

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

(Acumulado del 05 de abril al 03 de junio de 2015)

---

Proceso Electoral Federal 2014-2015

24 de junio 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	17
7. COMENTARIOS FINALES	19
8. ANEXOS	21



## 1. RESUMEN EJECUTIVO

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) llevó 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 03 de junio, 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 **2,997 horas, 15 minutos y 15 segundos**:

Radio	Televisión
2,643 horas, 42 minutos, 52 segundos	353 horas, 32 minutos, 23 segundos

2. Los partidos con mayor tiempo de cobertura noticiosa en radio fueron: PAN (12.64%), PRI (11.46%) y PRD (9.69%). Los partidos con mayor tiempo de cobertura noticiosa en televisión fueron: PVEM (12.96%), PRI (10.51%) y PAN (10.44%).
3. De las piezas informativas transmitidas en radio y televisión para Diputadas y Diputados Federales, se restaron las que corresponden a los géneros opinión, análisis y debate lo que arroja la cifra de 68,884 piezas informativas, de las cuales 53,952 (78.32%) no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticieros. De las 14,932 (21.68%) piezas informativas valoradas, hubo 2,963 valoraciones positivas y 32,830 valoraciones negativas.
4. En cuanto a la cobertura noticiosa en términos de la equidad de género, resalta que 71.41% de las piezas de monitoreo analizadas no incluyeron especificación de género; 3.33% se dedicaron tanto a hombres como a mujeres; 17.39% se dedicaron a candidatos; y 7.87% 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 (INE) 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), que realiza 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 dieron 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 de campañas que abarcó del 05 de abril al 03 de junio de 2015, la UNAM se encargó 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.

Los datos que se presentan en este Informe corresponden al periodo total acumulado de campañas antes referido, y reporta los resultados 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 realizadas por 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 monitoreó la información de la cobertura noticiosa que realizaron 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 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 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 los precandidatos, 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.

La información monitoreada fue analizada con base en las siguientes variables:

- 1) Tiempos de transmisión
- 2) Género periodístico
- 3) Valoración de la información
- 4) Recursos técnicos utilizados para presentar la información
- 5) Ubicación o jerarquización de la información
- 6) Equidad de género
- 7) Reporte de los resultados de programas de espectáculos y revista
- 8) Reporte de los resultados de las encuestas presentadas

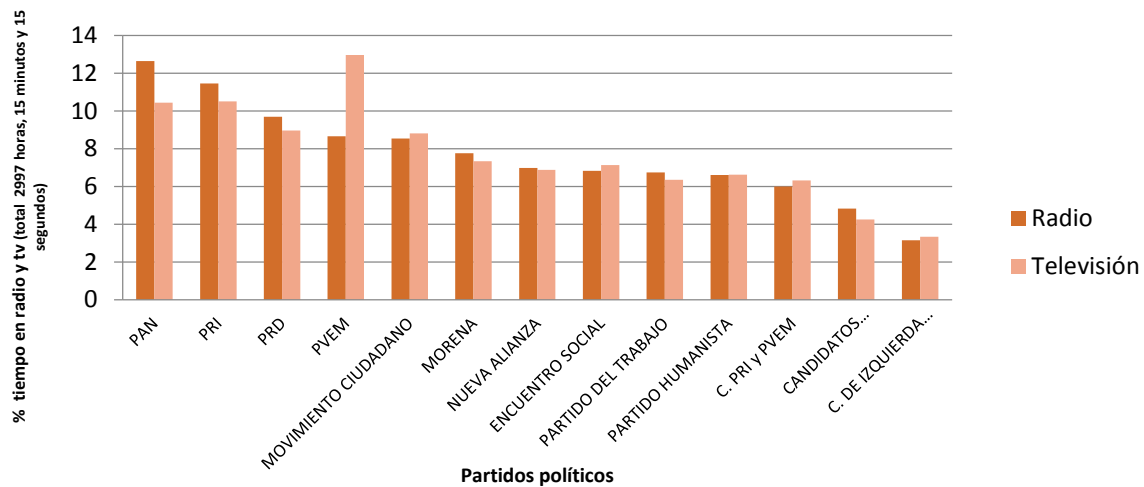
## **5. RESULTADOS GENERALES**

- ***Tiempo de transmisión***

El tiempo total dedicado a las campañas de Diputadas y Diputados Federales de los partidos políticos, colaciones y candidatos independientes en los programas monitoreados en radio y televisión que difunden noticias fue de 2,997 horas, 15 minutos y 15 segundos: 89.38% de este tiempo fue transmitido por radio y 10.62% por televisión. Los partidos o coaliciones con más tiempo de transmisión en radio fueron: PAN, PRI y PRD. Por su parte, los partidos o coaliciones a los que se les destinó mayor tiempo en televisión fueron: PVEM, PRI y PAN.



