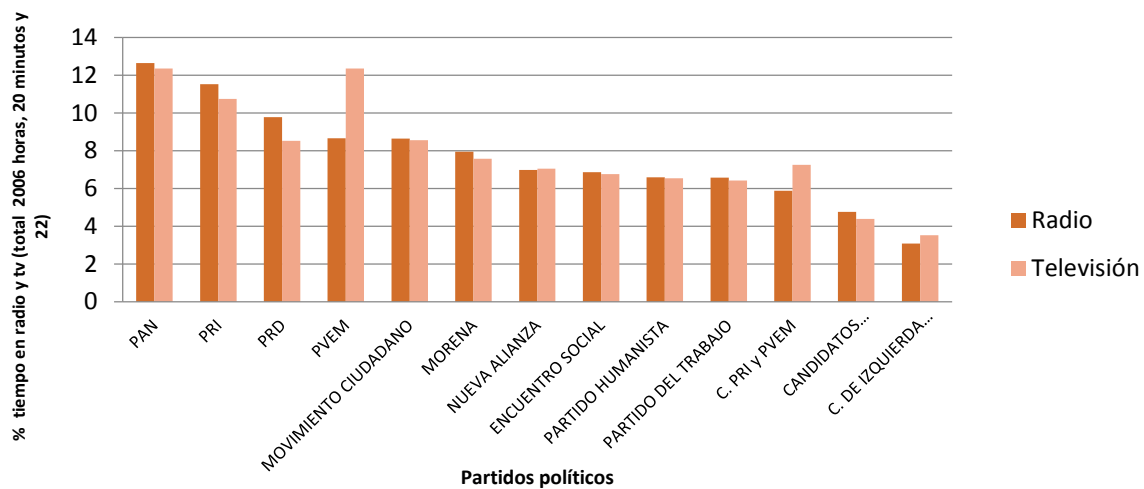


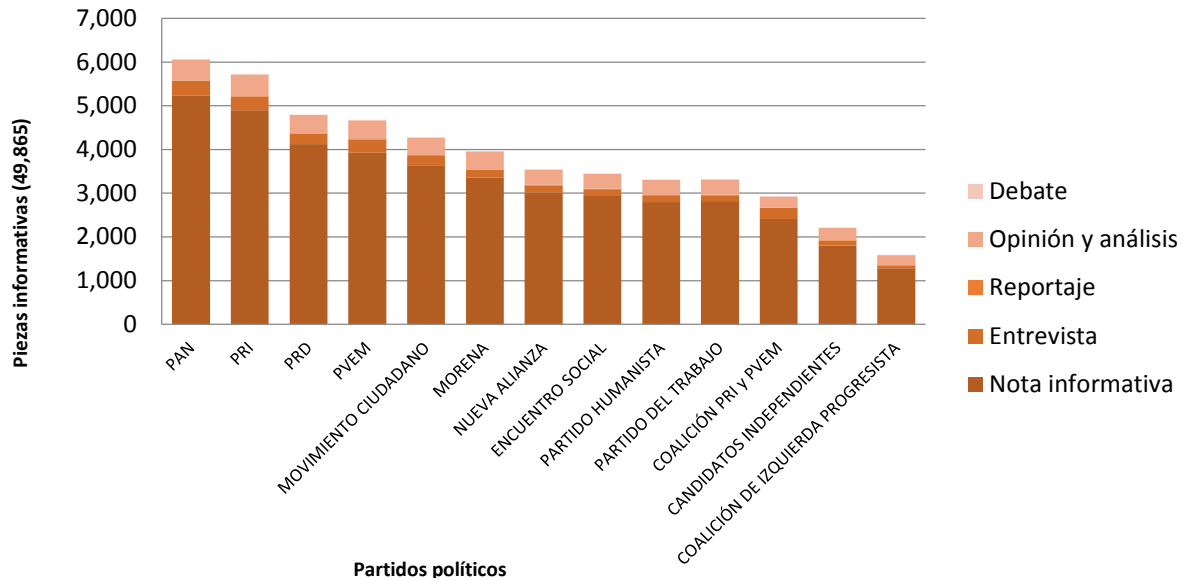
Tabla 1. Tiempos de transmisión				
PARTIDO O COALICIÓN	RADIO		TELEVISIÓN	
	TIEMPO	%	TIEMPO	%
PAN	226:42:03	12.64	21:47:30	12.36
PRI	206:38:07	11.52	22:55:15	10.75
PRD	175:28:34	9.78	18:10:00	8.52
PVEM	155:19:48	8.66	26:20:51	12.36
MOVIMIENTO CIUDADANO	155:16:12	8.65	18:15:32	8.56
MORENA	142:34:17	7.95	16:08:19	7.57
NUEVA ALIANZA	125:10:59	6.98	15:04:06	7.06
ENCUENTRO SOCIAL	123:00:49	6.86	14:25:47	6.76
PARTIDO HUMANISTA	118:00:17	6.60	13:56:29	6.54
PARTIDO DEL TRABAJO	118:00:17	6.58	13:42:48	6.43
COALICIÓN PRI y PVEM	105:47:06	5.89	15:29:12	7.26
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	85:34:54	4.77	09:22:12	4.39
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	55:15:45	3.08	07:30:51	3.52

