



**INFORME DE MONITOREO DE PROGRAMAS DE RADIO Y
TELEVISIÓN, PRENSA DIGITAL E IMPRESA CON
PERSPECTIVA DE GÉNERO PARA EL PROCESO LOCAL
CONCURRENTES 2023-2024 EN EL ESTADO DE JALISCO**

Fecha: 11 de abril de 2024



ÍNDICE

ACTORES POLÍTICOS

FIGURAS

RESUMEN DEL PERIODO, 31 DE MARZO AL 6 DE ABRIL..... 1

1. CONTEXTO ELECTORAL SEMANAL, PROCESO LOCAL CONCURRENTES 2023-2024 EN EL ESTADO DE JALISCO..... 2

2. CRITERIOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS..... 3

2.1 Criterios generales aplicados al análisis cualitativo..... 3

2.2 Criterios aplicados al análisis cualitativo desde la perspectiva de género y el respeto a los Derechos Humanos..... 5

3. RESULTADOS DEL MONITOREO DE LAS CAMPAÑAS A LA GUBERNATURA Estatal 17

3.1 Análisis gráfico por tipo de medio..... 7

3.1.1 Radio y televisión..... 7

3.1.1.1 Menciones totales de las personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco..... 7

3.1.1.2 Serie de cobertura de género..... 8

3.1.1.3 Valoración..... 10

3.1.1.4 Menciones por partido político o coalición..... 11

3.1.1.5 Momento de transmisión..... 12

3.1.2 Portales digitales..... 14

3.1.2.1 Notas totales en portales digitales..... 14

3.1.2.2 Serie de cobertura de género..... 15

3.1.2.3 Valoración de las piezas informativas..... 17

3.1.2.4 Menciones por partido político o coalición..... 19

3.1.3 Prensa impresa..... 20

3.1.3.1 Menciones por partido político o coalición..... 22

3.1.3.2 Serie de cobertura de género..... 23

3.1.3.3 Valoración..... 25



3.2 Continuación de las campañas para la gubernatura de jalisco.....	26
3.3 Arranque de las campañas para las presidencias municipales.....	28
3.4 Propuestas de las personas candidatas a los municipios de la ZMG.....	33
3.5 Propuestas de campaña de personas candidatas a las presidencias municipales de otros municipios.....	40
3.5.1 Chapala.....	41
3.5.2 El salto.....	41
3.5.3 Puerto Vallarta.....	42
3.5.4 Talpa.....	42
3.5.5 Tepatitlán.....	43
3.6 Incidencias.....	43
3.6.1 Visita a Jalisco de la candidata a la presidencia de México Claudia Sheinbaum.....	43
3.6.1.1 Sheinbaum y Laura Imelda (MORENA) en Tlaquepaque.....	44
3.6.2 Ecos del caso esquer.....	45
3.6.3 Se inconforma el pri por publicidad que invita "al voto cruzado".....	47
3.6.4 Sobre anónimo informó patrimonio de ornelas a mc.....	48
4. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS.....	48
4.1 Visibilidad de género.....	48
4.2 Uso de lenguaje incluyente y no sexista.....	53
4.3 Representación, percepción de capacidades de las candidaturas.....	53
4.4 Alusión a grupos en condiciones de vulnerabilidad.....	57
4.5 Discriminación y violencia política contra las mujeres en razón de género.....	60
5. ANEXOS.....	61
5.1 Catálogo de medios monitoreados en este periodo.....	61
5.2 Anexo conceptual "perspectiva de género y derechos humanos".....	74
5.3 Anexo de prácticas para un periodismo con perspectiva de género y derechos humanos.....	80



ACTORES POLÍTICOS

PAN	Partido Acción Nacional
PRI	Partido Revolucionario Institucional
PRD	Partido de la Revolución Democrática
PT	Partido del Trabajo
PVEM	Partido Verde Ecologista de México
MC	Movimiento Ciudadano
MORENA	Movimiento Regeneración Nacional
HAGAMOS	Hagamos
FUTURO	Futuro Jalisco
FYCXJ	Coalición Fuerza y Corazón por Jalisco
SHHJ	Coalición Sigamos Haciendo Historia en Jalisco



FIGURAS Y TABLAS

Figura 1 Menciones totales de las personas candidatas

Figura 2 Menciones totales por género de las personas candidatas

Figura 3 Porcentajes de cobertura por género de las personas candidatas

Figura 4 Porcentajes de polaridad por género

Figura 5 Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición

Figura 6 Menciones por personas candidatas respecto al momento de emisión

Figura 7 Notas diarias publicadas en portales digitales de noticias

Figura 8 Porcentaje de cobertura en portales digitales de noticias por persona candidata

Figura 9 Cobertura por género de las candidaturas a gubernatura

Figura 10 Cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a gubernatura

Figura 11 Porcentajes de polaridad por persona candidata

Figura 12 Porcentajes de polaridad en menciones por persona candidata a la gubernatura del estado de Jalisco

Figura 13 Porcentaje de menciones por partido político o coalición respecto al total de notas publicadas en portales digitales

Figura 14 Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta

Figura 15 Menciones por partido político o coalición

Figura 16 Porcentaje de cobertura por género de las personas candidatas



Figura 17 Menciones totales diarias por género de las personas candidatas

Figura 18 Menciones totales por género de las personas candidatas

Figura 19 Valoración de polaridad en las notas publicadas

Tabla 1 Recuento de propuestas de candidatas y candidatos de la ZMG recuperadas por el diario Milenio, 1 de abril de 2024

Tabla 2 Temas y propuestas por las personas candidatas a la presidencia municipal de Guadalajara

Tabla 3 Temas y propuestas por las personas candidatas a la presidencia municipal de Zapopan

Tabla 4 Menciones de personas candidatas a la gubernatura y algunos ayuntamientos que se identificaron en prensa impresa en el periodo del 31 de marzo al 6 de abril



RESUMEN DEL PERIODO, 31 DE MARZO AL 6 DE ABRIL

Esta semana las candidatas y el candidato reiteraron sus propuestas más emblemáticas, agregaron detalles a sus proyectos y brindaron su apoyo a algunas de las personas candidatas a las presidencias municipales de sus coaliciones políticas o partidos, sumándose a mítines, eventos y recorridos, intentando mostrar unidad y proyectos alineados.

La semana estuvo marcada por el inicio de campañas de las elecciones para las 125 presidencias municipales. En términos de cobertura mediática, se presentaron los arranques de campaña de las personas candidatas para las presidencias municipales de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), particularmente Guadalajara y Zapopan.

Las personas candidatas a las presidencias municipales se pronunciaron con proyectos y propuestas diversas, pero alrededor de un conjunto de temas comunes: seguridad pública, política de manejo de agua, plan de vivienda accesible, servicios eficientes de recolección de basura, infraestructura, transporte y combate a la corrupción.

El rompecabezas aún es incompleto, pues más allá de las presidencias municipales de la ZMG, hay candidaturas a las presidencias municipales de municipios que no ha aprobado el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana (IEPC), es por ello que del resto de las candidaturas aún se ha recolectado poca información; sin embargo, esta tendencia podría cambiar en las próximas semanas.

Las candidaturas fuera del área metropolitana que fueron aprobadas ya arrancaron con sus campañas, estas incluyen a Chapala, El Salto, Puerto Vallarta, Talpa y Tepatitlán. De esta forma, las propuestas de campaña se enfocan en mejorar la infraestructura y el acceso al agua; otras se alinean a las propuestas de las candidaturas a la gubernatura de su partido; y algunas, como en el caso de Chapala, el candidato Alejandro Aguirre Curiel (PAN) están buscando la reelección, de manera que han optado por destacar los logros durante su administración.



Además, entre las incidencias de este periodo se reportó la visita de la candidata a la presidencia, Claudia Sheinbaum (SHH), para presentar los proyectos para Jalisco; destacando la construcción de trenes de pasajeros que conectarán las ciudades de Guadalajara-Querétaro- Ciudad de México. Por otro lado, también hubo eco en los medios sobre el caso Esquer y las tensiones intrapartidistas que se vienen gestando desde semanas anteriores.

1. CONTEXTO ELECTORAL SEMANAL, PROCESO LOCAL CONCURRENTE 2023-2024 EN EL ESTADO DE JALISCO

Esta semana comenzaron las campañas para las elecciones locales centradas principalmente en las presidencias municipales. Se encuentran en disputa 125 municipios, de los cuales 48 están gobernados por MC, 25 por el PRI, 19 por el PAN, 14 por MORENA y el resto por otros partidos.

A diferencia del arranque de campaña a la gubernatura, la cobertura que se les dio a las candidaturas a las presidencias municipales se notó breve y poco sustancial. Los adjetivos referentes a la capacidad de convocatoria de las distintas candidaturas, sobre todo de la ZMG, fue lo más frecuente; seguido de la relevancia que se le da a las figuras políticas acompañantes, y a partir de quienes se connota la cohesión o distanciamiento que hay dentro de sus partidos políticos o coaliciones.

Se observó con mayor frecuencia la cita textual, como discurso directo de las presidencias y secretarías de partidos políticos que, se inconformaron por distintas causas referentes a la aprobación o cancelación de candidaturas. La palabra “denuncia” estuvo presente en varios titulares, al parecer, para referirse a la defensa ante las circunstancias que se reportaban como irregulares. Estas voces, aunado a la presencia de otras figuras de peso han servido como fundamento de notas editorializadas que analizan las estrategias de campaña local y federal.



Un caso destacado fue el de Fany Padilla (MC), candidata a la presidencias municipales de El Salto, quien se hizo acompañar del candidato a la gubernatura Pablo Lemus (MC) en su arranque de campaña; evento en el que también estuvo Alberto Esquer (MC), figura relevante en las últimas semanas por habersele cancelado la candidatura a la senaduría. Aunque esto se pudo ver en sus redes sociales, ningún medio mencionó la presencia de Alberto Esquer ni se pudo ver su presencia en las fotos del evento.

2. CRITERIOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS

2.1 CRITERIOS GENERALES APLICADOS AL ANÁLISIS CUALITATIVO

A partir de las piezas informativas que preselecciona el equipo cuantitativo con una extracción automática, el equipo cualitativo analiza detallada y sistemáticamente los contenidos de las piezas relativas a las campañas en Jalisco, o bien, de las y los candidatos de Jalisco en otros espacios geográficos. Así, si una de las candidatas a la gubernatura, por ejemplo, da un mensaje desde la Ciudad de México, la cobertura que la prensa local haga de esto, será tomada en cuenta. O bien, cuando las personas candidatas realizan campaña en Jalisco, se analiza la cobertura de la prensa local, toda vez que se asume que los actores políticos del campo federal influyen en el campo político local. Cabe señalar que la totalidad de piezas informativas preseleccionadas con los instrumentos cuantitativos se asignan aleatoriamente a las y los miembros del equipo de análisis cualitativo, de modo que se eviten sesgos analíticos derivados de analizar siempre el mismo medio asimilándolo a un todo, cuando es apenas una parte.

Una vez seleccionadas las piezas informativas susceptibles a ser analizadas, se siguen cuatro criterios para esta labor, a saber, i) la detección y asignación de categorías analíticas relevantes, que emergen de la propia cobertura y se asignan con criterios discutidos y compartidos por el equipo; ii) la incorporación de la categoría de “género” como variable transversal a lo largo de todas las piezas identificadas; iii) la distinción



por tipo de elección, ya sea federal, estatal y municipal; iv) la distinción por tipo de medio de comunicación cuando éste es relevante.

El primer criterio, supone codificar y restituir las notas a partir de un conjunto de categorías que nos permiten trascender el simple conteo de palabras o la especulación sobre el uso de términos e intencionalidades. En cambio, podemos establecer, de manera robusta, cuáles son los temas y tonos con los que se está desarrollando la campaña en los medios monitoreados. Por otro lado, la perspectiva analítica de género permite distinguir casos en los que la cobertura explícitamente amplía o reduce las brechas de género o cuando lo hace de forma implícita. En algunas partes del análisis, esto no se explicita, lo cual significa que la dimensión de género no resultó visible en la cobertura y no que el equipo de análisis omitió esta perspectiva durante la categorización. Respecto al nivel de gobierno implicado en la cobertura, el análisis toma en cuenta si la cobertura es diferenciada para candidaturas federales, estatales o municipales. Si esta diferencia es relevante en el proceso analítico, la categoría se enfatiza en la restitución y reporte de hallazgos. Finalmente, la distinción por tipo de medio se toma en cuenta a lo largo de todo el ejercicio analítico, pero solo se restituye y se reporta cuando se trata de una dimensión de análisis relevante. Así, por ejemplo, si hay una diferencia importante en la cobertura televisiva, respecto a la prensa impresa, esto se anota como un hallazgo relevante. De lo contrario, no se distingue el tipo de medio.

El proceso de restitución se realiza en tres fases: primero, las y los integrantes del equipo cualitativo acuerdan cuáles son las categorías analíticas que emergieron del análisis. Después, se consolida un índice tentativo del reporte que cada integrante del equipo alimenta a partir de las piezas informativas revisadas y, finalmente, se consolida un hilo conductor unificado para la versión final, que se pone a consideración del resto del equipo y, en última instancia, del Instituto.



2.2 CRITERIOS APLICADOS AL ANÁLISIS CUALITATIVO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

A través de las campañas electorales y su interpretación mediática, promover y garantizar el respeto de los derechos humanos se convierte en una actividad trascendente. El seguimiento y monitoreo de medios para determinar la existencia de sesgos, discriminación o violencia que pueda impactar de manera directa en la interpretación del electorado, es de alta prioridad para impulsar una democracia donde se promueva el acceso a información fidedigna y no sesgada.

Existe así, una responsabilidad de identificar los sesgos en el trabajo periodístico para evidenciarlos, garantizando así, el ejercicio igualitario y efectivo de los derechos de las personas contendientes en la elección, que permita el empoderamiento de los grupos vulnerables inmersos en este proceso, con la finalidad de que sean útiles para apoyar el desarrollo de una política a favor del ejercicio autónomo y potenciador de todas las personas por igual.

La metodología utilizada para la revisión analítica con perspectiva de género y derechos humanos parte de las especificaciones técnicas y metodológicas que proporciona el IEPC del estado de Jalisco, así como de la revisión conceptual de las principales categorías de género y derechos humanos que se presentan en el "Anexo conceptual perspectiva de género y derechos humanos".

Desde lo anterior, se realiza un monitoreo de prensa impresa, portales digitales, radio y televisión del 31 de marzo al 6 de abril. Derivado del estudio riguroso de las piezas informativas de dichos medios, se valora la información a través de las siguientes categorizaciones:

- a. Utilización de pronombre de la enunciación,
- b. Empleo de lenguaje incluyente y no sexista,
- c. Presencia de roles y estereotipos de género en el tratamiento de la información y el enfoque que se le da a las candidaturas,



- d. Identificación de violencia política contra las mujeres en razón de género,
- e. Referencia a estereotipos relacionados a grupos en situación de vulnerabilidad.

A partir de dicha metodología se obtuvieron los hallazgos que se presentan a continuación, divididos en los siguientes apartados analíticos:

- a. Visibilidad de género. Considerando cuatro indicadores: tiempo, espacio, posición y menciones.
- b. Utilización de lenguaje incluyente y no sexista. Uso de genéricos, neutro, desdoblamiento, pronombres y sustantivos comunes.
- c. Representación, percepción de capacidades de las candidaturas. Profundidad de la cobertura, adjetivos y/o juicios de valor.
- d. Alusión a grupos en condiciones de vulnerabilidad. Cobertura a las propuestas de las personas candidatas dirigidas a grupos vulnerables y su mención con enfoque a derechos humanos.
- e. Discriminación y violencia política contra las mujeres en razón de género y de las disparidades identificadas en los apartados A, B, C y D.

Se citarán únicamente aquellas notas que sean demostrativas de las tendencias relativas a estas categorías.



3. RESULTADOS DEL MONITOREO DE LAS CAMPAÑAS A LA GUBERNATURA ESTATAL

3.1 ANÁLISIS GRÁFICO POR TIPO DE MEDIO

3.1.1 RADIO Y TELEVISIÓN

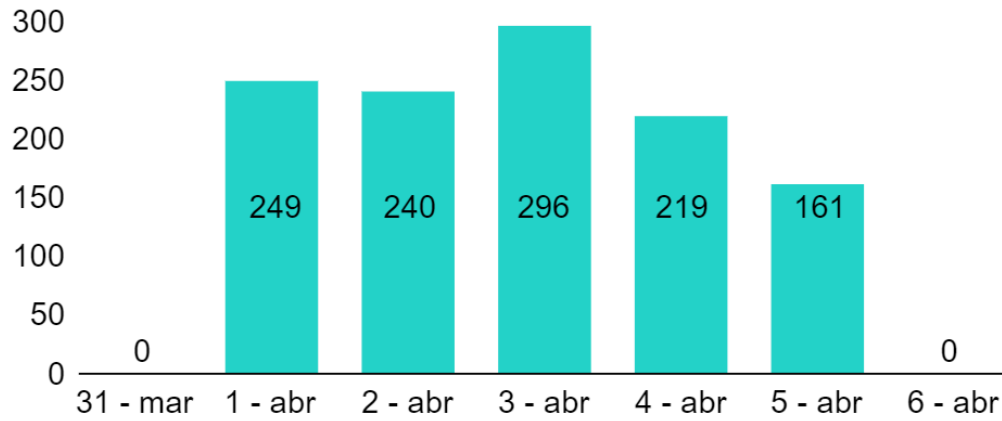
Para el periodo correspondiente del 31 de marzo al 6 de abril de 2024, se analizaron 456 horas de contenido correspondientes a 95 emisiones de radio y televisión contenidos en 426 archivos en formato mp4 o mp3. El resultado es la transcripción y análisis de 181 mil 206 oraciones que se enunciaron en dichos contenidos. Además de identificar las menciones por candidatas, candidatos y partidos políticos, se identificó la polaridad de sentimientos de cada oración, así como si en su enunciación se utilizó lenguaje no inclusivo o abiertamente discriminatorio. Finalmente, se utilizó una impronta temporal para identificar si cada mención fue hecha en distintos periodos de la emisión. A continuación se presentan los resultados.

3.1.1.1 MENCIONES TOTALES DE LAS PERSONAS CANDIDATAS A LA GUBERNATURA DEL ESTADO DE JALISCO

En total, durante los 7 días de análisis hubo 1 mil 165 menciones a alguna de las candidatas o el candidato a la elección para la titularidad del ejecutivo estatal. La mayor parte de estas menciones se concentra el día miércoles 3 de abril, en el que se presentaron 296 referentes a alguna de las personas participantes, seguido del lunes 1 del mismo mes, en el que hubieron 249 menciones; mientras que el martes 2 de abril, 240, el jueves 4, 219 y el viernes 5, 161. El fin de semana, dada la disponibilidad de contenidos y la reducción de la agenda informativa, el número de menciones se redujo a 0 el domingo 31 de marzo y el sábado 6 de abril.



Figura 1: Menciones totales de las personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco



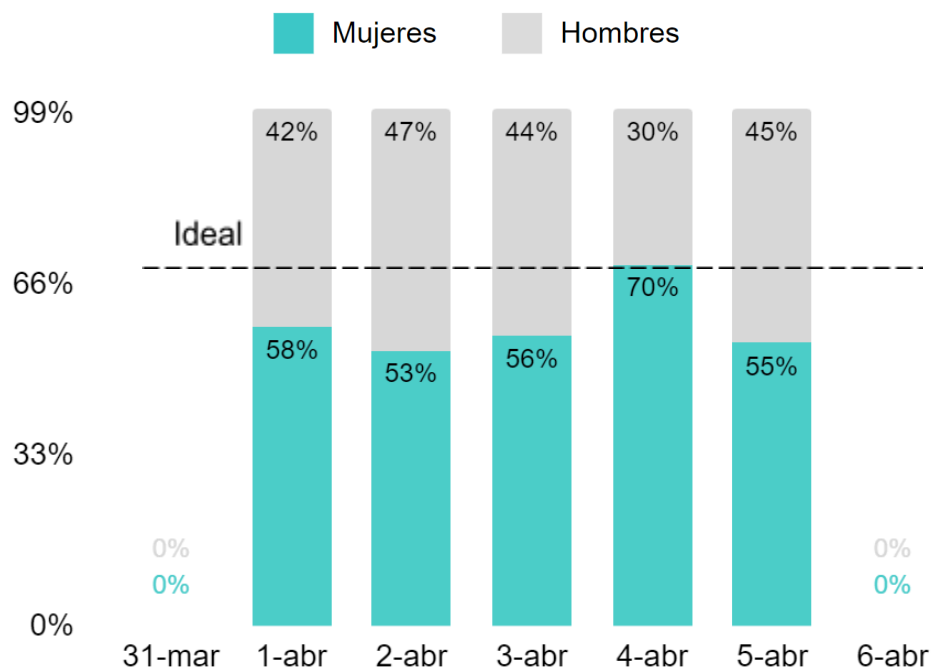
Fuente: Elaboración propia.