**Gráfica 1. Tiempo de transmisión**

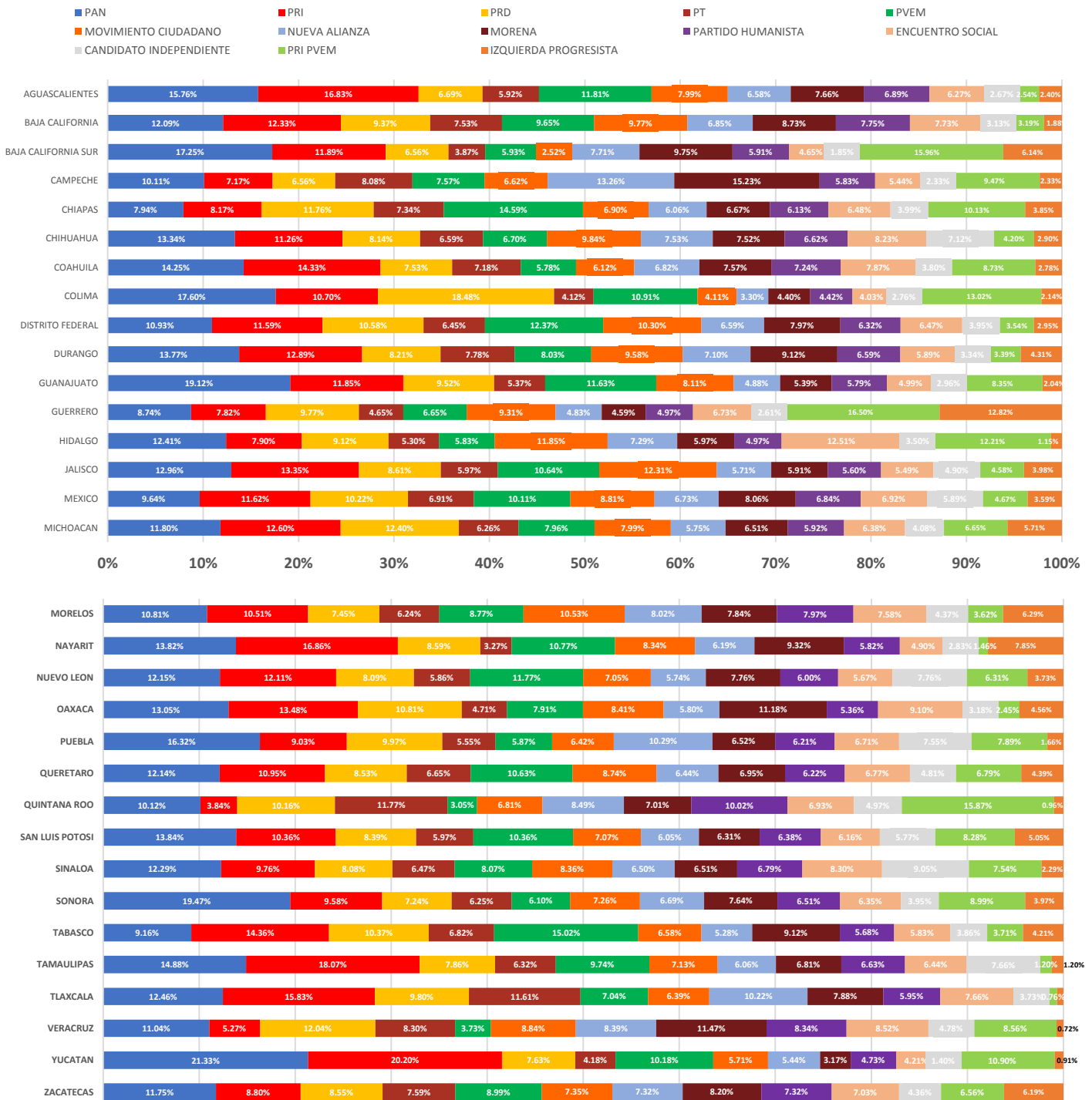


**Tabla 1. Tiempos de transmisión**

PARTIDO O COALICIÓN	RADIO		TELEVISIÓN	
	TIEMPO	%	TIEMPO	%
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	334:15:45	12.64	36:54:51	10.44
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	303:03:32	11.46	37:10:53	10.51
PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	256:18:27	9.69	31:41:00	8.96
PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO	229:25:57	8.67	45:50:42	12.96
MOVIMIENTO CIUDADANO	225:47:55	8.54	31:09:27	8.81
MORENA	205:12:13	7.76	25:58:28	7.34
NUEVA ALIANZA	184:33:54	6.98	24:20:13	6.88
ENCUENTRO SOCIAL	180:53:50	6.84	25:14:31	7.13
PARTIDO DEL TRABAJO	178:15:46	6.74	22:27:49	6.35
PARTIDO HUMANISTA	174:53:25	6.61	23:26:51	6.63
COALICIÓN PRI y PVEM	159:08:50	6.01	22:23:41	6.33
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	128:11:06	4.84	15:03:35	4.25
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	83:42:12	3.16	11:50:22	3.34