- **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 durante el periodo que se reporta de las campañas de Diputadas y Diputados Federales fueron: PAN, PRI y PRD.

**Gráfica 2. Género periodístico**



**Tabla 2. Género periodístico (Radio y televisión)**

Partido o coalición	Nota informativa	Entrevista	Reportaje	Opinión y análisis	Debate
PAN	5,232	338	10	477	14
PRI	4,903	304	11	495	12
PRD	4,122	239	11	417	11
PVEM	3,927	298	12	430	8
MOVIMIENTO CIUDADANO	3,640	224	11	392	11
MORENA	3,355	182	11	408	9
NUEVA ALIANZA	3,018	163	12	344	9
ENCUENTRO SOCIAL	2,935	157	10	343	8
PARTIDO HUMANISTA	2,798	154	10	339	8
PARTIDO DEL TRABAJO	2,818	136	11	343	8
COALICIÓN PRI y PVEM	2,411	253	7	249	7
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	1,805	110	9	280	4

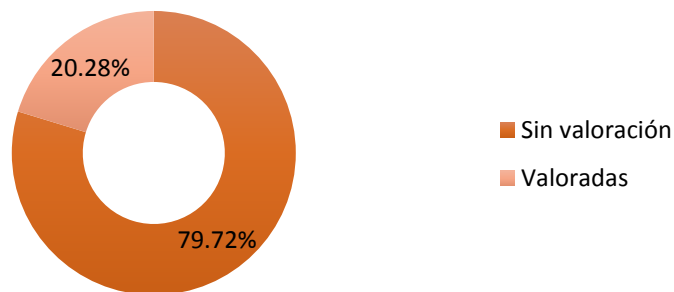


COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	1,284	63	6	233	6
------------------------------------	-------	----	---	-----	---