3.1.1.2 SERIE DE COBERTURA DE GÉNERO

Asimismo, se observó que la cobertura mediática respecto al género se encuentra en niveles no deseables. Con excepción del día 4 de abril, el resto de los días de la semana, se identificó entre el 42% y 47% de cobertura en menciones al candidato hombre.

Figura 2: Menciones totales por género de las personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco

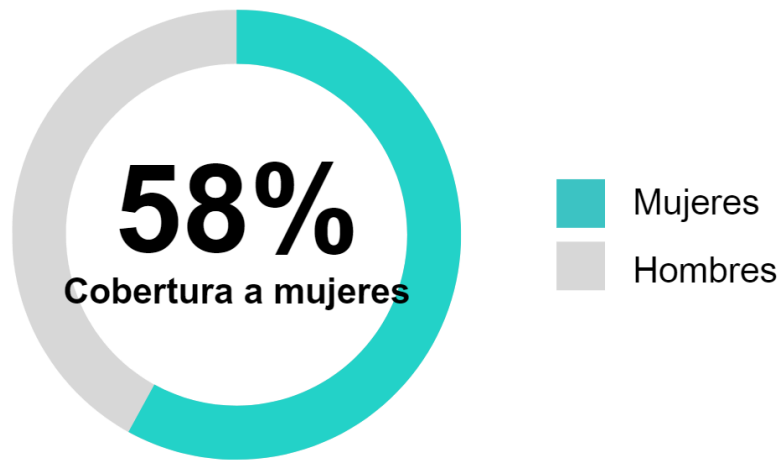


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la brecha que existe entre el candidato y las candidatas, esta es de 9% en favor de las últimas. Es decir, considerando las coberturas esperadas por mera probabilidad, al ser dos candidatas y un candidato, estas reciben ligeramente más seguimiento que el candidato.



Figura 3: Porcentajes de cobertura por género de las personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco



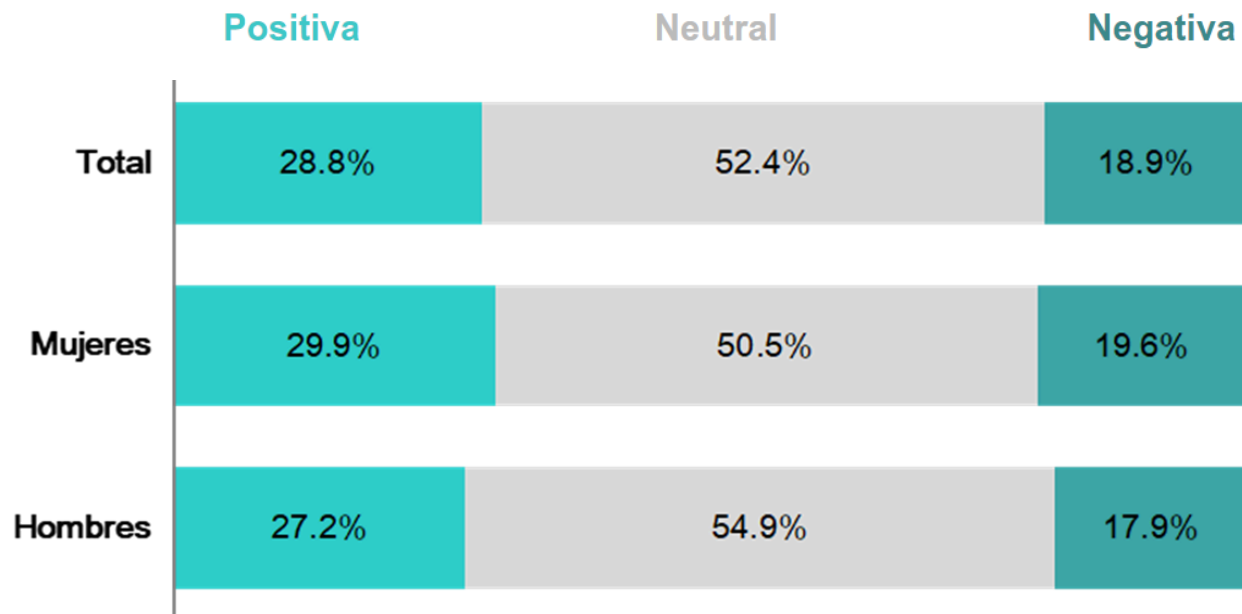
Fuente: Elaboración propia.

3.1.1.3 VALORACIÓN

Se observa que el candidato hombre, tiene menos opiniones negativas en comparación con las candidatas, registrando un 18% frente a un 20%. Las opiniones neutras se mantienen como la mayoría de las menciones para ambos géneros, con un 55% para el hombre y un 51% para las mujeres, indicando una ligera preferencia hacia el candidato. Respecto a las opiniones positivas, el candidato hombre, y las mujeres candidatas presentan cifras cercanas, con un 27% y un 30% respectivamente. En conjunto, el total de opiniones positivas es de un 29%, las neutras representan un 52%, y las negativas un 19%, lo que sugiere que las percepciones entre los géneros no presentan diferencias significativas.



Figura 4: Porcentajes de polaridad por género



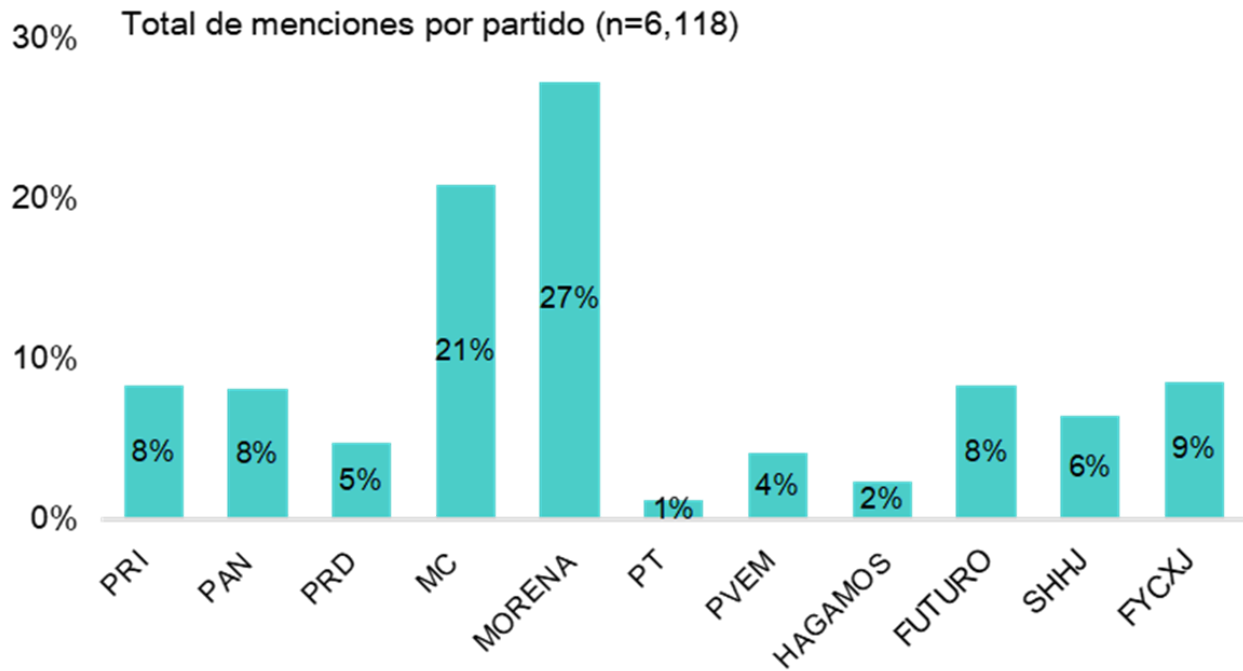
Fuente: Elaboración propia.

3.1.1.4 MENCIONES POR PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN

Con respecto a la frecuencia de menciones por partido, MORENA lidera el conteo con un 27% del total; en segundo lugar, MC con 21%; seguido por la coalición FYCXJ con el 9% de las menciones. El partido FUTURO, el PRI y el PAN comparten un porcentaje del 8%. Por su parte, la coalición SHHJ alcanza el 6% de las menciones, mientras que el PVEM recibe un 4%, y PRD registra el 5%. Finalmente, los partidos con menos menciones son HAGAMOS, con un 2%, y el PT, con tan solo un 1%.



Figura 5: Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición



Fuente: Elaboración propia.

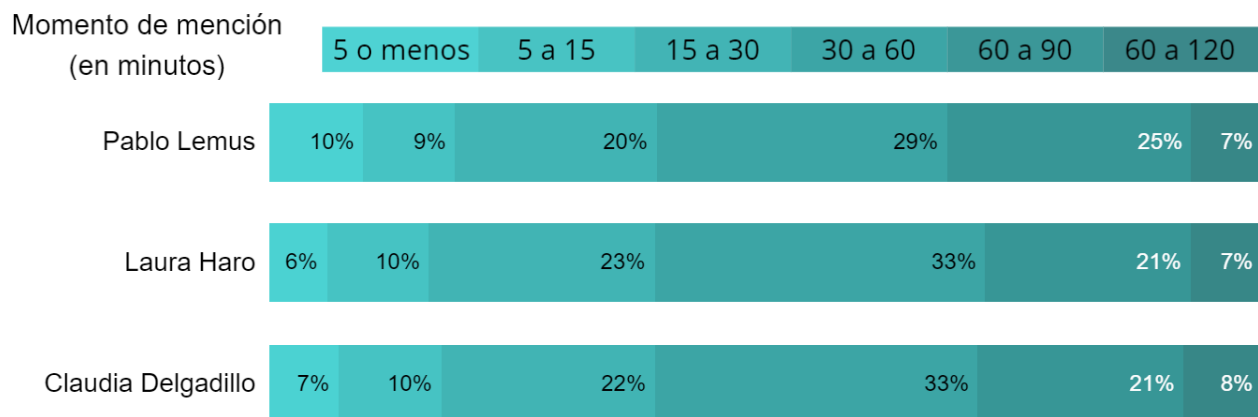
3.1.1.5 MOMENTO DE TRANSMISIÓN

El momento en que se menciona a las candidatas y el candidato sugiere cierta jerarquía en la que los programas organizan la agenda informativa. Con el objetivo de identificar cambios en la emisión, se registró el momento del programa en el que se hizo la mención a las candidatas y al candidato. En el análisis de los segmentos de tiempo, desde los 5 hasta los 120 minutos, se observa que Claudia Delgadillo (SHHJ) comienza con un 7% de menciones en los primeros 5 minutos, aumentando al 10% en el rango de 5 a 15 minutos y alcanzando el 22% en el segmento de 15 a 30 minutos. Mantiene una presencia significativa en el segmento de 30 a 60 minutos, con un 33%, y posteriormente disminuye al 21% en el segmento de 60 a 90 minutos. En el segmento final, de 90 a 120 minutos, las menciones caen al 8%. Por su parte, Laura Haro (FYCXJ) empieza con un 6% de menciones en los primeros 5 minutos, igualándose con



Claudia (SHHJ) en el 10% en el rango de 5 a 15 minutos, y superando levemente con un 23% en el segmento de 15 a 30 minutos. En el segmento de 30 a 60 minutos, también registra un 33%, y al igual que Claudia (SHHJ), disminuye al 21% en el segmento de 60 a 90 minutos. En la sección, sus menciones descienden al 7%. En cuanto a Pablo Lemus (MC), inicia con un 10% de menciones en los primeros 5 minutos, disminuye ligeramente al 9% en el segmento de 5 a 15 minutos y registra un 20% en el de 15 a 30 minutos. Experimenta un descenso en el segmento de 30 a 60 minutos al 29%, pero luego sostiene un 25% en el segmento de 60 a 90 minutos. Finalmente, se observa una disminución al 7% en el segmento de 90 a 120 minutos.

Figura 6: Menciones por personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco respecto al momento de emisión



Fuente: Elaboración propia.

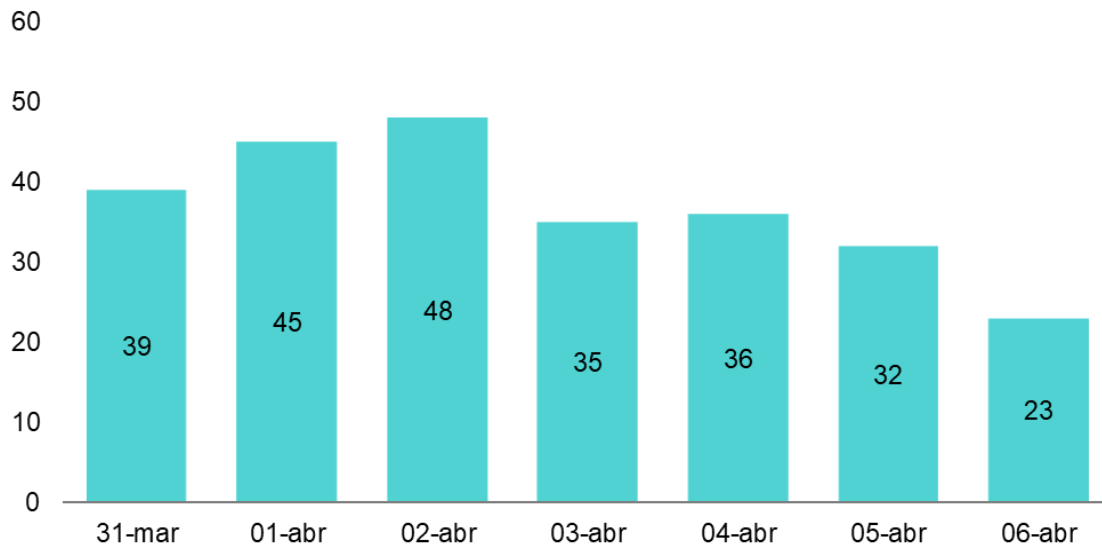


3.1.2 PORTALES DIGITALES

3.1.2.1 NOTAS TOTALES EN PORTALES DIGITALES

En el periodo comprendido del 31 de marzo al 6 de abril, se publicaron 258 notas en portales digitales en las que se mencionaron algunas de las personas candidatas a la gubernatura de Jalisco. En promedio se publicaron 36 noticias por día, siendo el día con mayor actividad el martes 2 de abril en el que se publicaron 48 notas. Por su parte, el día con menor notas publicadas fue el sábado 6 de abril como se puede apreciar en la figura 7.

Figura 7: Notas diarias publicadas en portales digitales de noticias



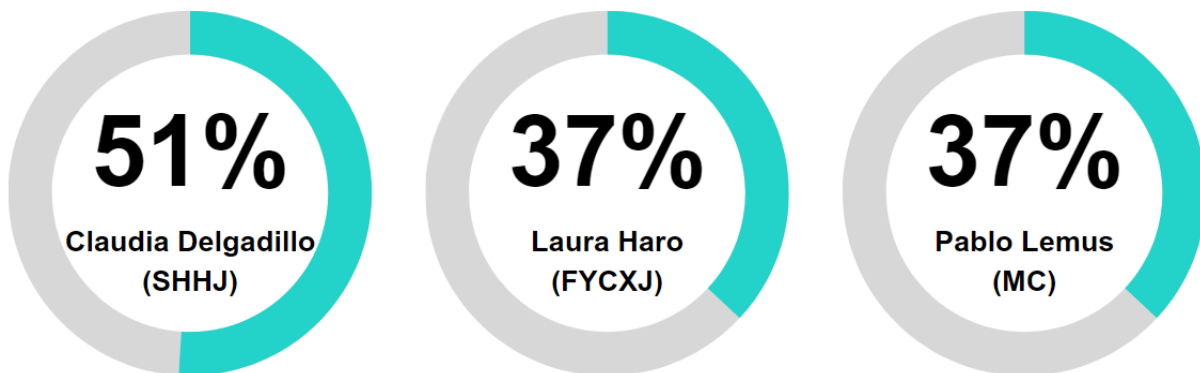
Fuente: Elaboración propia.



3.1.2.2 SERIE DE COBERTURA DE GÉNERO

Respecto a la cobertura de las candidatas y el candidato, Claudia Delgadillo (SHHJ) encabezó la cobertura con 51% de las menciones en noticias publicadas en portales digitales; mientras que Pablo Lemus (MC) y Laura Haro (FYCXJ) recibieron menciones en 37% de las 258 notas.

Figura 8: Porcentaje de cobertura en portales digitales de noticias por persona candidata a la gubernatura del estado de Jalisco



Nota: Los porcentajes no suman 100% dado que se consideran las menciones por candidatura respecto al total de notas publicadas. Dos o más candidaturas pueden mencionarse en la misma nota.

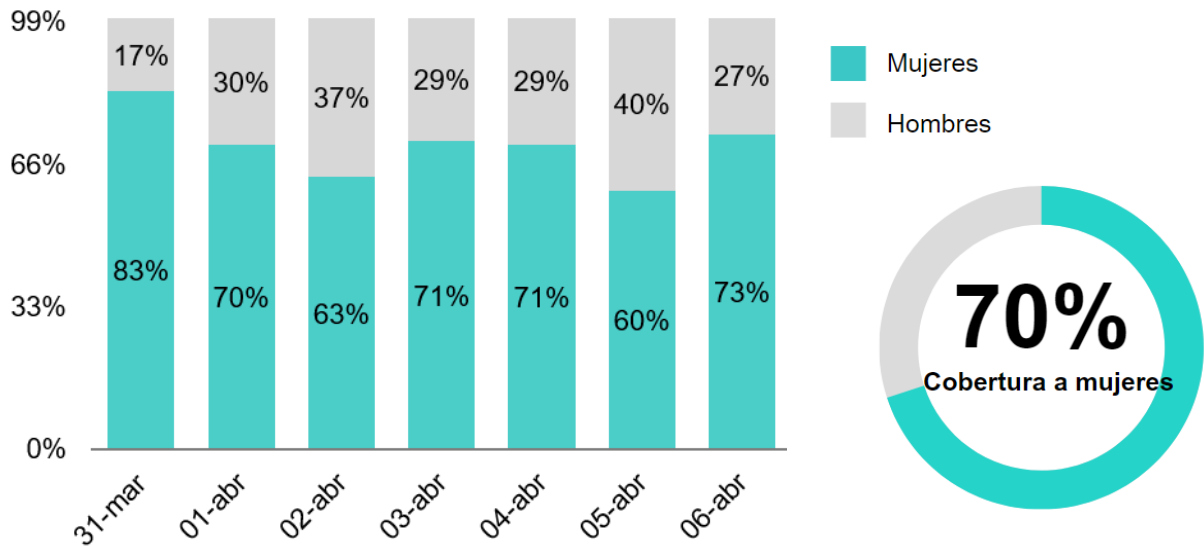
Fuente: Elaboración propia.

La proporción de cobertura mediática que recibió cada género se mantuvo 3 puntos porcentuales por encima del rango deseable. Dado que existe un candidato hombre y dos candidatas mujeres al cargo de gubernatura, el escenario base es una relación del 33.3% de menciones en notas para el candidato y 67% de menciones en notas para las candidatas (33.3% para cada una). Con excepción del martes 2 y viernes 5 de abril, donde la cobertura de las mujeres estuvo debajo del 63%; a lo largo de la semana se



observó una cobertura cercana al 70% en notas publicadas para las candidatas como se observa en la Figura 9.