A continuación se presenta la distribución de tiempo en noticieros de radio y televisión por entidad federativa. La Gráfica 2 muestra las diferencias que existen en la cobertura informativa que se hace en cada entidad para cada partido político y candidatos independientes.

**Gráfica 2: Distribución de tiempo en noticieros de radio y televisión, por entidad federativa**



De igual forma, se incluye a continuación la distribución de tiempos en radio y televisión en las principales emisoras del país<sup>2</sup>.

**Gráfica 3: Distribución de tiempos por emisora de radio y televisión**

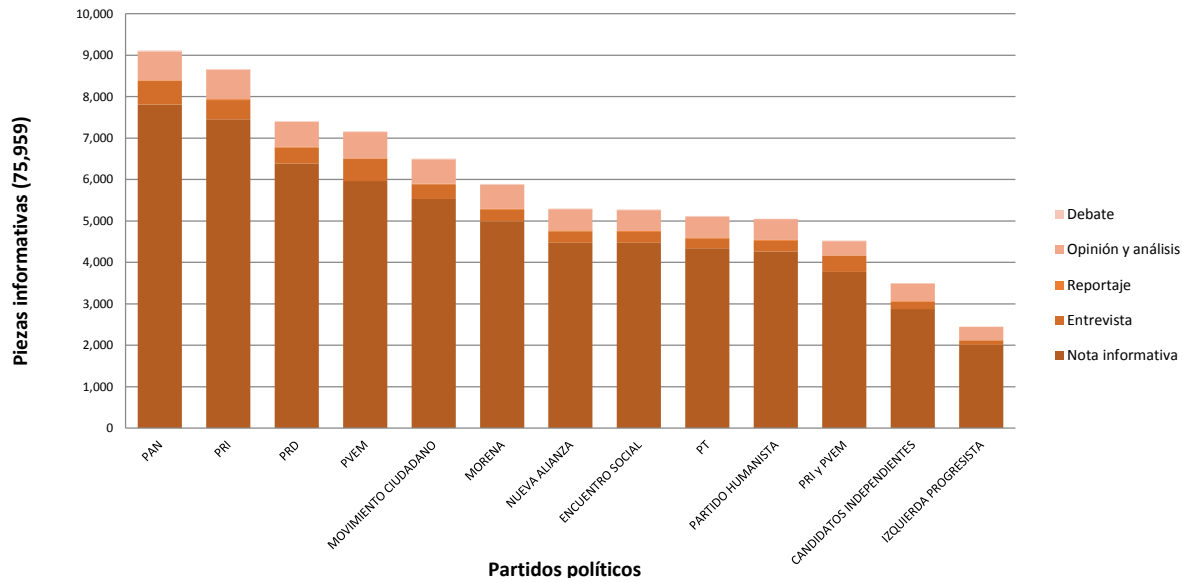


<sup>2</sup> Con base en información de la base datos del Monitoreo del Monitoreo de Noticieros 2015. Véase <https://monitoreo2015.ine.mx/>

- **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 4. Género periodístico**



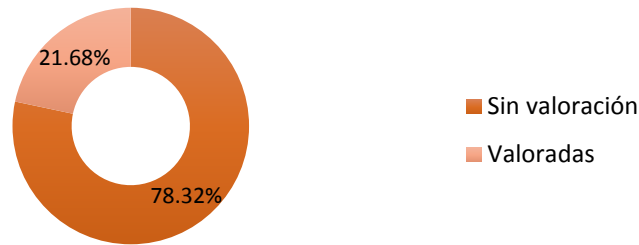
**Tabla 2. Género periodístico (Radio y televisión)**