- **Valoración de la información**

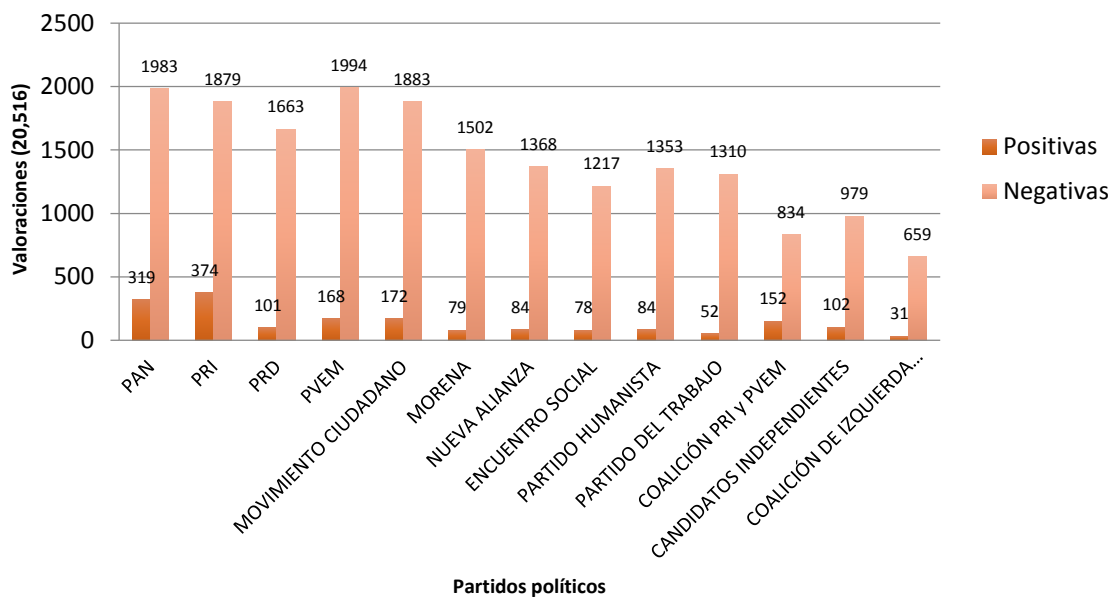
Esta variable es relevante porque pone en perspectiva el tiempo dedicado a las campañas en los medios de comunicación. De acuerdo con la metodología establecida, de las piezas informativas transmitidas en radio y televisión para Diputadas y Diputados Federales, se restaron las que corresponden a los géneros opinión y análisis, y debate lo que nos da la cifra de 45,000; de las cuales 35,875 no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticieros. De las 9,125 piezas informativas valoradas, hubo 1,796 valoraciones positivas y 18,720 valoraciones negativas.<sup>2</sup>

**Gráfica 3. Valoración de la información**



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

**Gráfica 4. Tipo de valoración (Radio y TV)**



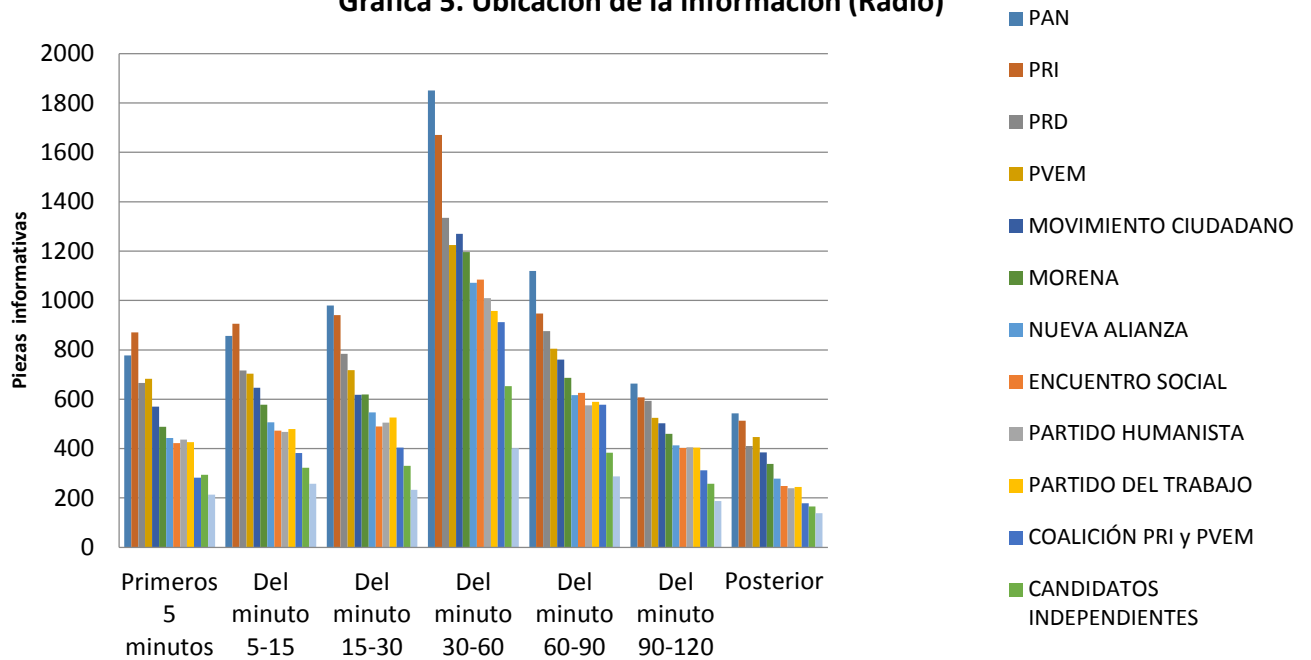
- **Recursos técnicos para presentar la información**