Figura 9: Cobertura por género de las candidaturas a la gubernatura

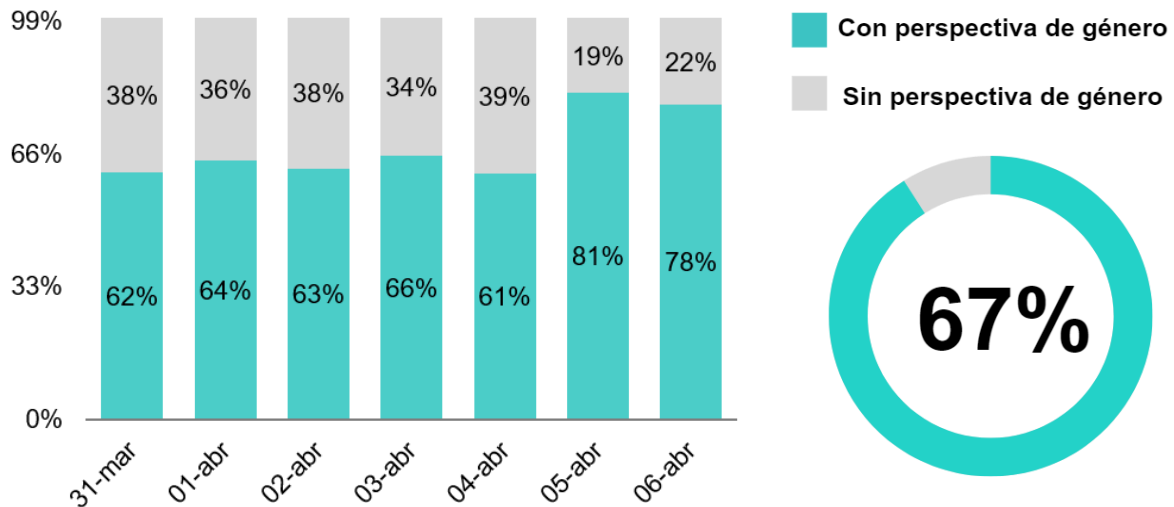


Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, se observó un retroceso en el uso de lenguaje incluyente respecto a la semana pasada. De las 258 notas analizadas en portales digitales, 85 hicieron mención al candidato y las candidatas en conjunto como “los candidatos”. Durante este periodo se vio un incremento entre el 31 de marzo y el 4 de abril, donde entre el 34% y 39% de las noticias publicadas no hizo uso adecuado del lenguaje incluyente.



Figura 10: Cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a la gubernatura



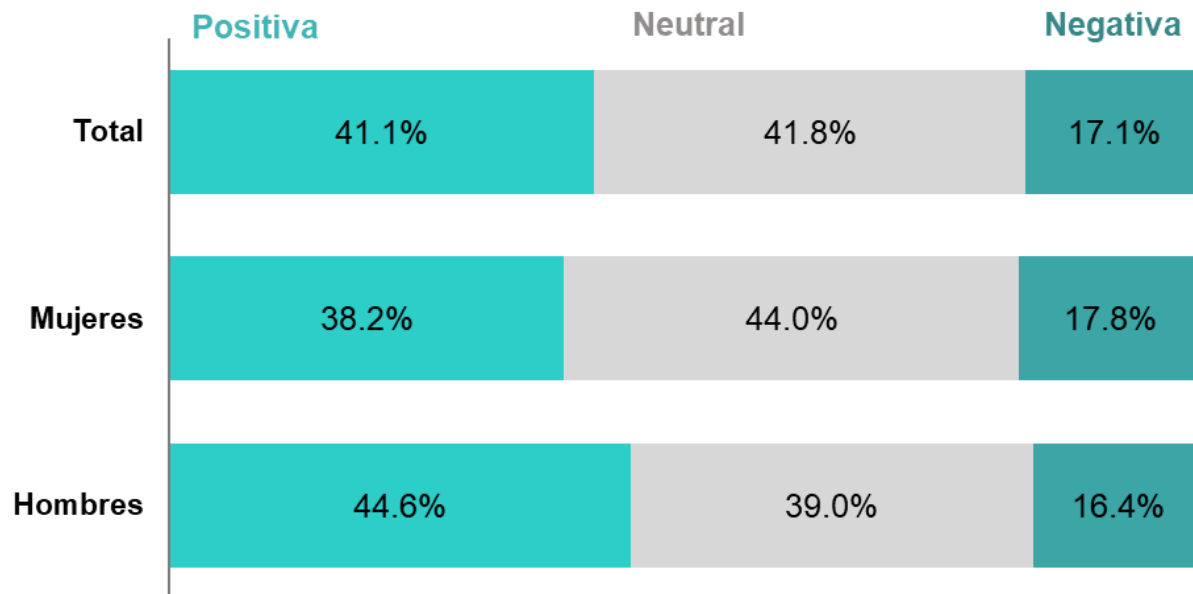
Fuente: Elaboración propia.

3.1.2.3 VALORACIÓN DE LAS PIEZAS INFORMATIVAS

De las 258 notas publicadas en portales digitales, 41.1% tuvieron una valoración positiva, 41.8% una valoración neutral, y 17.1% tuvieron una valoración negativa. Al separar por el género a las personas candidatas, se observa una diferencia marginal en la proporción de menciones valoradas como negativas, siendo que 17.8% de las notas que mencionan a las candidatas tuvieron este tipo de valoración en contraste con el 16.4% del candidato. Mientras que la proporción de valoraciones neutras para las candidatas fue del 44%, y para el candidato se registró un 39%. En lo que respecta a las valoraciones positivas, se registró un 44.6% de las menciones del candidato frente al 38.2% de las candidatas.



Figura 11: Porcentajes de polaridad por persona candidata a la gubernatura del estado de Jalisco

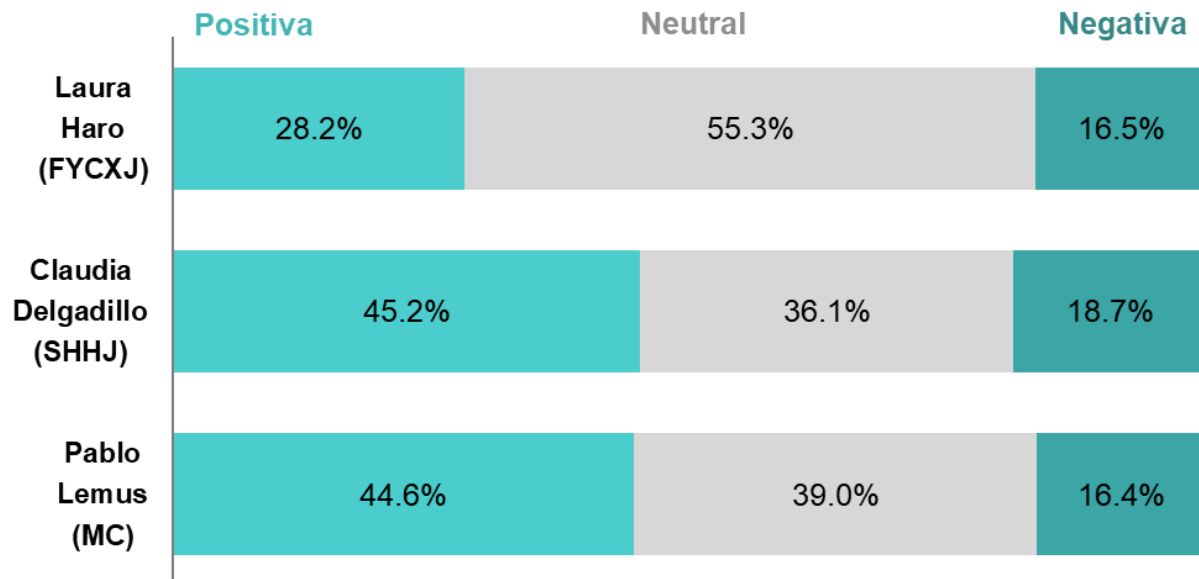


Fuente: Elaboración propia.

Al distinguir por cada una de las personas candidatas, es posible apreciar que 55.3% de las menciones a Laura Haro (FYCXJ) tuvieron una valoración neutra, 28.2% fueron positivas y 16.5% negativas. Por otro lado, 18.7% de las menciones de la candidata Claudia Delgadillo (SHHJ) tuvieron una valoración negativa, 45.2% positiva y 36.1% neutra. Respecto a las menciones de Pablo Lemus (MC), 44.6 % fueron valoradas de forma positiva, 39% neutra y el 16.4% negativa.



Figura 12: Porcentajes de polaridad en menciones por persona candidata a la gubernatura del estado de Jalisco



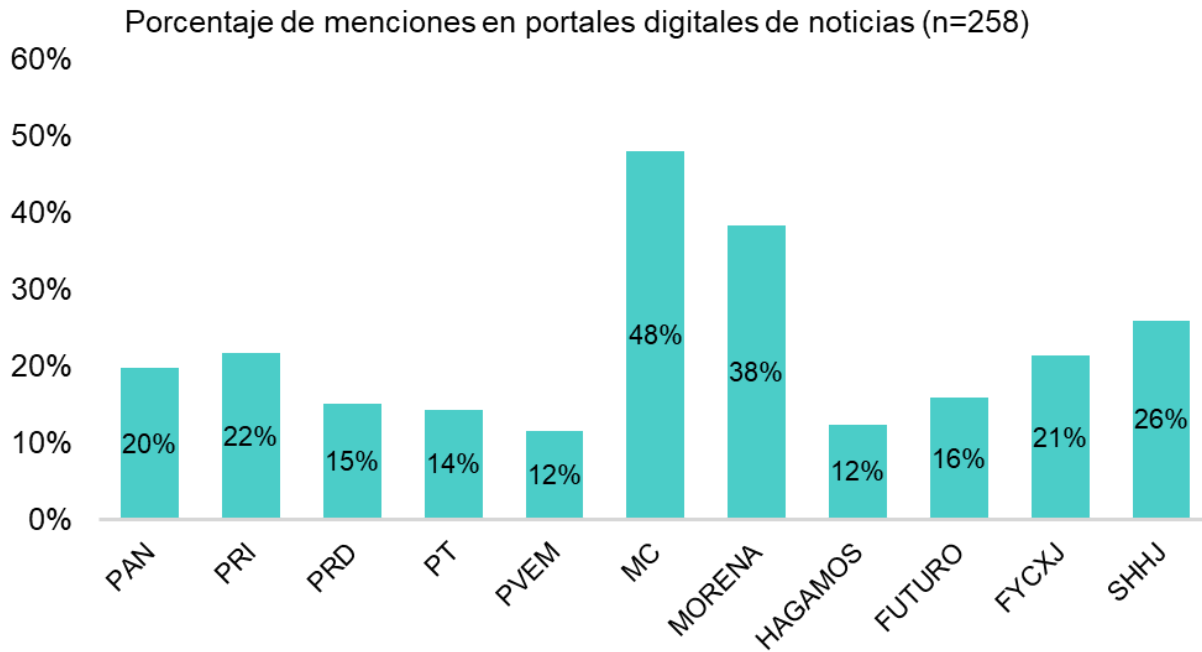
Fuente: Elaboración propia.

3.1.2.4 MENCIONES POR PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN

Con respecto a la frecuencia de menciones por partido, MC y MORENA lideraron la cobertura con 48% y 38% de menciones, respectivamente, en las 258 notas. El PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 20%, 22%, 15% y 21% de las notas en dicho orden. Por otro lado, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 14%, 12%, 12% y 16% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en 26% de las notas.



Figura 13: Porcentaje de menciones por partido político o coalición respecto al total de notas publicadas en portales digitales



Nota: Los porcentajes no suman 100% dado que se consideran las menciones por partido o coalición respecto al total de notas publicadas. Dos o más partidos pueden mencionarse en la misma nota.

Fuente: Elaboración propia.

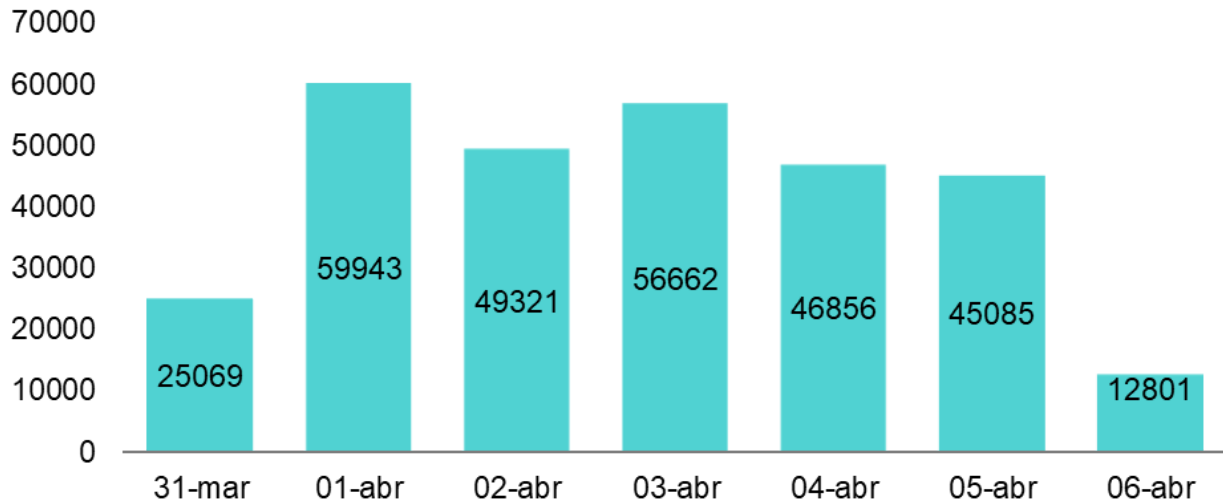
3.1.3 PRENSA IMPRESA

Para el periodo de monitoreo comprendido entre el 31 de marzo al 6 de abril de 2024, se analizaron 479 notas de 13 periódicos y revistas en formato impreso y digital, las cuales dedicaron un área total de 295 mil centímetros cuadrados para artículos que hablan o mencionan a las candidatas y al candidato a la gubernatura. En promedio, se destinó un total de 42 mil cm² para la redacción de artículos que hablan o mencionan a las personas candidatas a la gubernatura, teniendo la mayor actividad el día primero de abril con 59 mil cm² de prensa física. El área de las menciones al candidato y a las candidatas a la gubernatura se mantuvo estable los días 2, 4 y 5 de abril. Por otro lado, el 6 de abril fue el día con la menor cantidad de área con 12 mil cm².



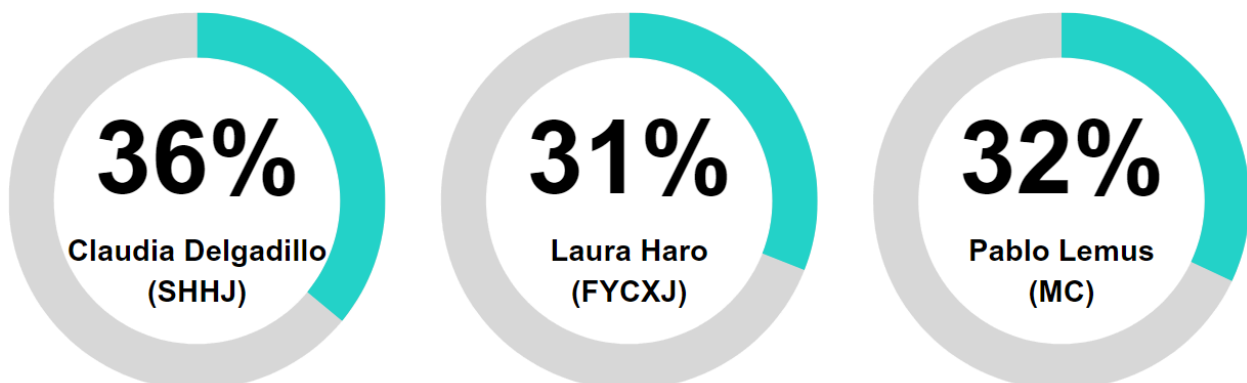
Estas diferencias se deben a la frecuencia en que los diferentes medios publican sus periódicos y revistas.

Figura 14. Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta



Fuente: Elaboración propia.

Durante el presente periodo de monitoreo, el porcentaje de área de cobertura destinada a cada persona candidata para la gubernatura es el siguiente: Laura Haro (FYCXJ) 31%, Claudia Delgadillo 36% (SSHJ) y Pablo Lemus (MC) 32% del área total de texto.



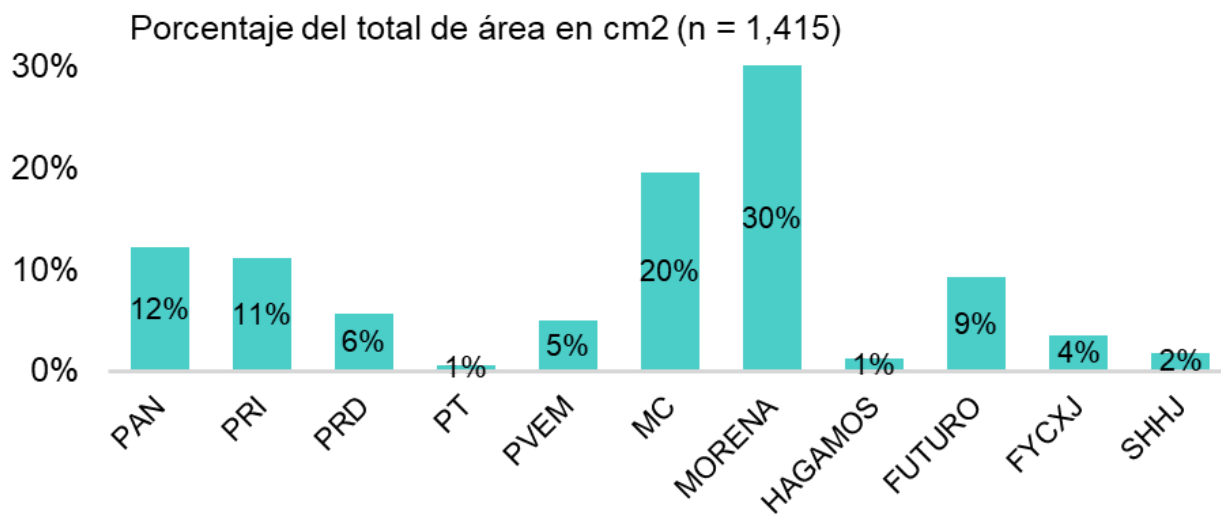
Fuente: Elaboración propia.



3.1.3.1 MENCIONES POR PARTIDO POLÍTICO O COLACIÓN

Los partidos políticos más mencionados fueron MORENA, MC y PAN, con 30%, 20% y 12% de un total de 1 millón 415 mil cm² que mencionan a algún partido político. De los partidos que integran la coalición FYCXJ, el PRD reportó una cobertura del 6% del área, mientras que el PRI y el PAN tuvieron 11% y 12%, respectivamente, del área total. Por otro lado, los partidos HAGAMOS, PVEM y PT reportaron un 1%, 5% y 1% del área total. La siguiente figura muestra el porcentaje del área cubierta que cada partido político tuvo en periódicos impresos y revistas digitales donde se menciona algún partido político y coaliciones para las futuras elecciones de gubernatura de Jalisco.

Figura 15. Menciones por partido político o coalición



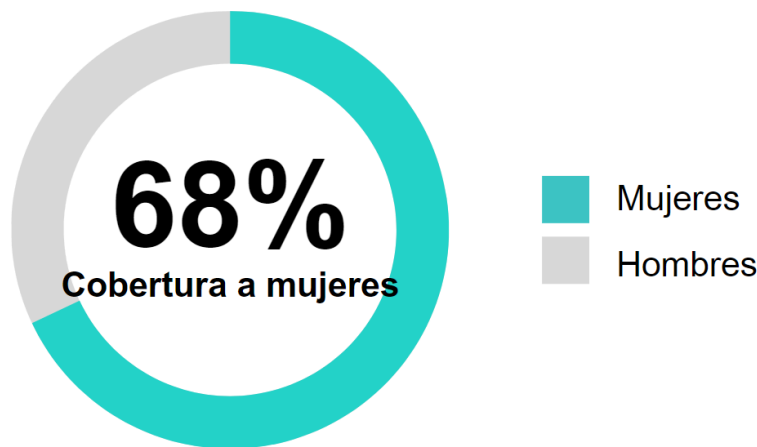
Fuente: Elaboración propia.



3.1.3.2 SERIE DE COBERTURA DE GÉNERO

Considerando que hay dos candidatas y un candidato para la gubernatura de Jalisco, deberían tener una cobertura proporcional, es decir 33.3% para el candidato Pablo Lemus (MC) y 67% para las dos candidatas, Claudia Delgadillo (SHHJ) y Laura Haro (FYCXJ). Sin embargo, para el periodo comprendido entre el 31 de marzo y el 6 de abril, se encontró una brecha en favor de las dos candidatas mujeres sobre el candidato, siendo únicamente de un 1%.