Partido o coalición	Nota informativa	Entrevista	Reportaje	Opinión y análisis	Debate
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	7,811	566	21	690	22
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	7,449	469	22	709	18
PRD	6,389	385	20	596	15
PVEM	5,966	526	21	630	14
MOVIMIENTO CIUDADANO	5,530	352	20	587	17
MORENA	4,990	281	22	584	14
NUEVA ALIANZA	4,474	280	21	505	16
ENCUENTRO SOCIAL	4,472	265	21	501	13
PARTIDO DEL TRABAJO	4,340	242	20	507	13
PARTIDO HUMANISTA	4,267	254	21	500	13
COALICIÓN PRI y PVEM	3,769	393	10	343	12
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	2,877	176	16	420	9
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	2,006	109	9	316	11

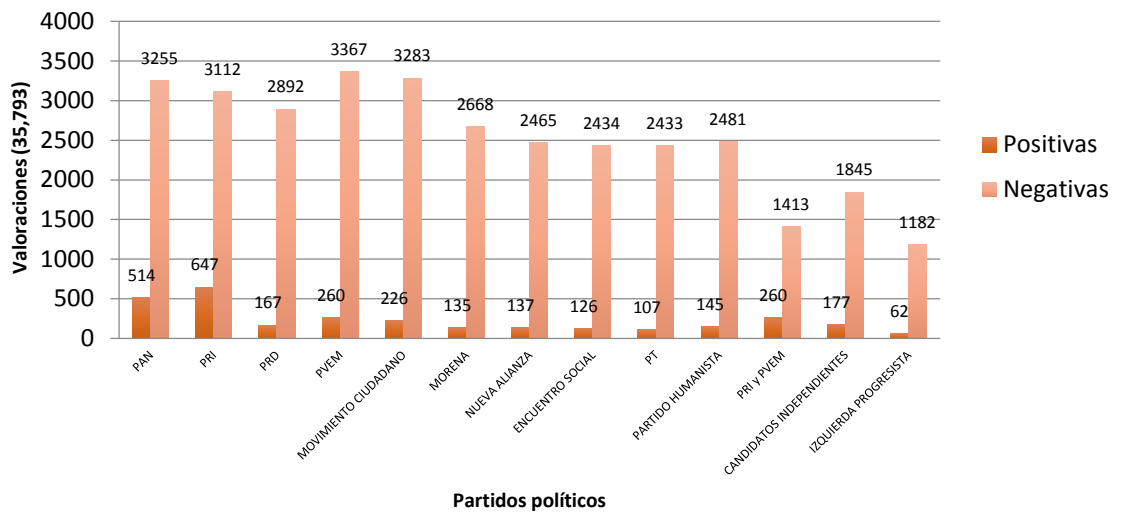
- **Valoración de la información**

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, análisis y debate lo que arroja la cifra de 68,884 piezas informativas; de ellas, 53,952 no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticieros. De las 14,932 piezas informativas valoradas, hubo 2,963 valoraciones positivas y 32,830 valoraciones negativas.<sup>3</sup>

**Gráfica 5. Valoración de la información**



**Gráfica 6. Tipo de valoración (Radio y TV)**



<sup>3</sup> En una misma pieza informativa pueden haber varias adjetivaciones.



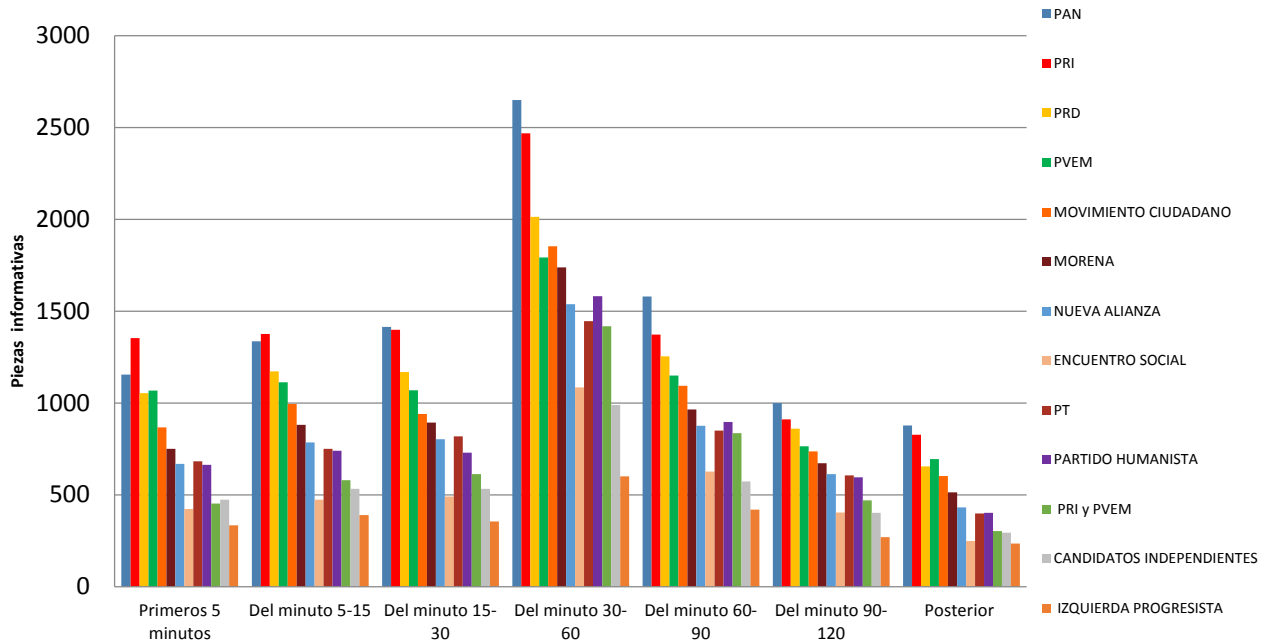
- **Recursos técnicos para presentar la información**