El recurso técnico más utilizado en radio para hablar de las campañas 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 campañas fue “sólo imagen”, es decir, los reporteros hicieron uso de imágenes de las y los candidatos 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 noticiero. Por lo que se observa en la Gráfica 5, la presentación de la información de todos los partidos políticos, coaliciones y candidaturas independientes sigue el mismo patrón, en su respectiva proporción. La mayor cantidad de notas informativas se presentaron entre los minutos 15-30, 30-60 y 60-90.

**Gráfica 5. Ubicación de la información (Radio)**



**Tabla 3. Jerarquización de la información (Radio)**

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	777	857	979	1851	1120	663	543
PRI	871	905	940	1670	947	607	513
PRD	666	716	784	1334	876	593	410
PVEM	683	703	718	1224	804	525	447
MOVIMIENTO CIUDADANO	570	647	618	1270	760	502	385
MORENA	488	578	619	1196	686	460	338
NUEVA ALIANZA	443	507	547	1072	617	413	279
ENCUENTRO SOCIAL	422	473	490	1084	626	403	248
PARTIDO HUMANISTA	437	468	505	1009	575	406	240
PARTIDO DEL TRABAJO	426	479	526	958	589	404	245
COALICIÓN PRI y PVEM	282	382	404	912	578	312	178
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	294	323	330	653	383	257	165
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	214	257	233	401	288	188	139

**Tabla 4. Jerarquización de la información (Televisión)**

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	99	127	194	210	89	76	44
PRI	108	127	200	245	110	73	50
PRD	91	116	163	173	78	57	38
PVEM	114	226	186	207	98	72	49
MOVIMIENTO CIUDADANO	98	111	151	173	79	54	43
MORENA	78	92	132	147	72	44	31
NUEVA ALIANZA	77	81	132	129	60	37	29
ENCUENTRO SOCIAL	77	86	126	120	61	37	28
PARTIDO HUMANISTA	78	80	111	127	59	41	24
PARTIDO DEL TRABAJO	73	82	110	122	57	34	27
COALICIÓN PRI y PVEM	41	107	97	92	51	25	19
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	60	50	72	69	43	17	17
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	39	36	70	57	35	16	13

- **Género**

El monitoreo reportó que, en la mayor parte del tiempo, la cobertura en radio y televisión no registró especificación alguna de género: en 1,331 horas, 47 minutos, 40 segundos (66% del total) no hacen referencia a mujeres u hombres candidatos; 81 horas, 41 minutos, 48 segundos se dedicaron tanto a hombres como a mujeres (4%); y cuando se hizo distinción entre candidatos y candidatas, los primeros tuvieron una cobertura aproximada de 397 horas (20%) y las segundas alrededor de 195 horas (10%).

En específico, la cobertura en radio en términos del tratamiento y la equidad de género fue: 38,985 piezas no incluyeron especificación de género, en 2,009 piezas se refirieron tanto a hombres como a mujeres, en 9,435 a candidatos y en 4,478 a candidatas.

En televisión se registraron 5,697 piezas que no incluyeron especificación de género, 385 se refirieron tanto a hombres como a mujeres, 1,270 piezas de monitoreo se dedicaron explícitamente a candidatos y 504 a candidatas.