Figura 16. Porcentaje de cobertura por género de las personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco

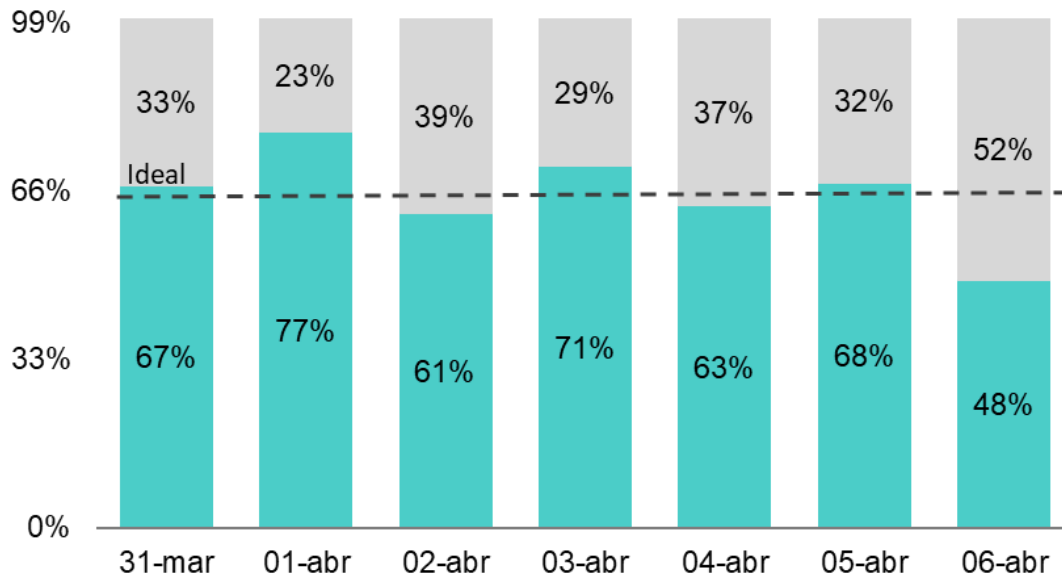


Fuente: Elaboración propia.

Se observó que la cobertura a las tres personas candidatas se mantuvo constante el día 31 de marzo y entre el 2 al 5 de abril, con una brecha máxima del 6%. Mientras que el 6 de abril, el candidato alcanzó hasta 19% más de cobertura sobre las candidatas mujeres. Por otro lado, el día con la cobertura más equilibrada, fue el 31 de marzo, ya que fue el día que no presentó diferencia.



Figura 17. Menciones totales diarias por género de las personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco

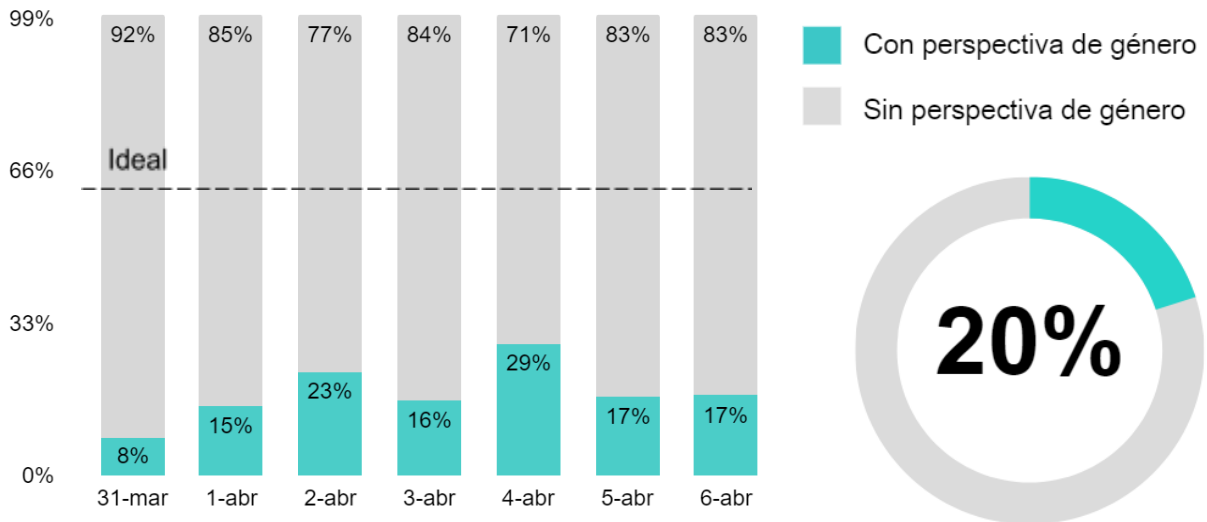


Fuente: Elaboración propia.

De las 479 notas, solo el 20% empleó lenguaje incluyente para referirse a las personas candidatas. Un total de 383 notas usaron el término “los candidatos” para referirse a las dos candidatas y al candidato en conjunto. Durante todo el periodo de monitoreo, se encontró que el uso de lenguaje inclusivo fue muy poco común, en especial el día 31 de marzo, donde el 91% de las veces se empleó un lenguaje no incluyente. Mientras que el 3 de abril fue el día con mayor uso del lenguaje inclusivo, con un 29% del total del uso de lenguaje.



Figura 18. Menciones totales por género de las personas candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco



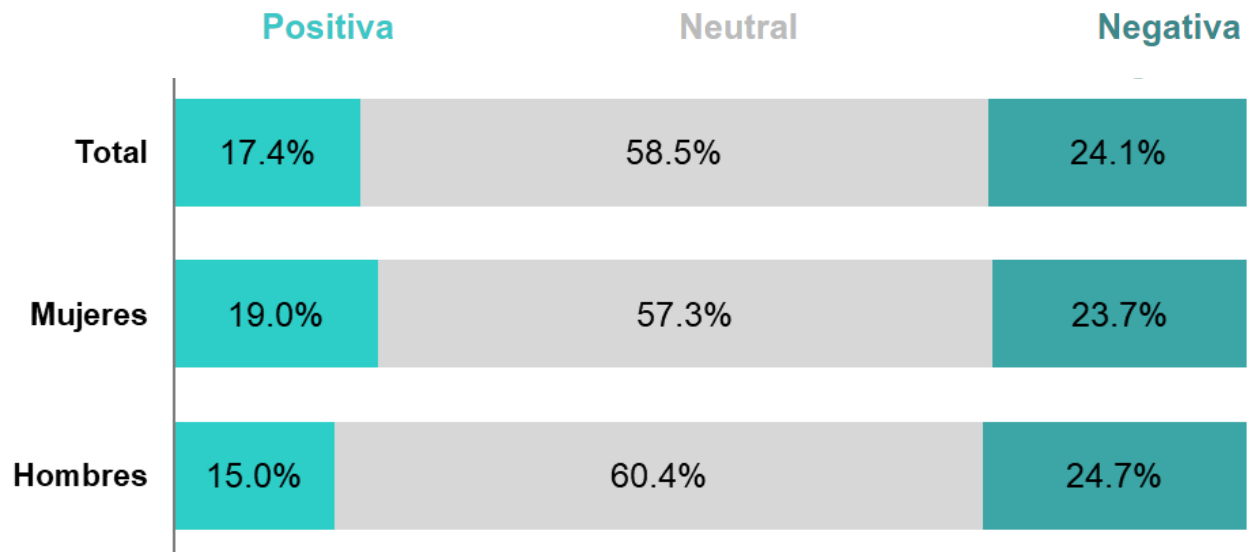
Fuente: Elaboración propia.

3.1.3.3 VALORACIÓN

Se analizaron un total de 565 frases, de las cuales el 58.5% tuvo una valoración neutral, representando la mayoría para ambos géneros, mientras que 24.1% representa una valoración negativa y 17.4% corresponde a una valoración positiva. Segmentando por género, las frases que mencionan a las dos candidatas Laura Haro (FYCXJ) y Claudia Delgadillo (SHH) tienen un 19% de valoración positiva, 57.3% de valoración neutral, que representa el mayor porcentaje, y 23.7% es una valoración negativa. Por otro lado, las frases que mencionan a Pablo Lemus (MC) son mayoritariamente neutrales por 60.4%, mientras que el 24.7% corresponde a un uso negativo y 15% fueron frases positivas.



Figura 19. Valoración de polaridad en las notas publicadas.



Fuente: Elaboración propia.

3.2 CONTINUACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PARA LA GUBERNATURA DE JALISCO

El seguimiento a diversas agencias y medios de Jalisco entre el 31 de marzo y el 6 de abril reporta un panorama en torno a estrategias de campaña, propuestas políticas, y preocupaciones en materia de seguridad. La cobertura periodística se centró en las prioridades y métodos comunicativos de cada candidatura, así como en las dinámicas del proceso electoral en la región.

Así, por ejemplo, los gastos de campaña, detallados por el Diario NTR el 2 de abril en su sección "Decisión 2024", muestran a la candidata Laura Haro (FYCXJ) liderando con un gasto de 10,319,242.63 millones de pesos, seguida por Pablo Lemus (MC) con 9,842,273.52 millones y Claudia Delgadillo (SHHJ) con 5,121,428.01 millones. Este desglose no solo refleja la intensidad de la competencia electoral sino también las diferencias en las estrategias de comunicación y alcance al electorado, con la candidata Haro (FYCXJ) concentrando buena parte de su inversión de campaña en propaganda



utilitaria y medios tradicionales, mientras que se destaca cómo el candidato Lemus enfoca sus recursos en redes sociales y la candidata Claudia Delgadillo (SHHJ) equilibra su gasto entre propaganda en vía pública y digital.

La seguridad de los candidatos se subraya especialmente en la cobertura mediática semanal enmarcada en el caso de Laura Haro (FYCXJ), quien, tras el asesinato del alcalde de Pihuamo, es acompañada por la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) en sus eventos de campaña. Esta medida, destacada por el presidente del PRI Jalisco y solicitada ante la percepción de vulnerabilidad de Haro (FYCXJ), enfatiza la tensión y los riesgos inherentes al clima político actual, poniendo de manifiesto la importancia de la seguridad en el proceso electoral local.

Ahora bien, las propuestas de campaña de los candidatos reflejan una amplia gama de prioridades en la agenda de los medios. Por ejemplo, se destaca en medios que Pablo Lemus (MC) anunció una inversión de más de 23 mil millones de pesos en su agenda del agua, destinada a asegurar el abasto en Jalisco por los próximos 30 años, una propuesta presentada junto a candidatos municipales del partido, indicando un enfoque integrado y de largo plazo para la gestión del recurso hídrico. Por su parte, Claudia Delgadillo (SHHJ), enfatizó la necesidad de sanear el Río Santiago, destacando la visita a El Salto para denunciar la negligencia de las autoridades actuales en materia ambiental y de seguridad. Esta propuesta no solo critica la gestión pasada, sino que también vincula el tema ambiental con la seguridad y el bienestar de la población.

En el ámbito de los apoyos sociales y educativos, los medios concuerdan en que la candidata Laura Haro (FYCXJ) propone un incremento en programas de becas y asistencia, subrayando la importancia de fortalecer el tejido social, a través del apoyo a juventudes y personas adultas mayores. La ausencia de propuestas específicas de Haro Ramírez (FYCXJ) en materia educativa, contrasta con las propuestas de Lemus (MC) y Delgadillo (SHHJ), quienes, según algunos medios impresos, presentan planes enfocados en becas, alimentación, y críticas al programa Recrea, respectivamente. La cobertura mediática también destaca la participación de figuras nacionales en la campaña, como el apoyo de Claudia Sheinbaum (MORENA) a Claudia Delgadillo



(SHHJ), lo cual sugiere una estrategia para conectar las políticas locales con el proyecto político más amplio de la Cuarta Transformación.

Durante su participación en el foro Actúa, organizado por el Tecnológico de Monterrey en Zapopan, se destacó que Pablo Lemus (MC) compartió su visión de desarrollo social y prevención del delito a través de la educación y la inclusión, resaltando la creación de un fondo tripartito para becas. Este enfoque se complementa con su diálogo con las y los estudiantes, donde enfatizó la importancia de la educación y la tecnología en el desarrollo del estado. En el mismo contexto, Laura Haro (FYCXJ) presentó su propuesta "Tarjeta Rosa" y la necesidad de fortalecer los Centros de Justicia para la Mujer, como parte de su agenda de igualdad y justicia social. Estas interacciones, detalladas en el Diario NTR¹, muestran un enfoque en políticas orientadas a la equidad y el desarrollo humano.

La cobertura mediática de estas candidaturas refleja un panorama electoral activo, con una diversidad de enfoques y propuestas que abarcan desde la gestión de recursos y la seguridad, hasta el desarrollo social y educativo. La importancia de los medios en este contexto se hace evidente, proporcionando un espacio para el debate y la información, crucial para la toma de decisiones informadas por parte del electorado.

3.3 ARRANQUE DE LAS CAMPAÑAS PARA LAS PRESIDENCIAS MUNICIPALES

El tema que acaparó la atención de los medios de comunicación durante esta semana fue el arranque de las candidaturas a gobernar cada uno de los 125 municipios que conforman la entidad. Tanto en los casos en los que las personas candidatas buscan gobernar por primera vez, como entre aquellos que buscan reelegirse, hay una idea compartida de que las elecciones del 2 de junio serán particularmente competidas, por lo que lo que ocurra en la campaña, lo que hagan o no cada uno de los equipos y las y los candidatos, puede ser decisivo para la reconfiguración del poder local por los próximos tres años.

¹ Martínez, I. (2024, 3 abril). Decisión 2024. Diario NTR, p. 4A.



En este contexto, se aclara que en el presente informe no fueron monitoreadas todas las personas candidatas a las elecciones de ayuntamientos ni de diputaciones estatales, toda vez que la recepción del listado oficial de las candidaturas correspondientes fue el martes 9 de abril.

La mayoría de los medios de comunicación dedicaron amplios espacios a la cobertura de cómo, cuándo y dónde arrancaron las campañas las y los candidatos. Los modos fueron diversos y eso queda claro en la cobertura noticiosa: desde aquellas personas que arrancaron con un mitin en una plaza central de algún municipio, los que prefirieron recorrer colonias y calles rodeados de seguidores y sus equipos e, inclusive, quienes pegaron calcas o iniciaron en sitios emblemáticos y tradicionales, como mercados o plazas.

Aunque, como da cuenta la cobertura mediática, el repertorio de acciones que las personas candidatas tomaron para comenzar la campaña fue muy diverso, llama la atención la importancia de los eventos “a pie de calle”, los recorridos de barrios y colonias, ya sea recopilando demandas o haciendo compromisos. Es posible que, dado que el nivel municipal es el orden de gobierno más cercano a la ciudadanía las y los ciudadanos, optar por las campañas desde los barrios es común y predecible. Así, será importante analizar si, a lo largo de la campaña, cobran importancia otros mecanismos y plataformas para transmitir mensajes, tales como las redes sociales, al menos, a partir de lo que reportan los medios de comunicación.

En términos de la forma en la que se relatan estos episodios llama la atención dos cosas. Primero, las crónicas de mítines y encuentros con las y los electores suelen acompañarse de valoraciones sobre la cantidad de personas que se reunieron y cómo esto habla de un evento exitoso o, por el contrario, de uno apenas concurrido. Sin embargo, prácticamente en todos los casos, se ofrecen estimaciones genéricas que sugieren más una decisión editorial que un cálculo basado en algún criterio. Apenas en algunos medios se citan fuentes como la Dirección de Protección Civil, pero no se repara en el método que este tipo de instituciones sigue para calcular la concurrencia. Así, abundan frases como “rodeado de miles de personas” o bien, “acompañado de



algunos seguidores”. Es claro que ambos son estimados genéricos, pero también lo es que uno evoca un evento exitoso, mientras que otro un inicio modesto, incluso vacío. Lo anterior es relevante porque, a partir de estos elementos, la opinión pública puede construir una imagen de éxito o fracaso de cierta persona candidata y afectar su decisión electoral. En otras palabras, al evocar estimaciones de audiencias los medios de comunicación pueden hacer más que reportar lo ocurrido.

El segundo rasgo relevante es que en las piezas informativas en las que se da cuenta del inicio de las campañas, en agregado, se suelen enlistar candidatas y candidatos, asociados a sus partidos, enfatizando primero los casos de las candidaturas de la ZMG -especialmente Guadalajara y Zapopan- y luego el resto de los municipios. Cabe resaltar que, en el segundo grupo, las listas de candidatas y candidatos mencionados son siempre incompletas y no queda claro un patrón que permita entender con qué criterio nombran a unos y a otros no. Dado que las listas definitivas de personas candidatas aún no está cerrada ante la autoridad electoral, es posible que las omisiones en las listas no sean resultado de una política editorial, sino de la disponibilidad de información dispareja. Por lo anterior, convendrá seguir observando esta tendencia en las próximas semanas.

Como ejemplo, la tabla 1 muestra el recuento de propuestas de campaña que hizo la sección local del periódico Mural² y en la que aparecen solo algunas personas candidatas de los municipios de la ZMG, sin que se explicita con qué criterio se incorporan o excluyen algunos otros casos. Además, como se constata en la tabla, el recuento de propuestas no es uniforme, en su nivel de detalle y, en algunos casos, no se consigna siquiera el nombre de la o el candidato. Ahora bien, esto no necesariamente significa que el medio en cuestión -en este caso Milenio- esté haciendo una cobertura inequitativa, ya que la disparidad puede ser resultado de una distinta disposición de información. En cualquier caso, el desarrollo de las campañas irá definiendo cuál de estas explicaciones resulta más consistente.

² Urzúa, M, Meléndez, V & Osorio, E. (2024, 1 abril). Inician campañas para Alcaldías y diputaciones. En sus marcas, listos... .Mural, p.1.



Tabla 1. Recuento de propuestas de candidatas y candidatos de la ZMG recuperadas por el diario Milenio, 1 de abril de 2024

MUNICIPIO	SHHJ		MC		FYCXJ	
	CANDIDATA/O	PROPUESTAS	CANDIDATA/O	PROPUESTAS	CANDIDATA/O	PROPUESTAS
Guadalajara	José María “Chema” Martínez	<ul style="list-style-type: none"> - Señaló la problemática de desarrollo inmobiliario. - Se refirió a la inseguridad Aludió a la falta de agua. 	Verónica Delgadillo	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la seguridad con el reforzamiento de la policía municipal. - Impulsar un programa de vivienda barata para repoblar el primer plano de la ciudad. 	Diana González	<ul style="list-style-type: none"> - Resaltó el problema de la violencia y la corrupción. - Atención a la falta de agua y al deficiente servicio de recolección de basura.
Zapopan	Pedro Kumamoto	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de atención a la salud mental. - Proyectos de desarrollo económico y tecnología. - Políticas de datos abiertos y licitaciones transparente para erradicar la corrupción 			Óscar Santos	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la cultura de la sociedad. - Priorizar desarrollo económico, servicios públicos y seguridad.



MUNICIPIO	SHHJ		MC		FYCXJ	
	CANDIDATA/O	PROPUESTAS	CANDIDATA/O	PROPUESTAS	CANDIDATA/O	PROPUESTAS
Tonalá	Sergio Chávez	<ul style="list-style-type: none">-Recuperación del espacio público.- Creación de un comedor comunitario para población vulnerable.- Priorizar la estrategia de recolección de basura.				
Tlajomulco			Quirino Velázquez	<ul style="list-style-type: none">-Continuar con el mejoramiento de Tlajomulco.- Aprovechar el potencial económico, turístico y medio ambiente del municipio.		
Tlaquepaque	Laura Imelda Segura	<ul style="list-style-type: none">- Dijo tener la fortaleza y el verdadero proyecto de la 4T.				

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se constata otra tendencia en la cobertura relativa al arranque de las campañas con respecto a cómo las personas candidatas a las presidencias municipales se hicieron acompañar de otros personajes relevantes, miembros de sus coaliciones o partidos.



En algunos casos, el apoyo vino de las candidatas y el candidato a la gubernatura, en otros, las personas candidatas para otros puestos de elección popular, ya sea a nivel federal o local. Esta tendencia puede vincularse a una dimensión analítica evocada en reportes anteriores, a saber, la necesidad de mostrar unidad al interior de coaliciones y alianzas, en un contexto en el que las tensiones entre grupos y partidos está de manifiesto – en reportes anteriores también se ha discutido desde la perspectiva de género-. Asimismo, diversas personas candidatas llamaron a la ciudadanía a elegir “el carro completo”, es decir, a dar todos sus votos a las y los candidatos del partido o coalición que representan. Así, se constata el intento de las personas candidatas de capitalizar la popularidad de sus correligionarios o bien, de transferir la buena imagen de unos(as), como respaldo de otros (as). En el caso de las y los candidatos de SHHJ, es común que movilicen la idea de “alinearse proyectos con la candidata presidencial”, mientras que en casos como la coalición FYCXJ, personas candidatas de municipios limítrofes (Guadalajara y Zapopan, por ejemplo), acordaron coordinar esfuerzos y establecer una estrategia conjunta de cara a las elecciones.