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 los candidatos y/o partidos políticos para reportar sus notas.

- **Ubicación o jerarquización de la información**

Esta variable muestra la jerarquización de la información con base en la ubicación de las piezas informativas al interior de cada noticiero. Por lo que se observa en la Gráfica 7, 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 7. 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
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	1154	1336	1414	2650	1580	999	878
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	1354	1375	1399	2469	1373	910	827
PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	1053	1172	1169	2014	1254	860	655
PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO	1067	1112	1069	1793	1150	764	695
MOVIMIENTO CIUDADANO	867	995	940	1854	1093	737	603
MORENA	751	881	894	1738	964	671	513
NUEVA ALIANZA	669	785	802	1538	876	613	432
ENCUENTRO SOCIAL	422	473	490	1084	626	403	248
PARTIDO DEL TRABAJO	683	750	819	1445	850	606	398
PARTIDO HUMANISTA	677	733	754	1468	826	602	390
COALICIÓN PRI y PVEM	453	580	612	1417	835	470	303
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	473	532	532	989	573	402	293
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	333	390	354	600	420	269	235

**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
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	151	194	316	371	157	124	108
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	163	191	303	398	170	116	94
PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	167	200	269	321	142	89	82
PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO	175	399	284	342	168	107	103
MOVIMIENTO CIUDADANO	154	184	260	312	130	77	78
MORENA	121	132	208	231	119	59	57
NUEVA ALIANZA	115	115	199	213	96	48	60
ENCUENTRO SOCIAL	117	135	211	216	104	55	67
PARTIDO DEL TRABAJO	113	124	164	216	95	50	54
PARTIDO HUMANISTA	118	119	177	216	103	61	60
COALICIÓN PRI y PVEM	68	147	154	147	75	42	42
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	92	79	114	119	70	32	33
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	69	52	120	112	51	22	25

- **Género**

El monitoreo reportó que, en la mayor parte del tiempo, la cobertura en radio y televisión no registró especificación alguna de género: en 2,012 horas, 36 minutos, 44 segundos (67% del total) no hacen referencia a mujeres u hombres candidatos; 111 horas, 23 minutos, 17 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 595 horas (20%) y las segundas alrededor de 277 horas (9%).

En específico, la cobertura en radio en términos del tratamiento y la equidad de género fue: 58,961 piezas no incluyeron especificación de género, en 2,649 piezas se refirieron tanto a hombres como a mujeres, en 14,323 a candidatos y en 6,504 a candidatas.

En televisión se registraron 9,132 piezas que no incluyeron especificación de género, 524 se refirieron tanto a hombres como a mujeres, 2,258 piezas de monitoreo se dedicaron explícitamente a candidatos y 998 a candidatas.

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

Por primera vez en un Proceso Electoral, se incluyeron en el monitoreo 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 este tipo de programas 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 04 horas, 48 minutos, 39 segundos; es decir, 0.13% del total del tiempo dedicado a partidos políticos en los programas monitoreados. La mayor parte de ese tiempo se concentró en tres partidos: Partido Revolucionario Institucional, Movimiento Ciudadano y Partido Verde Ecologista de México.