- **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 campañas de Diputadas y Diputados Federales de los partidos políticos en estos programas fue de 01 hora, 30 minutos, 49 segundos, es decir, .075% del total del tiempo dedicado a partidos políticos en los programas monitoreados. La mayor parte de ese tiempo se concentró en tres partidos: PRI, Movimiento Ciudadano y Encuentro Social.

<b>Tabla 5. Programas de espectáculos y revistas</b>		
<b>Partido o Coalición</b>	<b>Tiempo</b>	<b>%</b>
PRI	00:19:41	21.67
MOVIMIENTO CIUDADANO	00:10:12	11.23
ENCUENTRO SOCIAL	00:08:55	9.81
PVEM	00:06:50	7.52
PRD	00:06:18	6.93
PAN	00:06:04	6.68
MORENA	00:05:43	6.29
PARTIDO DEL TRABAJO	00:04:31	4.97
NUEVA ALIANZA	00:04:31	4.97
PARTIDO HUMANISTA	00:04:31	4.97
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	00:04:31	4.97
COALICIÓN PRI Y PVEM	00:04:31	4.97
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	00:04:31	4.97

## 5. 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/>

En el periodo que se reporta, la UNAM presentó seis informes semanales sobre las campañas 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 6. Informes presentados por la UNAM	
Informe	Informes semanales
1ro	Del 05 al 12 de abril
2do	Del 13 al 19 abril
3ro	Del 20 al 26 de abril
4to	Del 27 de abril al 3 de mayo
5to	Del 04 al 10 de mayo
6to	Del 11 al 17 de mayo

- **Desplegados publicados en prensa**

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

Tabla 7. Desplegados			
Pauta	Fecha	Periódicos	
1	21/04/2015	El Financiero	Milenio
2	05/05/2015	El Economista	Excelsior
3	19/05/2015	El Sol de México	Crónica



- **Spots en radio y televisión**

Durante el periodo de campaña del 05 de abril al 17 de mayo, se transmitieron 17,282 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 8. Transmisión del spot de Monitoreo de Noticieros</b>			
<b>Entidad</b>	<b>No. spots</b>	<b>Entidad</b>	<b>No. spots</b>
AGUASCALIENTES	317	MORELOS	246
BAJA CALIFORNIA	883	NAYARIT	253
BAJA CALIFORNIA SUR	198	NUEVO LEON	652
CAMPECHE	177	OAXACA	590
CHIAPAS	795	PUEBLA	532
CHIHUAHUA	1,018	QUERETARO	250
COAHUILA	1,021	QUINTANA ROO	339
COLIMA	243	SAN LUIS POTOSI	411
DISTRITO FEDERAL	516	SINALOA	807
DURANGO	447	SONORA	802
GUANAJUATO	604	TABASCO	300
GUERRERO	332	TAMAULIPAS	1,104
HIDALGO	330	TLAXCALA	106
JALISCO	885	VERACRUZ	1,472
MEXICO	368	YUCATAN	282
MICHOACAN	736	ZACATECAS	266
<b>Total general 17,282</b>			

## 6. ANEXOS

### El Financiero /21 de abril de 2015

Martes 21 de Abril de 2015 EF 3



#### EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE CAMPAÑAS 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 candidatos, 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.

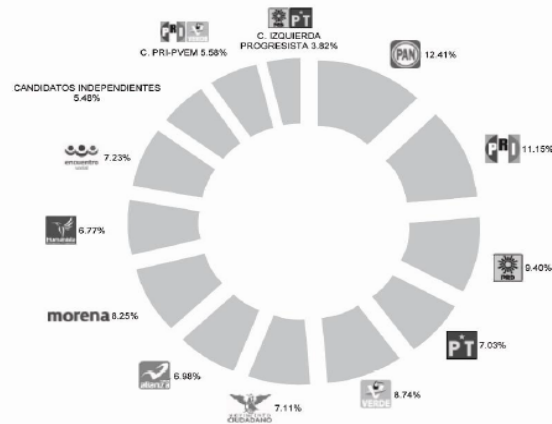
Se trata del inicio del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 al 12 de abril, y cuyo seguimiento se realizó con base en un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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

TOTAL: 444 horas, 00 minutos, 41 segundos	
Radio	Televisión
401 horas, 49 minutos, 44 segundos	42 horas, 10 minutos, 57 segundos

Los resultados más importantes son:

#### Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes



Vale destacar que de las 11,023 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 87.4% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, sólo el 12.60% (1,389) contienen alguna valoración explícita: 167 positivas y 1,981 negativas<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> Una misma pieza informativa puede contener más de una valoración.