3.4 PROPUESTAS DE LAS PERSONAS CANDIDATAS A LOS MUNICIPIOS DE LA ZMG

Como se explicó en el apartado anterior, la cobertura relativa a las candidaturas de las y los candidatos a las presidencias municipales ha sido diversa y de simetría variable, sin un patrón previsible. No obstante, cuando se trata de los municipios de la ZMG, a lo largo de la semana, el patrón se fue definiendo con claridad, a partir de dos elementos: primero, la cobertura de las personas candidatas que aspiran a las presidencias municipales de Guadalajara y Zapopan es amplia y procura recuperar información sobre las y los abanderados de las tres fórmulas que compiten, a saber, FYCXJ, SHHJ y MC. Segundo, en el resto de los municipios de la ZMG, es decir, Tlajomulco, Tonalá, y Tlaquepaque, la cobertura es limitada e incompleta. Ni se cubrieron todas las candidaturas, ni la crónica de los eventos de arranque fue tan detallada en estos casos como tratándose de quienes aspiran a gobernar Guadalajara y Zapopan.



Respecto a las propuestas de las y los candidatos de estos dos municipios cardinales de la entidad, la cobertura mediática proviene de dos tipos de fuentes: 1) entrevistas hechas con las personas candidatas, que se presentan de forma explícita o reseñadas y; 2) cobertura de eventos de campaña y recorridos hechos por las personas candidatas. Debido a esas dos fuentes de información, las personas candidatas pudieron pronunciarse sobre una amplia cantidad de temas, y mostrando cuáles serán los ejes sobre los que desarrollarán sus campañas. A manera de resumen, las siguientes tablas muestran el tipo de temas que, a través de cualquiera de las fuentes evocadas, abordan las y los candidatos postulados para las presidencias municipales de Guadalajara y Zapopan.



Tabla 2. Temas y propuestas por las personas candidatas a la presidencia municipal de Guadalajara

PERSONA CANDIDATA	TEMAS ABORDADOS O PROPUESTAS
Diana González (FYCXJ)	<ul style="list-style-type: none">● Ofrece una visión muy ambiciosa para Guadalajara, centrada en la comunidad, a lo que llama “enfoque en el bienestar comunitario”. Especifica que Guadalajara debe ser tratada como un “hogar” y no como un trampolín político para llegar a otros puestos políticos.● Promete el mejoramiento de los servicios urbanos (gestión del agua, recolección de residuos, viviendas dignas y espacios dignos), desde el enfoque comunitario.● Se compromete a crear un proyecto en cinco ejes estratégicos: una Guadalajara segura, humana, próspera, ordenada, y verde.● Promete modernizar el Mercado Libertad (San Juan de Dios) y recibió un pliego petitorio que incluía: rehabilitación de zonas subutilizadas, revisión de contratos, camiones recolectores de basura, equipos para los encargados de intendencia, aumento de veladores, dar mantenimiento al sonido local y ser incluidos en el polígono del Centro Histórico. La candidata firmó el compromiso de cumplir tales demandas. A cambio, les pidió que voten por todos los candidatos y candidatas de la coalición que ella representa.● Ofrece su estrategia de seguridad: mejorar los salarios de los cuerpos policiales, brindar equipamientos y capacitaciones, crear un modelo de seguridad orientado a generar confianza, cercanía y respeto con la ciudadanía● Promete el mejoramiento del C5, para respaldar investigaciones policiales y apoyar ministerios públicos.



<p>José María “Chema” Martínez (SHH)</p>	<ul style="list-style-type: none">● Ofrece a los habitantes de Guadalajara experiencia, capacidad, y la recuperación de una serie de valores que caracterizan a las y los tapatíos y que se han perdido.● Asegura tener el carácter y la experiencia para combatir la corrupción” y que no permitirá que se siga “cuidando” a los desarrollos inmobiliarios, en cambio, plantearán un programa de vivienda digna que garantice rentas baratas.● Señala que el crimen tomó a la ciudad y por ello su lucha es contra las rentas caras, construyendo torres de departamentos, inaccesibles para las y los ciudadanos promedio y en detrimento de los barrios tradicionales. Acusó, además, que muchas de estas políticas son el resultado del clasismo de quienes gobiernan● Promete combatir las irregularidades y la negligencia con la que se trata el agua, exigiendo que haya un tratamiento apropiado.
<p>Verónica Delgadillo (MC)</p>	<ul style="list-style-type: none">● Reconoce los logros de las administraciones previas de MC, y se compromete a continuar con los proyectos y profundizar. Por ejemplo, reforzar la seguridad pública, alumbrado público, recolección de basura.● Promete que el combate a la corrupción y la rendición de cuentas serán puntos fundamentales en su administración.● Ofrece acciones en colaboración con el Gobierno del Estado para abordar aspectos clave en la zona metropolitana: saneamiento de infraestructura hidráulica, una alerta especial para prevenir inundaciones durante la temporada de lluvias, entre otros.● Destaca la importancia de desarrollar un sistema de Alerta Metropolitana de riesgos y gestión de inundaciones para prevenir tragedias.● Ofrece reforzar la seguridad, ampliar la oferta educativa e impulsar un programa de vivienda económica, para evitar desplazamientos.● Se compromete a buscar una solución integral para el servicio de recolección de basura, para que deje de ser un negocio y con ello aumentar la calidad.● Reconoce la actual crisis de violencia como la más grave de la historia y responsabilizó a los gobiernos de Morena de haberla profundizado, por lo que prometió fortalecer a las policías con equipamiento, tecnología, capacitación y mejoras en sus condiciones laborales.● Promete que se enfocará en temas de combate a la y violencia contra las mujeres, ampliando programas y teniendo una ciudad segura; propone ampliar los pulsos de vida y los puntos púrpura que sean necesarios.

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 3. Temas y propuestas por las personas candidatas a la presidencia municipal de Zapopan

PERSONA CANDIDATA	TEMAS ABORDADOS O PROPUESTAS
Óscar Santos Rizo (FYCXJ)	<ul style="list-style-type: none">• Ofrece que sus propuestas se basarán en el principio constitucional de respetar, fomentar y promover la garantía a los derechos humanos de las y los habitantes del municipio, donde deben tomarse decisiones priorizando la dignidad de las personas y contribuir a mejorar su calidad de vida.• Promete prevenir y atender fugas de agua, para evitar el desabasto, así como hacer una inversión histórica en la renovación de líneas de agua. Continuaría la política de nidos de lluvia, así como realizar campañas de concientización sobre el cuidado del agua. Enfatizó que solicitará una auditoría al Sistema Intermunicipal de Agua Potable y Alcantarillado (SIAPA) y cambiaría su administración.• Propone, en materia de seguridad, la creación de una unidad exclusiva de apoyo a madres buscadoras: fortalecer la unidad de atención a la violencia intrafamiliar y de género; así como incrementar los pulsos de vida en todas las colonias,• Mantiene propuestas en materia de combate a la corrupción, basura, alumbrado público, manifestándose en contra de la privatización de este último.• Promete la construcción de cuatro centros culturales en zonas de alta marginación, para reparar el tejido social a través de las artes.• Se compromete a reparar el tejido social, que es uno de sus cuatro ejes de campaña; los otros ejes son el desarrollo económico, la mejora de servicios públicos y el desarrollo ordenado.• Promete, para el desarrollo económico, implementar programas sociales para los más necesitados: mujeres jefas de familia, jóvenes.



<p>Pedro Kumamoto (SHHJ)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Propone una transformación completa del SIAPA, la cual debe estar encabezada por un experto en temas del agua; se debe invertir en donde no se invierte, cambiar redes de drenaje y suministro de agua. Además, asegura que el organismo deberá tener un Consejo integrado por expertas, expertos y vecinos, evitando que haya actores políticos.• Se compromete, en materia de inseguridad, mejorar la inteligencia a partir del fortalecimiento del C5, invirtiendo por lo menos 300 millones de pesos, más lo que la iniciativa privada aporte. Además, plantea mejorar la comisaría, a partir de la mejora de las condiciones laborales, aumentando su salario, y mejorando sus espacios de preparación y desempeño.• Para iluminar el municipio, asegura revertir el abandono al sistema público y limitar la intervención de la iniciativa privada• Ofrece, para combatir la corrupción, impulsar la contratación de jóvenes egresados de universidades que cuiden que en el ayuntamiento prevalezca la honestidad. Los llama “testigos sociales”.• Ofrece poner la política al servicio de las y los ciudadanos. Dijo que, de ganar, implementará proyectos de atención a la salud mental y otros que detonen el desarrollo y los avances tecnológicos• Refrendó su compromiso de ampliar la línea 3 del tren ligero hacia Tesistán y la Línea 1 hacia las Mesas Coloradas
<p>José Juan Frangie (MC)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Enfatizó que busca la reelección para dar continuidad a un modelo de gobierno que ha mostrado ser exitoso y que se puede consolidar, dado que comenzó con Pablo Lemus y él la continuó.• Propone continuar con el proyecto del Modelo de la Ciudad de las niñas y los niños, en la que son las infancias las que se ponen al centro.• Se comprometió a atender las desigualdades, tres años de administración no son suficientes. Por ello, busca la reelección.• Prometió construir el Primer Centro Integral de Cuidados de Jalisco y el Primer Centro de Salud Mental.• Propone un programa llamado “mi primera chamba” para las y los jóvenes, que tiene la intención de crear una bolsa de trabajo para vincularlos con empresas ubicadas en Zapopan

Fuente: Elaboración propia.



A partir de lo observado en las tablas previas, se puede notar que, a pesar de la diversidad de propuestas, hay un conjunto de temas que se repiten en las agendas de las seis personas candidatas y que delinear los problemas centrales de estas demarcaciones: seguridad pública, política de manejo de agua, plan de vivienda accesible, servicios eficientes de recolección de basura y combate a la corrupción.

Respecto a los otros municipios que integran la ZMG, la cobertura es mucho más limitada. No solo porque algunas veces se trata de pequeñas piezas informativas generales, sino porque en algunos casos, se retoman medios donde se mencionan ciertas personas candidatas, pero no las otras.

Así, aparecen los nombres de Lulú Barrera (SHH), Gerardo Quirino (MC) y Rosalío Torres (FYCXJ), aspirantes al gobierno de Tlajomulco, pero mientras que del candidato Torres se da cuenta de algunas propuestas como la construcción de nuevos fraccionamientos y la dotación garantizada de servicios públicos, en el caso de la candidata Barrera se enfatiza cómo el inicio de su campaña tuvo que replantearse porque el gobierno de MC no le permitió celebrar el evento que había planteado.

En cambio, por Tonalá, solo se localizaron piezas de información relativas a Sergio Chávez (SHH); Laura Imelda Pérez (SHH) y Citlali Amaya (MC), candidatas por Tlaquepaque apenas figuran en la cobertura.

Conviene enfatizar, una vez más, que esta asimetría en la cobertura puede ser resultado de diversos factores, entre los que están las decisiones editoriales, la distribución de recursos de cobertura generalmente limitados, personas reporteras, pero también la disponibilidad de información por parte de los equipos de campaña y el propio ritmo con el que las personas candidatas arrancaron. En cualquier caso, las semanas por venir mostrarán si la cobertura mantiene esta tendencia o cambia.



3.5 PROPUESTAS DE CAMPAÑA DE PERSONAS CANDIDATAS A LAS PRESIDENCIAS MUNICIPALES DE OTROS MUNICIPIOS

Las campañas para la elección de ayuntamientos, diputaciones y senadurías arrancaron el 1 de abril con la aprobación del Consejo General del IEPC. En la cuarta sesión extraordinaria llevada a cabo el sábado 30 de marzo se presentaron los nueve partidos y las dos coaliciones para postular 7 mil 42 personas para contender por 519 cargos. El Consejo revisó más de 60 mil documentos e hizo 5 mil 500 requerimientos, fue una larga sesión virtual que duró más de 15 horas.

La modalidad de la sesión fue la primera inconformidad de los representantes de los partidos, ya que alegaban que, por la importancia de la aprobación de candidaturas a presidencias municipales y diputaciones locales, debía realizarse de manera presencial. La consejera presidenta les reiteró que tenía la facultad de realizar la sesión de manera virtual y que, precisamente por lo extenuante de la sesión, se prefirió que fuera virtual. Se discutió el punto por 45 minutos y se continuó de manera virtual. Durante la reunión se guardó un minuto por la muerte de Humberto Amezcua (FYCXJ).

Se notó molestia por parte de los partidos que no obtuvieron la aprobación de sus candidaturas por parte del IEPC. En cuanto a las que sí fueron aprobadas, arrancaron sus campañas y tendrán dos meses para ganar a sus electores. Cada candidato a la gubernatura: Lemus (MC), Haro (FYCXJ) y Delgadillo (SHHJ) acompañaron a las personas aspirantes a las distintas presidencias municipales de su partido o coalición³. Las candidaturas a municipios que no forman parte de la ZMG y que sobresalieron en los medios fueron: Chapala, El Salto, Puerto Vallarta, Talpa y Tepatitlán.

Entre las personas inconformes estuvo Katia Castillo Sandoval, la presidenta estatal de MORENA, quien se quejó de que el IEPC negara a la coalición SHHJ el registro las candidaturas de presidencia municipal y regidores a candidatos presidentes municipales en treinta municipios por supuestas fallas y le atribuyó este obstáculo en la

³ Pilar, J. (2024, 1 abril). En sesión larga avala IEPC candidaturas a alcaldes y diputados locales. Diario NTR, p. A4.



contienda a que “se juega con árbitro "vendido" y en su contra”⁴. Entre los municipios que tuvieron problemas con el registro están: Amacueca, Amatitán, Cañadas de Obregón, Cuautitlán de García Barragán, Cuquío, El Grullo, Encarnación de Díaz, Huejúcar, la Huerta, Jamay, Mexxicacán, Pihuamo y otros.

3.5.1 CHAPALA

El candidato Isaac Trejo Gracián (MC) a la presidencia municipal de Chapala ofreció a los habitantes renovar la vida pública del municipio con ideas frescas y nuevas caras, ya que considera que es momento de que las nuevas generaciones actúen en la vida política gobernando de manera transparente y con resultados. Trejo contiende con Alejandro Aguirre Curiel (PAN) quien se postula para la reelección como presidente municipal del mismo municipio. Aguirre recurre a la estrategia a la que recurren otras personas que ya han tenido cargos públicos de similar importancia, basando su campaña en los logros durante su gestión y a la continuidad a sus proyectos, comprometiéndose a continuar con la paz y tranquilidad en la localidad ribereña.

3.5.2 EL SALTO

En el Salto, se vio a Pablo Lemus acompañar a Fany Padilla (MC) en su arranque de campaña rumbo a la presidencia municipal. En el evento realizado en la localidad Las Pintitas, la candidata refirió que en los próximos dos meses se dará cuenta la ciudadanía de los buenos resultados probados por los gobiernos naranjas⁵. Llama la atención que ni en las notas de medios impresos ni digitales mencionan o muestran imágenes de que la acompañó en el mismo evento Alberto Esquer (MC), quien se encuentra en pugna ante el Tribunal Electoral para que le permitan continuar con su campaña como candidato al senado de Jalisco. Hecho que sí se muestra en las redes sociales de la candidata.

⁴ Pilar, J. (2024, 2 abril). Van guindas vs negativa a registros en 30 municipios. Diario NTR, p. 2A.

⁵ Redacción. (2024, 3 abril). Elecciones en breve. Quadratín, p.10.



3.5.3 PUERTO VALLARTA

En Puerto Vallarta arrancó la campaña de Luis Munguía (PVEM) con propuestas de campañas enfocadas en la infraestructura. Presentó de inicio sus ejes de gobierno y propuestas para solucionar los problemas actuales que vive el municipio. Entre sus prioridades están acabar con el mal transporte público, construir o renovar cien calles por año, construir puentes, muelles y pasos a desnivel, así como actualizar al gobierno en materia tecnológica y cuidar el agua para que jamás vuelva a faltar.

Otra candidatura por este municipio, pero que no fue aprobada, fue la de Carla Helena (MORENA). El partido Morena aclaró que su candidatura cumplió con todos los criterios de elegibilidad de acuerdo con la legislación electoral y continuarán defendiendo su caso porque lo consideran una afectación a la integridad del sistema democrático y como ciudadana de Puerto Vallarta quieren hacer valer sus derechos de votar y ser votada. “Esta situación no es un hecho consumado. Creemos firmemente en el debido proceso ya que nadie debería ser restringido en su derecho de votar y ser votado. Confiamos en que la justicia prevalecerá y que la voz de Carla Helena y de quienes la apoyan será escuchada”⁶.

3.5.4 TALPA

En el municipio de Talpa, Diego Franco (MC) candidato a la diputación local de Distrito 5 llegó acompañado de Kito Franco y líderes integrados en su planilla. Se comprometió a caminar cada calle y a visitar cada una de las comunidades del distrito. En plaza de La Cuesta se reunieron con líderes del campo y la ganadería para comprometerse a gestionar programas de apoyo y a darles asesoría para impulsar sus proyectos ante la secretaría del estado. Su intención es que Movimiento Ciudadano sea gobierno y poder trabajar alineado a Pablo Lemus (MC), a quien vislumbra como próximo gobernador.

⁶ Redacción. (2024, 2 abril). Elecciones en breve. Quadratín, p.8.



3.5.5 TEPATITLÁN

En Tepatitalán, Miguel Ángel Esquivias (FYCXJ) también llamó a votar a la ciudadanía por las personas candidatas de su coalición, destacó que esto es importante para darle continuidad al gobierno. El candidato se está reeligiendo por la presidencia del municipio.

3.6 INCIDENCIAS

3.6.1 VISITA A JALISCO DE LA CANDIDATA A LA PRESIDENCIA DE MÉXICO CLAUDIA SHEINBAUM

Claudia Sheinbaum (SHH) estuvo de visita por Jalisco acompañada de Claudia Delgadillo (SHHJ), candidata a la gubernatura. Entre los proyectos que tiene Sheinbaum para el estado está la construcción de trenes para conectar la Ciudad de México con Querétaro y con Jalisco, así como el compromiso de sanear del Río Santiago; ambas fueron las más recurrentes en distintos medios impresos, digitales y radiofónicos.

Otra ruta de tren de pasajeros sería: Manzanillo-Colima-Guadalajara- Irapuato y la posible ampliación de la carretera federal 80. Ya en la zona conurbada, dijo que se estudiarán las propuestas de movilidad para construir un trolebús elevado en un segundo piso de 8 kilómetros. Otro pendiente, como ella llamó al saneamiento del Río Santiago, es referente al agua: abastecimiento y saneamiento de ella. Por último, destacó su intención de crear una pensión para mujeres de 60 a 64 años; una para todas las niñas y niños de preescolar a secundaria y la construcción de más preparatorias y universidades.



3.6.1.1 SHEINBAUM Y LAURA IMELDA (MORENA) EN TLAQUEPAQUE

Sheinbaum también acompañó a Laura Imelda Pérez Segura (MORENA) a su arranque de campaña por la presidencia municipal de Tlaquepaque. Laura Imelda calificó de histórica esta visita:

“Es una visita histórica, me siento muy afortunada de que nos acompañe en este arranque, porque además es una muestra de lo que ha hecho el presidente, que es voltear a ver al sur, al sur-sureste del país, la zona más necesitada y en el caso de la zona metropolitana de Guadalajara también es la zona más olvidada por los gobiernos naranjas; así es que estamos muy contentos y les vamos a recibir con mucho gusto⁷.”

La candidata por la presidencia municipal se reunió con Leonel Cota Montaña, enviado del CEN de Morena previo a su recorrido por el tianguis Las Juntas. Cota Montaña fue nombrado por el periódico Conciencia Pública⁸ “un peso pesado” que se separará de la dirección de Segalmex para poner orden en el partido MORENA, sobre todo porque Jalisco es muy importante en la elección presidencial ya que el partido está viviendo complicaciones en la Ciudad de México donde Santiago Taboada, candidato a la coalición PAN-PRI-PRD a la jefatura le pisa los talones a Clara Brugada (MORENA). Consideran que Taboada ganará la elección y en esa circunstancia es muy importante que Claudia Sheinbaum gane en votos en Jalisco.