<b>Tabla 5. Programas de espectáculos y revistas</b>		
<b>Partido o Coalición</b>	<b>Tiempo</b>	<b>%</b>
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	00:39:09	13.56
MOVIMIENTO CIUDADANO	00:28:06	9.73
PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO	00:27:01	9.35



ENCUENTRO SOCIAL	00:26:49	9.29
PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	00:24:12	8.38
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	00:23:58	8.30
MORENA	00:23:37	8.18
PARTIDO DEL TRABAJO	00:22:25	7.76
NUEVA ALIANZA	00:22:25	7.76
PARTIDO HUMANISTA	00:22:25	7.76
COALICIÓN PRI Y PVEM	00:12:28	4.31
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	00:08:02	2.78
COALICIÓN DE IZQUIERDA PROGRESISTA	00:08:02	2.78

## 6. 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, valoraciones, 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 ocho 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
<b>1ro</b>	Del 05 al 12 de abril
<b>2do</b>	Del 13 al 19 abril
<b>3ro</b>	Del 20 al 26 de abril

<b>4to</b>	Del 27 de abril al 03 de mayo
<b>5to</b>	Del 04 al 10 de mayo
<b>6to</b>	Del 11 al 17 de mayo
<b>7mo</b>	Del 18 al 24 de mayo
<b>8vo</b>	Del 28 de mayo al 03 de junio

- **Desplegados publicados en prensa**

Se publicaron cuatro desplegados quincenales en ocho periódicos de circulación nacional, 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
4	11/06/2015	El Universal	El Reforma

- **Spots en radio y televisión**

Desde el inicio del periodo de campañas hasta el día de la Jornada Electoral, se transmitieron 41,148 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.

Tabla 8. Transmisión del spot de Monitoreo de Noticieros			
Entidad	No. spots	Entidad	No. spots
AGUASCALIENTES	728	MORELOS	569
BAJA CALIFORNIA	2,005	NAYARIT	579
BAJA CALIFORNIA SUR	458	NUEVO LEON	1,380
CAMPECHE	432	OAXACA	1,207
CHIAPAS	1,754	PUEBLA	1,212
CHIHUAHUA	2,246	QUERÉTARO	660
COAHUILA	2,424	QUINTANA ROO	824

COLIMA	575	SAN LUIS POTOSÍ	1,037
DISTRITO FEDERAL	1,485	SINALOA	1,867
DURANGO	1,058	SONORA	2,047
GUANAJUATO	1,573	TABASCO	660
GUERRERO	769	TAMAULIPAS	2,638
HIDALGO	808	TLAXCALA	267
JALISCO	2,188	VERACRUZ	3,451
MÉXICO	938	YUCATÁN	695
MICHOACÁN	1,898	ZACATECAS	716
<b>Total general 41,148</b>			

## 7. COMENTARIOS FINALES

1. El agregado del monitoreo de noticieros muestra que se mantuvo un equilibrio razonable en la cantidad de horas dedicadas a las campañas políticas los candidatos a diputaciones federales. No obstante, el análisis más específico, por grupo de emisora y por entidad federativa, exhibe al mismo tiempo una diversidad de comportamientos que merece evaluaciones específicas.
2. En la cobertura de los noticieros se percibe una relación lógica entre los sucesos o eventos más importantes de las campañas, con la cobertura que los medios hicieron de candidatos y partidos, aunque ello no haya implicado necesariamente un beneficio al partido o candidato con mayor cobertura. Por ejemplo, el PVEM obtuvo la mayor cantidad de tiempo de cobertura en televisión, pero fue también el partido con más valoraciones negativas, tanto en números absolutos como relativos.
3. El Sistema de Monitoreo de Noticieros 2014-2015 se fortaleció al incorporar el criterio de género e incluir en el catálogo de monitoreo a los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país. Éstos últimos dedicaron un espacio mínimo (0.13% del total monitoreado) de tiempo a la cobertura noticiosa

de las campañas de federales, lo cual refleja que no hay una práctica al menos sistemática, de posicionar a partidos y candidatos en este tipo de programas.


4. El monitoreo desarrollado por la UNAM es capaz de demostrar cada una de las afirmaciones que este Informe presenta, no sólo en el estándar agregado, sino también nota por nota, a las que corresponden testigos de grabación registrados e identificables.
5. De los testigos y ejercicio realizado por la UNAM, es posible demostrar tanto el tiempo dedicado a las campañas, como la valoración que, mediante la adjetivación expresa, los medios hicieron a la cobertura noticiosa de cada uno de los partidos y de los candidatos. El monitoreo demuestra que la mayoría de las notas periodísticas, explícitamente dedicadas y diseñadas para la cobertura de las campañas, no fueron adjetivadas, es decir, hubo un esfuerzo demostrable de objetividad por parte de los medios en la cobertura noticiosa.
6. La base de datos del Monitoreo de Noticieros 2014-2015 está disponible en el portal de internet: <https://monitoreo2015.ine.mx/>. Se trata de un insumo fundamental para visualizar cómo los medios de comunicación y los noticieros llevan a cabo su cobertura noticiosa sobre las campañas electorales.