**MILENIO**

Pag: na15

2015-04-21 05:12:26.0



### EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE CAMPAÑAS 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 candidatos, 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.

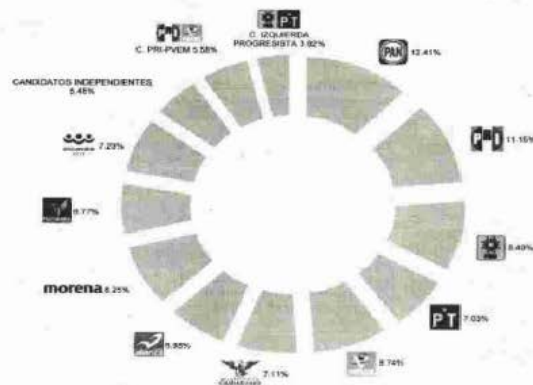
Se trata del inicio del período de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 al 12 de abril, y cuyo seguimiento se realizó con base en un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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

TOTAL: 444 horas, 00 minutos, 41 segundos	
Radio	Televisión
401 horas, 49 minutos, 44 segundos	42 horas, 10 minutos, 57 segundos

Los resultados más importantes son:

Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes



Vale destacar que de las 11,023 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 87.4% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, sólo el 12.60% (1,389) contienen alguna valoración explícita: 167 positivas y 1,981 negativas<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> Una misma pieza informativa puede contener más de una valoración.



## EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE CAMPAÑAS 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 candidatos, 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.

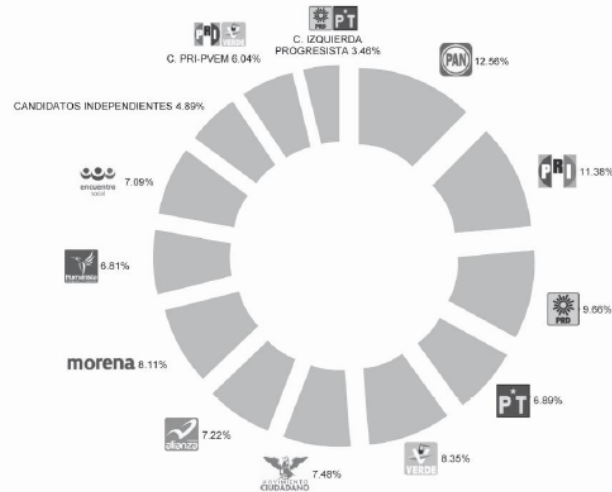
Se trata del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 al 26 de abril, y que se compone de un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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

TOTAL: 1,156 horas, 14 minutos, 33 segundos	
Radio	Televisión
1,039 horas, 47 minutos, 32 segundos	116 horas, 27 minutos, 01 segundo

Los resultados más importantes son:

Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes



Vale destacar que de las 27,993 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 84.44% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, sólo el 15.56% (4,356) contienen alguna valoración explícita: 601 valoraciones positivas y 7,569 valoraciones negativas<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> Una misma pieza informativa puede contener más de una valoración.



**EXCELSIOR**  
El Periódico de los Ciudadanos

Pag: principal19

2015-05-05 05:28:46.0



**EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE CAMPAÑAS 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 candidatos, 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.