Claudia Sheinbaum (MORENA) también habló del debate que se aproxima y afirmó que ganará el debate con ideas. Destacó la importancia de hacer propuestas basadas en ideas y repitió la sonada dicotomía que hace al electorado, también en su propaganda televisiva: la elección entre transformación o la corrupción. Ante estas declaraciones, el exdiputado jalisciense, Carlos Lomelí Bolaños respaldó su continuidad con el proyecto de López Obrador.

⁷ Redacción. (2024, 2 abril). Destaca Laura Imelda visita de Sheinbaum a Tlaquepaque. *Quadratín*, p.7.

⁸ Conciencia Pública. (2024, 31 marzo). *En voz alta*, p.5.



3.6.2 ECOS DEL CASO ESQUER

El caso de Alberto Esquer (MC) sigue presente en casi todos los medios, la cobertura que se le ha dado ha sido analizada en las notas editorializadas de medios impresos y en los reportes sobre las actividades del actual gobernador de Jalisco, Enrique Alfaro (Independiente).

La relevancia de los comentarios de Alfaro sobre el caso Esquer es que el gobernador no aclara cuáles son las omisiones del INE a las que hace alusión. Dice que es lamentable la omisión en la que incurrió MC al no atender los requerimientos de paridad que le hizo el INE, pero también lamenta la actuación del INE al cancelar la candidatura, él confía en el que impere el estado de derecho; añadió que después de las elecciones comentará las omisiones del INE⁹. Este comentario deja entrever que es el INE quien le está quitando la posibilidad de contender al candidato Esquer:

(...) no solamente es un asunto de Alberto Esquer, es un asunto de Jalisco, porque por increíble que parezca le estarían quitando la posibilidad de tener a un integrante a la fórmula al Senado a Jalisco, imagínense nada más, entonces confío en que el tribunal va a corregir y enmendar la plana¹⁰.

Esta aclaración viene al caso porque hay notas que lo responsabilizan del retiro de la candidatura de Esquer. En la sección Juegos de Poder del diario Conciencia Pública¹¹ se le tituló “Choque de trenes” al pleito Dante- Alfaro, aludiendo a Dante Delgado, coordinador nacional de Movimiento Ciudadano. Gabriel Ibarra Bourjac, autor de la nota, comentó que desde el momento en que el partido MC hizo caso omiso de los requerimientos de paridad del INE, la acción se tradujo como un revanchismo derivado del pleito Dante- Alfaro. Este pleito tuvo su origen en que Dante Delgado no apoyó la candidatura a la presidencia de la república de Enrique Alfaro, los roces son evidentes

⁹ Gómez, R. (2024, 3 abril). Omisión de MC para retirar candidatura a Esquer se sabrá pasando elección. Crónica, p.9.

¹⁰ Gómez, R. (2024, 3 abril). Omisión de MC para retirar candidatura a Esquer se sabrá pasando elección. Crónica, p.9.

¹¹ Ibarra, G. (2024, 31 marzo). El pleito Dante-Alfaro podría dinamitar a Movimiento Ciudadano. Conciencia Pública, p.2.



al grado que el Alfarismo se podría desligar del partido de Dante Delgado para convertirse en un partido regional.

En el periódico *Quadratín* se retoman las palabras de Alfaro Ramírez al mencionar por qué ya no milita en ningún partido. Recordó que con el paso de los meses se ha dado cuenta que fue una buena decisión desmarcarse de la política, porque la idea que él tiene de la política es distinta a la que “puede hacer de unos tenis un proyecto de país” él no cree en eso, y afirma que una vez que pase el proyecto se verá quién tenía la razón¹².

En el periódico *Conciencia Pública*¹³, Daniel Emilio Pacheco titula el caso Esquer como “La fractura de Movimiento Ciudadano. El caso Esquer: pasiones humanas, derecho y políticas”. El periodista considera que los emecistas jaliscienses se enfrentan al dilema moral de señalar a la dirigencia nacional arriesgando sus propias candidaturas, o guardar silencio y ser cómplices de la omisión. Para él, es un juego de sombras en el que se contemplan estrategias para impugnar y devolverle la candidatura a Esquer o dejarlo pasar para no afectar las otras, lo que podría cambiar el rumbo de la historia electoral en caso de que, la candidatura a la gubernatura en una elección muy apretada de uno o dos puntos favorezca a la candidata de Morena, Claudia Delgadillo (SHHJ), se podría alegar inequidad para solicitarse la anulación de la elección.

Esquer continúa pugnando por su candidatura ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) ante quienes ha solicitado que, en lugar de suspensión, se le permita modificar la fórmula para que quede Mirza Flores en primer lugar y él en segundo cumpliendo con el principio de paridad. Menciona que aún le quedan vigentes dos recursos, así se citan sus palabras en *Quadratín*:

“Estamos en litis con el Tribunal Federal Electoral con dos asuntos de fondo que aún no resuelven, y aquí es donde veo la mano negra de MORENA, porque este documento resuelve de fondo el error, la imprudencia, la negligencia que generó Movimiento Ciudadano al no contestar en tiempo y forma este documento, estamos en la segunda

¹² Reyes, H. (2024, 1 abril). Confía Alfaro que corrijan plana con Esquer. *Quadratín*, p.3.

¹³ Pacheco, D. (2024, 31 marzo). Fractura de Movimiento Ciudadano. El caso Esquer: pasiones humanas, derecho y políticas. *Conciencia Pública*, p.3.



semana que nos están quitando de poder hacer campaña, de salir a la calle a pedir el voto, y dos semanas perdidas quedando ahorita ya solamente 60 días para hacer campaña, pues estamos totalmente ante una injusticia ante el PRIAN y ante Morena¹⁴.”

3.6.3 SE INCONFORMA EL PRI POR PUBLICIDAD QUE INVITA "AL VOTO CRUZADO"

Desde la primera semana de arranque de campaña se reportó en varios medios que la organización civil Confío en México había invitado de manera presencial a la ciudadanía de Jalisco a votar por Pablo Lemus (MC) y por Xóchitl Gálvez (FYC) con la finalidad de emitir un voto útil. Esta semana destacó la misma noticia acompañada de evidencia fotográfica de la parte trasera del transporte público en la que se invita: "Haz algo útil vota Lemus y Xóchitl". No se menciona a nadie como responsable de esta propaganda, pero sí la inconformidad del PRI al denunciar este hecho como un delito electoral.

En el periódico Crónica¹⁵ se informa que Graciela Ortíz González, Secretaria General del Comité Ejecutivo Nacional del PRI anunció que su partido denunciará este hecho ante las autoridades electorales para que se retire esta publicidad donde se invita a la ciudadanía ejercer el "voto cruzado" por el candidato del MC y por la candidata a la presidencia del país Xóchitl Gálvez PAN-PRI-PRD. Ella considera que pedir el voto cruzado es una estrategia de "mala fe" del candidato Lemus debido a que ya rompió alianza con el candidato a la presidencia emecista, Jorge Álvarez Máynez (MC).

Asimismo, el partido MORENA en voz de su presidente, Mario Delgado Carrillo, denuncia la circulación de publicidad en Jalisco por voto diferenciado. Exigirá al INE revisar la publicidad en que promueve el voto por Pablo Lemus (MC) y por Xóchitl Gálvez (FYC) lo que da a entender que Movimiento Ciudadano es aliado del PRI. Dijo

¹⁴ Reyes, H. (2024, 2 abril). Confían Alberto Esquer y MC Jalisco recuperar candidatura al senado. *Quadratín*, p.4.

¹⁵ Pérez, I. (2024, 5 abril). Se inconforma el PRI por publicidad que invita al voto cruzado. *Crónica*, p.8.



que denunciará esta asociación y pedirá que los gastos sean cargados a los candidatos emecistas.

3.6.4 SOBRE ANÓNIMO INFORMÓ PATRIMONIO DE ORNELAS A MC

En la sede del partido MC de Jalisco se recibió un sobre anónimo que contenía información con observaciones y situaciones que podrían acreditar que Netzahualcóyotl Ornelas Plascencia comete el delito de enriquecimiento ilícito. Ornelas es alguien de la coordinación de la candidata Claudia Delgadillo (SHHJ), dijo Manuel Romo, dirigente de MC estatal¹⁶. La información les da los elementos para denunciar contra Ornelas; el dirigente dijo haber consultado esta información con su departamento jurídico y concluyeron que sí podrían constituir enriquecimiento ilícito, pero declaró que la autoridad competente deberá analizar si lo que ahí se señala constituye un delito.

4. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

4.1 VISIBILIDAD DE GÉNERO

La cobertura de las candidaturas a la gubernatura de Jalisco en razón de género ha mantenido una tendencia a favor del candidato Pablo Lemus (MC) en los informes previos. Si bien, esta disparidad se redujo a partir del periodo anterior, aún se observa inequidad, tanto en las menciones como en la cantidad de espacio o tiempo dedicado.

Para el caso de la cobertura en radio se presentan dos ejemplos demostrativos de un uso equitativo de menciones, pero desigual en el espacio dedicado:

El 1 de abril de 2024 en el programa de radio “Hechos Meridiano Jalisco” se presentan las actividades de Pablo Lemus (MC) por 85 segundos para posteriormente dedicar 13 segundos a la candidata Claudia Delgadillo (SHHJ) y 15 segundos a la candidata Laura Haro (FYCXJ).

¹⁶ Reyes, H. (2024, 2 abril). Anónimo informo patrimonio de Ornelas a MC. *Quadratín*, p.4.



El 2 de abril de 2024 en el programa de radio “Hechos AM Jalisco” se dedicaron 58 segundos a las actividades del candidato Pablo Lemus (MC) y 22 segundos a la candidata Laura Haro (FYCXJ), mientras no se mencionó a Claudia Delgadillo (SHHJ) en esta sección.

De igual manera, se percibe una cobertura heterogénea en radio y televisión, por un lado, se presentan medios donde solamente se cubren las actividades del candidato Pablo Lemus (MC)¹⁷, otros en los que se presentó lo realizado por Claudia Delgadillo (SHHJ) y Pablo Lemus (MC), sin mención de la candidata Laura Haro (FYCXJ)¹⁸; mientras otros cubren las actividades de las candidaturas de manera equitativa en espacio y detalle de las menciones¹⁹.

En prensa impresa se identifica que la frecuencia de apariciones de las personas candidatas en las primeras planas de medios impresos tiene implicaciones en la visibilidad en términos de género y cobertura mediática. Se presentan los hallazgos en este sentido por número de menciones en la siguiente tabla²⁰:

¹⁷ La Informadera. 2 de abril de 2024. Heraldos Noticias Jalisco. 2 de abril de 2024. De Frente en Jalisco. 2 de abril de 2024. Canal 10 Quiero TV – 10 Informativo Noche. 4 de abril de 2024.

¹⁸ MVS Noticias Jalisco. 4 de abril de 2024. Heraldos Noticias Jalisco. 4 de abril de 2024.

¹⁹ Señal Informativa Puerto Vallarta. 1 y 2 de abril de 2024. Fórmula Jalisco Noticias. 1 de abril de 2024. Noticiero GDL Matutino. 1 y 3 de abril de 2024. UDG TV Señal Informativa Canal 44. 1 de abril de 2024. Resumen Informativo Notisistema. 3 de abril de 2024.

²⁰ El Informador: 1 de abril, 2 de abril, 5 de abril, 6 de abril de 2024. Milenio: 2 de abril, 3 de abril, 5 de abril de 2024. El Mural: 31 de marzo, 1 de abril, 4 de abril de 2024. NTR: 1 de abril, 2 de abril, 3 de abril, 4 de abril, 5 de abril de 2024. Crónica: 1 de abril, 5 de abril de 2024.



Tabla 4. Menciones en primera plana de personas candidatas a la gubernatura y algunos ayuntamientos que se identificaron en prensa impresa en el periodo del 31 de marzo al 6 de abril

PERSONA CANDIDATA	COALICIÓN/ PARTIDO	CANDIDATURA	NÚMERO DE MENCIONES EN PRIMERA PLANA
Claudia Delgadillo	SHHJ	Gubernatura de Jalisco	8
Diana González	FYCXJ	Presidencia Municipal de Guadalajara y Zapopan	8
José María 'Chema' Martínez	SHHJ	Presidencia Municipal de Guadalajara	6
Juan José Frangie	MC	Presidencia Municipal de Zapopan	8
Laura Haro	FYCXJ	Gubernatura de Jalisco	6
Pablo Lemus	MC	Gubernatura de Jalisco	10
Pedro Kumamoto	FUTURO	Presidencia Municipal de Zapopan	6
Verónica Delgadillo	MC	Presidencia Municipal de Guadalajara	16

Fuente: Elaboración propia.



La cobertura de las candidaturas en los medios impresos mostró distintos grados de equidad en la distribución de espacio y enfoque. Aquí algunos ejemplos de los medios en los cuales se identifican esfuerzos para procurar la equidad en espacio:

1. El Mural (2 de abril): Hubo un espacio equitativo para las tres candidaturas a la gubernatura, se destaca la cobertura de las propuesta dirigidas a grupos vulnerables de Claudia Delgadillo (SHHJ) sobre temas de infancias y educación, y de Laura Haro (FYCXJ) sobre propuestas para jóvenes y adultos mayores.
2. El Informador (5 de abril): Se observó una distribución equitativa del espacio para las tres principales candidaturas a la gubernatura.
3. Milenio (1 de abril): La cobertura de las candidaturas a la municipalidad de Guadalajara en la primera plana mostró fotos proporcionales para las tres candidaturas principales.
4. Milenio (2, 4 y 5 de abril) brindó espacios amplios, un día por persona candidata, misma proporción de espacio en primeras planas como al interior.
5. Meridiano (3 de abril): Enfoque equitativo en la cobertura de personas candidatas a diferentes puestos.
6. El Informador (4 de abril): Se observó una distribución de las notas en condiciones de igualdad para las candidaturas.
7. El Informador (5 de abril): Se observó una distribución equitativa del espacio para las tres candidaturas a la gubernatura.
8. El Mural (2 de abril): Se cubrieron las candidaturas a la gubernatura de manera equitativa.
9. El Mural (6 de abril): Distribuyó equitativamente el espacio entre las tres candidaturas a la gubernatura, pero usa el masculino genérico para referirse a las personas candidatas.
10. En Meridiano (3 de abril): Se observó una distribución equitativa en la cobertura de candidaturas al gobierno del estado.
11. El Mural (31 de marzo): Se mencionó específicamente a Claudia Delgadillo (SHHJ) y a Pablo Lemus (MC), e incluyó una fotografía de Laura Haro (FYCXJ) aunque no se mencionó su nombre. Esto sugiere un intento por



equilibrar la visibilidad entre personas candidatas que, aunque no se ponga nota escrita, se presenta una imagen de la candidata intentando compensar esa ausencia.

En cuanto a la prensa digital, se percibe en algunos medios un tratamiento equitativo en la información, dando espacios similares a las tres personas candidatas siendo significativos los ejemplos de los siguientes: Quadratín, El Informador, Mural y Milenio.

En sentido contrario, a continuación, se presentan ejemplos de distribución inequitativa de los espacios en prensa impresa entre las candidaturas:

1. El Informador del 6 de abril de 2024. Se observó que el candidato Pablo Lemus (MC) para la gubernatura, recibió una cobertura más amplia, ocupando el doble de espacio en comparación con las candidatas Laura Haro (FYCXJ) y Claudia Delgadillo (SHH), abarcando así el espacio destinado a la suma total de ambas.
2. Meridiano del 3 de abril de 2024, otorgó a Ramón Guerrero, candidato a la Presidencia Municipal de Puerto Vallarta por MC, una mayor proporción del espacio en la cobertura. La nota dedicada a él incluía dos fotos ilustrativas y ocupaba cuatro décimos de las páginas interiores, contrastando con la cobertura de otros candidatos y temas.

Asimismo, se encontró que algunos medios digitales solo reportan las actividades del candidato Pablo Lemus (MC), dejando fuera a Laura Haro (FYCXJ) y Claudia Delgadillo (SHH) en la contienda (Publmetro). Por ejemplo, la cobertura del Foro Actúa, celebrado en el Tecnológico de Monterrey campus Guadalajara, al cual asistieron la candidata Laura Haro (FYCXJ) y el candidato Pablo Lemus (MC), se encontró que sólo se cubrió la participación del candidato Pablo Lemus (MC), con el caso de excepción de El Diario NTR en el que sí se hizo mención de la participación de la candidata Laura Haro (FYCXJ) y las propuestas que presentó durante el evento²¹.

²¹ Publmetro. 4 de abril de 2024. Quadratín. 4 de abril de 2024. El Diario NTR. 3 de abril de 2024.



4.2 USO DE LENGUAJE INCLUYENTE Y NO SEXISTA

El lenguaje incluyente y no sexista es poco utilizado en el tratamiento mediático de la información relativa a las candidaturas. Mientras el uso del desdoblamiento “las candidatas” y “los candidatos” se utiliza de manera ocasional cuando se habla en general de personas candidatas, o de manera puntual cuando se refiere a una persona en específico acorde a su pronombre de enunciación.

Se encontró en prensa digital, que algunos medios (Mural²²; Milenio²³; NTR²⁴), no utilizan lenguaje incluyente, por lo que hace a los encabezados y descripción de las actividades de las personas candidatas. Los genéricos o neutros son muy poco utilizados en los titulares, en el cuerpo de las notas, así como en el lenguaje de las personas conductoras o locutoras de radio y televisión.

Esto se complica aún más en el contexto del arranque de las candidaturas de municipales y diputaciones, donde el uso de lenguaje masculino como neutro invisibiliza la participación político-electoral de las mujeres, así como de personas con identidades de género diversas en los que se debe de respetar el pronombre de preferencia.

4.3 REPRESENTACIÓN, PERCEPCIÓN DE CAPACIDADES DE LAS CANDIDATURAS

Las coberturas mediáticas, como las encuestas y el enfoque editorial, juegan un papel significativo en la construcción de la imagen de las personas candidatas ante el electorado. Esta sección examina cómo los diferentes medios han abordado las candidaturas, con especial atención a la equidad, los sesgos de género y la representación.

²² Mural, 31 de marzo, 2 de abril, 5 de abril, 6 de abril de 2024.

²³ Milenio. (2024, 1 abril).

²⁴ NTR. (2024, 1 abril).



La mención de Pablo Lemus (MC) liderando en una encuesta y Claudia Delgadillo (SHHJ) en otra²⁵ con una significativa variación en los porcentajes, podría impactar en cómo el electorado perciben la viabilidad de las personas candidatas. Esto puede afectar la decisión de voto, donde la ciudadanía puede sentirse inclinada a apoyar a la persona candidata que perciben con más probabilidades de ganar.

En medios impresos se presentaron “los cálculos de los estrategas partidistas y se muestran las proyecciones al congreso de Jalisco contemplando para Movimiento Ciudadano: 15 a 17 diputados; Partido Acción Nacional de seis a siete diputados; al Partido Revolucionario Institucional: seis a siete diputados; y al partido Morena: 8 a 10 diputados”.²⁶La cobertura mediática sobre las proyecciones partidistas de las diputaciones puede influir significativamente en cómo el electorado percibe la viabilidad y la fuerza de los partidos políticos, así como la representación en términos de género al no utilizar lenguaje desagregado, afectando sus decisiones de voto y potencialmente el resultado electoral general.

En el marco del arranque de campañas a municipales se observó una constante en el tratamiento mediático relativo al respaldo de las candidaturas por parte de líderes de los partidos, así como de las personas candidatas a la gubernatura de Jalisco. Esto representó una diferencia en términos de género en las tendencias anteriores, donde se encontró en el caso de la gubernatura que son líderes masculinos quienes “respaldan” a las mujeres candidatas, lo cual se analizó en el informe del periodo del 24 al 30 de marzo.

Mientras que en el caso de las candidaturas municipales son en diversos casos respaldadas por candidatas mujeres a la gubernatura y a la presidencia de la república para las candidaturas municipales. Un ejemplo se encuentra en Crónica del 5 de abril de 2024, donde se reporta el apoyo de Claudia Sheinbaum (SHH) a Pedro Kumamoto (SHHJ), candidato a la presidencia municipal de Zapopan. La nota, que ocupa un cuarto de página, incluye una foto ilustrativa que muestra a Claudia Sheinbaum (SHH)

²⁵ Semanario Arquidiocesano. (2024, 31 marzo).