## 8. ANEXOS

### El Financiero /21 de abril de 2015

Martes 21 de Abril de 2015 | EF | 3



**INE**  
Instituto Nacional Electoral

**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.

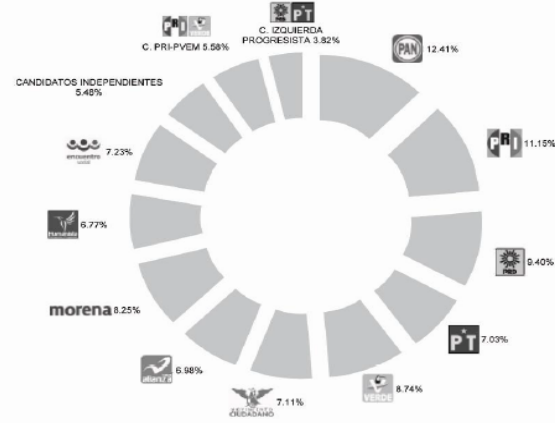
Se trata del inicio del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 al 12 de abril, y cuyo seguimiento se realizó con base en un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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
<b>401 horas, 49 minutos, 44 segundos</b>	<b>42 horas, 10 minutos, 57 segundos</b>

Los resultados más importantes son:

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



Partido/Coalición	Porcentaje
PAN	12.41%
CAI	11.15%
PROGRESISTA	9.82%
VERDE	8.74%
morena	8.25%
PRIPVEM	5.58%
CANDIDATOS INDEPENDIENTES	5.48%
ENCUENTRO	4.77%
ALBERTO	3.98%
C. IZQUIERDA	3.82%
PT	3.03%
ZAROSANO	2.11%

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.

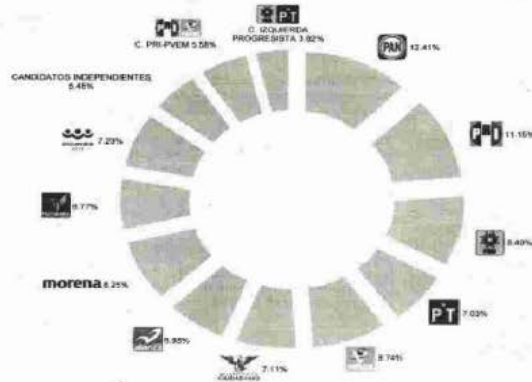
Se trata del inicio del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 al 12 de abril, y cuyo seguimiento se realizó con base en un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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.







**EXCELSIOR**  
El Periódico de los mexicanos

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.

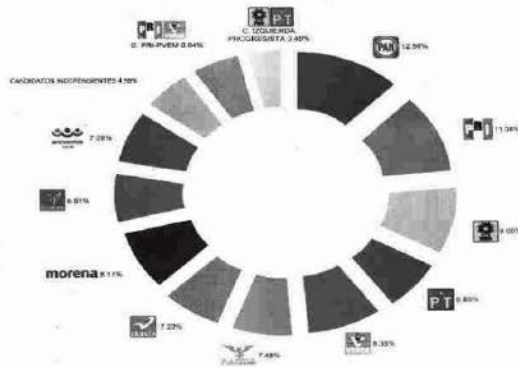
Se trata del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 al 26 de abril, y que se compone de un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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.

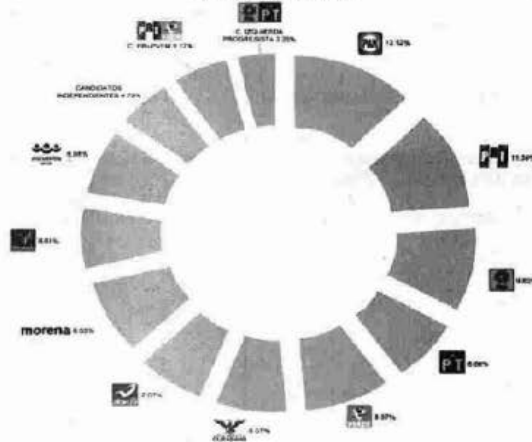
Se trata del periodo de campañas para Diputadas y Diputados Federales que comprende del 05 de abril al 10 de mayo, y que se compone de un catálogo que incluye los 493 noticieros y los 10 programas de espectáculos o de revista más importantes del país, por su audiencia.