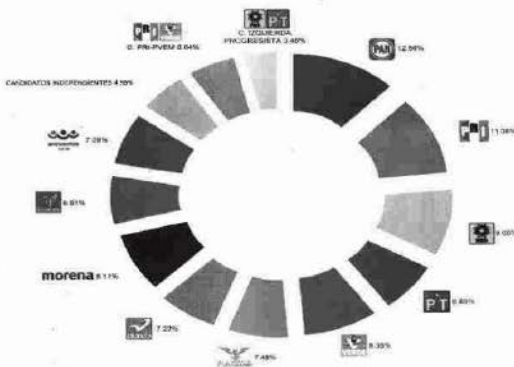
Se trata del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 al 26 de abril, y que se compone de un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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

TOTAL: 1,156 horas, 14 minutos, 33 segundos	
Radio	Televisión
1,039 horas, 47 minutos, 32 segundos	116 horas, 27 minutos, 01 segundo

Los resultados más importantes son:

Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes



Vale destacar que de las 27,993 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 84.44% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, sólo el 15.56% (4,356) contienen alguna valoración explícita: 601 valoraciones positivas y 7,569 valoraciones negativas<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> Una misma pieza informativa puede contener más de una valoración.



**El Sol de México**

Pag: Nacional5

INE

77

2015-05-19 04:30:21.0

1/1



**EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE CAMPAÑAS 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 candidatos, 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.

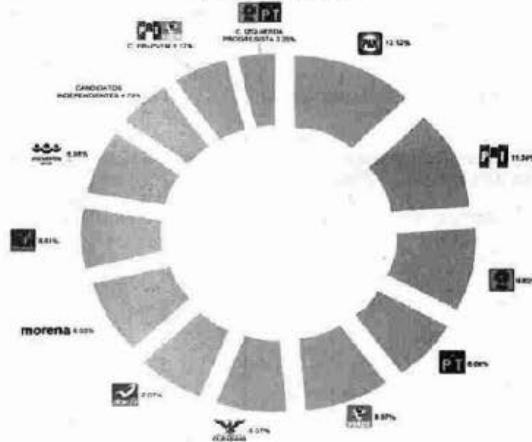
Se trata del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 de abril al 10 de mayo, y que se compone de un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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

TOTAL: 1,690 horas, 50 minutos, 05 segundos	
Radio	Televisión
1,517 horas, 03 minutos, 19 segundos	173 horas, 46 minutos, 46 segundos

Los resultados más importantes son:

Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes



Vale destacar que de las 41,687 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 82.24% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, sólo el 17.76% (7,404) contienen alguna valoración explícita: 1,243 valoraciones positivas y 14,526 valoraciones negativas<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> Una misma pieza informativa puede contener más de una valoración.



### EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS DEL MONITOREO DE NOTICIEROS DE CAMPAÑAS 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 candidatos, 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.

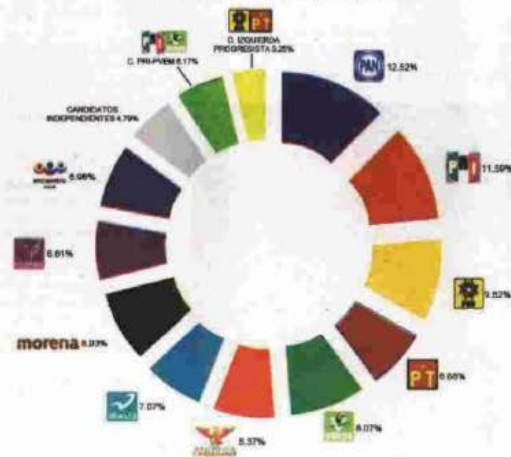
Se trata del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 de abril al 10 de mayo, y que se compone de un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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

TOTAL: 1,690 horas, 50 minutos, 05 segundos	
Radio	Televisión
1,517 horas, 03 minutos, 19 segundos	173 horas, 46 minutos, 46 segundos

Los resultados más importantes son:

Porcentaje de tiempo en noticieros de radio y televisión dedicado a partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes



Vale destacar que de las 41,687 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 82.24% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, sólo el 17.76% (7,404) contienen alguna valoración explícita: 1,243 valoraciones positivas y 14,526 valoraciones negativas<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> Una misma pieza informativa puede contener más de una valoración.