²⁶ El informador. (2024, 1 abril). La competencia por integrar el congreso del estado, p.5.



junto al candidato, evidenciando el respaldo de una figura femenina prominente a una candidatura de un varón.

Sin embargo, continúa la práctica de destacar en las notas el “respaldo” de liderazgos de hombres a las candidatas mujeres. Por ejemplo, en la siguiente nota que hace referencia al arranque de campaña al ayuntamiento de Guadalajara, Verónica Delgadillo (MC), titulada “A Verónica la respaldó el equipo completo de Movimiento Ciudadano, con Pablo Lemus (MC), candidato a Gobernador, a la cabeza.”²⁷. Esto continúa destacando que hombres están “a la cabeza” del apoyo a una candidata mujer, se puede minimizar su agencia y autonomía, sugiriendo que su éxito o liderazgo depende del respaldo masculino y no de sus propias cualidades o méritos.

Por otra parte, el uso del lenguaje en la formación de representaciones de las candidaturas es importante. Por ejemplo, al titular la nota sobre Claudia Delgadillo (SHHJ) a la gubernatura de Jalisco, se mencionó “Delgadillo se suma al arranque de las campañas en la metrópoli”²⁸. La elección léxica del término “suma” sugiere un enfoque en la equidad, pues el verbo evoca imágenes de unidad y cooperación, a diferencia de “respaldar” o “fortalecer”, que podrían implicar una preexistente debilidad del sujeto necesitado de apoyo o refuerzo. No obstante, no está explícito si la elección del término “sumar” se hizo por sesgo de género, presentando a Claudia Delgadillo (SHHJ) como carente de fortaleza para poder dar “respaldo” a otras candidaturas, o es un esfuerzo por la equidad considerando a todas las candidaturas como autónomas y cooperativas entre sí. En este sentido será importante seguir monitoreando si existe diferencia en cómo se presenta a las mujeres y hombres en los diversos medios, para identificar si existe un patrón.

El espacio y ubicación otorgado en los medios impresos juega un papel crucial en la configuración de las representaciones de las candidaturas políticas. Un caso ilustrativo de esto es la ubicación de la nota referente a Verónica Delgadillo, candidata de MC a la Presidencia Municipal de Guadalajara, situada adyacente a los obituarios²⁹. Tal

²⁷ Mural. (2024, 1 abril).

²⁸ El Informador. (2024, 1 abril).

²⁹ El informador. (2024, 4 abril).



posicionamiento podría conllevar repercusiones en la percepción que el público tiene de la candidata. La elección editorial de colocar este artículo en un contexto que típicamente evoca sentimientos de pérdida y tristeza podría ser interpretada por los lectores como un reflejo de una intencionalidad o sesgo específico. Esta ubicación podría ser vista como un esfuerzo por disminuir la relevancia de la candidatura de Claudia Delgadillo (SHHJ) o como una estrategia sutil para influenciar la narrativa en torno a su campaña electoral.

La presentación mediática de las campañas políticas es crucial para moldear la percepción pública, como se ilustra en el tratamiento de la campaña de José María Martínez (SHHJ) donde la editorial menciona "Martínez ha encontrado un notable abandono por parte de las administraciones anteriores"³⁰. Esta narrativa de quien escribe la nota, pone énfasis en las deficiencias de las gestiones pasadas. Esto puede influir en cómo las personas votantes perciben no sólo a José María Martínez (SHHJ), sino también a sus oponentes y las administraciones previas.

En otro orden de ideas, la cobertura mediática de María de Jesús "Chuyita" López Delgado por parte de El Meridiano (4 y 5 de abril de 2024) revela importantes consideraciones de género en el discurso periodístico, que merecen un análisis detallado. La cobertura enfatiza "Chuyita López señaló que como mujer y empresaria sabe llevar presupuestos y hacer que el dinero rinda, por lo que sabe dar buenos resultados en lo administrativo", así también menciona "además de refrendar con ella, el compromiso de amor y cuidado para toda la población." Las menciones son estereotipos porque se basan en roles de género preestablecidos y generalizados. En el primer caso, la frase "como mujer y empresaria sabe llevar presupuestos y hacer que el dinero rinda" refuerza la idea de que las mujeres son inherentemente buenas en la administración del hogar y las finanzas, lo cual es un estereotipo que no considera las capacidades individuales de cada persona más allá de su género. En el segundo caso, la expresión "refrendar con ella, el compromiso de amor y cuidado para toda la población" refuerza el estereotipo de que las mujeres son naturalmente más compasivas y cuidadoras, lo cual también es una generalización que no

³⁰ El informador. (2024, 6 abril).



necesariamente se aplica a todas las mujeres ni excluye a los hombres de tener esas cualidades.

La cobertura del Meridiano del 4 de abril de 2024, de la misma candidata refuerza estereotipos de género y reduce la imagen pública de la candidata a roles tradicionalmente femeninos, lo que puede limitar la percepción de sus capacidades en otros ámbitos de liderazgo y gestión. La constante mención de su habilidad para "llevar presupuesto" y "hacer que el dinero rinda" en el contexto de su rol como mujer, madre y abuela, perpetúa la idea de que las mujeres deben encargarse principalmente de la gestión doméstica y económica, y que estas habilidades son las más relevantes o las únicas que pueden ofrecer en roles de liderazgo.

No se puede descartar la posibilidad de que la manera en que este medio aborda las notas sobre la candidata sea un reflejo del parafraseo de los mensajes que ella misma ha decidido comunicar a la ciudadanía como parte de su estrategia de campaña, dada su recurrencia en la cobertura mediática, desde el inicio de la campaña para la presidencia municipal de Puerto Vallarta. No obstante, la reiteración de estas menciones en un mismo artículo, como se observa en la publicación del 4 de abril por el mismo medio, podría interpretarse como una presentación de la candidata por parte del medio, particularmente en ausencia de citas textuales directas de la misma. La omisión de estas citas genera incertidumbre respecto a si el sesgo proviene del periodista o forma parte de la estrategia comunicativa de la candidata. En cualquier escenario, resulta crucial que la cobertura mediática se ejecute de manera objetiva, incorporando citas directas de la candidata, para garantizar una representación fidedigna y equitativa de su discurso y postura política.

4.4 ALUSIÓN A GRUPOS EN CONDICIONES DE VULNERABILIDAD

Se destaca durante el presente periodo de monitoreo la alusión a diversos grupos en condiciones de vulnerabilidad en la cobertura mediática del proceso electoral a la gubernatura de Jalisco. Esto incluyó actividades y propuestas por parte de las tres personas candidatas, así como pronunciamientos por parte de la sociedad civil y la ciudadanía.



A continuación, se menciona la cobertura de las propuestas de candidaturas dirigidas a grupos en situación de vulnerabilidad.

- Laura Haro (FYCXJ) hizo mención de propuestas relacionadas con la seguridad y mayor presupuesto para la búsqueda de personas desaparecidas, enfocándose en los derechos humanos y grupos vulnerables³¹.
- Claudia Delgadillo (SHHJ) se reunió con mujeres y personas artesanas en el municipio de Tonalá donde propuso impulsar la comercialización nacional e internacional de los productos artesanales realizados en el municipio³². También se mencionó su participación en eventos, donde se presume que se abordaron temas de grupos vulnerables, aunque el detalle específico no está claro en los fragmentos disponibles³³.
- Pablo Lemus (MC) mostró un compromiso para establecer una red de centros de autismo en Jalisco en el marco del Día Mundial de la Concientización sobre el Autismo; señalando que en las próximas semanas presentará su plataforma de inclusión para personas con discapacidad³⁴.
- El candidato a la presidencia municipal de Zapopan, Juan José Frangie (MC), presentó las siguientes propuestas en favor de las mujeres³⁵:
 - La creación de un Centro Integral de Cuidados en la comunidad de San Juan de Ocotán.
 - Aumento presupuestal al programa “Nos Toca Cuidar” que otorga recursos a las mujeres cuidadoras.
 - Impulso para el emprendimiento, particularmente enfocado en mujeres viudas con tres o más hijas/hijos.

³¹ El Informador. (2024, 3 abril).

³² Radio UDG Señal Informativa Nocturna. (2024, 4 abril)

³³ Diario NTR. (2024, 3 abril).

³⁴ Heraldos Noticias Jalisco. (2024, 3 abril).

³⁵ El Occidental. (2024, 4 abril). 10 Informativo Tarde. (2024, 4 abril).



- La candidata a la presidencia municipal de Guadalajara, Diana González (SYCXJ), presentó propuestas de seguridad enfocadas en atención expedita y especializada para las víctimas, lo que implica atención a grupos vulnerables³⁶.
- El candidato por la presidencia municipal de Zapopan, Óscar Santos Rizo (FYCXJ), habló sobre retomar apoyos para las mujeres jefas de familia y jóvenes, indicando atención a grupos vulnerables³⁷.

Por otro lado, diversas agrupaciones en favor de la comunidad LGBTQI+ de Jalisco se pronunciaron solicitando a las candidaturas a la gubernatura que firmen compromisos con la agenda LGBTQI+, señalando que los derechos de la diversidad sexual no han sido abordados por ninguna persona candidata a la gubernatura de Jalisco³⁸. En el marco del monitoreo mediático que se ha venido realizando, se ha encontrado que desde el arranque de las campañas a la gubernatura de Jalisco estos temas no han sido abordados y/o retomados por parte de los medios.

Asimismo, se cubrió una manifestación en el municipio de Lagos de Moreno al inicio de las campañas de las personas candidatas a las presidencia municipal. Durante este evento, el Colectivo Hasta Encontrarles expresó su preocupación acerca del uso del dolor de las familias de personas desaparecidas con fines políticos³⁹. Esta cobertura resalta la interacción entre las campañas políticas y las necesidades de los grupos en condiciones de vulnerabilidad, en particular las familias afectadas por desapariciones, subrayando la importancia de abordar estas cuestiones con respeto y sensibilidad en el contexto electoral.

³⁶ Diario NTR. (2024, 2 abril).

³⁷ El Informador. (2024, 1 abril).

³⁸ Cadena Líder Informativo. (2024, 4 abril). Belén Zapata y Víctor Magaña. Radio UDG Señal Informativa Nocturna. (2024, 3 abril).

³⁹ Mural. (2024, 1 abril).



4.5 DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA POLÍTICA CONTRA LAS MUJERES EN RAZÓN DE GÉNERO

En el contexto de la legislación mexicana, la discriminación se define, según el artículo 1, fracción II, de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, como cualquier acción que implique distinción, exclusión o restricción capaz de limitar o negar el reconocimiento de los derechos y la igualdad real de las personas. Adicionalmente, el Reglamento de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia establece, en su Capítulo I sobre prevención, la necesidad de disponer de información clasificada por diversos criterios, incluyendo género y edad, para detectar y prevenir la violencia. Este marco legal subraya la importancia de comprender y abordar las dinámicas discriminatorias y violentas, especialmente en contextos como el político, donde la igualdad de acceso y representación es fundamental.

Con base en este marco jurídico y los analizado en los apartados A, B, C y D, el análisis del monitoreo realizado revela que existe una tendencia de inequidad en la cobertura mediática de las candidaturas en Jalisco, particularmente en favor del candidato hombre, Pablo Lemus (MC). Aunque algunos medios han hecho esfuerzos para equilibrar la representación, la disparidad en la cantidad de espacio y tiempo dedicado a las candidaturas femeninas frente a las masculinas sugiere una persistencia de prácticas mediáticas que podrían perpetuar desigualdades de género.

La diferencia en la duración de la cobertura entre el candidato y candidatas a la gubernatura en la radio, y la variabilidad en la representación entre los diferentes medios, reflejan una cobertura heterogénea que no siempre favorece la equidad de género. Esto se ve agravado por la frecuencia y prominencia de las apariciones en medios impresos, donde la visibilidad de las candidatas es, a menudo, menor en comparación con su homólogo masculino.

Además, la práctica recurrente de enfatizar el "respaldo" de liderazgos masculinos a las candidatas mujeres puede minimizar su agencia y autonomía, insinuando dependencia de la aprobación masculina para su validez o éxito político. Esta dinámica no solo



refuerza los roles de género tradicionales, sino que también puede contribuir a la percepción de que las mujeres en la política son menos autónomas o capaces sin el apoyo masculino.

Por lo tanto, aunque hay indicaciones de esfuerzos para una representación más equitativa en ciertos aspectos, la evidencia sugiere que aún existen formas sutiles de desigualdad en la cobertura mediática de las candidaturas en Jalisco. Esto requiere una atención crítica y posiblemente medidas correctivas para asegurar una representación equitativa y justa de todas las candidaturas, independientemente del género. De no tomar cuidado en este aspecto, se puede derivar acciones discriminatorias o mermar el acceso pleno a los derechos político-electorales de las mujeres; sesgando la opinión de la ciudadanía y sus decisiones a la hora de acudir a las urnas.

5. ANEXOS

5.1 CATÁLOGO DE MEDIOS MONITOREADOS EN ESTE PERIODO

Para la elección de los programas de radio y televisión, periódicos, semanarios, revistas y portales de noticias que se incluyen en el catálogo de medios a monitorear que difundan noticias durante el periodo de campaña electoral local concurrente 2023-2024, se consideró la frecuencia en la cobertura de temas político electorales en los distintos espacios informativos, de acuerdo a lo reportado por el servicio de monitoreo de medios contratado por este Instituto, y el interés generado en el público por estos temas. La inclusión de las versiones digitales de medios impresos y portales de noticias se debe a la transformación que han presentado los distintos medios de comunicación en todas sus modalidades al convertirse en centrales de medios y multiplataformas digitales, con el objetivo de alcanzar a mayores audiencias, respondiendo a nuevos hábitos en el consumo de noticias.



MEDIOS ELECTRÓNICOS: RADIO Y TELEVISIÓN

El servicio de monitoreo se realizó diariamente en el horario comprendido de las 05:00 a.m. a las 01:00 a.m. del día siguiente en los programas de radio y televisión que difundan noticias. En caso de programas retransmitidos o repetidos, deberá señalarse esta circunstancia.

PRENSA IMPRESA Y DIGITAL

El monitoreo en periódicos y revistas se lleva a cabo de acuerdo a la periodicidad en que se publiquen, es decir, en forma diaria, semanal, quincenal, mensual u otras.

DURACIÓN

El servicio de monitoreo se realiza a partir del día en que inician las campañas electorales locales y hasta el día posterior a la jornada electoral, es decir, del 1 de marzo al 3 de junio de 2024.

Es preciso señalar que el catálogo de medios que se incluye es ilustrativo y no limitativo por lo que si en el transcurso del monitoreo se detectan otros medios deberán agregarse.



A.RADIO: PROGRAMAS DE RADIO

FRECUENCIA	PROGRAMA	DÍAS DE TRANSMISIÓN	HORARIO	CONDUCTORES
1150 AM AMG	Buenos Días Metrópoli	L-V	6:00 a 9:00 hrs.	Gricelda Torres Zambrano y Víctor Montes Rentería
1150 AM AMG	Forma y Fondo	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Jorge Octavio Navarro y Mario Muñoz
1150 AM AMG	Buenas Tardes Metrópoli	L-V	12:30 a 14:00 hrs.	Ricardo Camarena
1150 AM AMG	Política en Directo	L-V	14:00 a 15:00 hrs.	Esperanza Romero y Pedro Mellado
1150 AM AMG	Metrópolis al Día	L-V	18:00 a 20:00 hrs.	Mercedes Altamirano
1150 AM AMG	Resumen informativo Notisistema	L-D	De 8:00 a 21:00 horas cada hora	
1150 AM Radiometrópoli	Tercera Llamada (espectáculos)	Domingo a viernes	12:00 hrs.	Katia Plascencia y Kevin Casillas
1190 AM AMG	W Radio Así las cosas Jalisco	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Diego Petersen, Augusto Chacón y Alejandro Sierra
1190 AM AMG	W Radio Así las cosas Jalisco	L-V	19:00 a 20:00 hrs.	Ramiro Marmolejo
91.5 FM AMG	Zona 3 Noticias Primera Emisión	L-V	6:00 a 9:00 hrs.	Pablo Latapí
91.5 FM AMG	Cara a Cara	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Laura Mora
91.5 FM AMG	Zona 3 Noticias Segunda Emisión	L-V	13:00 a 15:00 hrs.	Pablo Latapí
91.5 FM AMG	Zona 3 Noticias Segunda Emisión	L-V	13:00 a 15:00 hrs.	Pablo Latapí



91.5 FM AMG	Zona 3 Noticias Tercera Emisión	L-V	18:00 a 20:00 hrs.	Laura Mora
104.3 FM AMG	Radio UdeG Señal	L-V	7:00 a 9:00 hrs.	Sonia Serrano y Miguel Ángel Collado
	Informativa Matutina			
104.3 FM AMG	Radio UdeG Señal Informativa Vespertina	L-V	13:00 a 15:00 hrs.	Josefina Real y Jose Ángel Gutierrez
104.3 FM AMG	Cosa Pública 2.0	L-V	15:00 a 16:00 hrs.	Rubén Martín y Jesús Estrada
104.3 FM AMG	Radio UdeG Señal Informativa Nocturna	L-V	20:00 a 21:00 hrs.	Belén Zapata y Víctor Magaña
1250 AM AMG	En Punto	L-V	6:00 a 9:00 hrs.	Alfonso Javier Marquez
1250 AM AMG	Tela de Juicio	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Becky Reynoso, Jorge Robledo, Gabriel Ibarra
1250 AM AMG	La Informadera	L-V	13:00 a 15:00 hrs.	Alberto Valverde
1250 AM AMG	Punto Político	L-V	17:00 a 18:00 hrs.	Nadia Madrigal
1250 AM AMG	En pocas palabras	L-V	19:00 a 20:00 hrs.	Gerardo Sedano
1250 AM AMG	Cruzando La Línea	L-V	20:00 a 21:00 hrs.	Ricardo García y Alejandra Gómez



89.5 FM AMG	Radio Fórmula Jalisco	L-V	6:00 a 7:00 hrs.	Susana Martínez
89.5 FM AMG	Fórmula Noticias Jalisco	L-V	15:30 a 17:00 hrs.	Hiram Espinoza
93.9 FM	Imagen Jalisco	L-V	20:00 a 21:00 hrs.	Jorge Kirschner
100.3 FM AMG	Heraldo Noticias Jalisco	L-V	15:00 a 16:00 hrs.	Mafalda Wario
100.3 FM AMG	De Frente en Jalisco	L-V	19:00 a 20:00 hrs.	Alfredo Ceja
820 AM, AMG	Informativo NTR Mañana	L-V	7:00 a 9:30 hrs.	Guillermo Ortega Ruiz
820 AM, AMG	Informativo NTR Tarde	L-V	13:00 a 15:00 hrs.	Sonia Serrano
820 AM, AMG	Informativo NTR Noche	L-V	18:00 a 20:00 hrs.	Sergio René de Dios Corona
91.9 FM Líder Informativo	La primera de Líder	L-V	6:30 a 8:00 hrs.	Ramiro Escoto Ratkovich
91.9 FM Líder Informativo	La segunda de Líder	L-V	13:00 a 14:00 hrs.	Yolanda Barroso y Jaime Barrera
91.9 FM Líder Informativo	La tercera con los periodistas	L-V	18:00 -a 19:00 hrs.	Haremy Reyes
101.1 FM MVS	MVS Noticias	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Trini Rodríguez



102.3 FM Radio UdeG	Señal Informativa Emisión Matutina	L-V	7:00 a 9:00 hrs.	Sonia Serrano y Miguel Ángel Collado
102.3 FM Radio UdeG	Señal Informativa Emisión Nocturna	L-V	13:00 a 15:00 hrs.	Josefina Real, José Ángel Gutiérrez
102.3 FM Radio UdeG	Señal Informativa Tercera Edición	L-V	20:00 a 21:00 hrs.	Belén Zapata y Víctor Magaña
102.3 FM Radio UdeG Autlán	Señal Informativa Autlán	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Elía Macias
107.9 FM Radio UdeG Ocotlán	Señal Informativa Ocotlán	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	
104.7 FM Radio UdeG Colotlán	Señal Informativa Colotlán	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Gonzalo Vela, Isela Gamboa
104.7 FM Radio UdeG Lagos de Moreno	Señal Informativa Lagos de Moreno	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	
104.3 FM Radio UdeG Puerto Vallarta	Señal Informativa Puerto Vallarta	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Susana Carreño Rubín
94.3 FM Radio UdeG Zapotlán el Grande	Señal Informativa Ciudad Guzmán	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Isabel González
105.7 FM Lagos de Moreno	Ke Buena Radar Informativo Lagos de Moreno	L-V	14:15 a 15:00 hrs.	
93.5 FM La Patrona Pto. Vallarta	Meridiano Radio	L-V	7:00 a 9:00 hrs.	Carolina Gómez