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.





Pag: Nacional18

INE

5

2015-06-11 04:36:18.0

1/1



**EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS FINALES 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 5 de abril al 3 de junio, 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.

A lo largo de la campaña, la UNAM presentó un total de ocho informes semanales sobre el comportamiento de la cobertura noticiosa en radio y televisión, que fueron publicados todos los lunes en la página de internet del INE. Además, los resultados del monitoreo fueron dados a conocer a través de desplegados publicados quincenalmente en diversos periódicos de circulación nacional, y en más de 41,148 promocionales transmitidos en estaciones de radio y televisión de toda la república.

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:

<b>TOTAL: 2,997 horas, 15 minutos, 15 segundos</b>	
<b>Radio</b>	<b>Televisión</b>
2,643 horas, 42 minutos, 52 segundos	353 horas, 32 minutos, 23 segundos

Los resultados más importantes son:

Tiempo en noticieros en radio y televisión dedicado a partidos y coaliciones				
Partido	Tiempo	%	Piezas informativas	
 Partido Acción Nacional	371 horas	12%	11,432	
 Partido Revolucionario Institucional	340 horas	11%	11,142	
 Partido de la Revolución Democrática	287 horas	10%	9,447	
 Partido Verde Ecologista de México	275 horas	9%	9,228	
 Partido Movimiento Ciudadano	258 horas	9%	8,284	
 Partido Movimiento Regeneración Nacional	231 horas	8%	7,339	
 Partido Nueva Alianza	208 horas	7%	6,561	
 Partido Encuentro Social	206 horas	7%	6,515	
 Partido del Trabajo	200 horas	7%	6,367	
 Partido Humanista	198 horas	7%	6,304	
 Coalición PRI y PVEM	181 horas	6%	5,545	
Candidatos Independientes	143 horas	5%	4,433	
 Coalición de Izquierda Progresista	95 horas	3%	3,052	

Vale destacar que de las 75,959 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 80.35% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, solo el 19.65% (14,932) contienen alguna valoración explícita: 2,963 valoraciones positivas y 32,830 valoraciones negativas.<sup>1</sup>

Durante las campañas, la UNAM analizó más de 26 mil horas de programación noticiosa en radio y televisión.

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 UNIVERSAL

Pag: Nacional13

INE

2015-06-11 03:25:52.0

1



### EL INE PUBLICA LOS RESULTADOS FINALES 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 5 de abril al 3 de junio, 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.

A lo largo de la campaña, la UNAM presentó un total de ocho informes semanales sobre el comportamiento de la cobertura noticiosa en radio y televisión, que fueron publicados todos los lunes en la página de internet del INE. Además, los resultados del monitoreo fueron dados a conocer a través de desplegados publicados quincenalmente en diversos periódicos de circulación nacional, y en más de 41,148 promocionales transmitidos en estaciones de radio y televisión de toda la república.

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: 2,997 horas, 15 minutos, 15 segundos	
Radio	Televisión
2,643 horas, 42 minutos, 52 segundos	353 horas, 32 minutos, 23 segundos

Los resultados más importantes son:

Tiempo en noticieros en radio y televisión dedicado a partidos y coaliciones				
Partido	Tiempo	%	Piezas informativas	
 Partido Acción Nacional	371 horas	12%	11,432	
 Partido Revolucionario Institucional	346 horas	11%	11,142	
 Partido de la Revolución Democrática	287 horas	10%	9,447	
 Partido Verde Ecologista de México	275 horas	9%	9,228	
 Partido Movimiento Ciudadano	256 horas	9%	8,284	
 Partido Movimiento Regeneración Nacional	231 horas	8%	7,338	
 Partido Nueva Alianza	208 horas	7%	6,561	
 Partido Encuentro Social	206 horas	7%	6,515	
 Partido del Trabajo	200 horas	7%	6,367	
 Partido Humanista	198 horas	7%	6,304	
 Coalición PRI y PVEM	181 horas	6%	5,545	
Candidatos independientes	143 horas	5%	4,433	
 Coalición de Izquierda Progresista	95 horas	3%	3,052	

Vale destacar que de las 75,959 piezas informativas analizadas por la UNAM, el 80.35% no están adjetivadas por parte del medio de comunicación; es decir, sólo el 19.65% (14,932) contienen alguna valoración explícita: 2,963 valoraciones positivas y 32,830 valoraciones negativas.<sup>1</sup>

Durante las campañas, la UNAM analizó más de 26 mil horas de programación noticiosa en radio y televisión.

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.