B. TELEVISIÓN: PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

CANAL	PROGRAMA	DÍAS DE TRANSMISIÓN	HORARIO	CONDUCTORES
N+ Guadalajara (canal 4)	Las Noticias Matutino	Lunes a viernes	5:45 a 10:00 hrs.	Rodolfo Martín Guerrero, Anais Ávila y Edith Díaz de León
N+ Guadalajara (canal 4)	Noticieros GDL Contigo	Lunes a viernes	14:00 a 15:30 hrs.	Rocío López Ruelas y Julio Silva
N+ Guadalajara (canal 4)	Noticieros GDL Nocturno	Lunes a viernes	21:00 a 22:15 hrs.	Jaime Barrera y Trini Rodríguez
N+ Guadalajara (canal 4)	Las Noticias Sábado	Sábado	8:00 a 10:00 hrs.	Julio Silva
N+ Guadalajara (canal 4)	Política en Plural	Lunes	23:00 a 00:00 hrs.	Trini Rodríguez
N+ Guadalajara (canal 4)	Las Noticias GDL El Debate	Domingo	10:00 a 11:00 hrs.	Rocío López Ruelas
Canal 44	Señal Informativa Emisión Matutina	Lunes a viernes	7:00 a 9:00 hrs.	Sonia Serrano y Miguel Ángel Collado
Canal 44	Señal Informativa Emisión Nocturna	Lunes a viernes	13:00 a 15:00 hrs.	Josefina Real, José Ángel Gutiérrez
Canal 44	Señal Informativa Tercera Edición	Lunes a viernes	20:00 a 21:00 hrs.	Belén Zapata y Víctor Magaña



Canal 44	Con Todo Respeto	Martes	22:30 a 23:30 hrs.	Diego Petersen, David Gómez Álvarez, Érika Loyo, Jaime Barrera
Azteca Uno Jalisco (canal 1.1)	Hechos Primera Línea	Lunes a viernes	5:50 hrs.	Jorge Kirschner y Georgina Gil
Canal 44	Con Todo Respeto	Martes	22:30 a 23:30 hrs.	Diego Petersen, David Gómez Álvarez, Érika Loyo, Jaime Barrera
Azteca Uno Jalisco (canal 1.1)	Hechos Primera Línea	Lunes a viernes	5:50 hrs.	Jorge Kirschner y Georgina Gil
Azteca Uno Jalisco (canal 1.1)	Hechos AM	Lunes a viernes	7:00 a 8:00 hrs.	Becky Reynoso y Juan Carlos Robles
Azteca Uno Jalisco (canal 1.1)	Desde la redacción	Lunes a viernes	8:00 a 9:00 hrs.	Daniela Vázquez, Gerardo Sedano y Gustavo Cárdenas
Azteca Uno Jalisco (canal 1.1)	Hechos Meridiano Jalisco	Lunes a viernes	14:30 a 15:00 hrs.	Ricardo García
Azteca Uno Jalisco (canal 1.1)	Hechos Noche Jalisco	Lunes a viernes	23:15 hrs.	Ricardo García
ADN 40 Jalisco (canal 1.2)	ADN 40 Noche	Lunes a viernes	19:30 a 20:30 hrs.	Priscila Trejo
Azteca Jalisco a+ (canal 7.2)	Info 7 Noche	Lunes a viernes	21:30:00 hrs.	Priscila Trejo
Canal 10 Quiero Tv	10 Informativo Mañana	Lunes a viernes	6:00 a 10:00 hrs.	Marilyn Sicilia y Liborio Rodríguez
Canal 10 Quiero Tv	10 Informativo Tarde	Lunes a viernes	13:00 a 15:30 hrs.	Gabriela Aguilar y Liborio Rodríguez



Canal 10 Quiero Tv	10 Informativo Noche	Lunes a viernes	21:00 a 22:00 hrs.	Jorge Octavio Navarro
Canal 10 Quiero Tv	Nosotros decimos	Lunes	22:00 a 23:00 hrs	Jorge Octavio Navarro
Multimedios Televisión (canal 6)	Telediario Gdl Matutino	Lunes a viernes	5:50 a 10:00 hrs	Mauro Hernández, Leonardo Schwebel y Patricia Sánchez
Multimedios Televisión (canal6)	Telediario Gdl Vespertino	Lunes a viernes	12:30 a 14:30 hrs	Marilú Tovar y Víctor Hugo Ornelas
Multimedios Televisión (canal6)	Telediario Gdl Vespertino	Lunes a viernes	19 a 21:30 hrs	David Correa y Aryana Benavides
Jalisco TV (17.1)	Buenos días Jalisco	Lunes a viernes	8:00 a 9:00 hrs	David Correa
Jalisco TV (17.1)	Jalisco TV Noticias	Lunes a viernes	14:00 a 15:00 hrs	Agustín Ramírez Góngora
N+ Guadalajara (canal 4)	Día a día (revista)	Lunes a viernes	10:00 a 12:00 horas	Jennifer Hernández, Azucena, Rafael Ramírez
N+ Guadalajara (canal 4)	Qué Pokar! El juego de la fama (espectáculos)	Lunes a viernes	15:30 horas	Karina Michel, Susy Almeida, Adrián González y Susana Jackson
Azteca Jalisco a+ (canal 7.2)	Cada mañana (revista)	Lunes a viernes	10:00 a 12:00 horas	Samantha Arteaga, Carlos Anaya, Myriam Castellanos, Daniela Vázquez, Charbel Kuri y Karla Gallegos
Canal 10 Quiero Tv	Contigo siempre (revista)	Lunes a viernes	10:00 a 12:00 horas	Regina Rojas, Gladys Castellanos, Jess Serrano
Canal 10 Quiero Tv	Quiero TV Sin filtro (espectáculos)	Lunes a viernes	16:30 a 18:00 hrs.	Karla Bernal y Gala Canchola



Prensa: El servicio de monitoreo de prensa impresa y digital se realizará conforme a los apartados siguientes:

C. PRENSA IMPRESA: PERIÓDICOS EN VERSIÓN IMPRESA

COBERTURA	NOMBRE	FRECUENCIA
Local	El Informador	Lunes a domingo
Local	Mural	Lunes a domingo
Local	Milenio Jalisco	Lunes a sábado
Local	El Diario NTR Guadalajara	Lunes a viernes
Local	Publimetro	Lunes a viernes
Local	Crónica Jalisco	Lunes, miércoles y viernes
Local	El Occidental	Semanario Lunes
Local	Semanario Arquidiocesano	Domingos
Nacional/Local	Revista Proceso	Primer domingo del mes
Regional (Pto. Vallarta y Bahía de Banderas)	Meridiano	Diario impreso y digital (versión PDF)



D. PRENSA DIGITAL: PERIÓDICOS Y REVISTAS EN VERSIÓN DIGITAL

COBERTURA	NOMBRE	FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN	URL
Local	Publimetro	Lunes a viernes (versión PDF)	https://www.publimetro.com.mx/jalisco/
Local	Reporte Índigo	Lunes a viernes (versión PDF)	https://www.reporteindigo.com/ciudad/gdl/
Local	Semanario Conciencia Pública	Lunes (versión PDF y en portal)	https://concienciapublica.com.mx/
Local	Quadratin Jalisco	Lunes a viernes (versión PDF)	https://jalisco.quadratin.com.mx/
Regional (Pto. Vallarta y Bahía de Banderas)	Meridiano	Lunes a viernes (versión PDF)	https://meridiano.mx/tag/puerto-vallarta/



PORTALES DE NOTICIAS DIGITALES

COBERTURA	NOMBRE	FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN	URL
Local	El Informador	De lunes a domingo	https://www.informador.m x/
Local	Mural	De lunes a domingo	https://www.mural.com.m x/
Local	Milenio Jalisco	De lunes a domingo	https://www.milenio.com/j alisco
Local	El Diario NTR Guadalajara	De lunes a domingo	https://www.ntrguadalajar a.com/
Local	El Occidental	De lunes a domingo	https://www.eloccidental. com.mx/
Local	Líder Informativo	De lunes a domingo	https://lider919.com/
Local	Zona 3	De lunes a domingo	https://zona3.mx/
Local	UdeGTV	De lunes a domingo	https://udgtv.com/
Local	El Rumbo	De lunes a domingo	https://elrumbo.mx/
Local	Cabecera	De lunes a domingo	https://www.cabecera.mx/
Local	La Gaceta UDG	De lunes a domingo	http://www.gaceta.udg.m x/
Local	Zona docs	Diario	https://www.zonadocs.co m/



Regional -Ajijic, Chapala y Jocotepec	Semanario Laguna	De lunes a domingo	http://semanariolaguna.com/
Regional (Chapala, Ixtlahuacán, Jocotepec)	La voz de la Ribera	De lunes a domingo	https://www.lavozdelaribera.mx/
Regional Pto. Vallarta	Vallarta Opina Digital	De lunes a domingo	https://vallartaopina.net/
Regional Pto. Vallarta	Tribuna de la Bahía	De lunes a domingo	https://tribunadelabahia.com.mx/
Regional Altos de Jalisco	Diario de los Altos de Jalisco	De lunes a domingo	https://diariodelosaltos.com.mx/
Regional Sur de Jalisco	Semanario la Voz del Sur de Jalisco	Viernes	https://www.lavozdelsur.com.mx/
Tepatitlán	Kiosco Informativo	Diario	https://kioscoinformativo.com/
Tepatitlán	Semanario 7 días	Diario	https://semanario7dias.com.mx/
Autlán	Letra fría	Diario	https://letrafria.com/



No se ha logrado realizar el monitoreo el siguiente medio: Azteca Jalisco, debido a que no se han podido conseguir los testigos ya que la señal nacional ofusca la local.

5.2 ANEXO CONCEPTUAL “PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS”

GÉNERO

Ideas y creencias compartidas culturalmente con respecto a mujeres y a hombres, como construcciones históricas y sociales y que son modificadas a través del tiempo en sentido arbitrario sin que exista una relación con el sexo. Son las características, habilidades y valoraciones típicamente consideradas femeninas y masculinas; es decir, cómo deben comportarse las mujeres y los hombres en determinadas situaciones.

El género es la construcción de la autoimagen internalizada que da como consecuencia el concepto total de “lo masculino y lo femenino”.

El género es el resultado de una construcción y una enseñanza social que se aprende a través de las principales instituciones de la sociedad (familia, iglesia, escuela, grupos y agrupaciones, diversas instituciones, entre otras) y que se vuelve propio de las personas al aceptar esas características. El análisis de género demuestra que estos atributos y deberes simbólicos asignados a su sexo no son naturales, no se nace con ellos, por lo tanto se aprenden.

Fuente: Mujeres y Hombres: ¿Qué tan diferentes somos? Manual de Sensibilización en Perspectiva de Género Instituto Jalisciense de las Mujeres, Tercera Edición, Noviembre 2008.



PERSPECTIVA DE GÉNERO

Visión científica, analítica y política sobre las mujeres y los hombres. Se propone eliminar las causas de la opresión de género como la desigualdad, la injusticia y la jerarquización de las personas basada en el género. Promueve la igualdad entre los géneros a través de la equidad, el adelanto y el bienestar de las mujeres; contribuye a construir una sociedad donde las mujeres y los hombres tengan el mismo valor, la igualdad de derechos y oportunidades para acceder a los recursos económicos y a la representación política y social en los ámbitos de toma de decisiones.

Fuente: Diario Oficial de la Federación. 2024. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

ROLES DE GÉNERO

La manera en que se estructuran las pautas de género es en los roles. Por rol se entienden las prescripciones, normas y expectativas de comportamiento de lo femenino y de lo masculino: lo que realizó y cómo describo y hasta defino mi ser persona. Desde temprana edad, se enseña a las niñas y niños a ajustarse a situaciones socialmente estructuradas, que les dictan desde la forma de vestir, hasta la aplicación social del comportamiento sexual y afectivo. También existen diferencias de rol respecto a etnia y a edad, otras referidas a la división sexual del trabajo y a las formas de expresar sentimientos o construir relaciones.

Así, no únicamente se le enseñan los roles a través de los colores a quien acaba de nacer sino a todos los que le rodean, luego, pasado el tiempo, sus juguetes le encaminan a lo que será su desempeño a futuro de acuerdo a las expectativas de la madre y el padre.

Fuente: Mujeres y Hombres: ¿Qué tan diferentes somos? Manual de Sensibilización en Perspectiva de Género Instituto Jalisciense de las Mujeres, Tercera Edición, Noviembre 2008.



SESGOS DE GÉNERO

Los sesgos son esos lentes a través de los cuales filtramos nuestra realidad, nos hacemos ideas de las cosas y tomamos incluso decisiones y cursos de acción, muchas de estas ocasiones son inconscientes.

Son atajos mentales que usamos para simplificar y procesar la información que recibimos y los aplicamos a todo cuanto nos rodea. Hay distintos tipos de sesgos, contruidos sobre lo que hemos vivido, la educación que hemos recibido o los valores socioculturales con los que hemos crecido.

El sesgo de género es uno de ellos, y está presente en todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo el mundo organizacional. De allí derivan muchas situaciones de desigualdad que viven y experimentan las mujeres.

Fuente: Mora, E., & Pujal Llombart, M. (2009). Introducción de la perspectiva de género en la docencia universitaria.

ESTEREOTIPOS

A partir de las expectativas de comportamiento generadas en los roles, las personas con esta información generan estereotipos de género; estos se refieren a las creencias y atribuciones sobre cómo debe ser y cómo debe comportarse cada género. Con frecuencia son simplificaciones excesivas que reflejan prejuicios, clichés e ideas preconcebidas. Los estereotipos generan dicotomía por tratar a los sexos como diametralmente opuestos y no con características parecidas. El estereotipo de género logra convertirse en un hecho social tan fuerte que llega a creerse que es algo natural.

Fuente: Mujeres y Hombres: ¿Qué tan diferentes somos? Manual de Sensibilización en Perspectiva de Género Instituto Jalisciense de las Mujeres, Tercera Edición, Noviembre 2008.

DISCRIMINACIÓN

Todo acto de distinción, exclusión o restricción basada en el origen étnico o racial, sexo, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra, que tenga por efecto impedir o anular el acceso o reconocimiento de los derechos e igualdad real de las personas.



Fuente: Diario Oficial de la Federación. 2023. Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, Art. 1, Fracción II.

LENGUAJE INCLUYENTE Y NO SEXISTA

Es un modo de expresión oral, escrito y visual que busca dar igual valor a las personas al poner de manifiesto la diversidad que compone a la sociedad y dar visibilidad a quienes en ella participan.

Esto incluye también expresar en términos neutros o hacer evidente el masculino y femenino evitar las generalizaciones, buscando erradicar los estereotipos y los roles de género tradicionales que refuerzan la idea de desigualdad.

Fuente: Instituto Nacional Electoral. 2024. Lenguaje incluyente y no sexista. <https://igualdad.ine.mx/lenguaje-incluyente/>

VIOLENCIA DE GÉNERO

Cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado. Se entenderá que violencia contra la mujer incluye la violencia física, sexual y psicológica.

Fuente: Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer "Convención de Belém do Pará", 1994, p. 2

VIOLENCIA POLÍTICA CONTRA LAS MUJERES EN RAZÓN DE GÉNERO

Es toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en elementos de género y ejercida dentro de la esfera pública o privada, que tenga por objeto o resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales de una o varias mujeres, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo. Se entenderá que las acciones u omisiones se basan en elementos de género, cuando se dirijan a una mujer por su condición de mujer; le afecten desproporcionadamente o tengan un impacto diferenciado en ella. Puede manifestarse en cualquiera de los tipos



de violencia reconocidos en esta Ley y puede ser perpetrada indistintamente por agentes estatales, por superiores jerárquicos, colegas de trabajo, personas dirigentes de partidos políticos, militantes, simpatizantes, 7 precandidatas, precandidatos, candidatas o candidatos postulados por los partidos políticos o representantes de los mismos; medios de comunicación y sus integrantes, por un particular o por un grupo de personas particulares.

Fuente: Diario Oficial de la Federación. 2024. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, artículo 20 Bis.

GRUPOS EN CONDICIONES DE VULNERABILIDAD

Los grupos en situación de vulnerabilidad son sectores de la población que se encuentran en una situación de riesgo o desventaja por una situación histórica, opresión o injusticia; lo cual les hace más vulnerables a que sus Derechos Humanos

sean violados. Los grupos en los que se observan mayores condiciones de vulnerabilidad son: Personas migrantes, víctimas del delito, personas desaparecidas, infancias, diversidad sexual y de género, las mujeres, personas activistas y defensoras, comunidades y pueblos indígenas, personas adultas mayores y personas con discapacidad.

Fuente: Diana Laura Espinosa. 2013. Grupos en situación de vulnerabilidad. Comisión Nacional de Derechos Humanos.

https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/fas_CTDH_GruposVulnerabilidad1aReimpr.pdf

APROPIACIÓN CULTURAL Y COSTUMBRES

La cultura es un conjunto de modos de vida de un grupo, es el conjunto de características que diferencian a un grupo social social, étnico, religioso de otro; una nación o una civilización de otra. La cultura es una gran parte de la identidad de un grupo, no es estática sino por el contrario está en constante evolución.

La apropiación cultural ocurre cuando se toman elementos de una cultura no dominante y a la que no se pertenece y se utilizan en beneficio propio despojándose de todo su valor simbólico original, para convertirlos en algo superficial y lucrativo.



Forma de dominio cultural que consiste en la explotación (sea por beneficio económico o placer personal) de creaciones, rituales, atuendos, productos, etcétera, pertenecientes a una comunidad históricamente vulnerada.

Fuente: OSALDE. 2022. ¿Qué es la apropiación cultural?. Disponible en:
<https://osalde.org/que-es-la-apropiacion-cultural/>



5.3 ANEXO DE PRÁCTICAS PARA UN PERIODISMO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS

En este apartado se incluye un listado de recomendaciones prácticas para el ejercicio de un periodismo con perspectiva de género y derechos humanos. Dichas prácticas fomentan una cobertura que impulsa una mayor equidad en la cobertura mediática y acorde a las disposiciones de la Guía Práctica para el Uso del Lenguaje Incluyente y no Sexista del Instituto Nacional Electoral (INE) de 2023.

Listado de prácticas:

1. Utilizar lenguaje incluyente y no sexista a través del uso de genéricos, neutros y el desdoblamiento.
2. Asegurar la misma cantidad de tiempo de aire para todas las candidaturas.
3. Ofrecer igual uso del espacio en las páginas, profundidad y detalle en el análisis para todas las candidaturas.
4. Proporcionar una representación visual equitativa de candidatas y candidatos en portadas y secciones destacadas.
5. Adoptar un lenguaje que evite reforzar estereotipos de género, utilizando términos que no insinúen inferioridad o dependencia de cualquier género a otro, así como que cuestionen la capacidad de las candidaturas a través de estándares masculinos.
6. Capacitar a personas periodistas y personas editoras en perspectiva de género para sensibilizar sobre el impacto del lenguaje en la percepción pública.
7. Incluir una diversidad de voces en programas y debates, permitiendo que las candidaturas tengan oportunidades iguales para expresarse.
8. Asegurar que los algoritmos y modos de presentación no favorezcan a un género sobre otro, creando contenido accesible y relevante para un espectro diverso de audiencias.



Coordinación General

Maribel Flores Sánchez
René Rosado González

Coordinación de Análisis Cuantitativo y Cualitativo

Sergio Arturo Bárcena Juárez
Iliana Bárcenas Patiño
Ramiro Flores Hernández
Alejandra Martínez Blackaller
Alexa Jeressi Martínez Soto
María Teresa Martínez Trujillo
Oscar Medina Ilanos
Andrea Salinas Blancas
José Manuel Toral Cruz

Coordinación de Género y Derechos Humanos

Rosa Carmina Parada Aguilar
Mari Tania Castillo Serrato
Stefania Tapia Marchina

Coordinación de Diseño e Informes

Gloria María Domínguez Rodríguez
Karime Leilani Martínez Morquecho
María del Sol Márquez Rueda

Coordinación Técnica

Gabriela Moreno Valle Bautista
Andrea Pérez Torres